

## QUEM QUER VACINA DA CHINA?

Como os usuários do Twitter trataram do tema Coronavac no dia da liberação pela Anvisa para uso emergencial no Brasil<sup>1</sup>

## WHO DOES WANT CHINA VACCINE?

How did Twitter users deal with the Coronavac topic on the day of its emergency use permission by Anvisa in Brazil?

Emerson Urizzi Cervi<sup>2</sup>

Helga Almeida<sup>3</sup>

Eva Campos-Domínguez<sup>4</sup>

Bruno Anuniação Rocha<sup>5</sup>

**Resumo:** A centralidade que a vacinação contra a Covid-19 tomou, dado o avanço da pandemia do novo coronavírus, a necessidade de imunização da população e os conflitos gerados a partir de divergências acerca desse assunto são o foco deste trabalho. Especificamente se investigou o desenvolvimento do conflito no Twitter gerado pelos debates em relação à liberação da primeira vacina autorizada para uso emergencial no Brasil, a Coronavac. Foram coletados e analisados 1.029.607 retuítes com o termo “vacina” que correspondem às primeiras 24 horas após aprovação pela Anvisa, entre os dias 17 e 18 de janeiro de 2021. Os resultados demonstraram que menos de 0,1% de usuários participantes do conflito tiveram mais de 20% do total de retuítes sobre o tema, sendo que, no início a rede era mais homogênea, com predomínio de contas retuitadas de jornalistas, pesquisadores e técnicos e ao final a rede ficou mais heterogênea, dispersa e com a inclusão de contas de militantes políticos e ideológicos entre as mais retuitadas.

**Palavras-Chave:** conflitos; Twitter; Coronavac.

**Abstract:** The centrality that vaccination against Covid-19 has taken, due to the advancement of the pandemic of the new coronavirus, the need for immunization of the population, and the conflicts generated from

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Fenômenos e Práticas da Política Online da 9ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (9ª COMPOLÍTICA), realizado em formato remoto, de 24 a 28 de maio de 2021.

<sup>2</sup> Doutor em Ciência Política. Professor Associado da Universidade Federal do Paraná. [ecervi7@gmail.com](mailto:ecervi7@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutora em Ciência Política pela UFMG, professora da Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF). [helgaalmeida@gmail.com](mailto:helgaalmeida@gmail.com)

<sup>4</sup> Doutora em Comunicação. Professora Associada da Universidad de Valladolid. [eva.campos@uva.es](mailto:eva.campos@uva.es)

<sup>5</sup> Doutorando em Ciência Política pela UFMG. [bruno.a.rocha@gmail.com](mailto:bruno.a.rocha@gmail.com)

---

*divergences on this subject are the focus of this paper. It aims to investigate the development of the conflict on Twitter generated by the discussions regarding the release of the first authorized vaccine for emergency use in Brazil, Coronavac. 1029607 retweets with the term "vaccine were collected and analyzed" in the first 24 hours after approval by Anvisa, between 17 and 18 January 2021. The results demonstrated that less than 0.1% of users in the conflict had more than 20% of the total number of retweets on the topic, and, in the beginning, the network was more homogeneous, with a predominance of retweeted accounts of journalists, researchers and technicians and in the end, the network became more heterogeneous, dispersed and with the inclusion of political and ideological militants accounts among the most retweeted.*

**Keywords:** conflicts; Twitter; Coronavac.

---

## 1. Introdução

A pandemia de Covid-19 trouxe desafios de diversas ordens para todo o planeta. Começando pelos desafios sanitários, passando pelos desafios econômicos, chegando até os desafios de ordem tecnológica. O que muitos não esperavam era a emergência de um desafio ligado aos movimentos anti-ciência e anti-vacina. No Brasil a narrativa anti-ciência e anti-vacina esteve presente, inclusive, em algumas falas oficiais do próprio chefe do executivo federal, Jair Bolsonaro, em que afirmou que a doença Covid-19 seria só uma “gripezinha”<sup>6</sup> e que não tomaria a vacina<sup>7 8</sup>.

O imbróglio a respeito da vacinação no Brasil continuou fortemente protagonizado pelo presidente da república quando, depois de quase um ano de pandemia e centenas de milhares de mortos, afirmou em 19 dezembro de 2020, “A pandemia está chegando ao fim. Estamos com uma pequena ascensão agora, o que chama de um pequeno repique, pode acontecer. Mas pressa para a vacina não se justifica, porque você mexe com a vida das pessoas. Vai inocular algo em você e seu

---

<sup>6</sup> <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55107536> Acesso em 25/04/2021

<sup>7</sup> <https://istoe.com.br/bolsonaro-afirma-que-nao-vai-tomar-vacina-contra-covid/> Acesso em 25/04/2021

<sup>8</sup> <https://noticias.uol.com.br/videos/2020/12/17/bolsonaro-diz-que-nao-vai-tomar-vacina-ja-tenho-anticorpos-para-que-tome-a-vacina-de-novo.htm> Acesso em 25/04/2021

sistema imunológico vai agir de forma imprevista”. Sendo que em 21 outubro de 2020 já havia dito que não compraria a vacina Coronavac por que o “O povo brasileiro não será cobaia de ninguém”<sup>9</sup>.

