**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO**
**CENTRO DE CIÊNCIAS DO HOMEM**
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA**

# O DIGITAL DESOSSA O INDIVISÍVEL: UMA ANÁLISE DA FORMAÇÃO DE OPINIÃO PÚBLICA NO TWITTER/X

EMANNUEL SANTANA GARCIA

**CAMPOS DOS GOYTACAZES - RJ**
**2025**

**EMANNUEL SANTANA GARCIA**

# O DIGITAL DESOSSA O INDIVISÍVEL: UMA ANÁLISE DA FORMAÇÃO DE OPINIÃO PÚBLICA NO TWITTER/X

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF), como requisito para a obtenção do título de mestre em Sociologia Política.

Orientador: Prof. Dr. Frederico Carlos Costa

**CAMPOS DOS GOYTACAZES - RJ**

**2023**

O DIGITAL DESOSSA O INDIVISÍVEL: UMA ANÁLISE DA FORMAÇÃO DE OPINIÃO PÚBLICA NO TWITTER/X

**Emannuel Santana Garcia**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF), como requisito para a obtenção do título de mestre em Sociologia Política.

Orientador: Prof. Dr. Frederico Carlos Costa

**Aprovada em: ___/___/_____**

**BANCA EXAMINADORA**

Frederico Carlos de Sá Costa
Assinado de forma digital por Frederico Carlos de Sá Costa
Dados: 2026.03.31 17:05:23 -03'00'

_____

Prof. Dr. Frederico Carlos Costa (Ciência Política – IUPERJ)
Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF) - Orientador

_____

Documento assinado digitalmente
GEORGE GOMES COUTINHO
Data: 31/03/2026 17:40:43-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Prof. Dr. George Gomes Coutinho (Ciência Política –
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Documento assinado digitalmente
PAULO RODRIGUES GAJANIGO
Data: 01/04/2026 15:17:50-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

_____

Prof. Dr. Paulo Rodrigues Gajanigo (Ciências Sociais – UERJ)
Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF)

_____

Prof. Dr David Maciel de Mello Neto (Sociologia Política – UENF)
Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF)

Documento assinado digitalmente
DAVID MACIEL DE MELLO NETO
Data: 06/04/2026 14:24:03-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

*Ao Deus supremo benfeitor*
*Vós, anjos e homens, dai louvor.*

**AGRADECIMENTOS**

Ao Deus Trino, por toda a sustentação no espírito para enfrentar a batalha constante dos dois anos de formação. Qualquer página da minha vida não teria sentido sem o Senhor.

Á minha noiva, Letícia Crisóstomo, que foi minha principal parceira e por muitas vezes não me deixou desistir e, mais ainda, insistiu para que eu persistisse na direção da recompensa que é o fim desta pesquisa.

À minha família, que mesmo distante desde que vim “de mala e cuia” do Rio de Janeiro, continua sendo a minha principal inspiração. Meus pais, Andreia e Roberto, que não completaram a etapa do Mestrado por diversas razões, preferiram investir nos seus filhos. Neste trabalho, cumpro uma promessa de vida e um de seus principais desejos: ultrapassá-los, para que as próximas gerações sejam maiores. Tenho certeza que isso será também possível nas minhas irmãs, Ester e Elizabeth.

Aos meus amigos, que manifestaram apoio de diferentes formas, mas principalmente em oração. Sem isso, nada do que foi feito poderia ter vindo à existência e, sozinho, eu não poderia ter alcançado nenhuma vitória.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Frederico Carlos, pelo desenvolvimento do trabalho e ao corpo docente da UENF, que contribuiu para minha formação intelectual. À CAPES, pelo financiamento dessa pesquisa ao longo de 24 meses.

Aos que participaram e deixaram a sua marca na minha vida e no meu trabalho ao longo dessa jornada, registro minha gratidão.

*Ir ao combate sem temer,*
*Ousar lutar, ousar vencer!*

(frase atribuída a Carlos Lamarca)

## RESUMO

**GARCIA, Emannuel Santana.** O digital desossa o indivisível: Uma análise da formação de opinião pública no Twitter/X. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro - UENF, Campos dos Goytacazes, RJ, 2025.

O Twitter/X se colocou enquanto principal meio rápido de informação, e está presente em uma camada relevante da sociedade brasileira, bem como ao redor do mundo inteiro. A interconexão de diversos sujeitos através dessa rede social e seus efeitos é um campo amplo de debates na Sociologia, e a forma como a socialização política foi transformada pelo advento dessa rede social é importante para compreender o avanço de forças conservadoras a partir de novas estratégias digitais. Nesse sentido, surge a questão-problema: como o Twitter/X forma e dinamiza de arenas públicas políticas? A partir da compreensão de que esta rede social é um local ainda em desenvolvimento, analisamos os processos sociais de "associação, cooperação, comunicação, discussão, investigação e experimentação" (Cefaï, 2018), que acontecem no Twitter/X de maneira específica, enviesados politicamente de maneira algorítmica. Para além disso, exploramos o modelo de comunicação declaratório, que é predominante nessa rede social, e buscamos evidenciar as responsabilidades do Twitter/X enquanto instituição no processo da formação de opinião. Nesta pesquisa, que se utiliza de uma metodologia qualitativa, produzimos uma aproximação com o quadro conceitual de Cefaï (2017; 2018), Boltanski e Thévenot (1999), Antunes (2021), Habermas (1997; 1998) e Dewey (2016), para caracterizar o fenômeno e responder as perguntas a partir dos conceitos de Arena Pública, Esfera Pública, Situações Problemáticas e Público. A partir disso, podemos definir o Twitter/X como um lócus de formação de opinião pública, onde indivíduos se associam a grupos de interesse e depositam seus sentimentos, a fim de que pertençam a algo e transformem a realidade.



**Palavras-chave:** Twitter/X. Opinião Pública. Arena Pública. Redes Sociais.

## ABSTRACT

**GARCIA, Emannuel Santana.** The Digital Dissects the Indivisible: An Analysis of Public Opinion Formation on Twitter/X. Dissertation (Master in Political Sociology) - Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro - UENF, Campos dos Goytacazes, RJ, 2025.

Twitter/X has established itself as a primary medium for rapid information dissemination and is present among a significant segment of Brazilian society, as well as around the world. The interconnection of various individuals through this social network and its effects is a broad field of debate in Sociology, and the way political socialization has been transformed by the advent of this platform is crucial for understanding the rise of conservative forces through new digital strategies. In this context, the central question arises: how does Twitter/X shape and energize political public arenas? Understanding that this social network is still a developing space, we analyze the social processes of "association, cooperation, communication, discussion, investigation, and experimentation" (Cefaï, 2018), which occur on Twitter/X in specific ways, often algorithmically biased in political terms. Furthermore, we explore the declaratory communication model, which is predominant on this platform, and seek to highlight Twitter/X's responsibilities as an institution in the process of opinion formation. In this research, which employs a qualitative methodology, we draw on the conceptual frameworks of Cefaï (2017; 2018), Boltanski and Thévenot (1999), Antunes (2021), Habermas (1997; 1998), and Dewey (2016) to characterize the phenomenon and address the questions using concepts such as Public Arena, Public Sphere, Problematic Situations, and Public. From this, we can define Twitter/X as a locus for the formation of public opinion, where individuals associate with interest groups and express their sentiments, aiming to belong to something and transform reality.



**Keywords**: Twitter/X. Public Opinion. Public Arena. Social Networks.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

**FIGURA 1:** Aba Para Você, 13/12/2024 às 23h13min ..... 69
**FIGURA 2:** Aba Assuntos do Momento, em 13/12/2024 às 23h21min ..... 70
**FIGURA 3:** Exemplo de informação de contexto adicional ..... 74
**FIGURA 4:** Insulto de um perfil fake ..... 76
**FIGURA 5:** Resposta da plataforma ..... 76
**FIGURA 6:** Perfil compartilha vídeo educativo para jovens sobre como usar cheques ..... 103
**FIGURA 7:** Imagem descontextualizada sugere abandono do pix ..... 103
**FIGURA 8:** Influencers insatisfeitos ..... 104
**FIGURA 9:** Vídeo de deputado a favor do Impeachment de Lula ..... 106

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1: A distinção entre as principais redes sociais ..... 63

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PSOL – Partido Socialismo e Liberdade

PSD – Partido Social Democrático

PL – Partido Liberal

PT – Partido dos Trabalhadores

**SUMÁRIO**

**INTRODUÇÃO ..... 13**
**A. ANÁLISE DO TEMA ..... 13**
**B. DELIMITAÇÃO DOS OBJETIVOS E QUESTÕES METODOLÓGICAS .... 16**
**CAPÍTULO 1: ONDE ELE ESTÁ? UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE O CONCEITO DE PÚBLICO ..... 20**
**1.1 ESPAÇO PÚBLICO VS. ESPAÇO PRIVADO ..... 25**
**1.2 A TEORIA HABERMASIANA DA ESFERA PÚBLICA ..... 29**
1.2.1 ESFERA PÚBLICA COMO ARENA DE FORMAÇÃO DE VONTADE .... 33
1.2.2 TWITTER/X: REPRESENTAÇÃO DE UM MODELO DE ESFERA PÚBLICA? ..... 36
**1.3 EM BUSCA DO PÚBLICO ..... 38**
1.3.1 ANOMIA E REDES SOCIAIS ..... 43
**CAPÍTULO 2 – COMO O TWITTER POTENCIALIZA PROBLEMÁTICAS E PREPARA A ARENA PÚBLICA ..... 52**
**2.1 ASSOCIAÇÃO E COOPERAÇÃO ..... 53**
2.1.1 ALGORITMO DO TWITTER ..... 57
2.1.2 AS HASHTAGS **..... 58**
**2.2 COMUNICAÇÃO E DISCUSSÃO ..... 62**
2.2.1 COMUNICAÇÃO DECLARATÓRIA ..... 65
2.2.2 CHECAGEM DE FATOS INSUFICIENTE ..... 71
**2.3 INVESTIGAÇÃO E EXPERIMENTAÇÃO ..... 77**
2.3.1 ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS ..... 79
2.3.2 ATRIBUIÇÃO DE RESPONSABILIDADES ..... 82
**CAPÍTULO 3 - ARENA PÚBLICA POLÍTICA FORMANDO DE MANEIRA ESPECÍFICA A OPINIÃO PÚBLICA ..... 85**
**3.1 OPINIÃO PÚBLICA ..... 85**
**3.2 PROBLEMAS PÚBLICOS ..... 92**
3.2.1 O CASO ESCALA 6X1 ..... 95
3.2.2 O CASO DA “TAXAÇÃO DO PIX” E O EFEITO DOS MEMES ..... 98
**3.4 CRÍTICA À MEDIAÇÃO ALGORÍTMICA ..... 105**
**CONSIDERAÇÕES FINAIS ..... 112**
**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 115**

# INTRODUÇÃO

## A. Análise do Tema

"Termos e Condições", uma canção de Erasmo Carlos e Emicida (2018), demonstra a preocupação com a influência da internet no presente e futuro das relações humanas. Em uma relação cada vez menos concreta com os próprios seres humanos e cada vez mais dependente da tecnologia, o indivíduo fica à deriva, em um mar de processos nos quais ele não é mais protagonista. Os autores se preocupam com o fato das relações humanas construídas nesses espaços – como as redes sociais – serem induzidas não por boas práticas, identificações ou aproximações, mas a partir do ódio. Nesses versos, vemos que:

> Diria Lombardi isso é incrível!
> *O digital desossa o indivisível*
> E se a locomotiva aqui pegamos pro futuro
> Usar o ódio como combustível
> O que é o pódio? O que é o próximo nível?
> Se já estamos em frangalhos, em destroços
> E agora a inteligência artificial piora tudo
> E doma sentimentos nossos, tão nossos
> Em cliques, cliques, cliques
> Lights, lights, web host
> Em todo lugar, em lugar nenhum, tipo Ghost (Carlos e Emicida, 2018)

Essa preocupação é uma das razões pelas quais as redes sociais se tornaram um grande campo de análise da Sociologia, inclusive criando e aprimorando focos mais específicos desde o seu advento, como a Sociologia Digital, que reinterpreta a sociedade a partir do comportamento dos seres concretos, se relacionando a partir de artefatos socioculturais virtuais criados em um mundo real (Nascimento, 2016). Hoje, mais de 63% da população mundial é usuária de alguma rede social, estatística que se repete no cenário brasileiro, em que 144 milhões de pessoas – ou 64,4% da população – (Kemp, 2024) estão presentes em alguma rede social. O tamanho do lastro mostra ser impossível pensar na sociedade sem levar em consideração os dilemas que as redes trouxeram. Na realidade, pensar em uma sociedade em redes (Castells, 2012;2013) como consequência de um processo de globalização que tem as

novas formas de comunicação no centro é mais justo para o momento que temos vivido coletivamente.

As consequências são evidenciadas na maneira como as tecnologias da informação e comunicação (TICs) são socialmente desenvolvidas. Por um lado, os grupos sociais com maior poder econômico e político se adaptam melhor às novas condições formadas por e para as TICs. De outro lado, um processo constante de fragmentação e segmentação nos grupos com menor poder, formando de maneira conseguinte uma concentração de poder, riqueza e oportunidades (Castells, 2012; 2013; Frey, 2003). Em virtude desse contraste, a ideia de uma sociedade em rede leva em consideração a sofisticação das suas estratégias de comunicação, mas permanece excludente. Uma das derivações dessa sofisticação é a Web 2.0, que é um espaço novo, com uma cultura de participação, estimulação de relacionamentos e de imersão dos usuários (Santos e Cipriano, 2014). A cultura da conectividade (van Djick, 2013), que é construída sob os pilares que esse novo cenário construiu molda tanto os espaços sociais quanto os atores que participam deles.

As redes sociais como um todo são fruto desse processo mais amplo. O Twitter, referencial empírico dessa dissertação, não foge à regra. O microblog, lançado em 2006 nos Estados Unidos e em 2008 no Brasil, ganhou popularidade a partir do ano seguinte, e a partir de 2012 abriu um escritório no Brasil. (Canaltech, 2025). Essa rede social, que foi recentemente adquirida por Elon Musk, um bilionário e ativista envolvido diretamente em causas políticas ao redor de todo o mundo, e mudou o nome para X[1], em 2023 (Bbc, 2023), em consonância com suas empresas de desenvolvimento tecnológico. Esse movimento marca o ponto final de uma ruptura, que no Brasil se inicia majoritariamente a partir de 2014: o uso político das redes sociais, de maneira a influenciar diretamente os processos eleitorais.

Essa influência não é exclusiva do Twitter/X. O advento das redes sociais, como um todo, mudou a forma de propaganda e comunicação política da mesma maneira que a mídia (Chomsky, 2013) também mudou e aprimorou elementos que a propaganda política já realizava anteriormente. Os principais pontos que

[1] Neste trabalho, adotaremos a nomenclatura de “Twitter/X” em todas as vezes que nos referirmos a essa rede social. O Twitter foi o nome de referência durante toda a existência dela, e ainda é muito tradicional a referência ao X com o nome antigo.

diferem o fenômeno das redes sociais em relação a outros – que já ocorreram e influenciaram a materialidade da comunicação política – e a sua relevância para a política em escala global residem na capacidade de criar, de forma artificial via algoritmo, uma cultura digital que envolve diversas nuances.

> A Cultura Digital é prioritariamente virtual, acessável pelas interfaces que posicionam o usuário em tempos e espaços distintos dos em que seus corpos físicos se apresentam. A evolução da realidade virtual nos últimos 30 anos está relacionada à busca de viabilização de experiências totalmente imersivas, que integrem os sentidos humanos com as possibilidades dos recursos digitais inteligentes. A lógica dessa nova Cultura Digital é disruptiva. Dispositivos e conteúdos criados nos momentos iniciais da era digital, já não fazem mais sentido (Kenski, 2018)

No contexto do Twitter/X, os usuários que são nativos e imigrantes digitais (DeGraff, 2014) coexistem o mesmo espaço. O molde da cultura digital dessa plataforma é fruto da ação desses usuários que participam, bem como das intervenções da plataforma. Essas, são perceptíveis por meio da constituição de um algoritmo específico para essa rede social. Por essa razão definimos a cultura digital do Twitter/X como artificialmente construída. As suas nuances, por exemplo, residem nas suas especificidades: como as hashtags (Meraz e Papacharissi, 2013), *trending topics* (Chagas, 2023) e a socialização por meio da comunicação imediatista (Grossi e Santos, 2018). Essas características também podem ser percebidas em outras redes sociais. As redes sociais da Meta Facebook e Instagram usam as hashtags como marcadores de endereçamento, bem como mantém um algoritmo próprio que delimita a proliferação de conteúdos. Porém, o Twitter/X, ao criar um ambiente dependente das hashtags e das *trending topics*, além de uma forma própria de postagens – permitindo apenas 280 caracteres por post – foca em desenvolver um modelo de comunicação que não privilegie necessariamente a qualidade da informação, mas a maneira pela qual ela é publicada e a quantidade de vezes que ela aparece. Nesse sentido, a problemática das notícias falsas e desinformações fazem parte da realidade do Twitter/X (Shu et. al, 2017; Recuero e Grüzd, 2019) e a forte exposição a esse tipo de notícias às quais os brasileiros foram expostos (Nóbrega, 2023) tem espaço no Twitter/X. Compreender essas características é fundamental para iniciar qualquer análise a respeito das redes sociais de

maneira geral. No caso do Twitter/X, a composição de sua estrutura fomenta relações sociopolíticas que são intermediadas por um algoritmo, e se coloca enquanto um lócus enviesado de formação da opinião pública.

Ao cunhar uma das definições que levaremos em consideração para essa rede social, é necessário partir primeiramente da compreensão de quem é o público. Na busca pela definição mais adequada, percebemos que ele é uma entidade que não é amorfa ou indefinível. O público é formado ao redor dos problemas públicos (Dewey, 2016; Cefaï, 2017), que por sua vez são gerados a partir de incômodos individuais com situações que lhes dizem respeito direta ou indiretamente. Essas situações tem o poder de unir os indivíduos a partir de afinidades ou críticas, e geram o que Daniel Cefaï (2017) define como situações problemáticas. No momento onde esse incômodo acontece (Boltanski e Thévenot, 1999), as emoções e sentimentos entram em jogo, e uma dinâmica de convencimentos e reconhecimentos que tem espaço livre para acontecer no Twitter/X. A opinião pública, que é derivada desse processo, é formada nesse lócus, e pode ser definida como um produto das opiniões individuais que convergem a respeito de um problema público. Ela é a ponta final de uma série de discussões e debates que fluem das arenas públicas e, obedecendo os limites do consenso que são construídos nesses espaços. Isso não quer dizer que ela seja um somatório aritmético, mas um produto de uma equação complexa, que tem em si uma série de variáveis – como o próprio lócus de sua formação.

Entretanto, através de um algoritmo que influencia diretamente os conteúdos que são consumidos pelos usuários, agrupando semelhantes a partir das preferências, os momentos críticos que são geradores de situações problemáticas são transferidos dos espaços que Habermas (1997) eram característicos da esfera pública – como cafés, bares, ambientes profissionais, escolas – para os virtuais com todo o seu aparato tecnológico. Dessa forma, situações problemáticas que não existiriam pois a dimensão do incômodo permaneceria no contexto individual, agora são difundidas de forma ampla nas redes sociais, e a depender de variáveis do conteúdo, são enviadas a pessoas que pensam de maneira semelhante ou pesquisam aquela temática de maneira recorrente no Twitter/X. Dessa forma, ainda que o Twitter/X seja um lócus de formação da opinião pública, o fato da movimentação dos indivíduos na rede

seja dependente de um algoritmo, que é construído de acordo com os interesses mais amplos da plataforma, o faz ser enviesado.

## B. Delimitação dos Objetivos e Questões Metodológicas

Uma das principais características dessa rede social é a capacidade de produzir de maneira industrial informações, agrupamentos e grupos de interesse a partir de seu potente algoritmo. O fato de os usuários encontrarem no Twitter/X o principal meio de informação rápida a partir de um modelo declaratório de comunicação (Kovach e Rosentiel, 2010; Lisboa, 2022) também produz sentimentos rápidos. Dentro dessa multiplicidade dinâmica, o mesmo usuário pode estar diretamente envolvido em diversas situações problemáticas e influenciá-las a se tornarem problemas públicos. Ao compreender a rede dessa forma, os objetivos de nossa dissertação são expostos. Buscamos compreender como se formam as arenas públicas (Cefaï, 2017; Antunes, 2020) a partir da dinâmica específica dessa rede social. A partir do conflito, associação e cooperação, dinâmicas sob as quais o Twitter/X está desenvolvido, observamos os limites entre os processos que são públicos, mas mediados por ambientes digitais, para compreender como as relações sociais são constituídas debaixo de uma mediação algorítmica. Para além disso, reconstruímos a crítica de Dewey (2016) sobre o conceito de público, compreendendo que ele é formado justamente no Twitter/X, que tem relevância para ser o locus de formação deste a partir das situações problemáticas.

Nesse sentido, existem desafios metodológicos e práticos. O primeiro grande desafio é a grande volatilidade sob a qual a análise de qualquer rede social está estabelecida. As redes sociais não são estáticas, e acompanham o desenvolvimento da cultura digital (Kenski, 2018; Nascimento, 2016), que é muito rápido e dinâmico. Dessa forma, as problemáticas que são produzidas a respeito da estrutura dessas redes, e seus efeitos também são estáticos. Destaca-se como exemplo as novas diretrizes a respeito de checagem de informação e discursos de ódio veiculadas pelo Facebook (Guimarães, 2025), publicadas no dia 8 de janeiro de 2025. Essas políticas, que foram publicadas no momento onde o terceiro capítulo dessa dissertação já estava em escrita, são relevantes pois foram inspiradas nas alterações que o Twitter/X já havia feito a

um ano atrás em sua plataforma. A alteração marca uma posição política da plataforma, e que altera também as bases de nossa análise.

Em segundo lugar, essa mesma volatilidade se aplica às arenas públicas que são formadas no Twitter/X. A instabilidade padrão dos fenômenos relacionados à estrutura das plataformas também se refletem nas situações problemáticas que são formadas lá, em um efeito dominó. Neste trabalho analisamos duas situações que ainda estão em plena ebulição: a arena pública da "Escala 6x1" e a da "Taxação do Pix". Essas duas questões, que foram fruto de mobilizações em âmbito totalmente digital, foram construídas sob aspectos específicos, como manifestações *memética*s (Shifman, 2014), e a interferência algorítmica que citamos anteriormente. A combinação de fenômenos que ainda não terminaram, mas já produzem efeitos sensíveis e um ambiente que é suscetível a alterações contínuas traz desafios à análise, mas também produziram um recorte metodológico específico.

A partir dos objetivos postulados, buscamos realizar aproximações conceituais entre a materialidade dos fenômenos produzidos pelo Twitter/X e o quadro conceitual de Habermas, (1997), Cefaï (2017), Boltanski e Thévenot (1999), Antunes (2021), Dewey (2016), – o que ocorre no primeiro capítulo – tendo em vista a definição dessa rede social enquanto um lócus de formação de opinião pública específico das redes, baseado no conflito que é característico da formação de arenas públicas. Outro resultado possível após a aproximação conceitual é compreender o Twitter/X enquanto um espaço que abriga uma multiplicidade de situações problemáticas, problemas públicos e arenas públicas. A razão para isso é que, essa rede é responsável por produzir: a aproximação dos indivíduos com as situações onde eles se incomodam, a aproximação de indivíduos que pensam de maneira semelhante, ainda que de forma algorítmica, publicizar e institucionalizar situações problemáticas, apresentar espaços de discussão para a proposição de soluções, gerar os processos de cooperação, competição, aliança e conflito. O conflito, inclusive, é estratégia discursiva de atores como Jair Bolsonaro que não visa construir o consenso, mas estabelecer uma agenda política própria a partir do recurso discursivo de "guerra cultural" (Neto, 2018).

Para além disso, no segundo capítulo buscamos analisar os processos de "associação, cooperação, comunicação, discussão, investigação e

experimentação" (Cefaï, 2018), que acontecem de maneira específica no Twitter/X, desencadeando um espaço capaz de potencializar problemáticas e preparar a arena pública e da formação da opinião pública, que ocorre no seu seio. Tendo esses eventos analisados, colocamos em perspectiva no capítulo três dois dos problemas públicos que se tornaram parte da grande arena pública política do Brasil – os casos Taxação do Pix e Escala 6x1 – que, embora ainda ocorrendo, provam o lugar do Twitter/X e nossa visão pragmática do seu lugar na resolução dos problemas e da transformação da sociedade.

Em suma, em um caminhar que se combina com o próprio desenvolvimento conceitual das arenas públicas em Cefaï (2017;2018), nos propusemos no texto a compreender o público e a buscar como se dá a formação de situações problemáticas e sua transformação em conseguintes problemas públicos. Além disso, no terceiro capítulo mais especificamente, buscamos a correlação destes com eventos reais e atuais, exemplificando os conceitos que foram trabalhados nos capítulos anteriores. Nesse sentido, a equação da formação da opinião pública no Twitter/X foi observada com as lentes conceituais pragmáticas.

## CAPÍTULO 1: ONDE ELE ESTÁ? UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE O CONCEITO DE PÚBLICO

O percurso do processo de formação de uma opinião individual envolve diversas variáveis, interações, pensamentos e exposição à coletividade da sociedade. O entendimento de que as opiniões individuais que circulam no espaço social são incorporadas em nosso comportamento e forma de pensar por que fazemos parte de um meio social é válido. Entretanto, ele não consegue explicar em totalidade porque dissonâncias se formam. Se fôssemos todos iguais, todos os homens que estão no mesmo meio deveriam apresentar os mesmos resultados ao receber os mesmos estímulos, e uma "opinião pública" na verdade seria apenas um reflexo direto da opinião individual. Em um meio estável, não é possível haver resultados diferentes. Consideremos que este meio estável seja a sociedade civil com capital social acumulado (Putnam, 1995), constituindo em si uma rede de interações, engajamento cívico e reciprocidade generalizada. Além disso, tomemos que todos os cidadãos participam formando a unidade do todo e por ele são formados, em uma via de mão dupla, o resultado deveria ser uma forma de "opinião coletiva" cada vez mais una, facilitando o processo de tomada de decisões a respeito da vida individual e coletiva. Entretanto, a sociedade – em uma perspectiva liberal – não se comporta desta maneira e os indivíduos apresentam opiniões individuais diferentes mesmo quando participam do mesmo meio e recebem os mesmos *inputs* na coletividade. Logo, a opinião pública não pode ser compreendida apenas como uma soma aritmética das opiniões individuais, se parecendo muito mais com uma equação complexa que muda suas variáveis a todo instante, visto que as condições de sua formação estão a cada momento se transformando.

Dessa forma, aludimos a dois conceitos: a individualidade e a racionalização, propostos nas obras de Max Weber (1965; 2004). Segundo Thiry-Cherques (2009, p. 902),

> “racionalização, como utilizado por Weber, significa a redução à racionalidade de todos os aspectos da vida social. A racionalização é um processo: o mais das vezes trata-se de uma sublimação, quando a ação emotivamente condicionada aparece como descarga consciente de um estado sentimental.”

O fenômeno da opinião pública não deve ser analisado sem levar em consideração que, a sociedade do qual estamos falando é extremamente racionalizada, onde todos os aspectos da vida são minimamente calculados, e até mesmo as ações emocionais devem ser medidas e ponderadas a partir da lógica burocrática sob a qual está condicionada. Desse modo, não há espaço para ações essencialmente coletivas, ou, que sejam coletivas, mas não passem pelo indivíduo necessariamente. Em uma ontologia do pensamento Weberiano (Sell; Bouda, 2022), percebemos que, o lugar do indivíduo, na análise dos fenômenos modernos, vem antes da análise do todo. O indivíduo é a unidade fundamental de compreensão da sociedade. Chamamos isso de individualismo metodológico, uma perspectiva que admite que as relações de causalidade precisam ser compreendidas tendo como ponto de partida o plano individual para o plano social. Em Sell (2016, p. 327), vemos que, sendo o indivíduo o ponto de partida na análise de fenômenos sociais, é possível definir que a análise está em uma direção micro para o macro.

Tendo, pois, em vista o advento das redes sociais nessa sociedade, que influenciam todos os aspectos do mundo da vida, podemos inferir que o processo pelo qual ocorre a formação da opinião pública é fundamental para compreender o comportamento político. Desde o início de nossa trajetória nesse capítulo, que visa compreender e buscar recursos conceituais que possam descrever o Twitter/X e a sua influência no discurso político, voltamos nossa análise para o final – a opinião pública – muito embora seja necessário tomar o caminho desde o seu nascedouro: o próprio público, partindo do lugar do indivíduo nesse contexto, caminhando em do micro em direção aos macrofenômenos que essa rede social está envolvida.

O caminho que uma opinião individual percorre para se transformar cristalizado na opinião pública é permeado pelo processo dialético que ambas exercem entre si. Para compreendermos esse fenômeno, é necessário entendermos todo o contexto que o permeia: o público e o privado, visto que a

opinião individual em tese seria formada no seio dos espaços privados, e a opinião pública em tese seria formada nos espaços públicos. Muito embora haja uma diferenciação de funções entre essas duas naturezas, que foi se transformando ao longo do tempo, o ponto de partida de nossa análise reside em duas características primárias: o espaço público é diferente do privado em matriz, em funções exercidas pelos seres humanos nele, em forma de diálogo e comunicação e, não obstante, a opinião pública é formada a partir de situações que ocorrem em ambos os espaços, componentes importantes da esfera pública política, conceito cunhado por Jürgen Habermas (1992), sendo o Twitter/X uma esfera pública política abstrata, formada a partir de conexões interpessoais que não são realizadas em espaços físicos, mas tem valor real.

É importante mencionar que estamos realizando uma análise em três níveis: o reconhecimento das redes sociais e mais especificamente o Twitter/X enquanto esfera pública abstrata, entendendo que as derivações que ocorrem nesse espaço produzem uma multiplicidade complexificada de arenas públicas, e que ele aloca em si diversas delas ao mesmo tempo, potencializando problemáticas e, num processo amplo, é capaz de formar opinião pública dentro de seu espaço virtual. Nesse sentido, o virtual é parte integrante da concepção do mundo real, cumprindo uma função de reserva de memória e de garantia de multiplicidades de sentidos que são trazidos à realidade. Numa perspectiva de Deleuze (1998; 2012), o virtual e o real se confundem, onde o virtual se localiza como uma névoa ao redor do real. Olhando para fenômeno da internet e das redes sociais, é possível caracterizar o virtual como parte do real, onde, apesar de serem seres ontologicamente diferentes, são complementares entre si (Marques e Hessel, 2021)

Uma terceira característica pode-se dizer a respeito de espaços públicos e privados: representam espaços reais, como a casa, o clube, a associação de moradores, entre outros. Além de exemplos que discorreremos a priori: a pólis grega e o demos. O fato desses espaços serem reais estabelece um padrão para nossa análise: tratamos o processo de formação de opinião a partir de pressupostos racionais, que são tomados em lugares e pessoas reais, mesmo que em ambientes e contextos abstratos e de comunicação não-física – como por exemplo as redes sociais. Essas podem ser definidas *a priori* como ambientes virtuais que permitem a interação entre seres humanos, formações

de grupos de interesse ou organizações que compartilham valores em comum. São espaços sociais que, embora sendo virtuais, permitem a troca de informações, a construção de relacionamentos virtuais e a criação de conexões sociais que influenciam na vida real dos indivíduos. As redes sociais também encampar um modelo específico de comunicação, uma linguagem que cada uma das redes sociais tem e privilegia. Cada rede tem seu ranking de ativos mais importantes, e um algoritmo configurado de forma especial para aquela rede social, produzindo ambientes com diferenciações e experiências individuais.