Todo o clima anti-vacina resultou em um aumento grande no número de cidadãos brasileiros que afirmavam que não tomariam vacina, sendo em dezembro de 2020 o correspondente a 22% da população, segundo o DataFolha<sup>10</sup>.

A centralidade que a vacinação contra a Covid-19 tomou, dado o avanço da pandemia e a necessidade de imunização da população, e os conflitos gerados a partir de divergências acerca desse assunto são o foco deste trabalho. Especificamente se investigou o desenvolvimento do conflito no Twitter gerado pelos debates em relação à liberação da primeira vacina autorizada para uso emergencial no Brasil, assim a análise aqui feita se debruçou sobre o conjunto de tweets com o termo “vacina” nas 24 horas posteriores à liberação para uso emergencial da Coronavac no Brasil, pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), em 18/01/2021.

## 2. Conflitos, o Twitter e a vacina

Discussões políticas que envolvem grandes volumes de publicações na rede acontecem, segundo Carreiro et al. (2020),

porque há uma evidente controvérsia sobre o assunto, o tema é de alta relevância política para determinado contexto espalha-se rapidamente em diferentes redes ou clusters, cresce em escala o número de publicações relacionadas – gerando, dentre outros aspectos, hashtags alternativas, controvérsias em segundo nível, e atores importantes que se destacam como condutores do debate (CARREIRO et al., 2020:65).

---

9

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2020-10/bolsonaro-diz-que-governo-federal-nao-comprara-vacina-coronavac> Acesso em 25/04/2021

10

<https://saude.ig.com.br/coronavirus/2020-12-12/cresce-numero-de-brasileiro-que-nao-pretendem-tomar-vacina-contra-covid-19.html> Acesso em 25/04/2021

Além disso, a arquitetura das plataformas digitais têm moldado uma sociabilidade em rede que pode estar fundando uma “plataformização das controvérsias”, como aponta D’Andrea (2018). Isso teria a ver com as “alterações de políticas de uso, seja em questões mais especializadas, como na interoperabilidade de dados via APIs, ou ainda nas crescentes mediações algorítmicas dos fluxos informacionais” (D’ANDREA, 2018:37). Nesse sentido, as *affordances* dessas tecnologias devem ser compreendidas não apenas a partir das capacidades dos usuários; é necessário também levar em conta seu design e as possibilidades nelas embutidas que permitem e privilegiam certos tipos de ação (BUCHER; HELMOND, 2018; MENDONÇA; AMARAL, 2016).

A questão que aqui se debate, o conflito em torno da aprovação da vacina Coronavac pela ANVISA, têm como pano de fundo um panorama político maior, que é a própria mobilização constante que o presidente da república brasileiro protagoniza para manter sua base eleitoral sempre alerta. Assim, o debate que outrora parecia pacífico na sociedade brasileira, como era a discussão sobre a importância de vacinas e da vacinação massiva, neste momento é ativado para que gere controvérsia e seja capaz de mobilizar um nós versus eles.

Kingstone e Power (2017) sublinham que há um perceptível aumento na polarização política no Brasil desde 2013 no advento das grandes mobilizações nacionais vividas pelo país. Sendo essa polarização visível nas eleições de 2018 através do número de eleitores que votaram em candidatos de um dos pólos que se aproximou daquele número relativo à rejeição ao candidato oponente. (HUNTER; POWER, 2017. PEREIRA; MEDEIROS; BERTHOLINI, 2020).

Santos (2020) ressalta que essa polarização percebida desde as Jornadas de Junho de 2013 no Brasil e aprofundada desde as eleições de 2018 podem ser vistas no Twitter e em outras plataformas na tendência a uma polarização afetiva, materializada em textos, imagens, GIFs, aproveitando-se de outras *affordances* do meio.

O Twitter permite que seus usuários utilizem discursos performáticos em uma disputa constante por sentidos e visibilidade, favorecendo a formação de antagonismos discursivos (VINHAS et al, 2019). Papacharissi (2015) observa que as

mensagens que circulam na plataforma alcançam um público maior do que em espaços offline; por outro lado, sua arquitetura incentiva mensagens narcísicas, favorecendo a formação de grupos de indivíduos que tendem a interagir mais internamente e menos com membros de outros grupos. A formação desses grupos, além de relacionada à homofilia (PAPACHARISSI, 2015; TUFEKCI, 2017), é resultado de mediações algorítmicas das interações entre usuários, responsáveis por modular a visibilidade das narrativas que disputam espaço e relevância na plataforma (CARDON, 2012; RIEDER; MATAMOROS-FERNÁNDEZ; COROMINA, 2018).

Neste trabalho, o foco está no conteúdo e interação da mensagem: no retuítes, respostas e hashtags. As hashtags podem ser compreendidas como fóruns híbridos capazes de gerar novas associações por meio de controvérsias (D'ANDRÉA, 2018). Elas também podem ser tratadas como significantes abertos sujeitos à definição, redefinição e reapropriação pelos participantes das interações no Twitter. Nesse sentido, elas são dispositivos que permitem a transformação de uma multidão em público, e a conversão desse público numa rede de apoio e disputa sobre o sentido veiculado pelas hashtags, tornando colaborativa a compreensão e construção narrativa dos acontecimentos (PAPACHARISSI, 2015). Já os retuítes seriam um reflexo de propagação que tende a concordar com um tweet feito, gerando assim uma rede de solidariedade e apoio (PAPACHARISSI, 2015).

No entanto, não é sempre que concordâncias se darão na plataforma; ao contrário, retuítes, respostas e hashtags também são usados pelo usuário para se posicionar em relação à questão central em determinado conflito emergido no âmbito do Twitter, que permite a disputa acerca de opiniões e ideologias contrárias (BRAVO; VALLE, 2017). Ou seja, essas affordances são estratégias de ação do indivíduo na demonstração de seu ponto de vista em uma controvérsia específica.

Assim, as questões que movem o trabalho são: Como se comportou a rede de retuítes nas primeiras horas após a aprovação da Coronavac pela Anvisa? Quais são os léxicos mais comuns nos clusters hierárquicos formados na rede de retuítes a respeito da vacina?

#### **4. Metodologia**

Este paper é fruto de debates do grupo de pesquisa “Observatório dos Conflitos na Internet” (Cooperação Científica e Tecnológica entre FAPESP, MCTI e MC/MCTI/ MC/CGI). Foi realizado um estudo de caso acerca do conflito que circundou a aprovação do uso emergencial das vacinas contra a Covid-19. O interesse pelo objeto se deu pela disputa pública de narrativas no Brasil sobre o enfrentamento da pandemia, com centralidade nas tensões relativas às escolhas políticas de medidas de saúde pública. O paper analisa as disputas de sentido encampadas e o modo como os usuários do Twitter se comportaram na rede sobre a aprovação para uso emergencial das vacinas.

Foram coletados e analisados 1.029.607 retuítes com o termo “vacina” que correspondem às primeiras 24 horas após aprovação pela Anvisa, entre os dias 17 e 18 de janeiro de 2021. Objetivando compreender o tipo de perfil dos usuários mais atuantes, analisou-se as redes e clusters formados pelas arrobas, as hashtags mais utilizadas, os retuítes e o teor geral das respostas dentro dos clusters. O trabalho ainda observou como se comportaram os clusters a partir de interações entre usuários e a partir de uma análise léxica.

#### **4. Twitter e o conflito em relação à vacina**

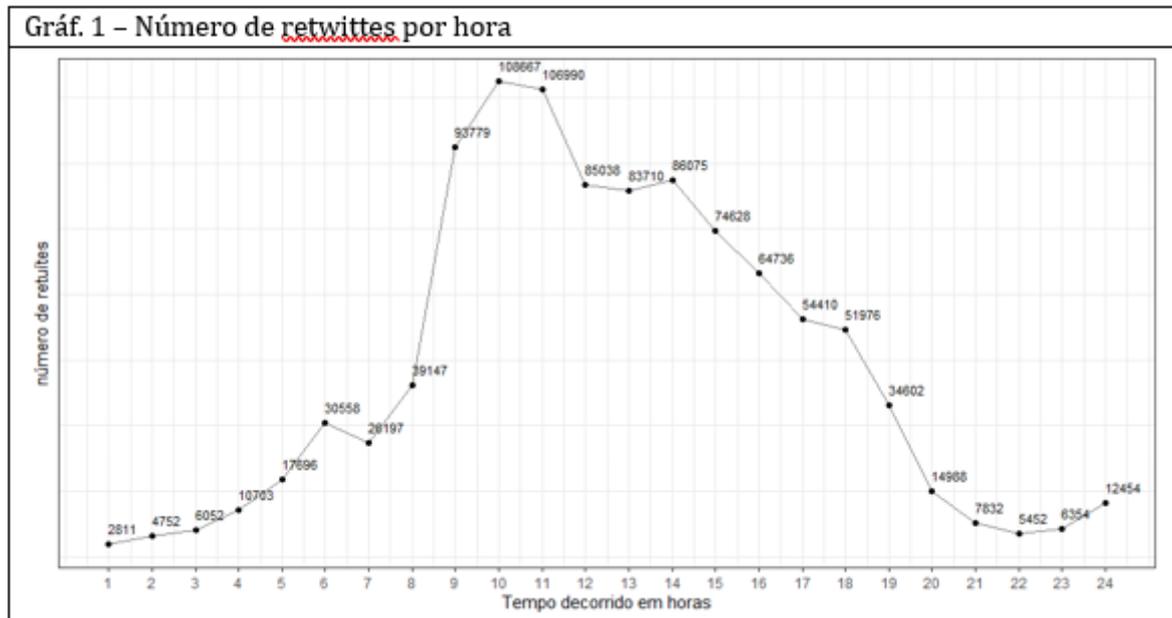
A partir daqui a descrição dos dados será feita em quatro etapas. Na primeira apresentamos a dinâmica da rede ao longo do tempo. Para isso, usamos o número de retuítes por hora, da primeira à 24ª hora após o anúncio da liberação da Coronavac pela Anvisa. Depois, apresentamos as contas que mais foram retuitadas com o termo vacina no período de análise. Foram selecionadas as contas que foram retuitadas pelo menos 5 mil vezes em 24 horas.