Ainda a respeito das redes, é importante refletir a respeito da comunicação que se cristaliza nelas. Esse modelo de comunicação que privilegia valores como o imediatismo, a fácil compreensão, o alcance e o que chamamos de engajamento — que é, em suma, a interação ativa entre os usuários das redes, distribuindo-se entre todas as possibilidades de engajamento em cada plataforma (comentários, curtidas, compartilhamentos, mensagens diretas, reações, dentre outras — muito mais rápida do que os outros vigentes antes de sua institucionalização é extremamente eficaz para a formação de movimentos sociais entusiastas de grandes mudanças em nossa sociedade globalizada. A comunicação nas redes sociais é uma porta muito grande de análise nas ciências sociais nos últimos vinte anos, e especialmente no Twitter/X, no Brasil, podemos atestar que foi palco de articulações e de troca de informações relevantes em todos os últimos grandes eventos políticos da década (Impeachment de Dilma Rousseff em 2016, Eleições de 2018 e 2022). Essa relevância pode ser compreendida observando a fala de Castells (2012) a respeito das redes sociais e sua contribuição para esses eventos políticos:

> “a comunicação em ampla escala tem passado por profunda transformação tecnológica e organizacional, com a emergência do que denominei autocomunicação de massa, baseada em redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa, na internet; e, mais ainda, nas redes de comunicação sem fio, atualmente a principal plataforma de comunicação em toda parte. Esse é o novo contexto, no cerne da sociedade em rede como nova estrutura social, em que os movimentos sociais do século XXI se constituem.” (Castells, 2012, p. 15)

A comunicação horizontalizada e multidirecional que o autor mostra é a definição que concordamos para compreender as redes sociais. Horizontalizada, pois transcende os limites sociais que foram impostos, principalmente pelos

fatores econômicos, fazendo separação entre a elite e as massas. A autocomunicação de massas, como nomeia Castells, é uma maneira de, pelas redes sociais, reduzir distanciamentos propositais entre o público que é parte das massas e, ainda, entre as massas e as elites, em uma espécie de achatamento dessas diferenças para a horizontalização dos indivíduos. Multidirecional, pois ainda que permaneçam diferenciações entre elites e massas, há uma perspectiva de pulverização da capacidade comunicativa do indivíduo. Antes das redes sociais, sua capacidade de atingir muitas pessoas ao mesmo tempo era limitada por fatores temporais, limites geográficos e financeiros, dentre outros, que foram diminuídos e/ou abolidos através do modelo de comunicação pressuposto pelas redes sociais. De forma mais específica, o Twitter/X, que estamos analisando, encampa essas transformações em suas características, dando sua contribuição para uma nova estrutura social que tem as redes em seu cerne de capacidade de troca de informações. Dessa forma, há uma mudança também na estrutura de distribuição do poder político possibilitando a criação de muitos novos atores no nesse cenário e, nesse mesmo movimento, redireciona o local da dicotomia público/privado na formação de opinião pública, justamente como consequência da globalização, haja vista que a internet deixa de ser instrumental para ser relacional (Santos e Cypriano, 2014) e faz com que o caminho para o espaço público passe inevitavelmente por estruturas privadas.

Podemos compreender inicialmente as redes sociais como espaços virtuais e reais ao mesmo tempo. Virtuais por serem fruto de uma conexão e comunicação plenamente abstrata, não sendo um local físico; reais por representarem diretamente os sentimentos dos participantes. À primeira vista isso parece conflitante, mas é necessário compreender que as redes sociais representam um esquema complexo de subjetividades e representações. Castells (2012) mostra que

> da segurança do ciberespaço, pessoas de todas as idades e condições passaram a ocupar o espaço público, num encontro às cegas entre si e o destino que ousavam forjar, ao reivindicar seu direito de fazer história. (Castells, 2012, p. 5-6)

Ciberespaço, de forma resumida, nada mais é do que a representação prática do espaço virtual que está cristalizada na internet. Esse conceito não é novo, e segundo Gontijo *et. al* (2007), está sendo debatido desde o final dos anos 1980, não necessariamente ligado ao contexto da internet. O conceito de ciberespaço foi concebido por William Gibson (1984), em uma espécie de ficção científica – o livro chamado Neuromancer – versando sobre uma realidade que, atravessada pela tecnologia, produz sujeitos que estão modificados, tornando-se sujeitos de uma realidade também virtual. Pensar a realidade virtual é, de certa forma, observar uma reconstituição das subjetividades do ser humano em um espaço diferente do real, onde ele não necessariamente produz correlação direta entre os dois espaços nos quais está envolvido. Assim, o ser humano pode estar modificando sua história a partir de sua vivência, no campo da expressão, e no campo da representação, ou o espaço virtual, o ciberespaço.

Muito embora encampem, de certa maneira, essa divisão e localiza em si o ciberespaço, as redes sociais na verdade estão na linha hoje tênue entre o virtual e real, constituindo um modelo de espaço que real e virtual ao mesmo tempo, e, sendo uma expressão coletiva de subjetividades, funcionando de forma mais segura para o compartilhamento de pensamentos que sejam de fato o que os indivíduos estão pensando, oferecem a possibilidade de serem um espaço público. Para avançar na compreensão, precisamos construir um pequeno paralelo histórico, buscando compreender por que esse espaço é público quais os caminhos da opinião pública formada no seio do ciberespaço, mais especificamente do Twitter/X.

## 1.1 Espaço Público vs. Espaço Privado

Iniciamos nossa análise a partir de um breve histórico, para compreender a evolução da análise da categoria público, sem a qual não conseguimos compreender como a opinião pública torna-se o que é. Hannah Arendt (2007), afirma que

> "Nenhuma vida humana, nem mesmo a vida do eremita em meio à natureza selvagem, é possível sem um mundo que, direta ou indiretamente, testemunhe a presença de outros seres humanos" (2007, p.31)

A atividade humana é a responsável por todo o desenvolvimento de nossa civilização. Nesse contexto, não existem ações estritamente individuais. Toda e qualquer ação que se possa pensar vai esbarrar em uma outra ação realizada por outro ser humano, mesmo as que requerem apenas a atividade intelectual. Compreender a ação como essencialmente social é entender que os seres humanos não podem escapar aos outros e a privatividade é um fator muito restrito, tendo em vista a natureza da própria ideia da privatividade. Arendt mostra que o que é privativo, na prática, é o que sobra sendo excluído da atividade pública. Com o advento de diversas transformações e crises, a quantidade de elementos presentes que poderiam ser rotuladas como privativas foi diminuindo, tendo sido reduzidos a questões mais gerais a respeito de segurança ou sigilo, e como consequência, realinhando atividades da vida privada que antes estavam protegidas da vida pública.

Ademais, um outro fator importante para a análise é de que ao homem foi dada uma capacidade que só ele em sua individualidade pode exercer: a de livre transformação de seus pensamentos em agência – note-se que isso não é necessariamente o que o liberalismo preconiza como liberdade de consciência ou de formação de opinião, mas sim a capacidade individual de transformar, a partir de sua vontade, pensamentos em ações. Muito embora as ações estejam presas na sociedade, a sociedade não pode controlar obrigatoriamente o exercício individual da ação pelo homem e ele, por natureza, deve usar noções, réguas morais e justificativas privadas para seus atos. Portanto, em justa medida, os pensamentos – sua consciência – estão protegidos, mas quando se transformam em ações, fazem inevitavelmente parte do espaço público, tendo em vista a grande diminuição do que é privado. Esse movimento duplo realizado tanto pela sociedade quanto pelo indivíduo, forma seres sociais que sobrevivem apenas associando-se.

Observando a lógica de como e por quais razões os seres humanos se integram e se associam uns aos outros, na perspectiva da filosofia política contratualista – de autores como Rousseau, Hobbes e Locke – estavam interessados em discutir sob quais métricas esses homens deveriam se associar, e o que essa associação representava. Em outros termos, as condições de negociação do contrato que deveria ter por objetivo final garantir a sobrevivência de todos os seres humanos envolvidos naquele espaço. Esse entendimento de

que os seres humanos estariam coligados a partir da necessidade de preservarem as suas próprias vidas – representadas em seus interesses pessoais – foi o indutor de sua associação na história da formação das primeiras sociedades organizadas. Um desses momentos, embora não tenhamos correlação direta entre os contratos sociais e ele, é a pólis grega. Esse momento histórico é sempre recordado pois foi responsável por conceber pensadores relevantes para a Ciência Política, tal qual Platão e Aristóteles. Sob a lógica da pólis, o pensamento grego refletia a organização da sociedade na pólis, onde o homem precisava se expressar e opinar em um espaço – a ágora, ou *ekklesia* – que não era a sua casa, deixando-o de ser o "centro" intelectual do espaço e responsável direto pela formação de opinião do todo. Na ágora, e a partir dela, faz-se a primeira distinção entre público e privado, sendo essa uma oposição entre ele e a casa.

> "A capacidade humana de organização política não apenas difere, mas é diretamente oposta a essa associação natural cujo centro é construído pela casa (*oikia*) e pela família. O surgimento da cidade-estado significava que o homem recebera, além de sua vida privada, uma espécie de segunda vida, o seu bios politikos. Agora cada cidadão pertence a duas ordens de existência" (Arendt, 2007, p.33)

Ao fazer a diferenciação entre a vida pública e a vida privada, existem diferenciações secundárias que acontecem a partir desta primeira categorização. A família, por exemplo, é parte da vida privada. O trabalho, a organização política, a vivência na coletividade pertenciam à vida pública. Essas esferas de ações e relacionamentos existem com fins distintos, e para os gregos, o objetivo da esfera pública representada na pólis era a garantia do estabelecimento da liberdade. Essa é uma característica que é relevante para compreendermos a vida privada, pois sem liberdade ela não se constituiria. Sem essa característica, a vida pública livre também estava interditada e, por conseguinte, seria impossível criar um conjunto de normas que fossem respeitadas e apreciadas por todos. Para os gregos, a Liberdade era um critério importante e em Tucídides (1972) – encontrado em Held (1987) – esse ideal estava expresso. Na passagem, o pensador grego afirma que "somos livres e tolerantes em nossas vidas privadas; mas, nos assuntos públicos, mantemos a lei. E isto por que ela comanda nosso mais profundo respeito" (1972, p.145-147),

a separação entre o público e o privado e sua interdependência estão marcados. Outra característica marcante dos pensadores gregos – e que foi desenvolvida posteriormente – foi a inauguração do conceito de cidadania. O cidadão era aquele que podia participar e ter voz ativa no *demos*, leia-se, participação política. Opinando, decidindo, votando e propondo, o cidadão exercia a liberdade na comunidade política que só poderia ser realizada lá. No contexto dos gregos, enxergamos os primeiros passos da diferenciação entre o que viria a ser a ideia de indivíduo e a ideia de público, sendo um oposto ao outro.

Identificando nesse momento histórico a gênese da esfera privada e da esfera pública, a análise de Arendt, tomando em conta essa diferenciação iniciada pelos gregos, aponta uma outra esfera: a esfera social. Retomamos a noção de cidadania para compreendermos a diferença entre especificamente a esfera pública e a esfera social. Na pólis – essa cidade é Atenas – a cidadania era uma qualidade restrita aos participantes, sendo esses homens, acima de 20 anos e que gozassem de plena saúde. Escravos e mulheres, que representavam boa parte da população ateniense, não tinham cidadania. Entretanto, eram indivíduos e participavam da sociedade, se relacionavam uns com os outros e cumpriam suas funções de labor dentro da privatividade do lar.

A esfera social, "cuja origem coincidiu com o surgimento da era moderna" (Arendt, 2007, p.37) encontrou sua forma política mais bem acabada somente no Estado nacional, o que mostra a importância da formação do Estado para a regulamentação dos espaços de opinião que existem na sociedade, garantindo a coesão em territórios multifacetados. Nesse salto do tempo da pólis grega para a formação dos primeiros Estados, podemos observar que o que promoveu a estabilidade foi justamente a preservação do indivíduo para a manutenção da sociedade. A esfera social cristalizada no Estado moderno remove alguns pressupostos que estavam presentes na pólis grega – como a restrição do conceito de indivíduo e cidadão – para garantir justamente alguns de seus objetivos – preservação universal de direitos, garantia da propriedade, ideal de nação, etc.

Esta arregimentação correlaciona a esfera social à esfera pública que é política, diluindo uma na outra. Toda a relação no meio social reflete os critérios da política, e toda relação política é sobretudo uma relação social. Isso só ocorre pois toda a sociedade está ancorada no contrato social civilizatório que funda o

Estado e, por ele, cria a necessidade de representação. Observamos em Hobbes (1968) que os homens, ao conferir o contrato social, conferem o estabelecimento de um pacto comum de defesa uns dos outros, a transferência do poder individual para o coletivo e compromete-se a subjugar sua vontade à obediência de uma "assembleia de homens" (Cap. XVII, p. 227-228) que pudesse ser capaz de governar com unidade, defender a nação do perigo estrangeiro, e assim garantir paz e tranquilidade a todos. A visão do principal dos contratualistas dá a Arendt ainda mais razão para crer no distanciamento entre a esfera social e a esfera privada, causada pela diluição da primeira na esfera pública que é política. Os seres humanos participantes de uma sociedade que tem seu pacto civilizatório baseado no Estado estão ligados socialmente através das bases que fundam o Estado – essas bases são essencialmente políticas, e não morais ou econômicas. De igual maneira, a responsabilidade de demarcar uma distância entre a esfera pública e a esfera privada que era da esfera social foi desconstruída, até que o abismo entre o público e o privado fosse cessado na Modernidade. O privado, que antes se referia a administração do lar em termos de finanças, trabalho, produção e até mesmo justiça, agora passa a ser apenas um espaço de intimidade onde o público não tem necessidade de ser acionado. Antes, o indivíduo usava o espaço privado para, literalmente, privar-se de algo. Sua casa, inviolável, era o refúgio próprio que deveria fazer parte da vida de todos os homens. Na modernidade, o privado é apenas o espaço de descanso, onde os efeitos do público seguem presentes.

A diluição da esfera social pela esfera pública que é política apontada por Hannah Arendt mostra que o corpo político está diretamente relacionado com a sociedade, sendo refletidas nas relações políticas as relações sociais. A vitória da sociedade sobre a política produz forças coercitivas de controle comportamental, que moldam e ajustam todas as formas de relações sociais a partir de padrões constituídos por ela própria. Nessa condição, "todo o processo da vida foi, de uma forma ou de outra, canalizado para a esfera pública" (Arendt, 2007 p.55), o que torna a compreensão da esfera pública extremamente necessária para compreender como os homens agem inclusive dentro da esfera privada, selecionando para o espaço que é comum apenas as atividades que podem ser apresentadas a todos os outros homens. Arendt mostra que o comportamento é moldado a partir do que pode ou não ser aceito na esfera

pública, e o fato de estarmos rodeados de um sem-número de pessoas em uma sociedade de massas, torna a esfera pública um ambiente difícil de se suportar pelos seres humanos.

## 1.2 A Teoria Habermasiana da Esfera Pública

Busquemos compreender outras visões a respeito da forma como a sociedade se relaciona e forma a esfera pública. Segundo Jurgen Habermas (1992),

> Esfera ou espaço público é um fenômeno social elementar do mesmo modo que a ação, o ator, o grupo ou a coletividade; porém, ele não é arrolado entre os conceitos tradicionais elaborados para descrever a ordem social. A esfera pública não pode ser entendida como uma instituição, nem como uma organização, pois ela constitui uma estrutura normativa capaz de diferenciar competências e papéis, nem regula o modo de pertença a uma organização, etc. Tampouco ela constitui um sistema [...]. A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicativos são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensar em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos. Do mesmo modo que o mundo da vida tomado globalmente, a esfera pública se reproduz através do agir comunicativo, implicando apenas o domínio de uma linguagem natural; ela está em sintonia com a compreensibilidade geral da prática comunicativa humana. (1997, p.92)

A compreensão de Habermas a respeito da esfera pública ultrapassa algumas das teses de Arendt, mas a principal questão é a de que o autor alemão concede à linguagem (ou agir comunicativo), e não à ação no espaço público ou à propriedade privada a condição para a participação na esfera pública. A "linguagem natural" a que o autor se refere garante a capacidade de socialização no espaço público e, portanto, a conexão intersubjetiva entre os sujeitos sociais já ocorre no sistema social independentemente de estarem compartilhando fisicamente o mesmo espaço. O fato de a esfera pública não ser uma instituição também a afasta de duas importantes categorias sociológicas: Estado e Burocracia. No âmbito político da esfera pública, essa característica mostra o nível de independência que a sociedade civil tem. Ela, para a manutenção das democracias liberais, em uma visão neotocquevilliana, é dependente da associação e do voluntarismo, e está um pouco mais inclinada a validar os movimentos autônomos gerados ali.

Por meio dessa separação entre Estado, Sociedade e Burocracia, em uma evolução histórica no pensamento “estadocêntrico” dos contratualistas – mesmo que algumas derivações sejam válidas e suas consequências sejam vistas na atualidade – é possível compreender a formação de opinião na esfera pública como um processo que não depende do espaço público, como vimos anteriormente, e nem do Estado. Depende muito mais do que efetivamente vêm a surgir na sociedade civil e das questões que permeiam a coletividade naquele momento. Por essa razão, o debate público é político e está em constante movimento, produzindo demandas e opiniões dissonantes, que se amalgamam quase como se fossem o momento anterior ao início de um ensaio de uma orquestra, quando todos os músicos ao mesmo tempo buscam afinar seus instrumentos. Essa afinação particular exige que cada um toque e repita por diversas vezes notas e sons que não são harmônicos entre si, produzindo um som indistinguível, um ruído característico desse momento em específico. Em uma sociedade pluralista, que podem ser compreendidos como os próprios músicos nessa orquestra, a esfera pública é a própria sociedade, onde cada um tem direito de produzir opiniões individuais que, serão somente produzidas dada uma relação intersubjetiva e linguística com essa sociedade anteriormente – como a necessidade de estudar música e aprender a produzir notas musicais com o instrumento. A única diferença é que aprender a tocar um clarinete, por exemplo, é uma atividade voluntária do ser humano. O aprendizado da linguagem como condição de socialização, não.

Qual seria a função do maestro e ao que poderíamos relacionar a própria música que essa orquestra produzirá? Para isso, precisamos compreender que a música é um fenômeno que é social, mas a popularidade, o relacionamento com a música, ritmos, poesias, harmonias, valores transmitidos, significâncias estéticas, dentre outros, não são um fenômeno universal, muito embora a música em si seja. Haja vista que cada sociedade ao redor do mundo vai desenvolver, a depender de diversos fatores, um padrão do que é belo. Isso, claro, sem levar em consideração os gostos individuais. De acordo com esses padrões, novas melodias e harmonizações são compostas, performadas e apreciadas pelos ouvintes. A função do maestro é, tão somente, coordenar o grupo de músicos para que eles possam performar um conjunto de notas harmônicas previamente compostas de acordo com o que a partitura informa, no tempo correto. A música,

portanto, é a forma de organizar e coordenar os comportamentos individuais dos músicos e a função do maestro nada mais é do que a do próprio Direito em uma sociedade pluralista. O processo de planificação e segmentação de opiniões é uma característica de Estados totalitários, que utilizam de seu poder administrativo para cercear a esfera pública política no momento da produção de opinião, qualificando como aceitáveis apenas determinados modelos de opinião.

A opinião pública não pode ser confundida com a opinião comum, justamente por seus processos de formação serem distintos. A opinião "comum" é desenhada de forma artesanal de acordo com interesses específicos, produzida debaixo de coação de comportamentos. A opinião pública é produzida de maneira livre e independente. Habermas mostra que

> Na prática de autodeterminação política dos sujeitos privados, a comunidade como que toma consciência de si mesma, produzindo efeitos sobre si mesma, através da vontade coletiva dos sujeitos privados. Isso faz com que a democracia seja sinônimo de auto-organização política da sociedade. (Habermas, 1997, p.20)

A ideia habermasiana para o seu entendimento sobre a sociedade civil política resulta em uma compreensão de que os indivíduos poderiam produzir compreensão política que residisse puramente na sociedade civil, e não no Estado. Logo, a esfera pública responsável pela formação da opinião pública não seria despolitizada se não estivesse ligada ao Estado, e sim possibilitaria uma autoadministração da sociedade sem a necessidade de instrumentalização a partir da burocracia do Estado, gerando uma opinião pública de natureza distinta à opinião do Estado. Essas duas travam, quando estão em espaços decisórios, uma disputa em direção ao objetivo comum – que é o estabelecimento do poder. Em regimes mais abertos e democráticos, o Estado não se preocupa em controlar, mas em servir como parâmetro de confiabilidade de informações para a manutenção da estabilidade política. É justamente quando essa relação de confiabilidade – geralmente com o governo momentâneo do Estado – é quebrada que se iniciam as revoltas populares de que Castells (2012) se refere.

Ainda a respeito da confiabilidade do Estado e seus reflexos, Giovanni Sartori *(1994)* mostra que a compreensão do conceito de opinião pública começa a partir do entendimento de que este conceito não é apenas uma soma que

expressa a “vontade geral”, como pensava Rousseau. O grande erro de pensarmos que a opinião é pública por ser comum, compartilhada pelos cidadãos que fazem parte da esfera pública reside justamente na associação dos conceitos de público e comum, como descrito anteriormente. O termo público explicita a relação entre a opinião e seu conteúdo primário: assuntos que concernem à *res publica*, eminentemente políticas.

> Em seu sentido primário, uma opinião é considerada pública não apenas por ser difundida entre os públicos, como também por dizer respeito a ‘coisas públicas’, à *res publica*. Em síntese, a opinião pública antes de tudo é um conceito político. (Sartori, 1994, p.125)

Ademais, Sartori elenca no conceito a complexidade apresentada pela multiplicidade de pessoas envolvidas no processo de geração da opinião pública.

> A opinião pública pode ser definida da seguinte maneira: um público, ou uma multiplicidade de público, cujos estados de espírito difusos (opiniões) interagem com fluxos de informações relativas ao estado da *res publica*. É claro que um estado de espírito ou opinião, compõe-se de ingredientes muito variados: necessidades, desejos, preferências, atitudes, um sistema generalizado de crenças e outras coisas mais [...] Mas para serem politicamente relevantes, as opiniões em questão devem ser politicamente sensibilizadas, isto é, expostas às informações relativas a eventos ligados à sociedade política. (Sartori, 1994, p.125)

Há duas razões pelas quais Sartori dialoga nesse debate: (a) por relacionar opinião e estado de espírito, (b) por perceber a necessidade de entender a opinião pública somente a partir da exposição à informações públicas. Estas duas razões remontam à primeira questão apresentada: a dicotomia público-privado. Relacionar a opinião a um estado de espírito é compreender que, assim como esse espírito, os estados são definidos de forma puramente individual. Os reflexos e as razões podem ser fruto de movimentações ocorridas na sociedade, na família, no trabalho e em quaisquer outros locais de relação social que o indivíduo pertença. Entretanto, seu espírito não deixa de ser individual, as escolhas, as relações e, como afirma o autor, as necessidades, desejos e preferências. Sendo a individualidade do indivíduo relevante, a coletividade presente na esfera pública, que versa e produz informações

relativas ao que é coisa pública, se manifestam como relevantes na segunda razão. Este debate, que tem um ponto comum, une as individualidades em torno da coletividade e esta gera informações para alimentar a individualidade, em um ciclo sistemático de relações sociais na esfera pública, alimentando a própria política do que a opinião pública pode produzir. Quando tomamos a confiabilidade como variável, as tensões observadas na opinião pública começam a fazer sentido, haja vista que ela é uma variável tanto coletiva quanto individual.

### 1.2.1 Esfera Pública como Arena de Formação de Vontade

Habermas também vai adiante ao diferenciar tipos de esferas públicas a partir de suas funções e debates que são exercidos em seu interior. Sua observação parte do pressuposto de que vivemos em uma sociedade extremamente complexificada, o que significa que os espaços de comunicação e os entes que participam desses processos são também difusos e complexos, completando o pensamento de Arendt sob esse aspecto. Esse pressuposto, aliado a seu pensamento embasado no agir comunicativo que preconiza a participação na esfera pública como um fenômeno social e da linguagem, possibilita que o autor alemão faça diferenciações sistemáticas e funcionais a respeito desse ponto.

> Ela [a esfera pública] representa uma rede supercomplexa que se ramifica num sem número de arenas internacionais, nacionais, regionais, comunais e sub-culturais, que se sobrepõem umas às outras; essa rede se articula objetivamente de acordo com pontos de vista funcionais, temas círculos, etc., assumindo a forma de esferas públicas mais ou menos especializadas, porém, ainda acessíveis a um público de leigos (por exemplo, esferas públicas literárias, eclesiásticas, artísticas, feministas, ou ainda, esferas públicas “alternativas” da política de saúde, da ciência e de outras); (Habermas, 1997, p.106)

Esse processo de formação de esferas públicas menos especializadas fluindo de esferas mais especializadas não quer dizer que elas percam sua conexão ou não possam ser encontradas e distinguidas a partir de aspectos semelhantes. Habermas afirma que

> além disso, ela se diferencia por níveis, de acordo com a densidade da comunicação, da complexidade organizacional e do alcance formando três tipos de esfera pública: esfera pública episódica (bares, cafés, encontros de rua), esfera pública da presença organizada (encontros de pais, público que freqüenta teatro, concertos de rock, reuniões de partidos ou congressos de igrejas) e esfera pública abstrata, produzida pela mídia (leitores, ouvintes e espectadores singulares e espalhados globalmente). (Habermas, 1997, p.106)

Se observarmos em paralelo as citações de Habermas e Sartori, podemos afirmar que a opinião pública é um entrecruzamento entre as opiniões individuais dos seres humanos e o grande leque de informações e aos quais eles estarão expostos no contexto de sua participação na esfera pública. Nisso temos uma das primeiras conclusões objetivas de nosso trabalho: esse entrecruzamento produzida de forma complexificada, haja vista a grande sobreposição de debates que nascem nas já sobrepostas arenas públicas, que por sua vez estão referenciadas nas distintas esferas públicas. O Twitter/X, como ademais discutiremos, é um meio claro de formação de opinião pública pois ele hospeda essa grande complexificação, construindo e desconstruindo arenas públicas com grande frequência.

Observando especialmente no âmbito da esfera pública abstrata, nos chama a atenção uma característica levantada por Habermas: ela é “produzida pela mídia”, onde leitores, ouvintes e espectadores estão “espalhados globalmente”. Esse entendimento traça um ponto importante para nosso trabalho e para a nossa hipótese geral: não é diretamente necessário que os indivíduos compartilhem do mesmo espaço físico, nem que se sintam diretamente parte dele, mas podem estar sendo influenciados de maneira abstrata a formar sua vontade a partir de uma esfera pública que não é substantiva, visual ou interativa como a episódica ou a de presença. Partindo da análise de Habermas, é possível perceber que ensejar a mídia como indutora desse tipo de esfera pública dá a essa instituição um tipo de poder que não havia sido outorgado a nenhum ser humano de maneira individual anteriormente, retirando da coletividade pública e da interação humana entrecruzada com as informações a capacidade de influenciar os indivíduos em seus estados particulares de espírito. Não cremos que essa operação ocorre de forma concorrente, entretanto a mídia tem papel fundamental na formação de opinião pública, fagocitando em muitas das vezes as outras esferas.

Quando duas pessoas se encontram em um bar ao acaso, os tópicos que elas conversarão poderão ser diversos e é impossível prever com exatidão ou até mesmo estatisticamente o que será conversado. Porém, quando esses tópicos são referenciados pelos tópicos que foram abordados pela mídia naquele período temporal, podemos observar uma demonstração de colonização da esfera pública episódica pela esfera pública midiática abstrata. A mídia tem o poder forte de dominar as informações que serão geradas para serem inseridas no debate público de acordo com seus interesses, principalmente em países como o Brasil, que os maiores conglomerados de informação são privados e pertencentes a famílias da alta sociedade. Inevitavelmente, essas informações estarão sendo produzidas sob um viés específico, muitas vezes retratando objetos e acontecimentos verdadeiros, mas sob uma ótica conveniente aos seus padrões ideológicos.

Noam Chomsky se preocupa abertamente com a questão da propaganda política na obra *Mídia: Propaganda Política e Manipulação (2013)*. Chegando a afirmar que as pessoas que detém o poder dos conglomerados de mídia e operam politicamente suas informações são donas da sociedade (p. 19, 2013), uma das principais teses abordadas em sua crítica é a de que a opinião pode ser construída a partir de um tipo de violência simbólica: obrigar as pessoas a assistirem e comentarem determinados tipos específicos de informação, através da veiculação repetida de propaganda, ou até mesmo de notícias enviesadas.

> É preciso, constantemente, enfiar goela abaixo os programas domésticos com os quais a população não concorda, porque não há nenhuma razão para que ela seja favorável a programas domésticos que a prejudique. Isto, também, implica muita propaganda. Os últimos dez anos estão cheios de exemplos deste tipo. Os programas de Reagan tinham uma rejeição esmagadora. Dois de cada três eleitores que em 1984 deram a Reagan uma vitória 'de lavada' esperavam que suas políticas não fossem postas em práticas. (Chomsky, 2013, p.32)

A observação do autor sobre a campanha de Ronald Reagan e seu subsequente mandato como presidente dos Estados Unidos demonstra que, nos assuntos públicos que a sociedade civil precisa estar pronta a responder quando consultada, existem possibilidades de elementos midiáticos serem variáveis importantes e que influenciam diretamente o resultado final do debate ou da consulta. Ademais, é importante salientar novamente uma das principais

características destes conglomerados de mídia: são privados. Ao permitir que elementos de natureza privada constituam vontade sobre os assuntos de natureza pública, outra variável deve ser observada na análise: a questão da disparidade financeira, que organiza a sociedade em grupos distintos de status e influência. A esfera pública abstrata que Habermas anuncia é sensível à variável midiática, especialmente por que a mídia foi criada com o propósito de atingir as massas com a informação. Nisso, surge a problemática do domínio informacional a partir do monopólio da mídia, fator determinante para o desequilíbrio da esfera pública abstrata e da resolução de problemáticas criadas nas arenas públicas derivadas dessa.

### 1.2.2 Twitter/X: representação de um modelo de esfera pública?

Novamente em Habermas (1997), pouco antes de conceituar o que pensa por esfera pública, o autor afirma que

> Em sociedades complexas, a esfera pública forma uma estrutura intermediária que faz a mediação entre o sistema político, de um lado, e os setores privados do mundo da vida e de sistemas de ação especializados em termos de funções, de outro. (Habermas, 1997, p.107)

Nesse cenário, a esfera pública política como espaço amplo de formação de opinião da sociedade civil é o meio principal do relacionamento entre o sistema político e administrativo do próprio Estado e os setores privados. Habermas também reconhece que a esfera pública afetada pela comunicação de massas – o fenômeno supracitado da mídia observado em Chomsky – é uma problemática que a sociedade civil terá que enfrentar, reduzindo as chances dela, de maneira própria – sem ser vítima de manipulação – influenciar os rumos do sistema político. Para solucionar essa problemática em favor de uma esfera pública política livre de interferência, produzindo em muitas etapas opinião pública livre de tensões especulativas e mais homogênea, é necessário que a sociedade civil se mobilize e vibre as estruturas "sob as quais se apoia a autoridade de um público que toma posição" (Habermas, p.113, 1997). Como sustentação das democracias liberais, a sociedade civil deve criar modelos associativos de comunicação, e é justamente nesse sentido o surgimento das redes sociais (Castells, 2012).

Em suma, compreender essa situação que ocorre dentro do que Habermas denomina Esfera Pública, é saber que a partir do relacionamento interpessoal, recheado de variáveis de informação, a opinião pública é construída sob um longo processo. Porém, precisamos também atestar que uma dessas variáveis, o advento da mídia, está radicalmente transformada. É relevante observar que no contexto da modernidade, a mídia especializada que influencia na esfera pública se alterou radicalmente nos últimos vinte anos, e ainda mais nos últimos dez. No recorte temporal de nosso trabalho, consideramos o advento das redes sociais como atores importantes para compreender o processo de formação de opinião, bem como a sua importância na transformação do significado de Ação Política sob muitos aspectos.

Sendo um espaço virtual, o Twitter/X é uma rede de comunicações distinta de outras redes sociais. Porém, como observaremos à frente em uma análise da experiência na plataforma, é possível afirmar que a forma como as redes comunicativas se instituíram, e se reconstituem lá, são únicas. Essa rede social é um dos únicos espaços de ruptura e um dos principais – juntamente com o Youtube – de valorização e crescimento de mídias alternativas às tradicionais, criando um ambiente de conflito de informações. De fato, o Twitter/X não informa, portanto não podemos considerar essa rede social como produtora de informações *per se,* mas hospeda e permite a partir de sua política de manutenção de perfis, uma série de criadores de conteúdo, jornalistas, canais, empresas que tem a capacidade de informar e gerar insights que podem influenciar as opiniões individual e coletiva com uma rapidez muito maior que as mídias tradicionais. Nesse ínterim, os seguidores e engajamento na plataforma se tornaram grandes ativos que se convertem em alcance e, como a regra mais antiga do mercado midiático atesta, quem alcança mais pessoas atrai mais patrocinadores. Dessa forma – sem considerar a questão do espectro ideológico nesse primeiro momento – é perceptível uma situação de disputa entre diversos produtores de informação com um objetivo: atingir mais pessoas. Essa disputa, quando observada a partir de uma lente ideológica, é definida como conflito. Talvez, se estivéssemos analisando sem os critérios ideológicos, ou apenas um dos nichos de um lado do espectro, haveria a possibilidade de nominar como disputa pois haveria, em tese, um campo de respeito e regras. Porém, há uma

outra variável – além do advento da mídia e da confiabilidade – que tem o poder de transformar disputas em conflitos: a polarização.

Decerto, este ambiente criado nas redes virtuais como um todo, já que essas variáveis não se manifestam exclusivamente no Twitter, as fez não esferas públicas de troca, mas sim um espaço de produção e reprodução de situações problemáticas. Segundo Cefaï (2008; 2017) e Antunes (2021), uma situação problemática enquanto conceito sociológico é a que tem poder de emulsificar a ação coletiva com o objetivo de solucioná-la. Os atores que se interessam pelas situações problemáticas também buscam determinar as condições de seu funcionamento, sua distribuição de poder, seu desenvolvimento, seu grau de controle. A situação problemática vai produzir incômodos e gera nesses grupos, além do descontentamento e da percepção de que os problemas criados por essa situação são danosos para aquele grupo ou para toda a humanidade, um sentimento de necessidade de ação. Dessa forma,

> Tentam definir o problema, determinar suas causas, detectar seus fatores e estabelecer as responsabilidades. Associam-se e organizam-se, encontram líderes para fazer suas vozes serem ouvidas e para convencer e mobilizar em grande escala. Tomam a palavra, testemunham, avaliam, argumentam, criticam, deliberam, interpelam a opinião e os poderes públicos. Quando estes não intervêm, buscam solução em sua própria escala, imaginam roteiros, projetam alternativas, tentam descobrir como regular ou suprimir o que definiram como situação problemática. (Cefaï, 2017, p.198)

As situações problemáticas, gênese dos distúrbios que levam a problemas coletivos, têm terreno fértil no Twitter/X. Nessa rede social, por conta de sua estrutura e seu algoritmo, as polêmicas que geram mais engajamento são mais acessadas, logo, mais vistas. Essas polêmicas são chaves indutoras de situações problemáticas, debates e possibilidades de ações pelos públicos afetados. Na égide delas, o público surge como uma categoria imprescindível de análise.

### 1.3 Em busca do público

Como nenhuma rede social é formada sem pessoas, precisamos buscar entender quais os limites que elas estão subordinadas, como elas influenciam

de fato as decisões que ocorrem nesse espaço, como os indivíduos se movimentam (ou não). Para isso, recorremos a John Dewey (2016) em *The Public and Its Problems: An Essay Of Political Inquiry*. Nessa obra, o autor busca lançar sua luz à relação entre quatro conceitos que fazem parte do cânone das ciências sociais: Estado, Governo, Público e Privado. Dewey enxerga como insuficiente muitas das críticas feitas à época, e desenvolve uma obra que preconiza entender como definir de forma independente cada um desses conceitos e onde existem confusões a respeito deles. Levando em consideração também o contexto sociopolítico de que Dewey – um autor estadunidense – estava vivenciando, o autor também visa elucidar questões a respeito da democracia e organizações políticas democráticas.

Fora da observação empírica, é difícil estabelecer a compreensão real da distinção entre as categorias trazidas pelo autor a este trabalho. Quando isso ocorre, há uma espécie de "super teorização", que cria categorias desprovidas de aderência da realidade e/ou abismos entre a factibilidade e os conceitos, que perdem a capacidade de serem atribuídos aos seus representantes na vida real. Mesmo que essas categorias sejam difíceis de definir, Dewey alerta para a atenção aos fatos, fazendo necessárias distinções entre as ações que condicionam as ações humanas e as que são condicionadas por elas. (2016, p. 61) Nesse contexto, é possível visualizar uma grande multiplicidade de formas de organização dos seres humanos na sociedade, dada a complexidade da ação humana individual e coletivamente.

A relação social que constitui o que (ou quem) é o público leva em consideração a ação humana individual e coletiva, colocando a interação dos indivíduos com as consequências, de forma direta ou indireta. O público consiste, portanto, nestes indivíduos que são afetados pelas ações, fazendo parte da *res publika.* É importante salientar que a relação entre o público e a sociedade não quer dizer que todas as ações são públicas, ou que todas as ações privadas viram as costas para a sociedade. Por essa razão, grande questão que paira sobre o pensamento de Dewey é justamente os resultados causais observáveis da ação, e, dessa maneira, concerne à formação do Estado a partir do público as ações que são sociais e ações privadas que afetam diretamente o público. Nesse modelo de definição de Estado, o que o autor define como elemento crucial para definir sua existência é a presença de oficiais – pessoas que fazem

parte do público mas agem como representação estatal – representando os interesses desse mesmo Estado, fazendo em muitos momentos distinção do que são interesses públicos e/ou privados. São agentes públicos que trabalham em favor do público para manejar as consequências criadas a partir da existência de ações individuais e coletivas no público. (Dewey, 2016, p.71)

Muito embora possa haver um norte para descrever o Estado a partir disso, o Estado não deve ser compreendido como superior a outras formações humanas, haja vista que o mesmo público que é responsável pela formação e manutenção do Estado também é responsável por atribuir vida a outras formas de organização humana. Por isso, não se encontra o Estado moderno nacional na consciência individual do ser humano, e nem em locais imaginários do público, e sim na experiência, e os métodos de avaliação da filosofia política devem mudar de acordo com a mudança da realidade para absorver mais do que apenas a observação, teorização e sistematização podem fazer. Não encontrar o Estado nesse contexto não significa uma renúncia intelectual, mas uma valorização maior ao empírico, entendendo que, nesse contexto, há uma relação de interdependência concreta entre público e Estado, sendo o último responsável por influenciar e regular as associações criadas no primeiro, pois surge dele – não por geração espontânea, mas pelas circunstâncias de associação do indivíduo.

Para regular e manter a ação do Estado de forma íntegra e útil, um outro ator surge em consonância com os dois anteriores, com função igualmente relevante: o Governo, que age para representar o público no Estado, cuidando dos interesses coletivos e manejando a atuação dos oficiais públicos. Público, Estado e Governo se interdependem, e para que coexistam pacificamente na sociedade necessitam de um estado de vigilância uns dos outros de forma permanente. Duas características fomentam a necessidade da inter-vigilância dos três entes citados anteriormente: o fato de que a influência social determina pensamentos e escolhas individuais e de que oficiais públicos têm capacidade dual de influenciar tanto o Estado quanto o próprio público.

A escolha de Dewey de tomar ações como ponto de partida, considerando as consequências – como anteriormente dito, que afetam as pessoas envolvidas e que afetam outras para além destas primeiras – traz à luz a distinção entre o público e o privado. Tendo em vista que o que é ou não social não possui uma

definição clara, muito por conta da vasta gama de possibilidades de formações, a diferença entre o público e o privado volta-se para a análise de consequências das ações individuais: o público está circunscrito no campo mais amplo dos indivíduos que não estão diretamente envolvidos nas ações que são sociais mas fazem parte do contexto; Àquelas que são diretamente afetadas podemos caracterizar como parte do que é privado. Nisso, podemos observar que a dicotomia clássica das ciências sociais (indivíduo x sociedade) não pode ser aludida para representar a dicotomia público x privado. Para Dewey, a relação entre Estado, Governo e Sociedade depende diretamente da criação de estruturas específicas no Estado a partir do Governo para fazer com que as consequências não se percam de vista, fazendo dessa forma o público tomar as rédeas de seus próprios caminhos. O público é dependente destes instrumentos especiais do Estado por causa da institucionalização e impessoalização que foram impostas em sua transformação de público – *populus*, uma figura existente em qualquer cenário onde existem seres humanos circunscritos em um território que coexistem – para Estado – uma forma regulada jurídica e politicamente para ordenar a vida humana nesse contexto.

Como o autor também faz ressalva de que muitas das ações que poderíamos acreditar que são privadas, são na verdade sociais, basta seguir o curso das consequências para encontrar o caminho que ele persegue, desse modo advogando em favor da compreensão de que a linha é extremamente tênue entre os conceitos. Dificilmente ações em grupos maiores do que duas pessoas não afetariam outras, mesmo que indiretamente, e por isso uma ampla gama de ações que em tese são privad2011as, se enquadram como sociais e, de certa forma, públicas, sem a rigidez do utilitarismo para descrever o que afetaria este último. Mesmo a amizade ou a relação mãe e filho podem ter acesso a vida pública, na medida em que haja ações individuais nesse contexto que afetam pessoas distantes destas relações. O que não quer dizer que estas associações sejam políticas. O autor utiliza esse exemplo para demonstrar dois pontos: que existem relações e formas não-políticas de associação e que cada ser humano preserva sua singularidade, assumindo nessas relações consequências apenas diretas. (Dewey, 2016, p.120)

Tendo em vista que a democracia é um processo histórico e bastante complexo, advindo de várias adaptações regionais, emergindo como uma

tentativa de solucionar problemáticas de sistemas anteriores a ela e sofrendo com influências econômicas, científicas e religiosas. O Estado, sendo um produto desta amálgama, não é plenamente democrático pois sua estrutura – leia-se, seus representantes que foram escolhidos com base em critérios não necessariamente políticos – têm vícios e não consegue atingir os objetivos que a Democracia visava corrigir e, de certa forma, em razão do advento da tecnologia e da mudança estrutural do modo de produção, a sociedade não chega a ser uma comunidade.

Essa era tecnológica e industrial cria dificuldades e obstáculos para a organização do público, impactando fortemente a formação da opinião pública como um todo, criando formas de associação flutuantes, que desintegram a vida familiar e outras formas de associação que estavam integradas à esfera privada. Nessa expansão, as formas de unidade estão consolidadas por bases impessoais, impedindo o público de se organizar pois o impede de reconhecer a si mesmo como público. A falta de símbolos e ideais comuns nesse contexto, fortalece a formação de uma identidade pública amorfa, em uma Grande Sociedade que não consegue se comunicar de forma efetiva para se transformar em uma Grande Comunidade. O desafio que o público enfrenta de maneira coletiva na sociedade contemporânea é fruto direto da complexificação das formas de associação políticas, observadas pelo autor. É preciso registrar que o autor também critica o processo de naturalização da forma como os filósofos e cientistas políticos naturalizaram a economia, sem levar em conta seu caráter puramente artificial. Seu caráter artificial, produzido, influenciou diretamente a formação do sistema político da democracia moderna, e, dessa forma, o sistema econômico e político se confundiram grandemente, sendo que a Democracia surge justamente para controlar movimentações como essa. A Revolução Industrial, especialmente, cria um novo modelo de organização, de associação e acaba por gerar os resultados sociais supracitados. O público, ao final dessas grandes transformações, foi diluído e deixado à parte. Fagocitado pela Economia, pela Religião, pelo Estado e pelo Governo, o público some e perde o valor outrora a ele concedido.

É importante perceber que tanto Habermas quanto Dewey estão preocupados com os mesmos aspectos: a necessidade da mudança do comportamento da sociedade civil em relação ao Estado. Com a dinâmica de

observar as ações, e não necessariamente os indivíduos, a escolha por Dewey para nossa dissertação é uma escolha que confirma o contexto da ordem de observação: do micro para o macro. É relevante considerar que as relações sociais são constituídas de acordo com uma constante mudança entre afetos pelas consequências das ações individuais que ora se tornam coletivas, ora não, levando em consideração as justificativas sociológicas para os resultados observáveis das ações, buscando estabelecer relações causais.

### 1.3.1 Anomia e Redes Sociais

É importante perceber que o contexto da escrita de *The Public and Its Problems* é radicalmente diferente dos dias atuais – em menos de cinco anos a primeira publicação desta faz um século. O mundo estava no seu período conhecido como Entreguerras com várias novas potências se formando (Itália reunificada em torno do fascismo de Mussolini, a União Soviética de Lênin e Stálin, a Alemanha Unificada de Bismarck, sua queda e o nascimento do Nazismo) e várias outras caindo (a decadência do Reino Unido, da França e da Bélgica), um novo modo de produção surgindo e, mais especificamente os Estados Unidos, de onde falava o autor, se preparava para vivenciar grandes marcos em sua economia e política. De fato, o período entreguerras foi extremamente decisivo para o mundo, para as várias nações e sociedades como um todo. Muito embora o autor esteja mais próximo do mundo do Velho Marx do que dos tempos atuais, que são extremamente mais complexificados, John Dewey traz uma análise deveras pertinente para compreender as dinâmicas que nosso planeta enfrenta hoje. Primeiro, vamos analisar os pontos consonantes e relevantes para nosso contexto.

Ao criticar, na mesma linha de Weber (1950), os caminhos de desconexão opin que as sociedades ao redor do mundo estavam tomando, Dewey enxergou problemáticas embrionárias que hoje são vistas como raízes de dois gigantes cinematográficos: a globalização e as redes sociais. Se o Público é formado pelos indivíduos que estão ao redor dos problemas que os afetam direta ou indiretamente, as redes sociais facilitam a associação entre eles, mas dificultam a caminhada na direção da universalização da comunicação. Tomando o Twitter/X como fonte de análise, é possível afirmar que essa grande rede social

de integração que ultrapassa os limites da integração tanto orgânica quanto mecânica, conectando pessoas das mais diversas localidades ao redor do globo e promovendo formas essencialmente novas de associação política e não política. Essa rede social é uma empresa privada multinacional, que funciona em vários continentes e serve como forma de divulgação escrita de notícias, mas também de expressar individualidades e pensamentos dentro de nichos coletivos estruturados a partir de relações que se estabelecem por follows (o ato de seguir). Mesmo que essa definição não esteja em total consonância com o que o Twitter/X é hoje – pois as formas de relações não se restringem a isso – é importante citar que essa empresa é propriedade de um multimilionário estadunidense, que recentemente fez acusações graves contra as instituições de Justiça do Estado Brasileiro, incitando grupos políticos de extrema direita a nível global contra ministros do Supremo Tribunal Federal (Estadão, 2024)

Nesse salto de um século, podemos enxergar esse fenômeno de duas maneiras: a primeira, como agudização do comportamento anômico da sociedade, que não consegue se relacionar de forma real, sendo necessária a criação de estruturas subjetivas, de linguagem e ética próprias, não subjugadas a interações sociais locais, quebrando para sempre os padrões constituídos ao longo de toda a história da humanidade, num ponto de contato com a crítica feita por Dewey; Por outro lado, pode-se enxergar nas redes sociais uma forma de expansão das informações e do conhecimento público, que é essencial para formar governos que afetam positivamente o Estado, restaurando de certa forma a vida comunitária, mesmo que de forma subjetiva, que foi perdida através das transformações sociais às quais os indivíduos foram submetidos, criando conexão com as sugestões do autor para a retomada da construção de uma Grande Comunidade. (p.169-179) Fato é que, mesmo com essas duas visões possíveis, nenhuma delas considera que as redes sociais auxiliam ainda mais o eclipse do público dentro de dispositivos que deveriam conectar e aproximar os indivíduos, mas acabaram por criar espécies de “novas realidades”, esquecendo completamente que as ações virtualmente realizadas podem ter consequências reais. Na verdade, é possível dizer que a análise das consequências a nível coletivo foi colapsada a partir do advento das redes sociais.

O problema do público toma novas formas com as redes sociais. Dewey afirma que a opinião pública é qualificada e avivada a partir da circulação

interacional da informação, na forma de inteligência social. Esse papel, feito pela imprensa escrita mas majoritariamente pelo boca-a-boca, teria a capacidade de interligar novamente os indivíduos e restringir o processo de desconexão dos mesmos. Entretanto, com a agudização das características da mídia escrita privada – defesa de interesses particulares referentes aos vários e fragmentados grupos privados detentores dos direitos destes – o público que consome as mídias escritas acaba ficando cada vez mais parecida com elas, logo, mais fragmentado. Tendo em vista que existem diversos grupos privados que reverberam seu interesse no público, é difícil crer que haja um processo de integração que passe pela imprensa escrita que tem o objetivo de fragmentar e concorrer entre si. A mídia, tal qual outros setores da sociedade, foram influenciados pelo pensamento econômico liberal, que, como o autor dissertou, foi amplamente naturalizado em todos os modos de vida da sociedade. Essa naturalização de critérios competitivos criou acesso a diversos tipos de informação, levando a cabo a filtragem de público (com empresas tendo mais de três tipos de jornais para diferentes públicos) geralmente criado por fatores econômicos. Com a pulverização da informação, é difícil criar uma comunidade plenamente integrada, democrática e interativa, haja vista que o público filtrado terá relações muito mais fortes com aqueles que co-participam da sua realidade de consumo de informação. Segundo Dewey,

> Para além de uma ideia, a democracia não é uma alternativa a outros princípios de vida associativa. É a ideia de uma vida comunitária. É um ideal no único sentido inteligível de um ideal: a saber, a tendência e movimento de algo que existe coligado ao seu limite final, visto como completo, tornado perfeito.[2] (2016, p. 175)

Ou seja, a visão de democracia de Dewey estava amplamente atrelada à ideia de cooperação mútua e geral. O que impede as redes de serem pilares de uma sociedade mais democrática é justamente o seu serviço a desintegração social. Quando avançamos para a era digital das redes sociais, vemos que as

[2] Regarded as an idea, democracy is not an alternative to other principles of associated life. It is the idea of community life itself. It is an ideal in the only intelligible sense of an ideal: namely, the tendency and movement of some thing which exists carried to its final limit, viewed as completed, perfected. (tradução nossa)

mídias escritas entraram em decadência, essencialmente por não conseguirem alcançar e responder às dinâmicas que a sociedade desejava: interligação e comunicação não dependente de fronteiras físicas, e informação qualificada que se comunicasse com os diversos tipos de indivíduos e associações, cada vez mais complexificados e atomizados.

O surgimento de diversos espaços de mídia alternativos às que se tornaram tradicionais ecoam nas redes sociais por não encontrarem maneira de entrarem nas arenas competitivas que a mídia escrita tradicional economicamente construiu. As redes sociais, nesse ínterim, substituem progressivamente a comunicação face-a-face na liderança da interação. Nos dias atuais, é pouco provável pensar que uma pessoa teve mais contato direto e pessoal com pessoas reais do que com seus perfis nas redes sociais. É possível perceber que toda a cadeia de relação humana foi modificada para os indivíduos que vivem principalmente nas metrópoles e são afetados direta ou indiretamente pelas redes sociais. É fato que ainda existem locais inóspitos no mundo onde não existem pessoas que sofram com as consequências das ações individuais e coletivas por meio das redes sociais, mas são minorias que estão integradas ao todo de uma forma diferente e específica.

As redes sociais também contribuíram para a intensa complexificação das formas de associação humanas, sejam as que reverberam no campo político ou no campo não-político. A redefinição do conceito de amizade (para aludir a uma forma de relação lembrada por Dewey em sua obra) que redes como o Facebook e o Twitter/X trouxeram foi extremamente importante para compreender como os indivíduos se relacionam entre si. Falando especificamente da rede estadunidense criada por Mark Zuckerberg – já como uma empresa de capital privado – em 2010, os perfis do Facebook não foram as primeiras representações digitais dos seres nas redes. Outros espaços de relacionamento existiam no passado, mas o exemplo do Facebook é emblemático por conta das famosas “Solicitações de Amizade”. Para receber as informações de postagens, compartilhamentos, inscrições em eventos e até mesmo gostos em comum de algum outro perfil pessoal na rede, basta com um clique solicitar a amizade. No perfil que me representa no facebook, encontrei diversas pessoas que já não tenho nenhum tipo de relação pessoal há longos anos, mas esses perfis permanecem tendo acesso às minhas informações, pois somos amigos virtuais.

O roteiro desse tipo de experiência, mesmo que a descrição anterior seja muito pobre, comparada a experiência de associação para a amizade em um contexto sensível, real, é consideravelmente distinto, ignorando critérios de experiência e de troca real. Em contrapartida, as redes sociais podem fortalecer o senso comunitário, na medida em que conectam pessoas que têm realidades semelhantes em um mundo atomizado. Isso, segundo Castells (2012) favorece uma "comunicação autônoma" que é a "essência dos movimentos sociais" (p. 13). Uma das características que foram motrizes dessas redes como um todo é a capacidade de reduzir ou até mesmo findar barreiras físicas para a relação dos seres humanos. À vista de Dewey (e até mesmo aos olhos dos cientistas sociais), não seria possível taxar as redes como parte integrante exclusiva do problema de escondimento do público, ou do caminho para a construção de uma Grande Comunidade.

Para chegar a um denominador, é importante avaliar o contexto que Dewey explicita em seu texto: os pressupostos democráticos para a integração comunitária. Nesse ponto, enxergo as redes sociais caminhando no sentido contrário ao sistema democrático na esfera política, tanto quanto na esfera social. Ao se desvirtuar dos seus preceitos originais por terem sido cooptadas por grandes conglomerados privados, as redes como o Twitter/X são espaços onde a liberdade de opinião irrestrita – quase se assemelhando à libertinagem – podem se consolidar, mesmo as que atentam contra a estabilidade das relações coletivas na sociedade. Por essa razão, a gama de pessoas afetadas indiretamente pelos discursos feitos nas redes sociais são muito maiores, fazendo de um espaço de direito privado essencialmente público, logo, atraindo a atenção de representantes de governo e oficiais do Estado. Num ambiente difuso e sem parâmetros, sem barreiras nacionais e globais para a interação, é frequente perceber a formação de redes de associação políticas e não políticas que tem a interação como apenas uma das formas de relação. As redes sociais como o Twitter/X naturalizaram a possibilidade de endossar discursos e opiniões sem nem ao menos interagir com os donos delas. Nessa gama de ações sociais, a rotina de criação, destruição e recriação de símbolos coletivos acontece em velocidade ultrassônica, fortalecendo o afastamento de dezenas de milhões de pessoas que não o acompanham. Nisso, o aspecto que as redes preconizavam, o de conectar, é substituído pelo critério de aderir, criando uma separação clara

entre aqueles que, por diversas razões – muita das vezes econômicas, têm o poder de influenciar e aqueles que são influenciados e caminham a partir da aderência.

A aderência subjetiva às ideiais não cria necessariamente relações objetivas entre os indivíduos. A influência disso para a estruturação do Estado é direta, haja vista que o Estado, sob a perspectiva de Dewey, é apenas a representação legal do público, que está perdido e atomizado dentro das redes sociais e das mais variadas possibilidades de influências. O caminho para a democracia política, nesses fatores, é dificultado. Os ideais democráticos que Dewey observava tinham em vista a comunicação e a adoção de símbolos comuns, modos de vida consonantes entre si e uma contabilidade racional das consequências das ações individuais. As redes sociais mostram que nenhum desses aspectos foram fortalecidos por ela, muito pelo contrário, tendo sido suplantados por uma ética diferente daquela que a democracia em nível social preconizaria.

A comunicação, perdida no espectro da aderência, é limitada nas redes sociais. Mesmo com abas de relacionamento direto via mensagem entre perfis (como a Direct Message no Twitter/X e Messenger no Facebook), é difícil que haja equivalência desse nível de contato com as experiências reais de encontros e convivências. A diferença entre a linguagem falada e a linguagem escrita, que se desenvolvem de forma distintas entre si, cria pontos de dissonância claros que afetam a forma como as relações de associação são constituídas. Para além disso, como supracitado, a maneira de se relacionar no Twitter/X depende de follows (seguidas), que em suma são a mesma coisa das solicitações de amizade: te dão o direito de acompanhar tudo o que outro perfil posta de forma original, escreve comentando em outros tweets, reposta (que é quando o usuário faz uma republicação de um tweet em seu perfil) e reposta com comentários, podendo concordar ou discordar. Não é incomum ver diálogos intermináveis envolvendo centenas ou milhares de perfis – que é quando algo viraliza – que começaram em apenas um post e deram vida a discussões enormes, que ajudam a fomentar a opinião individual e coletiva.

Contudo, muito embora haja comunicação, mesmo que radicalmente diferente do modelo proposto por Dewey para a criação de uma comunidade, as redes sociais como um todo, e mais especificamente o Twitter/X, podem

fortalecer um processo de homogeneização de comunidades presentes na sociedade, a partir do estímulo à radicalização das opiniões. Por sua característica minimalista e reducionista (cada tweet pode ter apenas 256 caracteres, a menos que seu perfil seja assinante de uma categoria premium monetizada, onde o limite de caracteres em cada tweet é maior), a linguagem utilizada nessa rede social é frequentemente associada a algo ufanista, maximizando os pontos mais compreensíveis e fortes de qualquer discurso. No processo evolutivo dessa rede, que já completou uma década e meia de existência, os pontos de contato foram sendo transformados de harmônicos para conflituosos, sendo um espaço que movimenta as emoções e opiniões através do conflito e competitividade. O critério utilizado para medir o sucesso e a vitória é o engajamento, palavra tão recorrente nos dias atuais. Essa característica nada mais é do que a quantidade de perfis que interagiram e/ou foram afetados – viram e tiveram acesso às informações codificadas num tweet – mesmo que indiretamente. Apesar de ser medido através de um cálculo algorítmico racional, isso não quer dizer que as consequências das postagens sejam medidas.

Uma das questões que o Twitter/X amplificou, também observável nas redes sociais, é a ausência de critérios racionais para a observação das consequências das ações no público. A preocupação com o engajamento nas redes sociais não se assemelha à lógica proposta por Dewey por duas razões claras: o engajamento é fortalecido pelas aderências e por comunicações sem filtros qualitativos ou de experiência. Um influenciador preocupa-se em atingir pessoas em escala industrial e vive a partir de cálculos de ganhos e perdas meramente econômicos. Os perfis de redes sociais que cumprem essa função se movimentam com o mesmo cálculo que, por exemplo, donos de ativos financeiros e ações de empresas estudam formas de manter e aumentar seu patrimônio. Os donos de perfis agem com a lógica econômica liberal que, em nosso ponto de vista, não é compatível com a formação de uma Grande Comunidade, e sim, com uma sociedade de concorrência explícita. Neste ambiente, as soluções encontradas, na verdade, caminham em direção à maior tecnologização e cientifização da vida, transformada por critérios “ultra racionalizados”. O exemplo da China e das formas utilizadas para manter coesa uma nação multicultural de um bilhão de habitantes passam pela intensa capacitação e desenvolvimento tecnológico, traçando limites estatais para a

formação e conscientização da opinião pública, restringindo aos influenciadores uma posição subalterna à de independência e individualidade, comuns aos países ocidentais.

A partir disso, retornamos a Cefaï (2017), o problema do público e as rotas para compreender como a opinião pública é formada estão na busca pelas razões que fortalecem um modelo algorítmico de integrações comunitárias, no Twitter/X sendo essencialmente as situações problemáticas. Elas dão vida ao público por que ele emerge na contestação, na ausência do consenso, e não efetivamente na solução dos problemas. Em suma, um modelo de aglutinação a partir de um conflito que é perfeito para a influência da polarização. Porém, é importante novamente trazer Habermas para esse ponto da análise: só podemos caracterizar o Twitter como lar de situações problemáticas por que ele está inscrito na lógica ampla de funcionamento de uma esfera pública abstrata. O Twitter/X pode ser definido tal qual uma esfera pública foi:

> "uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos" (Habermas, 1992, p.92)

Entretanto, a sequência dessa definição mostra uma distinta perspectiva: a entrada dos indivíduos na esfera pública se dá a partir da a partir da "compreensibilidade geral da prática comunicativa cotidiana [...], uma estrutura comunicacional do agir, orientado pelo entendimento a qual tem a ver com o espaço social gerado no agir comunicativo" (1992, p.92). O agir comunicativo é uma teoria capitaneada pelo próprio Habermas, que preconiza, entre muitas outras questões, a negociação de sentidos dentro da interação e da utilização da linguagem, onde o discurso tem a função de fundamentar as pretensões de validade que aquele grupo em específico mantém como valores (Gonçalves, 1999). A problemática está justamente aí: não podemos afirmar que as redes sociais, nem mesmo o Twitter/X, utilizam a mesma linguagem — dentro da noção habermasiana — muito menos seja um espaço de negociação de sentidos com a finalidade de produzir ambientes de compreensibilidade. Embora haja uma permanente negociação de sentidos, também há nas redes sociais uma extensa negociação das pretensões de validade e dos próprios pilares que compõem os

discursos dos indivíduos. Ademais, as redes sociais não são espaços ocupados por pessoas majoritariamente esclarecidas, que tem a capacidade linguística de estruturar a opinião pública – de acordo com a perspectiva habermasiana. Pelo contrário, as redes sociais são bastante amplas, tendo a possibilidade de inserir nos debates muitos grupos variados ao mesmo tempo. Isso tem duas consequências diretas que citamos anteriormente: a criação em escala industrial de situações problemáticas embrionárias de arenas públicas e a polarização constante.

Situações problemáticas são um modelo de análise das consequências das ações individuais e coletivas que conta com processos que se iniciam no incômodo individual. Os indivíduos descontentes são fortalecidos à medida que são reconhecidos em outros atores participantes da arena pública, e geram em si "associação, cooperação, comunicação, discussão, investigação e experimentação, com o intuito de intuito de definir, delimitar e controlar a situação problemática" (Cefaï, 2018, p. 3-4). É mister que, para compreender quais questões tem status de situações problemáticas, é necessário compreender como a estrutura do Twitter/X proporciona todos os eventos supracitados a partir de uma rede algorítmica de comunicação

## CAPÍTULO 2 – COMO O TWITTER POTENCIALIZA PROBLEMÁTICAS E PREPARA A ARENA PÚBLICA

As situações problemáticas, ponto-chave para a compreensão do Twitter, se iniciam a partir de um ponto de insatisfação coletivo. Essa insatisfação reside na ideia de que algo precisa mudar, e, em grupo, ações devem ser realizadas. Boltanski e Thévenot (1999, p.359) chamam esses pontos de *moments critiques* (ou momentos críticos):

> The starting situation is something like the following: People, involved in ordinary relationships, who are doing things together – let us say, in politics, work, unionism – and who have to coordinate their actions, realize that something is going wrong; that they cannot get along any more; that something has to change. (Boltanski e Thévenot, 1999, p.359)[3]

Os *moments critiques* não devem ser compreendidos como rupturas institucionais, que mesmo sendo possibilidades derivativas destes, estão muito distante em uma escala de tamanho e envolvimento da sociedade. Também não devem ser compreendidos como insatisfações individuais do cotidiano, que tem valor sociológico, mas não são indutoras de associações entre os seres humanos. Em suma, as disputas que nascem desse ponto envolvem um grande número de objetos e instituições, fazendo participar um alto número de sujeitos. Esses sujeitos desencadeiam julgamentos, litígios, disputas que não são apenas linguísticas, mas se manifestam na forma como eles lidam com a realidade. A grande diferença dos *moments critiques* para insatisfações individuais é que os

[3] O começo da situação é algo como o que vem a seguir: pessoas, envolvidas em relações ordinárias, que estão fazendo coisas juntas – digamos, na política, no trabalho, unindo-se – e que tem que coordenar suas ações, percebem que algo está indo errado. Assim, eles não conseguem mais se dar bem. Assim, esse “algo” precisa mudar. (tradução nossa)

seres que passam por essa experiência estão imersos em um sentimento de necessidade de compartilhar e solucionar a problemática estabelecida. Segundo Boltanski e Thévenot (p. 360), “The person who realizes that something does not work rarely remains silent. He (or she) does not keep his feelings to himself”.[4] Os sentimentos atravessaram a vida cotidiana de tal maneira que essa pessoa busca meios de escoar seus sentimentos, convencer outras pessoas em nível semelhante e criar, o que os autores chamam de “scene”, ou cena, que pode ser compreendida como o lócus onde os debates poderiam acontecer.

À luz de Boltanski e Thévenot (1999, p. 360-361), podemos visualizar que esse lugar, muitas vezes real, proporcionou embates de argumentos e uma lógica de crise momentânea no ordinário. De fato, ninguém poderia viver para sempre em um estado de crise, de justificação de argumentos obrigatória e imperativa. Ademais, para que um estado de acordo (*agreement*) possa ser encontrado, é preciso que as duas partes criem meios de equivalência para o momento do embate. Isso não quer dizer que eles necessitam entrar nas discussões considerando apenas esses fatores, mas nenhum embate nessa arena pode chegar em um estado de acordo sem que as “armas” usadas nele sejam ao menos similares, e os próprios participantes do embate precisam ter a capacidade racionalizada de calcular as equivalências.

> But in order to converge in sorting out relevant and irrelevant items they must share a common capacity to see what fits the situation and under which relation. They need, hence, a common definition of the form of generality which allows to connect this situation with other ones identified as similar. The possibility of making reference to a principle of equivalence is also a prerequisite for minimal calculation. In order to blame or to criticize in a consistent way, one must, therefore, be endowed with a certain ability to calculate (Boltanski e Thévenot, 1999 p. 361)[5]

Ao analisar o Twitter/X, é possível concluir que essa rede social proporciona uma amplificação em profusão de situações problemáticas e de momentos críticos, Isso ocorre pois ela cumpre a função de mediar a entrada de

---

[4] A pessoa que percebe que algo não funciona raramente permanece em silêncio. Ele (ou ela) não guarda isso para si próprio. (tradução nossa)

[5] Mas, de forma que convirjam em selecionar itens relevantes e irrelevantes, eles precisam compartilhar uma capacidade comum de perceber o que cabe à situação e sob qual relação. Elas precisam, por isso, de uma definição comum da forma de generalidade que permite conectar a situação com aqueles outros identificados como similares. A possibilidade de fazer referência a um princípio de equivalência é também um pré-requisito para o cálculo mínimo. Para culpar ou criticar de uma forma consistente, este precisa, portanto, possuir uma certa habilidade para fazer o cálculo. (tradução nossa)

diversos atores em diversas arenas locais, nacionais e gerais de debate e disputa ao mesmo tempo. Como forma de aproximar os seres humanos uns dos outros e globalizar a comunicação, as redes sociais na prática aproximaram os indivíduos da identificação de diversas situações problemáticas ao mesmo tempo, em uma escala que mídias tradicionais impressas e a televisão não conseguem acompanhar. Para além disso, a inserção em espaços como o Twitter/X proporciona a comunicação com diversas pessoas ao mesmo tempo, em várias esferas e níveis diferentes: as mensagens privadas, as *trend-topics* – aglutinação algorítmica dos assuntos mais comentados na rede em determinadas seções geográficas, as comunidades – grupos de perfis que interagem em fóruns abertos de conversas por áudio – e os próprios posts (ou tweets), com as funções *repost, repost* com comentário e as próprias respostas, funcionando assim como o ponto de contato com as situações problemáticas, o facilitador de momentos críticos, e sobretudo a arena pública de debates. Nisso, necessitamos investigar mais a fundo o processo que se segue a partir do primeiro contato. Para entendermos se de fato existe a possibilidade de que no Twitter/X haja a formação de uma ou várias arenas públicas ao mesmo tempo, é necessário seguir as coordenadas que foram colocadas por Antunes (2021) para a formação do processo social que desemboca na formação de uma arena pública.

## 2.1 Associação e Cooperação

Um perfil no Twitter/X é criado a partir de um desejo voluntário do usuário de estar inserido nas redes sociais. Pontuamos isso para destacar que as formas de associação nessa rede social já partem de um pressuposto voluntarismo que não necessariamente existe na sociedade de maneira real, mas presente no mundo virtual. As pessoas que criam seus perfis nessa rede social têm o desejo de estar lá. Outro ponto importante é que uma mesma pessoa pode administrar mais de um perfil ao mesmo tempo – é dessa problemática que derivam perfis falsos, perfis de pessoas inexistentes ou mortas, mas com alto alcance e reconhecimento (por exemplo perfis que remetem a Pelé ou Maradona, no âmbito esportivo, ou Che Guevara, no âmbito político) e perfis especializados em

informações falsas travestidos de mídia independente, tanto à esquerda como à direita do espectro político.

Estes dois fatores permitem inicialmente compreender como alguém chega a essa rede social e se caracteriza como público – no sentido que desenvolvemos no primeiro capítulo – o que pode encontrar nela, e dá a compreender a disparidade entre o número de perfis registrados no território brasileiro e o número mensal de usuários ativos. Segundo a Forbes,

> "Em 2021, a rede chegou a ter no Brasil sua quarta principal operação. No final de 2022, tinha 24 milhões de usuários, número que, em janeiro deste ano, segundo a Snaq, chegava a 22 milhões. Ainda de acordo com a empresa de monitoramento, a rede tem, em média, 9,3 milhões de brasileiros que se configuram como usuários ativos mensais." (Forbes, 2024)

O usuário do Twitter/X se coloca dentro de uma rede de associações voluntárias e involuntárias mediadas de forma algorítmica, primeira variável que pode ser observada na gênese das situações problemáticas que aludia Cefaï (2018). A interação que é desenvolvida a partir dessas associações é um elemento necessário para que esse momento crítico chegue e as insatisfações passem a ser compartilhadas uns com os outros e, sendo o Twitter/X um lócus de formação de situações problemáticas, essa aproximação algorítmica entre perfis é um fenômeno relevante. No livro Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media, a autora José van Djick (2013) analisa como as redes sociais se tornam espaços de conexão e interação pública, as implicações para o discurso público e a formação de arenas públicas digitais. Nesse contexto, a autora inicia sua análise destacando o comportamento do usuário da tecnologia que as empresas lhe oferecem. Observando a história das plataformas, podemos perceber que o objetivo inicial de sua gênese não foi substituir a realidade pelo mundo virtual, mas trazer mais transparência ao mundo real através de uma comunicação sem interferências de atores como o Estado, o Mercado e o Governo, mas com práticas que poderiam estar presentes na atuação destes.

> "A maioria destes grupos online, aliás, preferiram conduzir suas atividades num espaço público e não corporações chegaram às plataformas, elas estavam desejando cooptar a retórica e apimentar sua imagem corporativa com valores mais comumente atribuídos ao setor público. Ainda, companhias preferiram apresentar a si mesmas como pioneiras de um

> modelo de empreendimento articulado público-privado" (tradução nossa)[6]

A autora reforça que o papel das redes sociais enquanto ambiente de fomento da conectividade – um conceito mais amplo do que a própria comunicação, que envolve a liberdade do fluxo de informações entre os seres humanos das restrições impostas pelas instituições sociais. No entanto, ainda que distanciadas das instituições, essas redes são mediadas a partir de normas em um sistema construído através do controle e das relações. Essas normas estão em constante fluxo de mudança, obsolescendo com muita rapidez análises a respeito do comportamento nessas plataformas. O fato de elas serem mediadas por normas e não por regras nos leva a compreender ainda melhor o ambiente das associações, que são perpassadas por controles de comportamento que se alteram sem ser vistos ou percebidos, diferentemente da alteração de leis e decretos na sociedade. Para van Djick (2013, p.19), "Normas são parte e parcela de uma cultura maior que está infusa com as circunstâncias históricas e condições políticas"[7]. As regras se diferenciam por serem um Sistema mais rígido de controle de comportamento, que pouco se alteram e moldam as ações sociais, e não o oposto.

Levando em consideração as normas e as suas grandes alterações, as maneiras pelas quais os usuários se associam também são constantemente alteradas por essas transformações, parte objetivas e parte subjetivas, de forma acessória. O fenômeno da associação está alinhado ao fenômeno da cooperação nas redes. Esses dois elementos refletem uma forma específica de sociabilidade do que é característico da Web 2.0. Fazendo um breve paralelo histórico, a Internet começa a sua popularização no Brasil ao final dos anos 1990 e início dos anos 2000. De forma a substituir modelos que hoje se mostram obsoletos para a comunicação e estreitar laços, a característica principal dessa primeira fase da internet foi a instrumentalidade. Possibilitando que diversas

---

[6] Most of these online groups, though, preferred to conduct their activities in a noncommercial, public space where they could communicate free of government or market constraints. When corporations took over online platforms, they were eager to co-opt the rhetoric and spice their corporate image with values more commonly attributed to the public sector. Indeed, companies liked to present themselves as pioneers of a joint public-private endeavor." (van Djick, 2013, p. 14)

[7] "*Norms are part and parcel of a larger culture that is infused with historical circumstances and political conditions"*

ferramentas estivessem ao alcance do usuário ao mesmo tempo, a grande novidade foi reduzir o tempo que ações eram realizadas. O nível de instrumentalidade não superava o de relacionalidade – ou seja, a qualidade de estabelecer relações – haja vista que as redes sociais não eram populares a esse nível. Porém, a Web 2.0 muda esse roteiro. Segundo Santos e Cipriano,

> Com efeito, a web 2.0, eventualmente chamada de segunda geração da internet, é basicamente caracterizada pela participação dos usuários, pela sua abertura para utilização e pelos efeitos de rede que produz. A participação se dá por meio de um sistema que estimula as relações, os compartilhamentos e as trocas entre os internautas, isto é, um sistema que incita a colaboração de quem quer que esteja disponível para entrar em interação com outros por intermédio da plataforma. (Santos e Cipriano, 2014, p.64)

Em uma rede majoritariamente relacional, a interação entre seus participantes se torna um ativo muito mais relevante. Nesse aspecto, as redes sociais assumem o protagonismo e derivam-se disso uma associação e cooperação específicas das redes, que respondem de forma direta a essa característica relacional, e dessa forma, categorias como amizade, seguidores, influenciadores (digitais) surgiram com novos significados diferentes dos habituais. Para além de uma nova semântica, um aspecto da colaboração ser uma das pedras fundamentais da Web 2.0, levado em consideração por Santos e Cipriano (2014), nos faz compreender como o Twitter/X se diferencia das demais redes: O conteúdo só se cristaliza como relevante nessa rede social a partir da colaboração de muitos membros. A partir da colaboração de muitos membros – em ações como curtidas, comentários e *reposts* que valorizam as impressões e aumentam o fator de engajamento dos tweets ou fios (*threads*), independentemente de serem positivos ou negativos – os posts chegam a outros perfis que tem características de interesse semelhantes. O algoritmo e os dados depositados no Twitter/X a partir da entrada do usuário na rede mediam a relação de aproximação para a associação desde o primeiro instante. Porém, ele só existe a partir da colaboração de muitos outros membros de uma grande rede.

### 2.1.1 Algoritmo do Twitter

É importante compreender que o algoritmo do Twitter usa inteligência artificial (IA) para analisar as interações dos usuários e criar uma lista de recomendações personalizadas. O objetivo é mostrar conteúdos que sejam relevantes e interessantes para cada usuário. O algoritmo do Twitter considera vários fatores para fazer as recomendações, incluindo: O que o usuário tweeta, os tweets que o ele recebe, as contas que segue, o que os outros usuários estão falando, a forma como ele interage com outros usuários[8], os tópicos que segue[9], os tuítes que os amigos do usuário curtem[10]. Para além disso, O algoritmo do Twitter também aplica filtros para selecionar os tweets, sendo esses: 1) filtro de visibilidade, que considera o conteúdo e as preferências do usuário, 2) diversidade de autores, para evitar a repetição de tweets da mesma pessoas e 3) equilíbrio de conteúdo, para balancear os tweets de pessoas que o usuário segue com os tweets de outras pessoas, também monitorando os tweets dos usuários e dando mais ou menos visibilidade a eles de acordo com os critérios supracitados. Essa filtragem traz algumas possíveis reflexões.

A primeira é que não podemos pensar em uma experiência digital individual, construída sem influências. De fato, como dizemos anteriormente, a entrada nas redes sociais é voluntária. De fato, nenhum usuário é coagido a entrar nas redes sociais, e quando entram, aceitam a monitorização que caracteriza este algoritmo mediador de toda a experiência. A segunda é que isso possibilita compreender por que a sociabilidade é mais facilitada no contexto da vida digital. O usuário não precisa ser ativo, na verdade, apenas pelo rastreamento das preferências de conteúdo o algoritmo já faz o trabalho de indicar tudo aquilo que será consumido. A terceira e mais importante para nossa análise: no campo da formação da opinião pública, o funcionamento do algoritmo do Twitter/X proporciona a entrada em muitos debates e polêmicas, e transformando perfis de pessoas que, anteriormente, só tinham contato com notícias e informações do mundo a partir da mídia tradicional – jornais, revistas,

---

[8] Disponível em: <https://www.primesoft.com.br/blog/algoritmo-de-recomendacao-do-twitter-e-revelado-o-que-podemos-aprender-com-ele/#:~:text=com%20marketing%20digital?-,O%20que%20%C3%A9%20o%20Algoritmo%20de%20recomenda%C3%A7%C3%A3o%20do%20Twitter?,ao%20conte%C3%BAdo%20que%20%C3%A9%20postado.> Acesso em 15 de Dez. de 2024 às 20h30min

[9] Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/twitter-explica-como-funciona-o-algoritmo-de-recomendacao-de-conteudo-225750/> Acesso em 15 de Dez. de 2024 às 20h30min

[10] idem

telejornais e a própria comunicação interpessoal – em micro-atores políticos, que, ao declarar sua opinião ou subscreverem seu apoio a opiniões já postas, se posicionam politicamente de uma forma que não poderiam fazer em nenhum outro local.

### 2.1.2 As Hashtags

O fato dos micro-atores políticos usarem o Twitter/X para expressarem o que pensam nesse microblog aproxima os perfis destes de outros que falam sobre o mesmo conteúdo. A questão é que, não necessariamente outros perfis estarão concordando com esse conteúdo, muitas vezes estando em lados opostos da opinião. Obviamente, pelas segmentações que o algoritmo faz, é mais provável que um perfil receba informações de perfis políticos e personalidades que convergem em um mesmo núcleo bolha de relacionamento. Mas não é raro ver que – como essa é uma rede social que depende de interação – determinados tópicos furem o seu núcleo e sejam comentados por nichos de perfis de outros espectros políticos. Tomemos como exemplo a temática proeminente nas redes sociais e no campo político no mês de novembro de 2024: a mobilização pelo fim da escala 6x1, que foi o assunto mais comentado do Twitter no mês, tendo 135 mil citações da hashtag "#FimDaEscala6x1" no dia 9 de novembro (Cenarium, 2024). Porém, uma afirmação da matéria dá a compreender como o engajamento é um fator extremamente importante para a aproximação a partir do conteúdo que o usuário tem contato:

> "Por fim, uma grande quantidade de postagens recorre à tática do "spam" para impulsionar um assunto nas redes sociais, repetindo apenas *"fim da escala 6×1"* diversas vezes, usando o recurso de respostas no X para dar tração (ainda que artificial) ao assunto." (Cenarium, 2024)

De acordo com Meraz e Papacharissi (2013, p. 140), as hashtags assumem um caráter espontâneo para a relação de comunicação interpessoal, facilitando seu uso enquanto método de ação política (Chagas, 2023; Castells, 2012) . Já os retweets, ou reposts, e as menções, são uma forma de endossar os discursos ou criticá-los, mas majoritariamente endossá-los, tendo uma variedade de sentimentos envolvidos. Entretanto, um tweet tem mais

probabilidade de ser repostado quando tem uma hashtag envolvida, pois o Twitter/X prioriza os posts realizados com elas. No artigo que analisa as crises no Egito e formas de organização, associação e cooperação dos egípcios para o levante, que foi parte do que ficou conhecido como Primavera Árabe, o Twitter/X foi utilizado como uma maneira de fugir ao controle da internet, fortalecendo o discurso de liberdade e autonomia. Uma das derivações desse fenômeno, então, é o que os autores definem como *addressivity,* ou endereçamento.

> Marcadores de endereçamento e hashtags moldam a maneira de conversação e o fluxo de compartilhamento de notícias no Twitter, dando voz a questões e públicos marginalizados, especialmente em situações onde o acesso a mídia é restrito, controlado ou, de certa forma inacessível (Meraz, Papacharissi, 2013, p. 141)[11]

Tendo um fluxo de notícias que é moldado a partir do uso de hashtags, Chagas (2023) observa que as hashtags tem a possibilidade de furar as bolhas das "audiências homofílicas e da atenção seletiva" (p.669), permitindo que o usuário discuta suas agendas a partir de uma exposição inadvertida, mediada de maneira algorítmica – o que significa dizer que não são dissonantes as características de envio e sugestão de conteúdo do algoritmo do Twitter/X supracitadas e a exposição a pontos de vista não necessariamente semelhantes. As hashtags são, ainda em Chagas (2023), caracterizada como porta de entrada para a compreensão da atividade política nessa rede social, tendo em vista que, como vemos em Faltesek (2015), as conexões que são geradas a partir do contato com as hashtags evoluem de meras conexões sociais desarticuladas para formas de atenção que podem gerar um público e um grupo de interesse – levando em consideração a efemeridade característica dessa forma de ação.

Tendo isso posto, elas servem para a compreensão do papel dos *trend topics* – que são os agrupamentos dos principais assuntos, sendo via citações nominais ou de hashtags, da rede social em alguma localidade. As hashtags, por conta de sua maleabilidade, podendo ser citadas por grupos políticos distintos, estão mais suscetíveis a intervenções e interferências de lobistas, grupos políticos fortes, veículos de mídia e atores sociais que visam controlar os

[11] Addressivity markers and hashtags shape the conversationality and flow of news streams on Twitter, giving voice to marginalized issues and publics, especially in situations where access to media is restricted, controlled, or otherwise not accessible (tradução nossa).

assuntos que estão sendo comentados nas redes de maneira geral. Já as trend topics apenas posicionam um assunto ou uma pauta no cerne da discussão, sendo um recurso mais fidedigno para a análise de tendências políticas e afins, aludindo à questão supracitada da escala 6x1.

> No Twitter, a visibilidade almejada pelos trending topics alimenta a cobiça de coletivos e milícias online que elegem uma ou mais palavras-chave para serem alçadas à posição de destaque. Na maior parte das vezes, trata-se de uma disputa de enquadramentos entre grupos favoráveis e contrários a governos ou a determinadas agendas, de modo que uma reconstituição do lugar ocupado por essas campanhas junto aos rankings da plataforma permitiria acompanhar momentos de tensão e distensão política entre os contendores, e, de certa forma, mapear as tensões pelas quais o cenário político em geral atravessa (Chagas, 2023, p. 671-672)

Dessa maneira, o fenômeno do *astroturfing*, definido por Silva (2015) como “manifestação encenada de um público” pode vir a ocorrer. Essa estratégia de modificação do debate público visa atingir um objetivo específico de um cliente, um lobista, com o intuito de repetir exaustivamente uma temática para gerar adesão, de forma que perfis reais e/ou falsos são usados para criar espécies de “ciberexércitos”. Essa estratégia passa diretamente pelo uso de hashtags e da manipulação das trend topics. Como o objetivo é gerar adesão, a estratégia do *astroturfing* domina a exposição inadvertida, fazendo parecer que não há oposição ou contraponto, desbalanceando o espaço de debates. Entretanto, todos os espectros políticos se valem de estratégias como essa para gerar ecossistemas de comunicação e disputar as redes sociais. Podemos elencar dois grandes exemplos de líderes digitais que utilizam essa estratégia em favor de suas campanhas políticas: Carlos Bolsonaro, vereador da cidade do Rio de Janeiro pelo Partido Liberal, coordenador da estratégia digital de Jair Bolsonaro, e André Janones, deputado federal pelo Partido Social Democrata, e um dos coordenadores da estratégia digital da campanha de Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores, à presidência da República em 2022. Concluímos que as plataformas, que privilegiam o engajamento, dependem de *moments critiques* para gerar renda através do engajamento e dos dados por ele gerados. O embate, ocorrido através de citações, hashtags contrárias, menções e das trend topics, mobiliza ciberexércitos para vencer, a partir das métricas e

do escoamento dos debates das redes sociais para os espaços de discussão do Estado.

Portanto, podemos afirmar que, a partir da forma com o Twitter/X constitui seu algoritmo, o usuário estará mais propenso a encontrar polêmicas e um ambiente de contrastes que podem gerar polarização, e terá: 1) a sua associação a outros usuários e grupos de interesse, 2) sua adesão a determinadas pautas e 3) sua entrada na arena pública influenciada e mediada a partir de um algoritmo. Dessa forma, o estabelecimento de relações entre os seres e o próprio modelo de comunicação nessa rede social fomentam o conflito, que ocorre a partir da frequente negociação de sentidos e de pretensões de validade, que são bases da constituição de situações problemáticas.

## 2.2 Comunicação e Discussão

O segundo aspecto dos momentos críticos que iniciam os debates geradores das arenas públicas que podemos observar no Twitter são, paralelamente, a comunicação e a discussão. Precisamos, para traçar um modelo explicativo, utilizar um recorte diferencial e específico. O Twitter/X não tem uma linguagem própria no sentido de algo decodificado que pode apenas ser compreendido naquela rede social. Entretanto, é necessário compreender que as redes sociais não têm as mesmas características algorítmicas e muito menos de comunicação.

Tracemos um paralelo entre as principais redes sociais e seus modelos de comunicação, atribuindo diferenças entre variáveis comuns, usando os dados de Kemp (2024)[12]. Dos 207 milhões de habitantes, o Brasil tem aproximadamente 179 milhões de usuários da internet, e contabiliza 164 milhões de usuários das 10 principais redes sociais, sendo elas, em ordem e porcentagem de usuários ativos nas redes conectados: 1) WhatsApp: 93.4%; 2) Instagram: 91.2%; 3) Facebook: 83.3%; 4) TikTok: 65.1%; 5) Facebook Messenger: 60.8%; 6) Telegram: 56.5%; 7) Pinterest: 46.7%; 8) Kuaishou (Kwai): 46.1%; 9) X (Twitter): 44.4%; 10) LinkedIn: 37.2%; Cada rede social tem padrões de comportamento moldado a partir das possibilidades que o usuário pode

[12] Os dados publicados por Kemp fazem parte do projeto Data Report, um conjunto de pesquisas anuais que monitora a utilização da internet no Brasil.

acessar. Tomemos como base essa tabela, que leva articula os dados com nossa observação:

TABELA 1: A distinção entre as principais redes sociais

| | Principal tipo de conteúdo compartilhado | Formato dos conteúdos compartilhados | Desenvolvedora |
|---|---|---|---|
| Facebook | Textos longos, imagens e similares; vídeos longos e curtos (de 30 a 60s) | Textos mais longos, assemelhando-se a blogs pessoais, muitas vezes atrelados a imagens ou links externos. | Meta |
| Instagram | Imagens e vídeos curtos de 30 a 60s | Postagens de imagens com ênfase no estilo de vida, comunicação verbal pelos posts e stories. | Meta |
| Tiktok | vídeos curtos de 30 a 60s | Danças, vídeos educativos com dicas, de alto potencial viralizatório, gatilhos de curiosidade e; ou sexualmente apelativos. | ByteDance |
| Whatsapp | - [13] | Rede voltada para as mensagens diretas, sucessor do e-mail. | Meta |
| Twitter/X | Microtextos, links de notícias e hashtags | Frases de impacto e efeito, declaratórias, para atingir objetivos | Independente, controlada pelas enterprises de Elon Musk |

[13] O Whatsapp tem um mecanismo chamado de "Status", em uma proposta semelhante aos Stories do Instagram. Porém, só pode ser visto por indivíduos que tem o contato de quem postou adicionado ao aparelho telefônico. Logo, a margem de impacto e relevância sociológica do fenômeno do compartilhamento é bem menor. Dessa forma, optamos por registrar como nulo.

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | em até 280 caracteres | |

Fonte: Elaboração própria

À primeira vista, o que chama a atenção é o fato de que Whatsapp, Facebook e Instagram, as três redes sociais mais populares do Brasil, são parte do ecossistema da mesma empresa. Isso possibilita um compartilhamento de informações e dados dos usuários que garante que a experiência nas redes sociais não seja unitária, mas perpasse toda a atividade que o usuário tem em diferentes perfis. Isso facilita, por exemplo, recomendações cruzadas de conteúdo. Utilizando a técnica de imaginação sociológica de Wright Mills (1972), pensemos em um usuário na faixa de 30 anos, média de idade da pirâmide etária brasileira. Ao criar um perfil no Facebook, um perfil no Whatsapp e um perfil no Instagram, todos os seus dados estão correlacionados a partir da verificação de identidade que esse indivíduo tem. Desse modo, ao construir a sua trajetória em uma rede social – digamos que seja o Instagram, onde ele começa a seguir dez a quinze perfis de um determinado espectro político por semana – há uma interligação, onde o Facebook, mesmo que ainda esteja sem ser utilizado com frequência, passe a recomendar amizades, grupos, produtos e páginas que estão alinhados às preferências que esse usuário manifestou no Instagram. Ainda que o propósito das redes sociais seja distinto, esse cruzamento de dados também terá impacto no Whatsapp. Ao registrar contatos no aparelho celular, esse usuário, com o objetivo de se comunicar a partir do Whatsapp, também receberá sugestões de amizade baseado nos contatos que ele se comunica no aplicativo de mensagens, mas não tem amizade no Facebook ou não segue no Instagram.

Ao compreender essa relação de interligação dessas redes sociais, é possível pensar que, esse usuário médio, por três lados distintos, estará sendo alimentado de conteúdos provenientes de uma mesma matriz de preferências. A chance de ser apresentado a um contraponto, a uma polêmica, ou a uma discussão é menor, pois a interação nessas redes sociais é menos relevante do que para o Twitter/X, por exemplo. As redes sociais da Meta não tem em si a aba de trend topics, por exemplo. Nessa análise, não estamos desejando cunhar o Twitter/X como a rede social mais relevante para a política nacional. Muitos

dos fatores mobilizantes, contatos, construção de redes de apoios e constituição de grupos de interesse ocorreram a partir das redes sociais como Instagram e Facebook, e dada a privatividade do Whatsapp, a base da comunicação mais pessoal e privada foi transferida para essa rede social. Logo, a solidificação de núcleos, nichos, relacionamentos e o acesso a mobilizações, levantes e afins podem ser encontradas em seu estado mais puro não no Twitter/X, mas no Whatsapp, bem como no Telegram, uma rede social de matriz diferente que cumpre as mesmas funcionalidades a partir de outros aspectos, sob os quais não nos debruçamos.

O segundo ponto que nos chama a atenção é a presença do Tiktok. Essa rede social tem um algoritmo totalmente diferente das redes sociais supracitadas, bem como o seu modelo de conteúdo distinto que, de certa forma, obrigou as principais redes sociais a incluírem setores específicos que se assemelham ao que é produzido no Tiktok. Os vídeos curtos, de no máximo 60 segundos, com gatilhos de atenção, cores vibrantes, mensagens visuais verbais e não verbais e muitas vezes sexualmente apelativos (característica própria dessa plataforma, tendo em vista que as redes sociais da Meta são historicamente mais restritivas com esse tipo de conteúdo). Entretanto, o nível de percepção da personalização no Tiktok é muito mais elevado, a partir da aba *For You*. Araújo e Karahwi (2023) indicam que, dado o nível de personalização desse algoritmo, os usuários da rede desenvolvem padrões de comportamento algorítmico, haja vista que o grande objetivo é se tornar famoso e atingir grandes públicos. Enquanto nas redes sociais da Meta, a personalização depende de uma movimentação prévia do usuário, mesmo que ele esteja no cerne da intercomunicação que citamos anteriormente, no Tiktok a aba For You é imediatamente atualizada e moldada a partir das preferências do usuário. Nisso, todo o comportamento é avaliado: curtidas, tempo de retenção, compartilhamentos, comentários e as demais ações possíveis na plataforma. Outro fator importante que compõe o algoritmo do Tiktok é a mais precisa geolocalização. A partir de um referenciamento local, os usuários também tem acesso a conteúdos que estão em alta na região, possibilitando uma experiência muito mais imersiva, e um modelo de comunicação muito mais específico e personalizado. Não à toa, é a rede que mais cresceu no Brasil do final de 2023

ao começo de 2024 (Kemp, 2024), em um aumento de 19,9 pontos percentuais no número de usuários.

### 2.2.1 Comunicação Declaratória

O grande ponto, ao analisar as redes sociais anteriores, é perceber que cada uma das redes sociais constrói um modelo próprio de comunicação verbal e não verbal. O modelo do Twitter/X é constituído a partir de suas especificidades, tanto algorítmicas quanto relacionais. A experiência do usuário do Twitter/X, que faz com que o usuário tenha acesso a conteúdos que não necessariamente tenha concordância, entretanto estão em alta, traz a possibilidade mais aberta de interagir com perfis oficiais e associar-se a grupos de interesse com maior facilidade do que em outras redes sociais. Uma das características que permeia a criação de conteúdo no Twitter/X e particulariza o formato da sua comunicação são os modelos declaratórios de divulgação de informação. Mas o que isso significa exatamente?

Um modelo declaratório de disseminação de informação refere-se mais comumente a um modelo de divulgação de informação, associado ao jornalismo. Tomando esse conceito emprestado dos estudos da área de comunicação, associa-se o termo “declaratório” comumente ao conceito de jornalismo declaratório (journalism of assertion). Esse modelo de comunicação nos serve para expressar como, em sua grande maioria, as notícias são produzidas e veiculadas no Twitter/X. Para tal, nos debruçarmos sobre esse modelo declaratório de comunicação, que repousa sobre o viés imediatista da transmissão de informação nessa rede social. Segundo Kovach e Rosentiel (2010),

> Na forma mais aguda, esse tipo de jornalismo declaratório ocorre em formatos faseados, como em segmentos de talk show no qual convidados são agendados para simplesmente ofertar sua opinião sobre as coisas [...] com pouco esforço para checar o que eles estão dizendo ou perguntar pela evidência ou qualquer outra coisa, além de fazer as coisas andarem. O problema é que essas conversas estão ocorrendo demasiadamente sem uma estrutura para checagem de fatos. A conversa cria uma base para a compreensão pública que podem ou não podem ser construídas sobre um entendimento do que é ou não verdade. Fatos, pela estrutura dessa cultura, são desvalorizados. Eles não são pedras fundamentais mas incidentais. Quando tudo é

> não-checado, todas as afirmações se tornam iguais – aquelas que são apuradas e aquelas que não são. As notícias, e o jornalismo, se tornam mais uma argumentação do que uma representação dos eventos de forma precisa. (Kovach e Rosentiel, 2010, p.131)[14]

O jornalismo é sempre uma representação da realidade e sempre teve um viés interpretativo. Não é possível imaginar um jornalismo puramente imparcial em nenhum cenário. Entretanto, a crítica dos autores é justamente a perda voluntária de aderência com a realidade, uma escolha crítica de reposicionamento que muda a característica do que é veiculado de informação enviesada para opinião baseada nos fatos. Isso é o que os autores chamam de fatos incidentais e, quando isso ocorre, o valor maior das informações está em como a informação é repassada, assim, desvalorizando a argumentação baseada nos fatos. Os autores sustentam a tese de que a televisão, o primeiro veículo sob o qual os modelos declaratórios de divulgação de informação foram mais incidentes, prefere essas formas de veiculação de notícias pois garante maior audiência. Elas estariam cumprindo um papel mais passivo no combate a veiculação de informações enviesadas ou falsas, e privilegiando quem recorre a essas práticas. A precisão e confiabilidade do que é noticiado, então, são valores que vão perdendo espaço conforme a televisão vai se tornando um veículo mais passivo. Uma das razões pelas quais as redes sociais se tornaram fonte mais relevante de notícias é, além do imediatismo, a quebra de confiança, deslocando para as redes sociais a primazia da informação (Grossi e Santos, 2018). Ademais, também é importante reconhecer que esse movimento não é fruto apenas da degradação da mídia tradicional, mas também o fortalecimento de uma cultura política que tem nas notícias falsas um método de ação política. De acordo com a pesquisa independente realizada pela American Press Institute (Rosenstiel et. al, 2015)

---

[14] At its most acute, this kind of journalism of assertion occurs in staged formats, such as talk show segments in which guests are booked to simply offer their take on things. [...] with little effort to check what they are saying or to ask for evidence or much of anything else, other than to move things along. The problem is that these conversations increasingly are occurring without a structure for fact-checking. The conversation creates a foundation of public understanding that may or may not be built on any knowledge of what is true or what is not. Facts, by the structure of this culture, are devalued. They are not foundation stones but incidentals. When everything is unchecked, all assertions become equal—those that are accurate and those that are not. The news, and journalism, becomes more of an argument than a depiction of accurate events (tradução nossa)

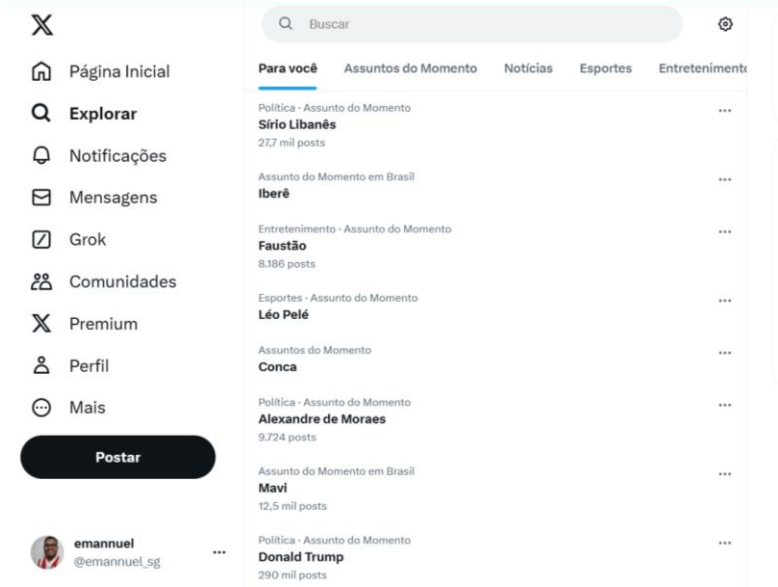
> “94% das pessoas no Twitter expressam interesse em eventos atuais; 3 em cada 4 pessoas que acessam o Twitter para notícias o fazem pelo menos uma vez por dia; 55% das pessoas recebem suas notícias do Twitter, mais do que outras plataformas de mídia social; 75% das pessoas que acessam o Twitter para notícias seguem notícias sobre política e eventos atuais” (Lisboa, 2022)

A autora da reportagem também aponta que, ao longo do ano dos primeiros seis meses e meio de 2022, 10,5 bilhões de tweets foram realizados sobre política em todo o mundo. Decerto, essa rede social proporciona um contato muito mais célere do que o jornal impresso e a mídia televisionada a notícias importantes. As redes sociais de maneira geral oferecem informação, réplicas, tréplicas, possibilidades de manifestação, associação e construção de grupos de interesses muito mais rápido do que qualquer outra fonte de informação. E, dentro das redes sociais que citamos anteriormente, o Twitter é utilizado como a principal fonte de informação justamente pela sua rapidez, fazendo com que ela tenha um ambiente muito mais suscetível a isso, segmentando o público e atraindo usuários que estão em busca das características ofertadas lá, haja vista que quase a totalidade dos usuários expressam desejo por informações atuais e rápidas, e 75% destes buscam ser informados por notícias. O dado que mais indica a preferência pelo Twitter/X no que se refere a rápidas informações é o terceiro, que indica 55% dos usuários recebendo mais informações por lá do que em outras redes sociais. A construção da audiência do Twitter/X dessa maneira tem a que ver com o seu viés imediatista, onde todo o ambiente da rede proporciona esse estilo de comunicação imediata. As funções de uso, principalmente o agrupamento realizado pelas trending topics, fomentam ainda mais essa característica, não havendo paralelo em outra rede social entre as mais populares e relevantes para comunicação tão imediata de notícias.

Ainda, é possível perceber um caminho ainda mais fácil para o contato com notícias que estão de acordo com suas pesquisas recentes: o Twitter, na seção das Trending Topics, reserva um espaço que segmenta as principais tendências e assuntos do momento de acordo com as preferências estabelecidos a partir dos dados coletados pelo algoritmo da rede social. Por exemplo, em coleta rápida realizada no momento da escrita desse parágrafo, às 23h13min do dia 13 de dezembro de 2024, os principais assuntos da aba Para

Você do meu perfil pessoal remetem a esportes e política, os dois principais tópicos que mais consumo nessa rede social.

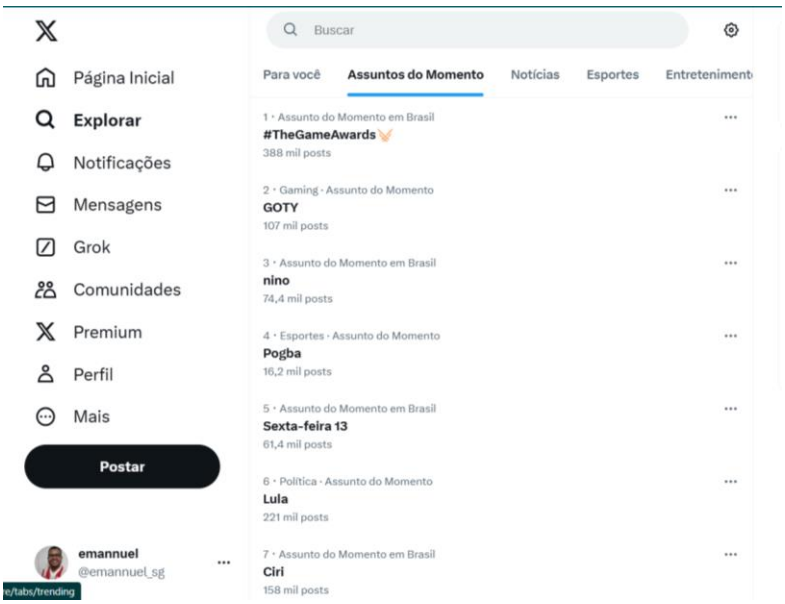
FIGURA 1: Aba Para Você, 13/12/2024 às 23h13min




FONTE: Elaboração própria

Porém, ao acessar a aba dos assuntos do momento relacionados ao Brasil, no momento do acesso, há uma diferença, notável na segunda imagem.

FIGURA 2: Aba Assuntos do Momento, em 13/12/2024 às 23h21min



FONTE: Elaboração própria

Apesar de determinadas correlações, como os pontos 1 na aba Para Você (Sírio Libanês) e 7 na aba Assuntos do Momento (Lula), tendo em vista que uma das principais notícias da semana em questão é a internação e boletins médicos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que está – até o momento – internado no hospital Sírio Libanês de São Paulo (G1, 2024), encontramos mais diferenças evidentes do que semelhanças, ratificando a presença do algoritmo nos ajustes específicos da experiência. Para tanto, é possível compreender o Twitter/X enquanto uma rede que prioriza o imediatismo. Esse fator traz uma consequência: com um volume tão alto de informações sendo produzidas ao mesmo tempo, sobre diversos tópicos, seria um esforço hercúleo, até mesmo para um algoritmo potente como o do Twitter/X, analisar e verificar a veracidade de todas as informações, realizando um bom *fact-cheking*.

A ausência de *fact-checking* na mesma velocidade que surgem informações é um problema para todas as plataformas envolvidas na disseminação de notícias em larga escala. Nem mesmo jornais impressos e televisionados estão isentos de gerar notícias falsas ou parcialmente verdadeiras. Porém, muito além do enviesamento de notícias, a produção em larga escala de notícias falsas e memes com o objetivo de interferir no debate público, uma parte constituinte da arena pública é um defeito estrutural de redes de massa como Twitter/X. De fato, essa rede social se notabilizou por evoluir em esforços de redução da quantidade de notícias falsas em sua plataforma. Em um breve recorte histórico, podemos visualizar alguns marcos importantes do envolvimento da rede com notícias falsas, ou fake news, que são definidas por Shu et. al (2017) não apenas a partir da ausência de autenticidade, mas feitas com o propósito de enganar o consumidor da notícia. Recuero e Gruzd (2019) afirmam que

> Parece-nos que a característica do propósito de enganar é fundamental para este trabalho. A fake news, assim, não se trata apenas de uma informação pela metade ou mal apurada, mas de uma informação falsa intencionalmente divulgada, para atingir interesses de indivíduos ou grupos. (Recuero e Gruzd, 2019, p. 32)

O engano proposital, segundo Nóbrega (2023), foi exposto a 76% dos brasileiros pelo menos uma vez durante o segundo semestre de 2022, período de campanha eleitoral e eleições gerais majoritárias no país. Portanto, podemos atestar que esse tipo de notícia é uma parte constituinte da ação política no país pelo menos nos últimos dois processos eleitorais (2018 e 2022). Ademais, as fake news não se perpetuam sozinhas. Recuero e Gruzd (2019) se debruçam sobre analisar os efeitos de cascata formada pela disseminação de fake news sobre o então ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, entre fevereiro e abril de 2018[15] no Twitter/X. Analisando mais de 2 milhões de tweets sobre a temática, os autores mostram que para a amplificação dessas notícias, elas necessitam tomar emprestada do jornalismo a retórica, trazendo os gatilhos que são já historicamente conhecidos. Outra necessidade são os algoritmos de visibilidade das plataformas, que amplificam conteúdos com base em critérios objetivos dos quais nós já nos debruçamos anteriormente.

### 2.2.2 Checagem de fatos insuficiente

No Twitter/X, especificamente, o algoritmo tende a propagar postagens que estão tendo alto índice de engajamento, sob a lógica das preferências do conteúdo do usuário. Isso não o isenta de receber notícias falsas, muito pelo contrário, aumentam a possibilidade de recebê-las. Uma terceira necessidade para a perpetuação desse tipo de conteúdo é a dos próprios usuários em compartilhar conteúdos que estão baseados em seus próprios sistemas de crenças, gerando o fenômeno da polarização nas redes. As pessoas tendem a compartilhar informações que confirmam seus valores e imputar descrença primária em informações que desconstroem ou questionam esses mesmos valores (Horta-Ribeiro et. al, 2017). O estudo de Recuero e Gruzd (2019) afirmam que

> as fake news eleitorais ficam restritas a seus próprios clusters ideológicos. No entanto, é importante observar que, mesmo a circulação dessas fake news dentro de grupos em que há

[15] Esse período foi deveras agudo para a política nacional, pois todo o cenário indicava, como se concretizou no final de abril, a prisão do ex-presidente.

> homofilia, pode aumentar a clusterização da rede pela ação das câmaras de eco, aumentando também o extremismo e as crenças políticas, o que contribui para constituir uma esfera pública parcial, com falsa percepção de consenso. Esse detalhe é particularmente complicador para as democracias em momentos eleitorais, como o que vive o Brasil atualmente (Recuero e Gruzd, 2019, p. 46)

Isso significa que o ambiente de uma rede social como o Twitter/X, durante o período eleitoral de 2018 – um dos marcos históricos para o início das análises a respeito da interferência de notícias falsas via Twitter/X – possibilitou um processo de formação ideológica de participantes de grupos de interesse viabilizados a partir do algoritmo da plataforma. Essa formação tem como consequência o aumento do extremismo, que é uma parte constituinte muito substantiva do processo de polarização. Há, dessa forma, uma relação causal direta entre a cultura de comunicação mediada por um algoritmo no Twitter/X, a hospedagem de fake news e, dessa forma, o crescimento do extremismo político e, por conseguinte, da polarização.

Em janeiro de 2022, a hashtag #TwitterApoiaFakeNews foi uma das mais comentadas no Brasil em meio a uma discussão entre os usuários sobre a ausência de possibilidades e meios na plataforma para a denúncia de informações falsas, especialmente sobre a pandemia. (G1, 2022). Nesse período, algumas alterações importantes estavam sendo feitas, e um canal direto de denúncias para esse fim estava em fase de testes em países como Estados Unidos, Austrália e Coreia do Sul. A grande questão é que essa rede social, em 2022, completou 17 anos de existência. Por que seu primeiro canal direto de denúncias de informações falsas demorou todo esse tempo para existir? A resposta primária é a conveniência da plataforma com a ausência de um rápido fact-checking. Vosoughi, Roy e Aral (2018) afirmam, em estudos realizados com tweets de 2006 a 2017, que as notícias falsas se propagam significativamente mais do que as notícias verdadeiras nessa plataforma, levando até seis vezes menos tempo para chegarem no usuário da rede, e com perfis falsos tendo 70% mais probabilidade de serem retuitados. Isso mostra que o ambiente do Twitter/X sempre foi mais confortável para informações dúbias. Pelo lado da plataforma, a partir principalmente do final de 2020 e início de 2021, algumas ações para mudar o formato desse relacionamento começaram a ser lançadas.

Para analisar o comportamento da plataforma em relação à fake news, usaremos as declarações da própria, disponíveis em seu portal Central de Ajuda[16], com informações institucionais. Segundo a plataforma, existem três diferentes políticas que versam sobre informações falsas: Política de Desinformação em Momentos de Crise – cuja página não está disponível para acesso público – Política de Mídia Sintética e Manipulada e Política de Integridade Cívica.

A Política de Mídia Sintética e Manipulada[17] tem três proibições importantes para o usuário da plataforma: automação não autorizada de perfis, conhecidos como bots, não estando em conformidade com as normas para desenvolvedores. A segunda, a proibição de personagens fakes, para se envolver em conteúdo perturbador ou enganoso. A terceira, a proibição de identidades falsas, perfis que usam imagens reais de outras pessoas para a propagação de notícias se passando por elas. Um ponto importante é que a política deixa claro que nenhum usuário é obrigado a usar a sua identidade real na rede social, permitindo contas que se enquadram em perfis de paródias, comentários (homenagens) e fã-clubes. Essa política também proíbe ações coordenadas de engajamento e spam de conteúdo, além, claro, de mídia manipulada, fora de contexto e com o objetivo de influenciar de maneira coordenada questões públicas (*astroturfing*); dentre outras proibições relevantes, podendo ter como resultado o banimento da conta da plataforma.

A segunda política, a de Integridade Cívica[18] mostra que não é permitido usar a plataforma para interferir em processos cívicos dos países que ela está presente, como por exemplo, compartilhando conteúdo que estimule o impedimento da participação de eleitores em processos eleitorais, enfraquecendo princípios da liberdade de expressão e participação política. Dadas essas características, a rede social afirma tomar seis ações para coibir a presença de informações falsas: rotular conteúdos como informações de contexto adicional; avisar ao usuário que ele está interagindo com um post em

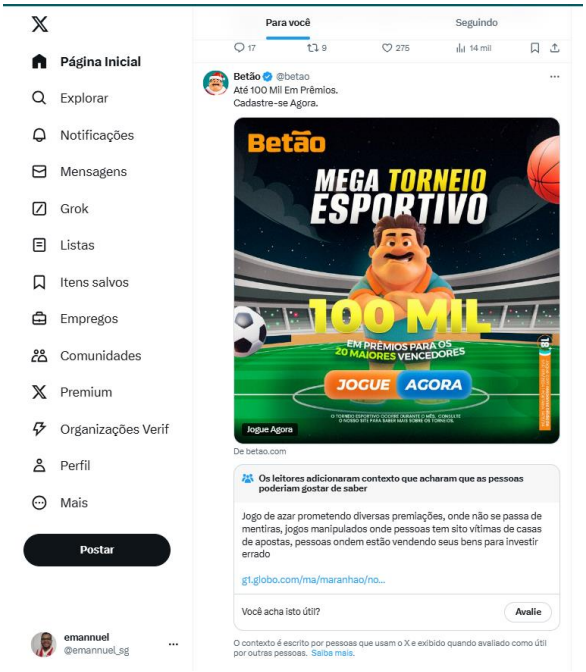
[16] Disponível em <https://help.x.com/pt/resources/addressing-misleading-info> Acesso em 19 de Dezembro de 2024,às 22h54min.

[17] Disponível em: <https://help.x.com/pt/rules-and-policies/authenticity> Acesso em 19 de Dezembro de 2024, às 22h59min.

[18] Disponível em: <https://help.x.com/pt/rules-and-policies/election-integrity-policy> Acesso em 19 de Dezembro de 2024, às 23h08min.

que houve detecção de notícias falsas ou fora de contexto; criar “moments”, que nada mais são do que informações disponibilizadas pela plataforma em larga escala, destacando o que o algoritmo considera como interessante para o perfil do usuário; realizando “prebunking”, que é o destacamento prévio de informações verdadeiras em contraponto a possíveis enxames de notícias falsas; criando um mecanismo de denùncia de informações não-confiáveis e, por fim, as Notas da Comunidade, que oferecem a possibilidade dos próprios usuários realizarem a checagem da informações e o atrelamento de informações adicionais em posts que podem ser enganosos. Das ações realizadas pela rede social, as Notas da Comunidade são um dos elementos mais importantes para a manutenção de um ambiente com um fluxo de informações verdadeiras.

FIGURA 3: Exemplo de informação de contexto adicional




Fonte: Elaboração própria

A ideia clara do Twitter/X é criar um ambiente que disponibilize segurança, informações verdadeiras e uma experiência nivelada para todos os usuários, aludindo a sua proposta original de conectar diferentes setores da sociedade em uma rede. Porém, as falhas no processo de desenvolvimento desses itens e a brandura com que a rede julga as diversas denúncias, já considerando a questão do fluxo industrial de informações postadas na rede. Em todas as redes sociais

existem polêmicas do que é permitido pela política comportamental ou não, e o quão permissivos são os algoritmos a disseminação de notícias falsas, crimes de ódio e incitações a esses, pornografia e temas sensíveis. Embora o caráter instrumental das redes tenha sido completamente substituído (Santos e Cypriano, 2014), a problemática dos perfis fake estabelecem novamente a questão da impessoalidade confortável para a disseminação disso. Como num modelo de troca sem levar em consideração as características específicas dos participantes e do contexto (Giddens, 1991), os perfis fake desafiam todas as políticas que tem como o objetivo integrar de forma mais humanista a comunidade que participa do Twitter/X. De fato, mesmo com um desenvolvimento contínuo da plataforma, seria uma tarefa muito desafiadora coibir de forma permanente a presença de perfis fakes ou dedicados a desinformação. Porém, a plataforma também apresenta morosidade na análise das denúncias, como esse perfil reclama e apresenta provas de que a rede social não identificou crime de racismo, tipificado na lei brasileira, ao ser chamado de "pretinho fodido" por um perfil fake[19].

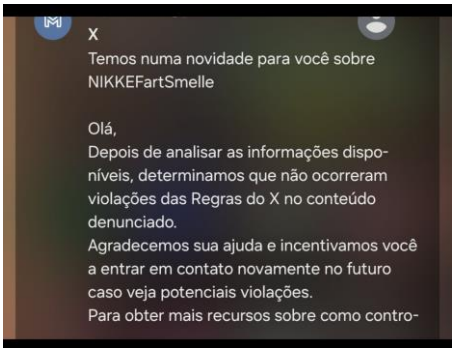
FIGURA 4: Insulto de um perfil fake




Fonte: Elaboração própria

FIGURA 5: Resposta da plataforma

[19] Disponível em:< https://x.com/phpereiracnct/status/1870304003159961893> Acesso em 21 de Dez. 2024 às 10h35




Fonte. Elaboração Própria

Dessa forma, embora o Twitter/X disponibilize dispositivos de checagem e denúncia, tanto com a autoridade da plataforma, quanto com a colaboração dos usuários, não é possível afirmar que há, em plenitude, uma checagem real da informações, e que a plataforma realmente faz cumprir em seu ambiente as regras propostas por ela própria. A rede social está inundada de perfis falsos se passando por verdadeiros, correspondendo a cerca de 20% da plataforma em nível global (Jin, Paul e Hu, 2022). Seu novo dono – cuja compra foi concretizada ao final de 2022 – Elon Musk é um ativista político internacional, com papel extremamente relevante para a política global ao ser um dos estrategistas da campanha de Donald Trump à nova eleição como presidente dos Estados Unidos no ano de 2024. Ele, a primeira pessoa a alcançar patrimônio líquido de 400 bilhões de dólares no planeta[20], será comandante de um departamento novo, de Eficiência Governamental, para utilizar sua experiência de gestão privada no setor público estadunidense[21]. O bilionário, partidário da direita política internacional, criou diversas problemáticas aqui no Brasil com o Ministro do Supremo Tribunal Federal, Alexandre de Moraes, que envolveram, dentre outras coisas, ofensas e acusações de corrupção[22], um debate amplo sobre a regulamentação das plataformas de redes sociais, reativando a discussão do projeto de lei n. 2630/2020[23] — que versa justamente sobre a regulamentação

[20] Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/elon-musk-se-torna-a-1a-pessoa-com-patrimonio-liquido-de-us-400-bilhoes/> Acesso em 19 de Dez. de 2024 às 23h38
[21] Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/articles/ce8dnm4dy4vo> Acesso em 19 de Dez. de 2024 às 23h38
[22] Disponível em <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2024/09/05/musk-acusa-alexandre-de-moraes-de-extrema-corrupcao-em-acoes-no-x.htm> Acesso em 19 de Dez. de 2024 às 23h41
[23] Disponível em <https://www.camara.leg.br/noticias/1050358-polemica-entre-elon-musk-e-alexandre-de-moraes-repercute-nos-discursos-de-deputados/> Acesso em 19 de Dez. de 2024 às 23h41

do uso das plataformas de redes sociais no país — e o banimento temporário do Twitter/X no Brasil, mediante a readequação da plataforma no contexto jurídico no país[24]

A insuficiência do controle a informações falsas e sua propensão a receber interferências externas, e a própria dinâmica algorítmica de circulação de informação no Twitter/X permite dizer que o fact-checking e a mitigação das fake news não são uma realidade, e isso fortalece diretamente o modelo declaratório de comunicação, que faz pouca ou nenhuma verificação de fontes ou de validades das informações postadas. Segundo Teixeira e Araújo (2020), em visão consonante com Kovach e Rosentiel (2010), afirmam que a comunicação de matérias jornalísticas declaratórias são entendidas como as que levam unicamente a declaração da fonte como validação, sem a preocupação com a checagem. Os autores também pontuam a diferença entre desinformação (disinformation) e informação enganosa (misinformation), sendo diferenciadas pela intenção de enganar, presente no repasse de desinformação. Em Recuero, Soares e Zago (2019), vemos que a movimentação de perfis de mídia alternativa e/ou hiper-partidária tem a possibilidade de desequilibrar o debate público com a publicação intencional de desinformação. Lima, Calazans e Dantas (2020) ainda percebem que, em virtude da polarização, a quebra de informações falsas em núcleos ideológicos mais duros é muito difícil.

O ciclo de comunicação e discussão, dois pontos fundamentais para o estabelecimento de uma arena pública, é perpassado por essas questões e variáveis. A principal razão pela qual o Twitter/X é a rede social que é mais propensa à formação de arenas públicas em nosso ponto de vista é a guarida dada para a formação de polarização a partir de polêmicas aquecidas a todo instante pelo algoritmo e enviadas de maneira industrial aos perfis. Porém, isso tem pontos positivos, como uma maior inserção de indivíduos no debate público, a maior proximidade entre lideranças, a formação de perfis de mídia alternativa, mas também pontos negativos, como o fortalecimento da polarização, a queda na qualidade da discussão em virtude disso, a formação de blocos mais coesos e menos comunicativos entre os grupos de interesse, e a grande propagação de

[24] Disponível em<https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/stf-confirma-decisao-que-suspendeu-o-x-antigo-twitter-em-todo-o-pais/> Acesso em 19 de Dez. de 2024 às 23h44

notícias falsas. Também é importante mencionar que o modelo declaratório do Twitter enfraquece a qualidade das discussões a respeito de qualquer tema que seja, haja vista que os fatos se tornam menos relevantes do que fatores como a identidade do interlocutor, a filiação ideológica dos interlocutores e as métricas de engajamento.

## 2.3 Investigação e Experimentação

A situação problemática é a base de um processo social que congrega, em si, diferentes tipos de atividades humanas, com a finalidade de extinguir essa situação. Assim, diferentes significados e interpretações são gerados nos diferentes grupos que participam desse contexto. Retornando a Dewey (1987) e Cefaï (2017) visualizamos que esse processo social nasce a partir de um incômodo, uma indignação a respeito de algo que os indivíduos julgam estar fora da ordem, e dessa forma "essas pessoas se inquietam, se interrogam, investigam, experimentam, discutem. Tentam definir o problema, determinar suas causas, detectar seus fatores e estabelecer as responsabilidades" (Cefaï, 2017, p.188). Esses são os primeiros pontos necessários para que a situação problemática inicie seu processo de transformação em arena pública. Em outro momento, como citamos anteriormente, Cefaï (2018) enfatiza a presença de seis ações: associação, cooperação, comunicação e discussão, que são partes cruciais para a definição do problema, e as duas últimas: investigação e experimentação, momentos que se diferenciam dos outros quatro pois aqui ocorrem majoritariamente a detecção dos fatores causadores dos problemas e o estabelecimento das responsabilidades. É importante reafirmar que a arena pública é um conceito abstrato, logo não representa de forma direta um espaço físico, e cada arena pública é formada sob diferentes aspectos, em diferentes espaços e concentra diferentes públicos, dessa forma, tendo diferentes análises, avaliações, opiniões. A partir disso, o momento de investigação e experimentação é o último passo para a fim da qualidade de situação problemática. Uma vez que os indivíduos ou contextos culpados pela insatisfação individual e coletiva são identificados, a resolução do problema é mais facilitada, ou, caso esteja mais longe, a arena pública será ocupada por

indivíduos e grupos munidos de compreensões lógicas de como solucionar as insatisfações.

O Twitter/X concentra também essas duas ações a partir de um modelo de associação e comunicação específico, a interação dos usuários e a localização destes em grupos de interesse possibilita a participação de muitos indivíduos no processo de validação das investigações e experimentações de lideranças ideológicas ou a publicação de teorias e opiniões, que podem ser validadas por outros usuários nesta fase de encontrar responsáveis. Outra variável importante, que nos ajuda a fazer uma certa separação simplificada entre os processos de investigação e experimentação, é a questão da checagem de informações. Anteriormente verificamos que essa rede social tem determinados critérios mas que são insuficientes por três razões: o grande volume de informações lançadas na plataforma diariamente, a má detecção de informações falsas, enganosas, prejudiciais e preconceituosas e o envolvimento político explícito do dono e gestor da rede. Esses três pontos se relacionam com a investigação, que é o momento primordial da definição dos culpados pelos problemas.

> Examinam seus diferentes aspectos, tendo em vista sair do nevoeiro da indeterminação, tentam delimitar “o que está errado”, formulam hipóteses ou conjecturas, propõem explicações e interpretações. Fazem uma investigação. Essa investigação tem necessariamente uma dimensão normativa: trata-se simultaneamente de imputar responsabilidades, denunciar negligências ou infrações, eventualmente designar vítimas e culpados, em suma, fazer julgamentos de ordem estética, moral, legal ou política a fim de reparar os danos ou punir os erros. (Cefai, 2017, p. 189)

Enquanto processo político (Park, 1922; Cefaï, 2018), a situação problemática assume uma dinâmica de problematização e publicização. Na fase de publicização, a partir do conflito latente de interpretações a respeito dessa problematização que já ultrapassou o limite de ser apenas discutido entre os indivíduos envolvidos, ocorre um processo de formação de opinião a partir da investigação. Isso ocorre justamente no Twitter/X, tendo em vista a função social agregadora que essa rede social cumpre, vislumbramos a importância dela para a formação de arenas públicas. Entretanto, a existência de experiências individuais e coletivas enviesadas a partir de um algoritmo podem interferir no

processo de investigação e experimentação. Será que o Twitter/X proporciona uma dimensão de resolução de problemáticas e questões que permeiam o campo político? Podemos afirmar que a administração dos conflitos característicos das situações problemáticas é imparcial? Os usuários enquanto indivíduos realmente investigam num espaço como o Twitter/X?

### 2.3.1 Administração de Conflitos

O conflito é uma das consequências da insatisfação e tem um alto valor sociológico, sendo uma das principais vertentes pela qual a História é interpretada. Entendemos conflito como George Simmel (2011), que define

> Conflito é, portanto, destinado a resolver dualismos divergentes, é uma maneira de conseguir algum tipo de unidade, mesmo que seja através da aniquilação de uma das partes em litígio. Isto é aproximadamente paralelo ao fato de que ele é o sintoma mais violento de uma doença que representa o esforço do organismo para se libertar de distúrbios e danos causados por eles. (Simmel, 2011, p. 568-569)

Tal qual a definição de Dewey (1987), Park e Burguess (1921) e Cefaï (2018), a posição do conflito para Simmel é a de passo necessário para a garantia da tranquilidade. Mesmo que uma das partes que participam desse litígio – que no caso das arenas públicas se assemelha mais a uma disputa de sentidos – seja aniquilada, a harmonia é o grande objetivo da existência do conflito como processo social. No contexto das situações problemáticas, o lugar do conflito é exatamente esse, diferindo nas matrizes pelas quais o conflito existe, como ele será apresentado, como seleciona os participantes e como chega aos seus resultados. Na dinâmica que caracteriza esse modelo de atividade social,

> O conflito consegue se organizar e se estabilizar em processos de “discussão racional”, de “mobilização da comunidade” e de “formação da opinião”, e às vezes de elaboração de leis e transformação das instituições. Então, a situação de crise é criativa, e essa dinâmica de publicização, enquanto modifica o jogo legal e político, tem efeitos que repercutem na ordem moral (Cefaï, 2018, p. 190)

A *discussão racional, mobilização comunitária e formação de opinião,* que são elementos constitutivos do conflito gerador das situações problemáticas, são

processos que ocorrem todos os dias nas redes sociais. Pelo fato dos seres humanos não apresentarem nenhuma forma empiricamente verificável de unidade harmônica (Simmel, 2011) é possível afirmar que esses processos acontecem nas redes sociais em virtude dessa condição, ou seja, os seres humanos pensam inevitavelmente de maneira distinta uns dos outros, e isso é munição para conflitos que ocorrem nas redes sociais, pois lá é o local que se constitui enquanto ponto de encontro de diversos seres humanos. Contudo, existem diferenças qualitativas quando falamos dos espaços onde esses processos ocorrem, e como vimos anteriormente, o Twitter/X deixa de cumprir um pressuposto para caracterizar a discussão lá como racional: o compromisso primordial com os fatos. Ao não contar com um veículo confiável de checagem ou não se esforçar para aprimorar a plataforma de forma que informações tendenciosas não influenciem na discussão, a mobilização comunitária que é um desdobramento dessa discussão será baseada em modelos discursivos que não respeitaram os fatos. Essa raiz é prejudicial ao crescimento de todo o processo, independentemente dos campos ideológicos que ela prejudica.

Outra característica importante que dificulta a plena discussão racional é a efemeridade das problemáticas, uma consequência direta do volume de informação na rede social. Ao não conseguir aprofundar os debates em virtude do surgimento e superposição de outros debates ao longo do curto espaço de tempo, o Twitter/X ganha em velocidade e dinamismo, mas perde em profundidade e confiabilidade, abrindo espaço para o modelo declaratório de comunicação. Sem debates profundos, a mobilização comunitária que é parte integrante do conflito gera uma distribuição de poder desigual, criando dois grupos: aqueles que têm tempo e condições de produzir e discutir de maneira esclarecida as principais problemáticas criadas, e aqueles que não tem. Os atores do primeiro grupo, no Twitter/X, correspondem às lideranças, mídias alternativas, representações políticas, dentre outras possibilidades. Numa sociedade em redes com multidimensionalidade do poder, (Castells, 2012), a distribuição de poder entre dois grupos sendo diferenciada quantitativamente pelo tempo disponível e qualitativamente pelas informações recebidas, cria um núcleo que representa aqueles que detém a hegemonia do discurso e capitaneiam a formação de grupos de interesse. Porém, levando em consideração a grande descentralização do poder discursivo nas redes sociais,

há a produção de um micropoder que está latente em todas as relações sociais e tem a capacidade de se reproduzir a partir do discurso (Foucault, 2008b), e não apenas através de forças institucionais.

Essa distribuição do poder através de uma lógica discursiva é parte importante da análise de como a sociedade se tornou cada vez mais permeável à disseminação de notícias falsas. Bruno e Roque (2020), mostram que dizer que esse fenômeno se resume a ausência de intelectualidade ou a uma questão de moralidade (ou ausência dela) seria mentiroso. A era da pós-verdade – onde as subjetividades das crenças pessoais e emocionais tem mais valor do que fatos na modelação da opinião pública – não foi criada a partir de uma elite esclarecida e massas burras. Na verdade, o que existe é uma tendência dos indivíduos a levarem em consideração primordialmente as crenças (Festinger, 1957). Nesse sentido, quanto mais relação com as crenças as informações têm, maiores são as possibilidades de não serem corroídas internamente. O que caracteriza o tempo presente enquanto era da pós-verdade são cinco principais fatores: negacionismo científico, viés cognitivo do ser humano, queda de importância dos meios de comunicação tradicionais, relativização da verdade característica do pós-modernismo e auge das redes sociais (McIntyre, 2019). Nesse último fator, dois pontos são relevantes para a nossa análise: a disseminação de informações nas redes sociais é feita em massa, em uma lógica "subterrânea" de disseminação de informações (Araújo, 2020, p.38) e a permissividade das redes, e mais especificamente do Twitter/X tanto a notícias falsas quanto à um tsunami diário de informações.

Dadas essas circunstâncias, a produção de opinião, ponta final do processo dinâmico que caracteriza as situações de crise, está enviesada no Twitter/X, pois não é produzida em um espaço imparcial. Assim, os elementos necessários para a formação das situações problemáticas também estarão, a saber: a formação do público, a insatisfação individual e coletiva, a comunicação que geram os grupos de interesse e as situações problemáticas. Sendo a pós-verdade hegemônica nas relações políticas e inviabilizando discussões racionais e objetivas, esses efeitos produzem movimentos que legitimam as subjetividades individuais e que desembocam em mobilizações comunitárias com raízes em mentiras. Logo, os conflitos não serão administrados de forma imparcial, fazendo com que a plataforma passe de meramente um espaço virtual para a resolução

de situações problemáticas a participante e ora produtora dessas situações. Nesse sentido, as redes sociais como um todo, e o Twitter/X pelas razões específicas a ele atribuídas anteriormente, têm responsabilidade nesse enviesamento no processo de formação da opinião pública. É importante ressaltar que isso ocorre de forma indiscriminada, ora prejudicando, ora auxiliando todos os grupos de interesse político: à esquerda, à direita e ao centro.

### 2.3.2 Atribuição de Responsabilidades

Se as matrizes de informação são possivelmente falsas, o debate é enviesado e os movimentos comunitários são constituídos a partir disso, O local da investigação no processo político das situações problemáticas fica simplificado ao de atribuição de responsabilidades. A investigação faz parte de um processo que tem como fim achar os culpados pelos problemas (Cefaï, 2018; Antunes, 2021) e o fim do conflito (Simmel, 2011), porém há a interferência das variáveis ausência de tempo, volume de informações, efemeridade e algoritmo das redes sociais. A atribuição simplificada de responsabilidades é o meio pelo qual esse processo se fecha, finalizando a movimentação de um grupo dentro da situação problemática – é importante reconhecer que, num conflito, todos os grupos participantes estão fazendo ao mesmo tempo o roteiro que desemboca na atribuição de responsáveis. A imputação de graus de responsabilidade e a criação de papéis sociais como culpados, vítimas, juízes e reparadores são consequência da responsabilização e publicização, onde se busca saber

> Quem fez o quê? Quem deve responder por seus atos? Com que grau de intenção ou negligência agiu o suposto culpado? Quem sofreu os danos e pode exigir justiça? Quem está habilitado a julgar? Quem é encarregado de punir ou de reparar? Quais atores devem ser designados como responsáveis pelo processo de restauração da ordem? (Cefaï, 2017, 197-198)

O fim do processo que desemboca na criação de papéis sociais novos tem um efeito político, com a influência mais elevada de determinadas opiniões nos debates a respeito de problemas públicos. Por exemplo, os indivíduos que exercem papéis como os de juízes ou reparadores morais são geralmente mais ouvidos do que outros. Goffman (2002) mostra que os indivíduos podem, nas relações sociais, elencar papéis e crerem que realmente representam aquele

papel na realidade ou serem cínicos, enganando o público propositalmente. Sabidamente, o sentimento antipolítica que ronda e desqualifica os sistemas democráticos (Bolgherini, 2023), e é uma das características da pós-verdade, é fomentado pela presença de muitos atores que cumprem um papel cínico em sua função a respeito dos problemas públicos. Isso mostra o desequilíbrio no qual as arenas públicas podem estar submetidas, tendo em vista o contexto de ação política da pós-modernidade.

Desse modo, identificamos que todas as ações que são elencadas como parte das situações problemáticas, tanto coletivas quanto individuais, são realizadas no Twitter/X de uma forma específica, com modelos próprios de associação e cooperação, comunicação, discussão, investigação e experimentação. Dadas as variáveis que recortam todos esses processos, podemos afirmar que o modelo de investigação e experimentação segue a lógica dos que o antecedem, sendo restrito, simplificado e algorítmico, proporcionando uma experiência normativa de definição de responsabilizações e estabelecimento de papéis individuais que é totalmente mediada pelos algoritmos, e refém dos modelos declaratórios de comunicação. Na passagem de situações problemáticas para problemas públicos (Antunes, 2021) – último passo antes do estabelecimento de uma arena pública – o Twitter/X tem o papel de filtro e enviesamento muito substantivo, contribuindo negativamente para a solução dos conflitos colocados a partir das situações problemáticas e cristalizados nas relações entre os seres humanos no espaço virtual da Web 2.0.

# 3. - ARENA PÚBLICA POLÍTICA FORMANDO DE MANEIRA ESPECÍFICA A OPINIÃO PÚBLICA

As características das definições de Cefaï (2017; 2018), Boltanski e Thévenot (1997) e Antunes (2021) a respeito das situações problemáticas – as primeiras identificáveis no contexto das inquietações individuais – mostram que ela é o primeiro passo para a virada da opinião pública dentro de um aspecto. Neste capítulo, discutiremos as características da passagem de situação problemática para problemas públicos, novamente colocando o Twitter/X no cerne desse processo. Essa rede social, que é o principal lócus de transmissão de informação rápida do planeta, abriga tanto a concepção quanto a gestação dos processos sociais que influenciam justamente a opinião pública.

## 3.1 Opinião Pública

A opinião pública é alvo de estudos da sociologia e da comunicação há pelo menos um século. Destaca-se como o primeiro grande tomo a respeito do tema os estudos de Walter Lippmann (2009), lançados sob o nome de *Opinião Pública* em 1922, praticamente no mesmo período que John Dewey (1987) lançava *O Público e Seus Problemas,* em 1927. Fato é que a primeira geração de obras a respeito da forma como a opinião pública se comporta estava preocupada em descobrir como a manifestação de um fenômeno até então compreendida como pertencente ao indivíduo – a opinião – poderia acontecer de forma coletiva, buscando visualizar esse processo desde o nascedouro. Marques e Martino (2020) dissertam sobre a gênese dos estudos desse tema e sua influência para a comunicação, mostrando que o principal tópico abordado por essa geração de estudos foi o equilíbrio entre os conceitos de público e massa. O conceito de *meios de comunicação de massa* estava latente, mas não

era uma afirmação incontestável dizer que ela participava ativamente dos processos de formação de uma opinião de massa.

A ideia de que a sociedade é formada por uma oposição entre elites e massas é um reflexo do estágio do desenvolvimento da Sociologia ao fim do período da Primeira Guerra Mundial: um mundo novo, extremamente burocratizado e vivendo um modelo de solidariedade orgânica causado por uma forte divisão social do trabalho, à medida de como Durkheim (1999) havia observado. Outros fatores que levaram a cabo a ideia de que uma sociedade de massas existia era o advento de grandes transformações econômicas que levaram a uma forte onda de consumo de massa. Para além disso, o surgimento de meios de comunicação em largo alcance proporcionou uma homogeneização cultural que permitiu observar a sociedade não apenas observando a diversidade dos comportamentos individuais, mas pelo viés oposto, o comportamento similar de grupos coletivos. Entretanto, a ideia de sociedade de massas não se resume apenas a um agrupamento de indivíduos em larga escala agindo semelhantemente. Herbert Marcuse (2002) mostra que a dimensão desse fenômeno estava diretamente atrelada à vitória da perspectiva do capitalismo na sociedade, fazendo com que “a cultura, a política e a economia se fundem num sistema onipresente que engolfa ou repele todas as alternativas” (p. 47). Essa fundição, e consequente criação de uma indústria cultural por esse sistema onipresente caracteriza a sociedade de massas: uma homogeneidade fabricada, afetando todo o processo de socialização.

Porém, “indústria cultural” e “cultura de massas" também não são conceitos igualitários. Theodor Adorno (1985) mostra que existem diferenças de naturezas entre eles. A sociedade de massas é produto de uma massificação do comportamento individual, expressa na homogeneização de suas preferências e, dentro de um espectro marxista de compreensão política, a sociedade é uma síntese das múltiplas determinações dos indivíduos que fazem parte dela. O terceiro autor expoente da Escola de Frankfurt, Max Horkheimer (1990), mostra que a cultura segue um padrão de introjetar coercitivamente nos sujeitos suas lógicas como forma de socialização. Isso mostra como o conceito de Cultura é central para compreender a formação de uma sociedade de massas que, dessa forma, é gerada por uma cultura massificada, proveniente das relações sociais desenhadas a partir do capitalismo. Dessa forma, o conceito de indústria cultural

nasce da ideia de que a cultura de massas não é uma característica natural da sociedade, e sim produzida em uma escala e modo industrial. Os produtos, segundo Adorno, são gerados para o consumo das massas, desenhados de forma específica com essa finalidade. Horkheimer também mostra que a cultura não pode ser compreendida como uma unidade autônoma, mas como uma "estrutura dinâmica, ou seja, como esfera dependente e ao mesmo tempo especial em todo o processo social" (1990, p. 184), aparecendo como uma "argamassa espiritual capaz de manter unida a sociedade" (Lima e Santos, 2018)

Ao analisar a perspectiva da Escola de Frankfurt em relação à Indústria Cultural, podemos observar duas questões: a temporalidade de sua produção na relação com outras perspectivas a respeito da opinião pública e a ênfase na mídia como parte nevrálgica da cultura de massas. A respeito da temporalidade, cabe dizer que esses autores estavam observando o fenômeno algum tempo após Lippmann, e sob matrizes diferentes de Sociologia: a alemã, no qual havia uma forte tendência marxista e gerou a Teoria Crítica, e a estadunidense, que estava bastante influenciada pela sociologia compreensiva de Weber, pela ecologia de Robert Park e pela sociologia de Georg Simmel. As primeiras obras da Escola de Frankfurt a respeito desse assunto são dos anos finais da década de 1930. Portanto, são autores geracionalmente contemporâneos muito embora mantenham perspectivas diferentes a respeito das causas e efeitos do "problema" da cultura. Apesar disso, há certa semelhança a respeito da posição dos meios de comunicação para a formação da opinião pública.

> Em Opinião pública, Lippmann (2009) reserva à mídia um lugar central na formação das opiniões a partir das "imagens" que cria na mente das pessoas expostas à mensagem: um dos capítulos mais conhecidos do livro é sobre "estereótipos" – do grego "grande imagem" ou "imagem ampliada". Estereótipos, explica, são uma espécie de "atalho mental" criado pelos indivíduos como um elemento redutor da complexidade social, a partir do qual é possível entender rapidamente a realidade ao redor. A opinião pública, lembra Lippmann, é formada sobretudo a partir da disseminação, em grande escala, desses estereótipos. Vale observar que, para o autor, a mídia não é a responsável pela criação de estereótipos, mas sim por sua difusão. Ao trazer a mídia para o debate sobre opinião pública, Lippmann não a coloca como detentora de um poder ilimitado, e sim de um fator relevante na formação da opinião pública. Trata-se de uma opinião "em massa", mas não necessariamente "das massas" na medida em que parece haver uma perspectiva vertical na maneira em que uma determinada ideia é colocada em circulação. (Martino e Marques, 2020, p.67)

Essa perspectiva vertical de Lippmann coaduna com o conceito de Indústria Cultural da Escola de Frankfurt, e é nesse ponto que versamos sobre a segunda questão: a ênfase na mídia. Ambas as perspectivas estavam exercendo sua preocupação com o fenômeno da mídia na formação da cultura. É importante mencionar que esse modelo de disseminação de informação, à época, era realizado por meios como jornais de larga distribuição, rádio e, ao final dos anos 50, a televisão – que só pode ser realmente concebida como meio de comunicação de massas a partir dos anos 1970. Outras variáveis também estavam presentes nesse meio, como a propaganda e o cinema, também responsáveis pela construção da vontade coletiva. Levando em consideração a presença desses meios com uma função formativa, a movimentação dos indivíduos estava se tornando cada vez mais coletivizada e homogênea, tendo sido influenciadas diretamente por dispositivos privados e grandes corporações. Lippmann e os autores da Escola de Frankfurt reduzem, de certa forma, a autonomia individual para apontar a função da mídia, confundindo propositalmente as ideias de opinião da mídia e opinião de massas. Seu viés na observação da formação da opinião pública focado na mídia proporciona uma análise mais institucional e menos individual dos fenômenos.

Tendo isso posto, esses conceitos são úteis para compreender a complexificação que se seguiu, principalmente no fenômeno da mídia e as mudanças no processo de formação da opinião pública. É importante dizer que, bem como outros conceitos sociológicos, o significado de “opinião pública” varia muito de acordo com as perspectivas pelas quais os autores estão observando, e não existe uma espécie de significado puro do fenômeno. Dessa maneira, precisamos analisar diferentes correntes de pensamento que não vivenciaram o advento do fenômeno da Web 2.0 para conceituá-la, relocalizando determinados debates.

Outro autor contemporâneo que representa uma escola diferente de pensamento, a que hoje se conhece como pragmatismo, é John Dewey (1987). Essa obra perpassa nosso trabalho, e apresenta uma perspectiva mais centrada no indivíduo. Antes de entender o que é a opinião pública, precisamos compreender quem é o público da opinião, que o autor afirma se formar aprioristicamente ao redor das situações que eles estão diretamente envolvidos,

produzindo um tipo específico de interação entre esses indivíduos. Um público se forma quando pessoas estão interessadas em participar da vida pública, opinar a respeito de questões sociais nas quais elas estarão participando. Dewey constrói um recurso que permite observar o fenômeno da opinião pública como produto de interações entre os sujeitos, e não apenas sendo gerada nas mentes dos líderes das mídias. Cefaï, que representa um expoente mais contemporâneo de John Dewey, sintetiza a noção do autor americano o que é o público:

> Apenas há o público onde existem disputas em torno de valores ou de ideais, de seu mérito e de seu impacto, de sua formulação e de sua significação nos julgamentos, que estão ancorados nesse movimento de desorganização e reorganização dos *selves*. Essas disputas se seguem em conflitos em torno da formação de normas morais e legais que lhes dão força" (CEFAÏ, 2018, p. 16).

Logo, uma noção de horizontalidade faz parte da obra dos autores que seguiram com a perspectiva interacional de Dewey – incluindo Habermas (2011), Blumer (1967) e Spieier (1972). Tomando especialmente Habermas, sua leitura do fenômeno da opinião pública também leva em consideração a horizontalidade da comunicação do indivíduo, através do agir comunicativo que rege a esfera pública, o local onde toda essa dinâmica comunicativa ocorre e formaria a opinião pública. Nesse contexto, a tese de Habermas encontrou complicações que foram expostas ao longo das eras a partir de duas perspectivas: a da planificação impossibilitada da esfera pública e o contexto do local da mídia no impacto da formação de opinião.

A primeira complicação foi exposta por Nancy Fraser (1990), em uma crítica que coloca em xeque a planificação igualitária da participação política na esfera pública. Quando cunhou o conceito, Habermas (1988) buscou sistematizar, em um esquema conceitual, toda a ação comunicativa do ser humano que funciona através de reflexões que visam o entendimento

> No conceito de racionalidade comunicativa de Habermas, o conhecimento se dá por meio da competência do diálogo, na possibilidade de troca, no entregar-se ao outro, com respeito às diferenças e partilha do mundo vivido presente nas discussões acerca do pensamento crítico, uma vez que se deseja que o estudante consiga identificar o real significado das coisas e delas em um dado contexto. Nesse aspecto, a teoria da Ação Comunicativa se propõe a investigar a "razão" inscrita na própria

> prática comunicativa cotidiana e reconstruir a partir da base de validez da fala um conceito não reduzido de razão, este entendido como o resultado de uma aprendizagem, de uma evolução social, comunicativa e dialógica (Carvalho *et al.*, 2017)

A principal crítica a esse estágio evolutivo que passa pelo entendimento fruto da prática comunicativa cotidiana é de que ela não considera de maneira calibrada os estágios atuais de classes sociais e influências socioeconômicas diretamente relevantes para as aproximações comunicativas. Segundo Martino e Marques (2020), "Fraser assinala que a paridade requerida por Habermas nos processos de formação da opinião pública exigiria a eliminação de desigualdades e de relações de poder e dominação, o que seria impossível." Essa impossibilidade também foi uma espécie de limitante na conclusão da análise de Dewey (a criação de uma Grande Comunidade). Essa multiplicidade intrínseca da sociedade, que tem dificuldade de caminhar em uniformidade – ainda que esteja sob efeitos de uma cultura produzida em escala industrial, principalmente no século XXI – é uma das bases do relativismo que é característico do período da pós-modernidade que vivemos e estava começando a ser gerado no período onde Fraser fazia essa crítica. Desse modo, é difícil crer em uma única esfera pública que congregaria em si os assuntos públicos, os problemas públicos e o próprio público.

Habermas (1992), alguns anos após, apostataria da ideia de uma única esfera pública, motivado pelas pressões argumentativas de Fraser e outras autoras principalmente da perpectiva feminista. O autor alemão atualiza sua obra com a ideia de que existem esferas públicas que concorrem entre si e que produzem determinados processos comunicativos que tem diferenças baseadas nas questões históricas envolvidas nas suas formações. Por exemplo, às mulheres foi historicamente negado o direito de participação política cidadã, e muito recentemente – considerando a formação cultural de diversas sociedades – esse cenário foi alterado de forma global. Não há homogeneidade na esfera pública burguesa se os participantes do público partem de locais diferentes e assumem, assim, posições que consistem em inevitáveis relações hierárquicas na ação comunicativa. A construção da opinião pública através da conversação estaria prejudicada por conta dessas interferências.

Outra espécie de interferência na esfera pública é o local da mídia. Na teoria de Habermas (1897) os espaços que se materializam enquanto parte da esfera pública são essencialmente físicos, como cafés, bares, universidades, espaços de troca e relações entre seres humanos. Mas a transformação da opinião que é gerada nesses espaços para uma condição de opinião pública acontece por causa da presença da mídia na esfera pública.

> A esfera pública apresenta-se, dessa maneira, como o lugar de criação da opinião pública a partir da discussão entre cidadãos representantes de demandas e reivindicações a serem articuladas com as instâncias de decisão política. A opinião pública não só é formada pelo consenso e entendimento dos cidadãos, mas também se torna garantia de legitimidade – e principalmente apoio – das decisões governamentais. Isso cria um problema que, de certa maneira, marca o desenvolvimento da obra de Habermas: qual o lugar da mídia? Por "mídia", no início da esfera pública, entendia-se sobretudo o jornalismo como espaço de "publicização" de ideias. Mas sabemos que, se nos anos 1960 Habermas condenava a mídia como instrumento de colonização do mundo da vida e de destruição da opinião pública crítica, nos anos 1990 ele já altera seu posicionamento, conferindo à mídia papel central na constituição de redes de esferas públicas (Martino e Marques, 2020, p.71-72)

Ao mudar seu posicionamento e deslocar a mídia da função de colonizadora do mundo da vida, Habermas se distancia das similaridades da perspectiva da Escola de Frankfurt – que enxergavam a mídia como uma das principais representantes da indústria cultural – e passa a observara a mídia não apenas como conglomerados de grandes empresas, muitas vezes familiares e representantes de elites políticas. A mídia, descentralizada a partir da internet e do advento das redes sociais, desempenharia alguns anos após a análise de Habermas, a função de aglutinar em redes a sociedade e criar novos modelos de espaço virtual que proporcionassem a comunicação presente na gênese do conceito da esfera pública. Porém, a dificuldade de comunicação, a vivência algorítmica, a falta de checagem de informações tendenciosas e sua consequente permissividade, a participação ativa no campo político-eleitoral de líderes de redes sociais e seu posicionamento enviesado colocam em xeque ideias uma das centrais na teoria da esfera pública baseada na ação comunicativa: o reconhecimento mútuo das pretensões de validade discursivos, que não ocorre de forma integral ainda que o modo de comunicação seja o mesmo. Sem esse reconhecimento, a mídia, mais especificamente as redes

sociais, voltam ao foco da esfera pública por estarem influenciando com viés a formação da opinião pública, que é fruto da comunicação dentro da esfera pública. Segundo Martino e Marques (2020, p. 72),

> a opinião pública é formada a partir da livre interação conversacional entre cidadãos que buscam algum tipo de entendimento ou consenso; mas é preciso ter em mente, nesse quadro, as dimensões do campo jornalístico [...] para se tornarem efetivamente "públicas", demandam um espaço para além do café ou do clube para alcançar uma visibilidade que aumente sua eficácia. Esse lugar só poderia ser o espaço da mídia – em particular do jornalismo

Ainda que o enfoque dos autores seja a posição do jornalismo para a comunicação, as redes sociais também podem ocupar esse mesmo local na formação da opinião pública. Como vimos, o Twitter/X é um lócus de contato com situações problemáticas, por causa de fatores como: sua estrutura enquanto rede social, seu algoritmo, seus usuários e sua relevância para o acesso a informações. Se o público é formado a partir de situações problemáticas, a opinião pública é fruto da comunicação que ocorre dentro da esfera pública manifesta em espaço virtual que versa exatamente a respeito delas. As situações problemáticas são indutoras da opinião pública à medida em que se desenvolvem e influenciam os indivíduos a formarem grupos de interesse para solucionar as questões postas. Dessa forma, observar o Twitter/X como um dos lócus de formação da opinião pública também permite caracterizar que o que acontece é uma socialização política, característica da esfera pública política. Não podemos afirmar que o Twitter/X é um modelo de esfera pública, pois dessa forma teríamos de afirmar que espaços físicos como cafés e bares também o são, mas as redes sociais criaram locais virtuais que se somam e se superposicionam aos locais físicos para a socialização política dos indivíduos.

Compreender a opinião pública enquanto fruto de um processo interacional reposiciona o local do indivíduo na sociedade. Ele não é apenas um número a ser contabilizado, ou um fator que pouco modifica a estrutura de uma sociedade de massas, mas um participante ativo na formação da opinião em relação às problemáticas que ele está ou não envolvido, dada a medida pelo qual ele será afetado pelos efeitos gerados por ele. Sendo assim, o indivíduo é a chave para a compreensão das movimentações na sociedade, tendo centralidade na análise de como as situações problemáticas, que são momentos de formação de opinião pública, se tornam efetivamente problemas públicos.

## 3.2 Problemas públicos

Um problema público surge como derivação das situações problemáticas, em uma espécie de estágio posterior de seu desenvolvimento. Ao mapearmos a gênese dessas situações e também descobrirmos como se forma o público, a dimensão ocupada pelas categorias “problemas públicos” e “situações problemáticas” podem ser semelhantes, tendo em vista que os fatores para suas existência são os mesmos; Porém, existe uma relação hierárquica, que considera os problemas públicos enquanto evolução das situações problemáticas na medida em que as instituições entram em cena, passando a serem participantes das arenas públicas que criaram-se ao redor de problemáticas.

> Ademais, um problema público ganha força na medida em que cresce o grau de mobilização dos múltiplos atores envolvidos em diferentes cenas, se interpelando, articulando temas, recursos e informações. [...] Assim, uma de suas características centrais seria sua capacidade de ignorar as fronteiras entre mundos sociais, organizacionais e institucionais, instituindo novos palcos de publicização, propagando-se e provocando transformações tanto no que concerne aos mundos da vida cotidiana, quanto aos domínios do mercado ou do estado (Antunes, 2021. p.65)

Antes da institucionalização, a publicização e a abertura para a participação de outros atores que não os diretamente envolvidos caracteriza uma fase importante da passagem de situação problemática para problemas públicos. Nesse contexto, as redes sociais, e especificamente o Twitter/X são extremamente importantes, pois é por meio delas que a publicização ocorre com maior facilidade, amplitude e rapidez. Ainda em Antunes (2021), vemos que

> A situação problemática, ao se tornar um problema público, pode adquirir também um alcance suplementar de institucionalização, conduzindo frequentemente “a uma interpelação dos poderes públicos, a fim de que eles intervenham como juiz ou árbitro, investigador ou experimentador, mediador ou legislador, administrador, decisor ou policial” (CEFAÏ, 2018, p. 5). Na medida em que passa a integrar a ação de instituições, coletivos e organizações, a crise se torna uma questão (issue) a partir das tomadas de posições em jogos que envolvem aproximações e oposições, alianças e conflitos (p.65)

Podemos pensar como um processo que funciona em camadas. A primeira camada, a mais interior, surge da inquietação individual a respeito do sentimento de que algo está equivocado na sociedade, fora da ordem. A segunda, mais simples e bem conectada à primeira, o público mais próximo é formado a partir de semelhantes que também compartilham do sentimento de indignação gerado a partir da questão. Estes, ao decidirem publicizar seu sentimento, agregam invariavelmente mais pessoas em torno das discussões a respeito do problema, e isso gera a terceira camada, que logo puxa a quarta, de pessoas direta ou indiretamente envolvidas nos efeitos dos problemas e das propostas para solucioná-lo de acordo com os pontos de vista apresentados nos debates que ocorrem. Nesse ponto, durante a formação da terceira para a quarta camada, começa a publicização constante a respeito da temática, envolvendo as aproximações e formações de oposições. O contexto das duas primeiras camadas envolve de forma mais imediata pessoas que concordam entre si, e estão dispostas a criarem soluções. As camadas seguintes já estão mais pautadas na discussão dos efeitos. Elas, combinadas, representam o público que converge em torno do núcleo que é a situação problemática. Na quinta camada, formada a partir do desenvolvimento da publicização, entram as instituições – Mercado, Estado, Governo – na figura de poderes públicos. Investidos desses poderes, as instituições sociais agem para mitigar crises, solucionar conflitos e mediar as “issues” que já ultrapassam as barreiras de simples debates em cafés e tomam o controle das informações na esfera pública.

Se observamos a metáfora de camadas podemos perceber que os processos estão todos interligados, em uma relação de causalidade progressiva. Os problemas públicos não são espontaneamente gerados, mas são fruto de uma construção coletiva de diversas individualidades, onde uma série de atores e instituições se envolvem para a disputa de sentidos que faz parte desse contexto (Cefaï, 2017).

> Deste modo, um problema público se desdobra a partir de uma série de processos de politização e publicização de situações problemáticas. De início, a situação problemática se torna pública no sentido de adquirir visibilidade, através de operações de testemunho, investigação, experimentação ou discussão. A

> crise não mais pertence ao âmbito da esfera intima ou privada, sendo levada à praça pública. (Antunes, 2021, p.66)

Cefaï (2017) mostra que situações que hoje podem parecer corriqueiras se tornaram problemas públicos e engendraram até mesmo a criação de setores específicos das instituições para o seu funcionamento.

> a coleta de lixo, o planejamento e embelezamento da cidade, a criação de áreas de jogos e de banhos públicos, a legislação sobre o trabalho de mulheres e crianças, a limitação do alcoolismo nos saloons ou a reforma do mercado imobiliário, etc., foram, de início, propostos por ativistas progressistas que se confrontaram com esse tipo de problema e aos poucos transformaram seu ambiente, levando-lhe soluções. (p.207)

A passagem de situações problemáticas para problemas públicos invariavelmente envolve as instituições, pois o que o público que está formado ao redor dela deseja é justamente soluções. Problemáticas como a coleta regular de lixo, leis a respeito do alcoolismo, legislações sobre o trabalho – como argumentou Cefaï – envolvem não somente os trabalhadores e moradores da cidade em questão, mas também as pessoas que estão parcial ou indiretamente envolvidas nos efeitos das problemáticas. Por exemplo, se uma cidade fica sem uma empresa pública ou privada responsável pela coleta de lixo, uma série de vetores de doenças se multiplicam, como ratos, mosquitos e baratas, que inevitavelmente atingem a residência de diversos moradores, sejam aqueles que pagam em dia sua contribuição em forma de imposto, ou aqueles que estão inadimplentes. Todos, de alguma maneira, estarão envolvidos pela falta de definição do poder público, mas alguns criarão grupos de debate, cobranças e publicização nas redes sociais para buscar soluções para o problema. Aos representantes do Estado, resta buscar compreender as demandas dos afetados e criar planos de ação para a resolução da problemática a partir das sugestões oferecidas.

Esses exemplos mostram de forma mais ampla a dinâmica em torno de situações problemáticas e problemas públicos. Se a publicização e a institucionalização são chave para a passagem que estamos analisando, o Twitter/X se coloca enquanto participante crucial, pois ele é uma das principais ferramentas de formação de públicos – dada a sua estrutura e rapidez no

compartilhamento de informações – e desse modo se coloca como uma das principais ferramentas de publicização para as situações problemáticas.

### 3.2.1 O caso Escala 6x1

Um dos casos em que podemos ver a relevância do Twitter/X enquanto lócus de formação de opinião pública e, por conseguinte, de debates em torno de situações problemáticas e passagem destas para problemas públicos, foi o debate a respeito da Escala 6x1. Este modelo de jornada de trabalho, permitido pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), consiste na possibilidade do empregador contar com o funcionário durante seis dias semanais, dando-lhe folga em apenas um. A pauta apareceu com bastante força em toda a internet durante os meses de outubro e novembro de 2024 e, segundo as redes de monitoramento, foi o tópico mais comentado do Twitter/X no Brasil no dia 9 de Novembro (Deluca, 2024), onde o seu auge ocorreu.

Ministros em atividade, deputados federais de esquerda e de direita, e até mesmo as autoridades dos poderes judiciário comentaram suas opiniões a respeito da problemática. Alguns dos exemplos são Roberto Campos Neto, que no momento estava no cargo de presidente do Banco Central do Brasil, afirmando que a redução da Escala 6x1 seria prejudicial ao trabalhador (@valoreconomico, 2025) em entrevista veiculada pelo Twitter/X pela Revista Valor Econômico no dia 11 de Outubro. Além dele, Dandara Tonantzin, deputada federal pelo Partido dos Trabalhadores, afirmou no dia 7 de Outubro que “Só há dois tipos de pessoas contra o fim da escala 6x1: as quem não sabem o que é e as que se beneficiam da exploração dos outros.” (@todandara, 2025).

Essas duas afirmações podem mostrar um pouco da estrutura das divisões ideológicas no debate a respeito dessa situação problemática. Ela se inicia a partir da fundação de um movimento chamado Vida Além do Trabalho (VAT), que tem como liderança o atual vereador da cidade do Rio de Janeiro pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Rick Azevedo. O movimento, que também foi seu principal mote de campanha eleitoral, é focado na extinção da Escala 6x1, e sua conseguinte adaptação para o modelo europeu de jornada de trabalho, que é o de 4x3 – quatro dias de trabalho, três dias de descanso (Exame, 2024). Esse movimento nasce sob uma insatisfação pessoal de Rick, que resolve

publicar na rede social TikTok um vídeo a respeito do seu sentimento de frustração com as condições de trabalho às quais estava sendo submetido. Com um alto potencial de viralização, a rede social pôs Rick em contato com milhares de pessoas ao redor do país que estavam passando pela mesma situação[25]. Mesmo em um lócus 100% digital – já que a discussão e o debate não ficaram restritos ao Tiktok – nasceu um tensionamento que caracterizou a situação problemática raiz desse problema público. A Revista Exame (2024), que conta a trajetória do surgimento do VAT, traz algumas informações que permitem atestar esse fenômeno:

> O nome do movimento foi criado junto com esses apoiadores. Entre várias sugestões, a sigla "VAT (Vida Além do Trabalho)" trouxe a definição do que ele defendia no vídeo e o que o perturbava atrás do balcão todos os dias. 'A mensagem que eu quero passar é que as pessoas precisam viver além do trabalho e o nome chegou para identificar a causa.' Com o nome definido, Rick buscou orientação com especialistas para os próximos passos. 'Cheguei no meu amigo que é advogado e disse: Precisamos retirar a escala 6x1 do CLT. Como posso notificar as autoridades?'. Foi neste momento que João Victor Félix, o amigo advogado que hoje faz parte da equipe jurídica do movimento, teve a ideia do abaixo-assinado, que ao ser lançado nas redes sociais recebeu só na primeira semana 50 mil assinaturas - em janeiro de 2024*, somava mais de 550 mil assinaturas (Exame, 2024)

Com a publicização realizada e um público enorme, mas subdimensionado, tendo em vista que dois terços dos brasileiros trabalham sob esse regime (Soares, 2024), o movimento formado em torno da pauta, o VAT se movimenta de acordo como que Cefaï (2017) demonstra, mostrando que no momento da publicização movimentos sociais, derivados das aglutinações geradas em torno das situações problemáticas, surgem para realizar o contato em forma de pressão nas instituições responsáveis por buscar soluções para essas questões. Nesse momento, onde Rick Azevedo começa a ter sustentação e apoio de parlamentares como Glauber Braga e Érica Hilton, e se filia ao PSOL – mesmo partido dos dois deputados federais citados – a Escala 6x1 toma o status de problema público, com estes parlamentares buscando abrir o debate na Câmara dos Deputados a partir da pauta gerada essencialmente no contexto das redes sociais. Ainda que essa pauta não tenha sido gerada primeiramente no Twitter/X,

[25] Idem.

essa rede foi tomada durante o período de novembro e dezembro a respeito dessa temática.

Nesse sentido, a relevância do Twitter/X não está apenas de aglutinação de novos indivíduos no público, mas reside no fato de que a conscientização de indivíduos direta e indiretamente envolvidos enquanto público, além do cumprimento da etapa da publicização e da facilitação para o envolvimento de representantes de instituições, que exercem assim o papel de mediadores das possíveis soluções. Por exemplo, o papel de Érica Hilton, enquanto parlamentar, foi duplo: construiu, ao lado de diversos perfis, estratégias digitais para que o debate a respeito do fim da Escala 6x1 pudesse ser o principal nas redes sociais – como de fato foi no meio do mês de Novembro de 2024 – e foi relatora do Projeto de Emenda à Constituição (PEC) regulamentando o fim desse modelo de jornada de trabalho no Congresso Nacional (Bbc, 2024). O post onde Erika analisa e atualiza os seguidores a respeito da tramitação de seu projeto de lei e no que ele consistia teve mais de 6,5 milhões de visualizações (@ErikakHilton, 2024), em virtude da mediação algorítmica que o Twitter/X faz da entrega do conteúdo em alta. Nesse contexto, a deputada mostra que, em virtude da grande mobilização feita nas redes, a PEC está tramitando com muito mais celeridade do que o habitual

> [...] E é um orgulho pra mim, em parceria com o Rick e o @Movimento_VAT, que já colheram mais de 1,3 milhões de assinaturas pelo fim da escala 6x1, encabeçar essa PEC no Congresso. Com a minha articulação no Congresso e a pressão política nas redes, muitos Deputados têm se movimentado para assinar a PEC, e ela está avançando rápido, numa velocidade acima da média. É comum PECs demoram anos e anos *pra* conseguirem as 171 assinaturas necessárias para serem oficialmente apresentadas. Em menos de 6 meses, já estamos próximos da metade desse número. [...] (@ErikakHilton, 2024)

De fato, as redes sociais como um todo foram relevantes nesse processo, e o lugar do Twitter/X foi crucial dada a sua velocidade na transmissão de informação. Atualmente, a PEC ainda está em debate e tramitação, e por ser uma alteração no texto constitucional, merece trâmites específicos e exclusivos, como a assinatura de mais de um terço dos deputados federais, e voto destes em dois turnos, após a aprovação na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara dos Deputados (O Brasilianista, 2023). Destarte a crítica dos

parlamentares que defenderam mais árduamente a PEC do fim da escala 6x1 ante politização evidente da CCJ (Carmo, 2024), o debate seguirá ocorrendo ao longo do ano de 2024 e com o auxílio das redes sociais, seguirá atraindo mais e mais indivíduos para essa arena pública.

### 3.2.2 O caso da “Taxação do Pix” e o efeito dos memes

O caso da “Taxação do Pix”, semelhantemente, evidencia que o Twitter/X cumpre uma função crucial nos problemas públicos, razão pela qual ele está no cerne dos debates políticos. As grandes redes sociais citadas no capítulo anterior – Facebook, Twitter/X, Instagram, Tiktok e Whatsapp – têm modelos de comunicação e linguagens diferentes, e criam ao redor de seu ambiente tipos de público distintos. Há um fenômeno comum, que ronda a maioria dos problemas públicos que tem como lócus as redes sociais: a produção de memes. Os memes, segundo Torres (2016), surgiram de uma ideia de transmissão de informações relevantes de uma forma jocosa ou irônica, com potencial viralizatório, que tem sido explorado na internet desde o período final dos anos 2000.

> Assim, para Dawkins, meme seria “uma unidade de transmissão cultural, ou de imitação”, ou seja, tudo aquilo que se transmite através da repetição, como hábitos e costumes dentro de uma determinada cultura. Adaptado para a internet, especialmente para as redes sociais, o conceito de meme passa a ser uma “unidade” propagada ou transmitida através da repetição e imitação, de usuário para usuário ou de grupo para grupo. Essa associação, que resultou no conceito contemporâneo de meme (Torres, 2016, p.1)

Juntamente com esse novo modelo de compartilhamento de informações, também surgem as redes sociais Twitter e Facebook e sua subsequente viralização. Logo, os memes se fundiram com a cultura digital que estava sendo gerada a partir dessas novas redes sociais e tornaram-se parte integrante da forma como as relações sociais e políticas são constituídas. Pensar a formação da opinião pública sem alocar a presença da análise dos memes e seus efeitos seria impossível, tendo em vista que são muitas vezes a única fonte de informação disponível para determinados usuários. Nesse sentido, o poder que o algoritmo presente em cada uma das redes exerce na forma como os

indivíduos interagem e se comunicam nelas, moldando o espaço característico da Web 2.0. (Von Djick, 2013; Santos e Cipriano, 2014) Isso significa dizer que a compreensão de semânticas e sentidos relativos às situações problemáticas também ocorrem através dos memes, influenciando os problemas públicos.

> Os formatos também variam, desde imagens simples, montagens propositalmente grotescas, quadrinhos e tirinhas. A reutilização é uma característica marcante de um meme, pois nem sempre regras, como direitos autorais, são respeitadas. Na verdade, a apropriação "indevida" e a releitura de uma imagem de um filme, um logotipo de uma empresa, uma fotografia etc. é parte fundamental da construção de um meme (Torres, 2016, p.2)

Movimentos que se assemelham com manifestações "meméticas" são observados desde a era pré-internet. Shifman (2014) mostra que, tendo essas manifestações existido anteriormente, é possível que as redes sociais tenham apenas reconfigurado as estratégias de recombinação e apropriação (Chagas, 2018). De fato, a cultura digital apresenta a reinterpretação de diversas dinâmicas de compartilhamento de informações e formação de opinião que já existiam. Uma dessas é a propaganda política, que também leva a linguagem memética muito em consideração ao produzir suas peças. Compreendemos que a comunicação política é um ator muito importante na esfera pública, e não pode ser tratado como uma entidade autônoma. Nenhuma peça de comunicação é construída sem intencionalidade, sejam elas memes simples ou filmes de propaganda política, e se isso ocorre, os memes cumprem a função de informar mas também de enviesar para formar, alimentar grupos de interesse e cumprir uma função de aproximação de laços desse público consumidor. Viktor Chagas (2018) afirma que os estereótipos (Lippmann, 2008) reproduzidos pelos memes na internet "contribuem para, de um lado, simplificar e tornar rasas as percepções sobre a realidade, e de outro, ampliar o debate a camadas que habitualmente se mantinham apartadas da política." (2018, p.7).

A simplificação tem por objetivo introduzir percepções e vencer a disputa de sentidos presente na gênese dos problemas públicos. Nesse sentido, a categoria meme político surge, segundo Shifman (2014) com o objetivo de servir como instrumento de persuasão política, ação popular e discussão pública. Ainda vemos em Burroughs (2013) a menção ao fenômeno dos memes como parte de uma ecologia da mídia na esfera pública. Portanto, o meme político é

uma síntese dos sentimentos dos indivíduos e dos grupos a respeito dos problemas públicos, e sua postagem e compartilhamento, além de marcar posição dos indivíduos frente a essas questões, tem a dupla capacidade de mobilização e viralização que é importante na formação da opinião pública em ambientes virtuais.

Os memes políticos são uma categoria de comunicação que está muito presente no caso da Taxação do Pix, que no momento da escrita da dissertação ainda se desenrola como fato político. Primeiramente, ao realizar um breve apanhado histórico, vemos que o governo Lula III passa por uma crise na área de comunicação, que é muito bem explorada por seus adversários à direita e ao centro político. Admitindo isso, no dia 7 de Janeiro de 2025, o presidente demitiu seu Ministro de Comunicações, Paulo Pimenta, e pôs no lugar Sidôneo Palmeira (Fernandes, 2025). De acordo com Pimenta, o presidente estava buscando alguém que tivesse um perfil diferente do dele[26], a saber, um perfil mais conectado com as novas dinâmicas nas redes sociais e que tivesse maior habilidade de expressar os feitos do governo para o povo.

Essa crise é resultado de uma estratégia equivocada e de uma comunicação que não é eficaz em atingir principalmente os públicos que não votaram em Lula na última eleição, mas o tem como presidente. Isso se reflete no aumento da desaprovação da figura do presidente, registrada em pesquisa da AtlasIntel, subindo de 47,3% para 48,9% em apenas dois meses. (Martins, 2025). O registro negativo para o presidente nesse período tem alguns fatores: tendência de alta dos alimentos e subsequente aumento da inflação (Viecelli, 2024), a alta recorde do dólar (Batista, 2024) e o descontentamento com a política fiscal do governo, que pode ser definido em dois momentos que estão interligados: em julho, o anúncio dos desdobramentos da grande Reforma Tributária – e a criação do meme "Taxadd, que em tom jocoso mistura a palavra "taxa" com o nome do ministro da Fazenda, Fernando Hadadd, o líder da reforma – fizeram governo ser pressionado digitalmente (Maia, 2024); em dezembro, com a má interpretação das novas medidas propostas pela Receita Federal a respeito das movimentações financeiras em forma de pix (Gov.br, 2025), novamente o

[26] Idem.

pânico generalizado em torno do aumento dos impostos aparece, especialmente à categoria dos pequenos empresários (Veja, 2025).

Nisso, o entendimento que o governo gerou uma nova taxa – que afetaria as movimentações acima de 5 mil reais supostamente (Pacheco, 2025) – trouxe muitas manifestações na internet, que não são necessariamente espontâneas, e ocorrem de forma majoritariamente digital. De fato, a maior parte das mobilizações a respeito de pautas amplas defendidas pela direita e centro político não acontece em espaços físicos, mas virtuais, nas diversas redes sociais com estratégias de compartilhamento de conteúdo (Mont'alvern e; Mitozo, 2019). Ainda que essas estratégias contenha o uso de robôs e o amplo uso político das fake news no Twitter/X – como a de Jair Bolsonaro na eleição de 2018 e a de Donald Trump em 2016 (Ruediger, 2018; Rodrigues e Ferreira, 2020; Allcott e Gentzkow, 2017) – isso mostra a presença digital com estratégias mais bem acabadas pela direita. Vemos por exemplo os seguintes tweets:

FIGURA 6: Perfil compartilha vídeo educativo para jovens sobre como usar cheques




Fonte: Elaboração própria

FIGURA 7: Imagem descontextualizada sugere abandono do pix.




Fonte: Elaboração própria

FIGURA 8: Influencers insatisfeitos




Imagem: Elaboração própria

Todos os Tweets relacionados nas imagens tem em comum a produção de críticas à medida e ao próprio governo Lula, atingindo diversos tipos de

público. Os perfis @allandospanos[27], @lobotosasha[28] e @misaelizidoro[29] somam juntos mais de 200 mil seguidores na rede social, e em uma rápida análise é possível perceber duas coisas importantes: os perfis não são partidários, ou seja, não estão alinhados diretamente com lideranças políticas ou fazem parte, de forma explícita, de algum movimento político. Entretanto, na condição de membros da sociedade civil, a maioria de suas manifestações políticas estão alinhadas com o campo da direita. Isso é relevante pois é fato que a direita ganha maior tração nas redes sociais, com mais perfis verificados, mais exposição e mais engajamento consequentemente (Martins, Mariani e Yukari, 2023).

Os cidadãos não-alinhados a partidos políticos são um indicador muito relevante para o contexto eleitoral. Sendo não-alinhados, há uma maior possibilidade de seu comportamento político ser volátil, e isso refletir uma baixa lealdade a identificação às ideologias políticas (Dalton, Mcallister e Wattenberg, 2003; Dalton, 2013), que se constitui na própria socialização do indivíduo, a partir do relacionamento com as pessoas ao redor, como família, amigos, colegas de trabalho, escola, faculdade, etc, em uma adesão psicossociológica. (Dalton, 2013; Figueiredo, 1991). Os dados a respeito da volatilização, a alinhamento e adesão sugerem um declínio em nível mundial, principalmente no período após a queda do Muro de Berlim, se intensificando no século XXI, e que no Brasil acompanham essa tendência, aumentando a partir do período pós-redemocratização (Gimenes, et.al, 2016). Nesse sentido, a atividade política de não-alinhados reflete as tendências políticas estabelecidas, principalmente nas redes sociais como o Twitter/X, e pode dar indícios para o futuro.

No caso da Taxação do Pix, a atividade desses atores numa rede social de alta viralização como o Twitter/X é relevante no contexto dos problemas públicos inspirando outros não-alinhados a concordarem com a opinião trazida por aqueles. Ainda, é necessário afirmar que o caso que estamos analisando nessa seção tem algumas questões semelhantes ao anterior – o da Escala 6x1 – como o fato de ainda permanecer em aberto no momento da finalização dessa análise, sendo difícil em ambos os casos tecer resultados concretos a respeito

[27] Disponível em: https://x.com/allandospanos
[28] Disponível em: https://x.com/lobotosasha
[29] Disponível em: https://x.com/misaelizidoro

dos efeitos gerados por eles no âmbito do desenvolvimento dos próprios como problemas públicos. Porém, nosso interesse reside em analisar o comportamento do Twitter/X, que é praticamente semelhante para ambas as situações e possibilita que, num espaço de três meses, várias situações problemáticas convergissem para a formação de dois problemas públicos de alta relevância para a vida sensível dos brasileiros – e sendo formados e desenvolvidos em lócus digitais, sendo o Twitter/X um dos mais importantes.

Dessa forma, com todas as variáveis disponíveis, é possível afirmar que o caso da Taxação do Pix obrigou, juntamente com outros acontecimentos prévios, o governo Lula a tomar ações concretas para a redução das derrotas no campo da comunicação em um lócus de formação de opinião pública afetado por algoritmos que privilegiam a direita política. Isso evidenciou erros de estratégia à esquerda, mas acertos à direita, que culminaram em uma vitória eleitoral nas eleições municipais de 2024 – historicamente analisadas enquanto termômetro das eleições nacionais que ocorrem sempre dois anos a seguir (G1, Petró, Santos, 2024). No contexto das redes, uma das derivações já é o pedido de Impeachment do presidente Lula, evidenciado no compartilhamento em massa da hashtag #ImpeachmentDoLulaJá[30], que tem inclusive mobilizado digitalmente parlamentares, como mostra esse post com a marca de – até agora – mais de 100 mil visualizações, repostando no Twitter/X um vídeo do deputado federal Kim Kataguiri (União Brasil-SP) produzido para a rede social TikTok.

FIGURA 9: Vídeo de deputado a favor do Impeachment de Lula

[30] Monitoramento elaborado de maneira própria pelo site Trends24 (Disponível em: https://trends24.in/brazil/) acessado às 23h54min do dia 13 de janeiro de 2025. A plataforma agrupa as principais hashtags ao longo de 24h, mostra que essa hashtag apareceu 138432 vezes durante o dia 13 de janeiro, ocupando a 18a posição das mais citadas, tendo alcançado em um determinado período do dia a 5a hashtag mais postada no Brasil. Para efeitos de melhor compreensão, o dia 13 de janeiro de 2025 foi o dia em que essa seção foi escrita originalmente.




Fonte: Elaboração Própria.

Em suma, as duas situações problemáticas que desenvolveram seus espaços de debate e construção coletiva foram geradas em âmbito majoritariamente digital. Ainda que diferentes em efeitos, transformaram-se em problemas públicos não apesar, mas por causa dos comportamentos que os indivíduos tomam no contexto digital. A cultura de relacionamento e atitude em torno dos problemas públicos no Twitter/X – que é mediada totalmente pelo algoritmo – tem como um de seus objetivos a institucionalização e posterior publicização (Cefaï, 2017; 2018; Antunes, 2021). Cumpre dizer que isso não poderia ser realizado sem as redes sociais e sem o Twitter/X especificamente. Ainda que haja uma interconexão de conteúdos produzidos em outras redes sociais, o Twitter/X mostra 1) a velocidade das informações; 2) a tolerância a notícias falsas e grandes teorias da conspiração; 3) rápido crescimento e manutenção do ecossistema de comunicação da direita política internacional; 4) comportamento de Elon Musk em relação ao seu ativismo político.

Esses fatores constroem um ambiente rico em informações para a formação de várias situações problemáticas e sua consequente transformação em problemas públicos ao mesmo tempo, com maior facilidade para que situações problemáticas que convergem a respeito de temas caros à direita

política se tornarem efetivamente problemas públicos a partir da institucionalização e publicização. Dessa maneira, a incidência da direita política no processo de formação da opinião pública é maior, o que afeta diretamente o comportamento político de cidadãos não-alinhados, ainda que os partidos da direita e centro políticos no Brasil tenham um nível de fragmentação e menor alinhamento do que os partidos de esquerda – como o Partido dos Trabalhadores, que mesmo com queda no número de eleitores, segue tendo nível relevante de alinhamento. (Gimenes et.al, 2016)

### 3.4 Crítica à mediação algorítmica

Ao passarem de situação problemática para problema público em ambiente digital, as questões que citamos anteriormente também estão sob mediação algorítmica, que comentamos no capítulo anterior como principal característica da comunicação no Twitter/X, ao lado da permissividade com fake news e informações descontextualizadas. Como afirmamos, essa rede social é um lócus de formação de opinião pública, mas com essas variáveis, adquire uma configuração específica, capaz de se tornar uma arena pública política algoritmicamente constituída, debaixo de características que não são estéreis, ou seja, passam por um enviesamento.

A definição do conceito de arena pública ocorre a partir da derivação dos conceitos de público, momentos críticos, situações problemáticas e problemas públicos. De forma simplificada, Daniel Cefaï mostra que

> "uma arena pública é uma arena social cujos atores visam bens públicos, referem-
> se ao interesse público, definem seus problemas como públicos e sentem, agem e falam em consequência disso" (2017, p. 200).

Essa interpretação denota uma diferenciação de outros modelos e lógicas argumentativas que fazem parte da ecologia dos problemas públicos. Os outros modelos conceituais – mercado, campo e ágora – teriam a necessidade de serem reenquadrados no que tange ao conceito de arena pública, pelo fato de não mostrarem em completude as dimensões mais complexas da arena social. No caso do conceito de mercado, o meio pelo qual as problemáticas são

observadas são a partir a lógica do lucro por meio da troca; no conceito de campo, a partir da perspectiva da dominação entre grupos sociais e, no caso da ágora, a lógica da argumentação e deliberação. Cefaï (2017) mostra que essas categorias são subespécies da arena social, sendo prejudicial para análises completas que as lentes desses conceitos sejam usadas de forma solta.

Ainda que os modelos de arena pública mercado e campo tenham determinada validade empírica, por conta da financeirização cada vez maior do mundo e a acentuação de diferenças de classe em virtude desse processo (Cefai, 2017, p. 203), esses não dão conta de explicar de maneira completa o processo de desenvolvimento de arenas públicas, assim como o modelo de ágora – que está baseado em uma espécie de razão pública – não conseguiria, em virtude do avanço do lastro do fenômeno da pós-verdade (McIntyre, 2019; Araújo, 2020). Ou seja, a definição mais competente para explicar a multiplicidade de dinâmicas sociais em torno dos problemas públicos é a de arena pública de Daniel Cefaï. Segundo Antunes,

> Uma arena pública implica, portanto, uma variedade de cenas e cenários, de experiências, práticas e discursos, os quais se desdobram no horizonte de uma de uma convivência que está para além do âmbito privado dos relacionamentos pessoais, com dinâmicas e consequências que ultrapassam o círculo de pessoas diretamente envolvidas. Em uma arena pública, os atores interagem recorrendo a estratégias de cooperação e competição, aliança e conflito, que se desdobram temporalmente. Os atores criam ligações em torno de regras comuns e compartilham questões que emergem e se estabilizam em suas interações. Assim, um dos pontos fortes de tal perspectiva refere-se à preocupação para que a análise das dinâmicas sociais não seja reduzida a relações de poder, de interesse, tampouco a relações de pura reciprocidade (2021, p. 67)

Nessa perspectiva, as estratégias de cooperação, competição, aliança e conflito que caracterizam uma arena pública são ações que ocorrem no contexto de relacionamento entre os atores sociais de forma contínua. De fato, os processos que envolvem as arenas públicas não são ciclos fechados de formação, reprodução e morte, mas sim processos que precisam ter custos e efeitos avaliados o tempo todo, proporcionando limites de possibilidades e disputas ao redor da materialidade dos problemas públicos (Cefaï, 2017, p. 205). A arena pública, sendo o centro dos problemas públicos, é responsável por produzir algumas variáveis importantes para a sociedade civil: o estabelecimento

de soluções para os problemas públicos, criando novos atores sociais – movimentos sociais, grupos de interesse, partidos políticos, empresas públicas, novas municipalidades, etc. – que se constituem enquanto parte da formação das próximas situações problemáticas (Cefaï, 2017; Antunes, 2021). Além disso, um dos subprodutos da arena pública é a opinião pública política, que é gerada a partir dos mesmos processos de alinhamento e afastamento de identificação (Martino e Marques, 2020) e é diretamente influenciada pelos mesmos processos de cooperação, competição, aliança e conflito. Por essa razão, é possível afirmar que o Twitter/X é o local onde as arenas públicas geradas em torno de situações problemáticas ganham forma, tendo em si a possibilidade de se tornar o que efetivamente é, um lócus de formação de opinião pública. Isso ocorre pois podemos evidenciar a ocorrência de todos esses processos constituintes no Twitter/X, por meio de sua estrutura de comunicação e relacionamentos.

Assim, a mediação algorítmica de toda essa estrutura se torna uma grande problemática no âmbito da constituição de situações problemáticas, bem como nos conceitos subsequentes – os problemas públicos e a arena pública desenvolvida em espaço social digital. Isso se transforma em um problema no momento em que a comunicação é tangenciada e enviesada a partir de um modelo que é gerado a partir de condições externas aos participantes. De fato, a arena pública é o lugar de disputas de interpretações, e isso ocorre no Twitter/X, como evidenciamos nos casos similares, mas com vitórias para sentidos opostos da Taxação do Pix e da Escala 6x1. Mas a mera existência de cooperação, competição, alianças, conflitos e trocas, não significa que são processos livres de enviesamento que proporcionam disputas justas. Essa injustiça acontece em virtude de dois fatores que já apresentamos: a frouxidão proposital do Twitter/X com relação a notícias falsas e desinformação e o ativismo político de Elon Musk. Para efeitos de exemplificar nossa afirmação, existem diversas evidências de que a viralização do caso da Taxação do Pix e seus desdobramentos estão apoiados em um ecossistema de notícias falsas, desmentidas por órgãos responsáveis e pela federação dos bancos, a Febraban (Gov.br, 2025; Lima, 2025).

Para compreender a posição desejada por Elon Musk no contexto das arenas públicas, aludimos a Joseph Gusfield (1981), que tem em sua obra um debate a respeito da propriedade dos problemas públicos. O autor afirma que

> ‘Ser proprietário’ de um problema social, é deter a autoridade de enunciar que uma situação é ‘problemática’ e propor algo para remediá-la. É ter o poder de orientar e dirigir a organização dos recursos – leis, opiniões, meios de aplicação, bens e serviços – para contribuir com a solução do problema. […] No séc. XIX e início do XX, as igrejas protestantes eram as principais “proprietárias” do problema do álcool. Elas perderam este status ou tiveram de compartilhá-lo com instituições médicas, governamentais e universitárias. (Gusfield, 1981, p. 118)

Assim, a propriedade dos problemas sociais na verdade se expressa enquanto autoridade e enquanto liderança moral, em uma espécie de peso diferente no processo de contribuição para a solução do problema. Ao ser o primeiro dono de uma grande rede social a se expor publicamente na defesa de ideais e valores políticos, Musk se posiciona na verdade para atrair para si e para o Twitter/X a propriedade dos problemas sociais. Isso, na prática, é feito a partir da ruptura de sistemas de propriedade e status concedidos anteriormente a instituições sociais como a mídia, a televisão, as grandes redes de comunicação, com a própria política e com o Estado (Gusfield, 2000; Brandão, 2019). Ao quebrar o padrão de propriedade anterior, Musk se coloca enquanto proponente de uma reestruturação dos critérios de validade e verdade, e desenvolve intencionalmente uma performance para ganhar a batalha pela opinião pública, o produto final de sua ação. Tendo feito isso, a dinâmica dos problemas públicos que a todo instante são gerados em um cenário – aludindo a terminologia de Goffman (2002) e Gusfield (1981), que reservam determinadas similaridades em suas obras – se acha com problemáticas em torno de onde encontrar a propriedade destes derivadas da ação política de Elon Musk, bem como dificuldades no contexto do lócus de formação das arenas públicas, o Twitter/X, que tem um algoritmo construído com a finalidade de fazer a manutenção das ideias de seu dono.

No momento da escrita deste parágrafo, o planeta está apreensivo a respeito das novas diretrizes das redes sociais da Meta. Cumpre relembrar que, das cinco principais redes sociais utilizadas no Brasil, três são de propriedade dessa empresa, sendo especialmente o Facebook utilizado por mais de 90% da população brasileira com acesso à internet (Kemp, 2024). As alterações, que

foram substantivas, tem como objetivo acabar com a verificação dos fatos por empresas terceirizadas e estabelecer uma checagem de fatos independente que se assemelha ao recurso das Notas da Comunidade do Twitter/X (Guimarães, 2025). Para além disso, o CEO da Meta, Mark Zuckerberg – que adota postura crítica às empresas de verificação, afirmando que elas obedecem a uma agenda que restringe a liberdade de expressão – afirma que vai trabalhar em conjunto com o recém reeleito presidente dos Estados Unidos Donald Trump[31]. Nesse contexto, diversos críticos no Brasil demonstram preocupação com as regras principalmente em relação à coibição de discursos de ódio (Causin, 2025), que demonstramos ser, no Twitter/X, permissiva e muitas vezes inoperante.

Essa mudança de rota da maior empresa de redes sociais do mundo mostra que a forma como as relações sociais são constituídas no Twitter/X são modelos para as outras, fortalecendo ainda mais a noção de uma sociedade global que é constituída em redes (Castells, 2012), mediada por algoritmos que são efetivos para um projeto político. Assim, em virtude da atualidade dessa situação problemática e da escala ampla de sua materialidade, é necessário observar esses fenômenos com bastante cautela, pois seus efeitos podem ser decisivos em âmbito global.

[31] Idem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vemos em Simmel (2011, p.568), a “determinação de resolver dualismos divergentes” coloca em oposição dois polos que, a partir de uma disputa, buscam dominar e fagocitar o outro lado, afim de transformar-se em hegemônico. A polarização, enquanto parte da cultura política das redes sociais, é um subproduto de relações sociais que têm o conflito como parte constitutiva de si mesmas. Se encaramos as relações políticas são uma espécie de espelho das relações sociais, é possível afirmar que o conflito é o ponto de partida interpretativo do fenômeno do Twitter/X. Afirmar isso é compreender que ainda que haja imensa volatilidade na análise das redes sociais como um todo, existem padrões que se repetem de forma constante, e a valorização do conflito, a intencionalidade na polarização e a mediação algorítmica das relações sociais e políticas dadas no Twitter/X são constantes.

Sem a compreensão de que o conflito é começo da História, seria impossível realizar o movimento de observar o Twitter/X enquanto lócus formador de opinião pública específica das redes sociais e indutor de múltiplas arenas públicas políticas ao mesmo tempo. Esses conceitos demonstram os processos sociais que têm como objetivo a transformação da sociedade e o consenso, bem como o próprio conflito na perspectiva *simmeliana.* Entretanto, a principal questão que buscamos mostrar – principalmente nos dois últimos capítulos – é o grau de interferência que o algoritmo do Twitter/X exerce, alterando os objetivos finais da formação de arenas públicas. É possível perceber que, no processo da mediação algorítmica das relações sociais na rede, a produção qualificada de informações e o consenso não são os principais fins desejados pelas plataformas, e sim o próprio processo de disputa de narrativas e sentidos que ocorre nas redes sociais. Isso fica exposto a partir do envolvimento político dos donos das principais redes sociais do planeta em uma campanha presidencial nos Estados Unidos, assumindo um lado da narrativa, e se beneficiando financeiramente da presença digital dos usuários nas suas plataformas.

Nesse ínterim, não seria correto afirmar que o Twitter/X é uma arena pública que agrupa arenas públicas políticas, e nem que ele representa uma vertente da esfera pública, na perspectiva habermasiana, e sim um espaço de

produção e reprodução de situações problemáticas, catalisador e potencializador de arenas públicas políticas, como as que exemplificamos no capítulo 3. Além disso, pelo fato de possibilitar o compartilhamento de informações em nível industrial, o Twitter/X transforma indivíduos em público, ao localizar e agrupar esses ao redor dos problemas públicos.

A sociedade civil, no curso do desenvolvimento da história, precisou criar meios associativos para exprimir suas vontades e "vibrar as estruturas" (Habermas, p.113, 1997) e as redes sociais, como afirmamos, é fruto direto dessa necessidade de ampliar a qualidade da participação política. Porém, após o fenômeno da Web 2.0, da alteração do modelo de comunicação e do avanço de novas estratégias políticas que incorporam as redes sociais no seu leque de elementos, as redes como o Twitter/X se tornaram responsáveis direta pela forma como a sociedade civil encara a participação política. Ou seja, houve uma inversão de papéis, onde as redes deixaram de ser meramente meios incidentais de compartilhamento de opinião para se tornarem instituições sociais, que moldam os comportamentos políticos ao redor do mundo a partir dos algoritmos e inteligências artificiais.

Esse novo momento das redes é uma das chaves interpretativas para compreender a relevância do Twitter/X para a formação da opinião pública específica das redes. Essa opinião pública, que representa o fruto das tensões ocorridas desde a formação de situações problemáticas, é o resultado de uma equação complexa que ocorre em cada arena pública. Se as redes sociais, incluindo o Twitter/X, interferem nesse processo, também são responsáveis pelo produto final da opinião pública. Nesse sentido, a opinião pública não é "pública" por estar sendo produzida em espaços públicos, ainda que o Twitter/X de certa forma seja, mas por ser a representação dos fins admitidos a partir das tensões dentro das arenas públicas. Assim, a especificidade da opinião pública das produzida a partir das redes sociais depende do lócus de formação dela, nesse caso, o Twitter/X e seu algoritmo.

O futuro da sociedade civil, da participação política, da globalização e da comunicação passam pelas redes sociais e seus efeitos nos indivíduos. Assim, não devemos tratá-la como parte de um fenômeno mais amplo como a política. Uma análise sociológica pragmática deve encampar as redes sociais como um fenômeno, uma das novas instituições sociais que surgem a partir das

necessidades humanas e das derivações das tensões entre o fim da modernidade e o início de uma pós-modernidade. Nesse momento da História, todos os sentidos estão em disputa, inclusive o próprio significado do que é fato ou não. Por isso as redes, e o Twitter/X incluso, também assumem um papel no conflito que é parte constituinte do todo, e no grande conflito em que todos estão inseridos, escolhem os seus lados.

Assim, cabe questionar o papel de todos os atores envolvidos, desde o individuo que cria perfis nas redes sociais, passando pelos desenvolvedores e mentores intelectuais, até mesmo os atores políticos que se beneficiam da tecnologia. Incluído em uma cultura de disseminação de ódio, a atribuição de responsabilidades para os participantes deste lócus precisa ser realizada. A instituição de limites e regulamentações para a existência e uso das redes também é uma urgência, tanto para que seus donos não se sintam superiores às autoridades estabelecidas e não interfiram no processo de autodeterminação dos povos, quanto para que os indivíduos possam encontrar ambientes de informação livre e espaços que não fomentem crimes.

Ao pecar nesses pontos, o Twitter/X é uma grande representação do avanço da aproximação de forças conservadoras e à direita com grandes redes de tecnologia em caráter global. O momento aponta para uma convergência, também em nível global, do levantamento e estabelecimento de lideranças com propostas semelhantes e com o radicalismo, ódio, conservadorismo e que defendem teses desfavoráveis ao liberalismo de esquerda. Este tipo de debate, que é representado no Brasil essencialmente no campo moral, dos costumes, encontra um píublico que é mais conservadora, menos tolerante e mais insatisfeita com as condições de vida (Unisinos, 2017). Esse público, se manifestando enquanto eleitor, estabeleceu novos padrões de comportamento político, elegendo Jair Bolsonaro em 2018 e restringindo cada vez mais o acesso de deputados e senadores à esquerda do espectro. Nisso, enquanto lócus de formação de opinião pública mediado por algoritmos que privilegiam a direita política, com um dono – Elon Musk – que mantém relações com os bolsonaristas no Brasil e hoje faz parte do governo maior “aliado” internacional de Bolsonaro – Donald Trump – o Twitter/X é uma grande questão em aberto para as democracias ao redor do globo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

@ERIKAKHILTON. **Fim da Escala 6x1: a PEC está avançando**..., 2024. Disponível em: https://x.com/ErikakHilton/status/1855356026310058113. Acesso em 10 jan. 2025.

@TODANDARA. **Só há dois tipos de pessoas contra o fim da escala 6x1**: as quem não sabem o que é e as que se beneficiam da exploração dos outros. Disponível em: https://x.com/todandara/status/1854984853076558186. Acesso em: 10 jan. 2025.

@VALORECONOMICO. **Campos Neto**: Redução da escala de 6x1 é 'bastante prejudicial' ao trabalhador. Disponível em: https://x.com/valoreconomico/status/1857126489864429597. Acesso em: 10 jan. 2025.

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. *In*: Cohn, Gabriel (org.). **Theodor W. Adorno**. São Paulo, Ática, 1986.

ANTUNES, Henrique. Sobre momentos críticos, problemas públicos e arena pública: contribuições do pragmatismo Francês. **Revista Aurora**. Marília, v.13. n.1, pp. 53-76, 2021.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O fenômeno da pós-verdade: uma revisão de literatura sobre causas, características e consequências. **ALCEU - Revista de Comunicação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro, v.20, n.41, p. 35-48; 2020.

ARAÚJO, Willian Fernandes; Issaaf KARHAWI. "Todo mundo pode ser famoso com o algoritmo do TikTok": imaginários e saberes sobre eficiência algorítmica e potência viral. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202323241564dd84cf04065.pdf. Acesso em 20 de nov. 2024.

ARENDT, Hannah. **A Condição Humana.** Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2007.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Petrópolis: Vozes, 2024

BATISTA, Vitor Hugo. **Dólar bate R$ 6,20 e recua com intervenção do BC, mas ainda fecha em nível recorde**. 2024. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/12/dolar-abre-em-alta-e-ultrapassa-r-610-nesta-terca-um-dia-apos-registrar-recorde.shtml. Acesso em: 14 jan. 2025.

BBC. F**im da escala 6x1: como funciona a escala 4x3 em proposta que reduz carga horária de trabalho para 36 horas**. 2024. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/articles/cy5lqdv1q35o. Acesso em: 10 jan. 2025, às 02h15min.

BBC. **Por que Elon Musk resolveu trocar logo do Twitter por 'X'?**. 27 abr. 2023. Disponível em: https://g1.globo.com/mundo/noticia/2023/07/24/por-que-elon-musk-resolveu-trocar-logo-do-twitter-por-x.ghtml. Acesso em: 16 jan. 2025.

BLUMER, Herbert. The mass, the public, and public opinion. In: BERELSON, Bernard; JANOWITZ, Morris (org.). **Reader in public opinion and communication.** New York: The Free Press, 1967.

BOLGHERINI, Silvia. A antipolítica fomenta a polarização e até os próprios políticos a manifestam. [Entrevista concedida a] PAVON, Hector. **Clarín-Revista Ñ**. 2023. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/630646-a-antipolitica-fomenta-a-polarizacao-e-ate-os-proprios-politicos-a-manifestam-entrevista-com-silvia-bolgherini>, Acesso em 03 de Jan. de 2025.

BOLTANSKI, Luc; Laurent THÉVENOT. The Sociology of Critical Capacity. **European Journal of Social Theory**. Sussex, v.2, n.3, pp. 359–377, 1999.

BRANDÃO, Marcílio Dias. Como Um Problema Se Torna Público? Anotações Pragmatistas A Partir Da Marcha Da Maconha No Brasil. **Estudos de Sociologia**, Recife, Vol. 1, n. 25, p. 45-73, 2019.

BRUNO, Fernanda e ROQUE, Tatiana. A ponta de um iceberg de desconfiança. In: BARBOSA, Mariana (Org.): **Pós-verdade e fake-news: Reflexões sobre a guerra de narrativas**. Santo André: Editora Cobogó, 2020.

BURROUGHS, Benjamin. Obama Trolling: Memes, Salutes and an Agonistic Politics in the 2012 Presidential Election. **The Fibre Culture Journal**, New South Wales: v. 22, pp. 258- 277, 2013.

CANALTECH. **Tudo sobre Twitter - História e Notícias**. 2022. Disponível em: https://canaltech.com.br/empresa/twitter/. Acesso em: 16 jan. 2025**.**

CARMO, Wendal. **Por que a PEC que põe fim à escala 6×1 não avançou neste ano**. 2024. Disponível em https://www.cartacapital.com.br/politica/por-que-a-pec-que-poe-fim-a-escala-6x1-nao-avancou-neste-ano/. Acesso em 10 jan. 2025.

CARVALHO, Diana Paula de Souza Rego Pinto *et al.* Theory of communicative action: a basis for the development of critical thinking. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 70, n. 6, p. 1343-1346, dez. 2017. Disponível em: https://doi.org/10.1590/0034-7167-2016-0383. Acesso em: 17 jan. 2025.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança**. Rio de Janeiro, Zahar, 2012

_____. **A Sociedade em Rede: A Era da Informação: Economia Sociedade e Cultura**; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013

CAUSIN, Juliana. **Meta publica em português as regras para discurso de ódio que permitem associação entre doença mental e orientação sexual**. 2025. Disponível em:

https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2025/01/09/meta-publica-em-portugues-as-regras-para-discurso-de-odio-que-permitem-associacao-entre-doenca-mental-e-orientacao-sexual.ghtml. Acesso em: 15 jan. 2025.

CARLOS, Erasmo; EMICIDA. **Termos e Condições**. Som Livre, 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-zTUFbC9m20. Acesso em: 19 fev. 2025.

CEFAÏ, Daniel. Públicos, problemas públicos, arenas públicas: O que nos ensina o pragmatismo (Parte 1). **Novos Estudos Cebrap**. São Paulo v. 36, n. 1, pp. 187-213, 2017

_____. Público, Socialização e Politização: Reler John Dewey na companhia de George Herbert Mead. In: CORRÊA, Diogo Silva et al (org.). **Crítica e pragmatismo na sociologia: Diálogos entre Brasil e França**. São Paulo: Annablume Editora, 2018

CENARIUM. **Fim da escala 6X1 é assunto mais comentado nas redes sociais**. 2024. Disponível em: https://revistacenarium.com.br/fim-da-escala-6x1-e-assunto-mais-comentado-nas-redes-sociais/. Acesso em: 17 jan. 2025.

CHAGAS, Viktor. O que está acontecendo? O que os trending topics podem nos dizer. **Opinião Pública**, Campinas, v. 29, n. 3, pp. 666-690, 2023.

CHAGAS, Viktor. “Não tenho nada a ver com isso”: cultura política, humor e intertextualidade nos memes das Eleições 2014. *In*: CERVI, Emerson; MASSUCHIN, Michele; CARVALHO, Fernanda (org.); **Internet e Eleições no Brasil**. Curitiba: CPOP, 2016.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: Propaganda Política e Manipulação**. São Paulo, Martins Fortes, 2013.

COHN, Gabriel (org.). **Weber**. São Paulo, Ática, 1991.

DALTON, Russell; McALLISTER, Ian Martin; WATTENBERG, Martin. Democracia e identificação partidária nas sociedades industriais avançadas. **Revista Análise Social**, v. 38, n. 167, p.295-320, 2003.

DALTON, Russell. **The apartisan American: dealignment and changing electoral politics.** Washington, Sage; 2013.

DEGRAFF, Jeff. **Digital Natives vs. Digital Immigrants**. The Blog, Huffington Post. Disponível em: http://www.huffingtonpost.com/jeff-degraff/digital-natives-vsdigita_b_ 5499606.html. Acesso em 16 jan. 2025.

DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição**. Tradução: Luiz Orlandi e Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Bergsonismo.** Tradução: Luiz B. L. Orlandi. São Paulo: Editora 34, 2012

DELUCA, Naná. **#Hashtag**: Campanha pelo fim da escala 6x1 é assunto mais comentado no X neste sábado (9). 9 nov. 2024. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2024/11/campanha-pelo-fim-da-escala-6x1-e-assunto-mais-comentado-no-x-neste-sabado-9.shtml. Acesso em: 10 jan. 2025.

DEWEY, John. **The Public and Its Problems: an essay in political inquiry.** Athens, Ohio University Press, 2016.

DURKHEIM, Émile. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ESTADÃO. **Musk acusa Alexandre de Moraes de 'extrema corrupção' em ações no X.** 2024. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2024/09/05/musk-acusa-alexandre-de-moraes-de-extrema-corrupcao-em-acoes-no-x.htm. Acesso em: 20 dez. 2024.

EXAME. **Escala 6x1: conheça o Movimento VAT (Vida Além do Trabalho)**. 2024. Disponível em: https://exame.com/carreira/escala-6x1-movimento-vat-vida-alem-do-trabalho/. Acesso em: 10 jan. 2025.

FALTESEK, Dan. #Time. In: RAMBUKKANA, Nathan. (org.). H**ashtag publics: the power and politics of discursive networks**. Nova lorque: Peter Lang, 2015
FESTINGER, Leon. **A Theory of Cognitive Dissonance**. Palo Alto: Stanford University Press, 1957.

FORBES. **Mais que uma rede: Twitter foi queridinho da publicidade brasileira**. 2024, Disponível em: https://forbes.com.br/forbes-mkt/2024/08/mais-que-uma-rede-twitter-foi-a-queridinha-da-publicidade-brasileira. Acesso em: 10 jan. 2025.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2008

FREY, Klaus. Desenvolvimento sustentável local na sociedade em rede: o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação. **Revista de Sociologia e Política**; Curitiba, n. 21, p. 165-185, nov. 2003. Disponível em: https://doi.org/10.1590/s0104-44782003000200011. Acesso em: 16 jan. 2025.

G1. **Entenda por que usuários estão acusando o Twitter de apoiar fake news**. 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/01/05/entenda-por-que-usuarios-estao-acusando-o-twitter-de-apoiar-fake-news.ghtml. Acesso em: 19 dez. 2024.

__. **Lula é operado às pressas em São Paulo após sentir dor na cabeça**. 2024. Disponível em: https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/12/10/lula-internado-em-sao-paulo.ghtml. Acesso em: 13 dez. 2024.

GIBSON, William. **Neuromancer**. New York: Ace Books, 1984

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora da Unesp, 1991.

GIMENES, Éder Rodrigo *et al.* Partidarismo no Brasil: Análise longitudinal dos condicionantes da identificação partidária (2002-2014). **Revista Debates**, v. 10, n. 2, p. 121, 31 ago. 2016.

GOFFMAN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis, Vozes, 2002.

GONÇALVES, Maria Augusta Salin. Teoria da ação comunicativa de Habermas: possibilidades de uma ação educativa de cunho interdisciplinar na escola. **Educação & Sociedade**. Campinas, v. 20, n. 66, pp. 125-140, abr. 1999

GONTIJO, Cynthia Rúbia Braga et al. Ciberespaço: que território é esse?. **Educação & Tecnologia**. Belo Horizonte, v. 12, n. 3, 2011.

GOV.BR. **Nova norma da Receita Federal preserva rotina de trabalhadores e fortalece combate a crimes financeiros**. 2025. Disponível em: https://www.gov.br/fazenda/pt-br/assuntos/noticias/2025/janeiro/nova-norma-da-receita-federal-preserva-rotina-de-trabalhadores-e-fortalece-combate-a-crimes-financeiros. Acesso em: 14 jan. 2025.

GROSSI Angela Maria; SANTOS, Gabriella Soares; Jornalismo e credibilidade: Uma percepção do público. **Ámbitos Revista Internacional de Comunicación**. Sevilla, n. 42, v. 03. pp.40-54, 2018.

GUIMARÃES, Lucas. **O que muda com a novidade da Meta? Entenda melhor alterações e redes afetadas; CNN Brasil**. 2025. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/o-que-muda-com-a-novidade-da-meta-entenda-melhor-novidades-e-redes-afetadas/. Acesso em: 15 jan. 2025.

GUSFIELD, Joseph R. **The culture of public problems: drinking-driving and the simbolic order**; Chicago: The University of Chicago Press. 1981

_____. **Performing Action: Artistry In Human Behavior and Social Research**. New Brunswick: Transaction Publishers, 2000

HABERMAS Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

_____. **Direito e Democracia: Entre Facticidade e Validade**. Vol II, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1997

_____. Further reflections on the public sphere. In: CALHOUN, Craig Jürgen (ed.). **Habermas and the public sphere**. London: MIT Press, 1992.

_____. **Teoría de la acción comunicativa: Tomos I e II**. Madri: Taurus, 1988

HELD, David. **Models of Democracy (Modelos de Democracia).** Belo Horizonte, Paideia, 1987.

HOBBES, Thomas. **Leviathan, or The Matter, Forme and Power of a Commonwealth Ecclesiasticalland Civil**. Harmondsworth: Penguin Books, 1968.

HORKHEIMER, Max. Autoridade e família. *In*: HORKHEIMER, Max. **Teoria crítica: uma documentação**. São Paulo: Perspectiva,1990.

HORTA-RIBEIRO, Manoel et. al; **Everything I disagree with is fake news. Correlating Political Polarization and Spread of Misinformation**. Arxiv, 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1706.05924>. Acesso em 19 de dez. de 2024

HYUNJOO, Jin; PAUL, Katie; HU, Krystal. **Musk afirma que contas falsas correspondem a 20% dos usuários do Twitter**; 2022 Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/musk-afirma-que-contas-falsas-correspondem-a-20-dos-usuarios-do-twitter/> Acesso em 19/12/2024

JUNIOR, Marcelo Alves dos Santos. ALBUQUERQUE, Afonso de. Classificação ideológica de fontes informacionais. **Opinião Pública**, Campinas, v. 30, pp. 1-24, 2024.

KEMP, Simon. **Digital 2024**: Brazil — DataReportal – Global Digital Insights. 2024. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil. Acesso em: 1 jan. 2025.

KENSKI, Vani Moreira. Cultura Digital. *In*: MILL, Daniel. **Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias e de educação a distância.** Campinas: Editora Papirus, 2018

LIMA, Bernardo. **Febraban alerta para notícias falsas sobre Pix e ressalta que meio de pagamento não será taxado**. 2025. Disponível em: https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2025/01/14/febraban-alerta-para-noticias-falsas-sobre-pix-e-ressalta-que-meio-de-pagamento-nao-sera-taxado.ghtml. Acesso em: 14 jan. 2025.

LIMA, Bruna Della Torre de Carvalho; SANTOS, Eduardo Altheman Camargo. Socialização e dominação: a Escola de Frankfurte a cultura. **Tempo Social**, São Paulo, v. 30, n. 3, 2018.

LIMA, Cecília Almeida Rodrigues; CALAZANS, Jaqueline de Holanda Costa; DANTAS, Ivo Henrique. (Des)informação em câmaras de eco do Twitter: disputas sobre a cloroquina na pandemia da Covid-19. **Revista Observatório**. Palmas, v. 6, n. 6, 2020.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.

LISBOA, Alveli. **85% dos usuários usam o Twitter para se informar diariamente, diz pesquisa**. 2022. Disponível em: https://canaltech.com.br/redes-sociais/85-dos-usuarios-usam-o-twitter-para-se-informar-diariamente-diz-pesquisa-225618/. Acesso em: 13 dez. 2024.

MAIA, Felipe Machado. **Fluxo dos memes com Haddad indica que 'Taxadd' é espontâneo e não tem coordenação**. 2024. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/07/fluxo-dos-memes-com-haddad-

indica-que-taxadd-e-organico-e-nao-tem-coordenacao.shtml. Acesso em: 14 jan. 2025.

MARCUSE, Herbert. **One-dimensional man: studies in the ideology of advanced industrial society.** Londres, Routledge, 2002.

MARQUES, Hugo. **Novas regras da Receita Federal causam pânico entre pequenos empresários que usam Pix**. 2025. Disponível em: https://veja.abril.com.br/brasil/novas-regras-do-pix-causam-panico-entre-pequenos-empresarios#google_vignette. Acesso em: 14 jan. 2025.

MARQUES, Marcos Aurelio; HESSEL, Ana Maria Di Grado. **O conceito de "virtual": de Bergson a Deleuze, de Deleuze a Lévy**. TECCOGS – Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, n. 24, pp.205-220, jul. 2021.

MARTINO, Luis Mauro Sá; MARQUES, Angela Cristina Salgueiro. O conceito de opinião pública na teoria da comunicação: genealogias e modos de abordagem; **Organicom**. São Paulo, v.17, n.33, pp. 62-79, 2020

MARTINS, Cristiano; MARIANI, Daniel; YUKARI, Diana. **Direita tem explosão de perfis verificados e ganha exposição no Twitter**. 2023. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/05/direita-tem-explosao-de-perfis-verificados-e-ganha-exposicao-no-twitter.shtml. Acesso em: 14 jan. 2025.

MARTINS, Letícia. **Desaprovação de Lula cresce e chega a 49,8%, diz AtlasIntel**. 2025. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/politica/desaprovacao-de-lula-cresce-e-chega-a-498-diz-atlasintel/. Acesso em: 14 jan. 2025.

MCINTYRE, Lee. **Post-truth**. Cambridge, MIT Press, 2019.

MERAZ, Sharon; PAPACHARISSI, Zizi. Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt. **The International Journal of Press/Politics**, v. 18, n. 2, p.

138-166, 27 jan. 2013. Disponível em: https://doi.org/10.1177/1940161212474472. Acesso em: 17 jan. 2025.

MONT'ALVERNE, Camila; MITOZO, Isabele. Muito além da mamadeira erótica: as notícias compartilhadas nas redes de apoio a presidenciáveis em grupos de WhatsApp, nas eleições brasileiras de 2018. **Anais do 8º Compolítica; 15 e 17 de maio de 2019.** Brasília**,** Universidade de Brasília, 2019

NASCIMENTO, Leonardo Fernandes. A Sociologia Digital: um desafio para o século XXI. **Sociologias**; Porto Alegre, v. 18, n. 41, p. 216-241, abr. 2016.

NETO, Livino Virgínio Pinheiro. **Jair Bolsonaro e a busca pelo conflito permanente**: análise crítica do discurso das publicações no twitter de Jair Bolsonaro durante a eleição presidencial brasileira de 2018. 2019. Dissertação de Mestrado, 2019.

NÓBREGA, LIZ. **76% dos brasileiros tiveram contato com fake news política**. 2023. Disponível em: https://desinformante.com.br/brasileiros-fake-news-politica. Acesso em: 17 jan. 2025.

O BRASILIANISTA. **Entende a diferença entre PL e PEC**. 2023. Disponível em: https://obrasilianista.com.br/politica/entende-a-diferenca-entre-pl-e-pec/. Acesso em: 10 jan. 2025.

PACHECO, Talita Burbulhan Clarissa. **Contribuintes não são obrigados a declarar movimentação de R$ 5 mil; bancos é que informam à Receita**. 2025. Disponível em: https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/pessoas-fisicas-obrigadas-declarar-movimentacao-pix-5-mil-falso/. Acesso em: 14 jan. 2025.

Park, Robert. **The Immigrant Press and its Control**. Nova York: Harper, 1922.
PUTNAM, Robert. Bowling Alone: America's Declining Social Capital. **Journal of Democracy**. Baltimore, v. 6, n.1, pp. 65-78. 1995

RECUERO, Raquel da Cunha.; ZAGO, Gabriela da Silva; SOARES, Felipe Bonow. **Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter.** In: Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Encontro Anual (COMPÓS). (26. : 2017 jun. 06-09 : São Paulo, SP). [Anais]. São Paulo : Faculdade Cásper Líbero, 2017.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de *Fake News* Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galaxia**. São Paulo, n. 41, pp. 31-47, 2019.

RODRIGUES, Theófilo; FERREIRA, Daniel. Estratégias digitais dos populismos de esquerda e de direita: Brasil e Espanha em perspectiva comparada. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, v. 59, n. 2, p. 1070-1086, ago. 2020.

ROSENSTIEL, Tom *et al.* **Twitter and breaking news - American Press Institute**. 2015. Disponível em: https://americanpressinstitute.org/twitter-and-breaking-news/. Acesso em: 13 dez. 2024.

RUEDIGER, Marco Aurelio. **A semana nas redes**: 18/10/2018. DAPP Report. 2018 Disponível em: https://observa2018.com.br/wp-content/uploads/2018/10/18-10-Dapp-Report.pdf. Acesso em: 13 dez. 2024.

SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, v.29, n.85, pp 64-78, 2014.

SARTORI, Giovanni. **A Teoria da Democracia Revisitada**. Vol I - O debate contemporâneo. São Paulo. Ática, 1994.

SELL, Carlos Eduardo. **Sociologia Clássica: Marx, Durkheim e Weber**. Petrópolis, Vozes, 2015.

SELL, Carlos Eduardo; BOLDA, Bruna dos Santos. A ontologia social de Max Weber: uma releitura a partir do individualismo âncora de Brian Epstein. **Civitas, Rev. Ciênc. Soc**. Florianópolis, v. 22, pp. 1-12, 2022.

SELL, Carlos Eduardo; Max Weber e o átomo da sociologia: Um individualismo metodológico moderado? **Civitas, Rev. Ciênc. Soc**. Florianópolis, v. 16, n.2. 2016.

SHIFMAN, Limor. **Memes in a Digital Culture**; Cambridge: The MIT Press, 2014.

SHU, Kai, et. al. **Fake news detection on social media: a data mining perspective**. Arxiv, 2017. Disponível em <https://arxiv.org/abs/1708.01967> Acesso em dez. 2024.

SILVA, Daniel Reis. **Astroturfing: lógicas e dinâmicas de manifestações de públicos simulados**. Belo Horizonte: FAFICH/Selo PPGCOM/UFMG, 2015.
SIMMEL, Georg. O conflito como sociação. **Revista Brasileira de Sociologia da Emoção.** João Pessoa, v. 10, n. 30, pp. 568-573, 2011.

SOARES, Marcelo. Contratos 6×1: a cara do Brasil que trabalha demais e ganha de menos. Disponível em https://www.cartacapital.com.br/sociedade/contratos-6x1-a-cara-o-brasil-que-trabalha-demais-e-ganha-de-menos/. 2024. Acesso em: 10 jan. 2025.

SPEIER, Hans. O desenvolvimento histórico da opinião pública. In: STEINBERG, Charles (org.). **Meios de comunicação de massa.** São Paulo: Cultrix, 1972.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Max Weber: o processo de racionalização e o desencantamento do trabalho nas organizações contemporâneas. **RAP**. Rio de Janeiro, v. 43, n. 4. pp. 897-918, 2009.

TORRES, Ton. O fenômeno dos memes. **Ciência e Cultura**, São Paulo, vol.68 n.3, p. 1-2, 2016

TUCÍDITES. **The Peloponnesian War**. Harmondsworth, Penguin, 2012

UNISINOS. **A nova onda conservadora no Brasil**. 2017. Disponível em: https://www.ihu.unisinos.br/categorias/186-noticias-2017/574438-a-nova-onda-conservadora-no-brasil. Acesso em: 20 fev. 2025.

VIECELI, Leonardo. **Inflação fica maior para mais pobres com pressão de alimentos**. 2024. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/11/inflacao-fica-maior-para-mais-pobres-com-pressao-de-alimentos.shtml. Acesso em: 14 jan. 2025.

VON DJICK, José. **Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media.** Oxford, Oxford University Press. 2013.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**. Nova York, v. 359, n. 6380, p. 1146 - 1151, 2018.

WEBER, Max. **Economía y sociedad**. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 1964.

WEBER, Max. **The protestant ethic and the spirit of capitalism**. Nova York, Charles Scribner's Sons, 1950.

WRIGHT-MILLS, Charles. **A imaginação sociológica.** Rio de Janeiro: Zahar, 1972.