Ao todo foram retuitadas, pelo menos uma vez, mais de 38 mil contas. As 22 contas que receberam mais de 5 mil retuítes somam 215,2 mil, ou seja, menos de

0,1% das contas retuitadas representam quase 20% de todos os retuítes que constam no banco de dados.

Em seguida, fizemos um experimento. Descrevemos as características de duas redes formadas entre a conta retuitada e a conta que retuitou em dois momentos do período. Montamos uma rede de conexões com 4 mil relações na primeira 1h30 das conversações com o termo “vacina” após a liberação da Coronavac e outra rede com 4 mil relações dentro da última hora do período. As duas redes são chamadas de “rede inicial” e “rede final”. Por fim, para aprofundar a análise fazemos uma descrição léxica das redes inicial e final. Para isso, adotamos a técnica de análise de similaridade de termos intra e extra corpus textual. Cada rede é um corpus e a análise de similaridade permite identificar que termos aparecem de forma mais consistente em um dos corpus e quais termos estão presentes nos dois, não sendo possível localizá-los de forma estatisticamente significativa em um ou outro corpus. O objetivo da análise de similaridade é identificar se há e quais são os termos (vocábulos) que aparecem em apenas um momento das conversações e quais estão nos dois extremos do banco de dados.

O Gráfico 1 a seguir mostra o volume de retuítes por hora, a partir do final da reunião técnica da Anvisa. Assim como em outras redes já analisadas (CERVI et al, 2020), há um crescimento acelerado no número de retuítes nas primeiras horas para, em seguida, passar a uma queda também acelerada na intensidade da presença do termo nos tweets. Do total de 1.029.607 retuítes capturados com o termo vacina, pouco mais da metade, 532.390, aparece nas primeiras 12 horas de conversações. As horas com mais intensidade são a 10<sup>a</sup> e 11<sup>a</sup>, quando passam de 100 mil retuítes no intervalo de 60 minutos. A partir daí, o acelerado crescimento que se percebe a partir da sexta hora, passa a apresentar um comportamento inverso. A queda no número de citações do termo vacina a partir da 13<sup>a</sup> hora é tão acelerada quanto o crescimento no período anterior.



Fonte: os autores, 2021.

Como já indicado na literatura sobre conflitos no Twitter (DUBOIS; GAFFNEY, 2004. SOARES et al, 2018) nas redes formadas em torno de um termo são marcadas pela concentração em poucos usuários que conseguem centralizar as conversações em torno de seus tweets que são maciçamente retuitados ou respondidos. Ao assumir uma posição específica na controvérsia e obterem adesão de uma audiência expressiva que divulga e amplia o alcance de suas ideias - por meio de retuites e respostas, neste caso -, esses usuários atuam como influenciadores<sup>11</sup> (DUBOIS; GAFFNEY, 2014; SOARES et al, 2018).

Neste trabalho incluímos apenas os retuites e o Gráfico 2 a seguir mostra as contas que citaram o termo “vacina” e foram retuitadas mais de 5 mil vezes no período de 24 horas. Os tweets publicados pela conta “opauloribeiro” foram retuitados mais de 40 mil vezes. Depois dele, “pkfreestyleiro” passou de 19 mil

<sup>11</sup> Dubois e Gaffney (2014) classificam os influenciadores em dois tipos: *opinion leader* e *influential*. O primeiro usa sua autoridade em determinado assunto para influenciar sua rede. O segundo usa sua posição de visibilidade em uma ampla rede para divulgar mensagens para grandes audiências. Não nos preocupamos, por ora, com a classificação das contas mais influentes na controvérsia identificadas neste *paper*. Trata-se de uma tarefa a ser realizada em trabalhos futuros.

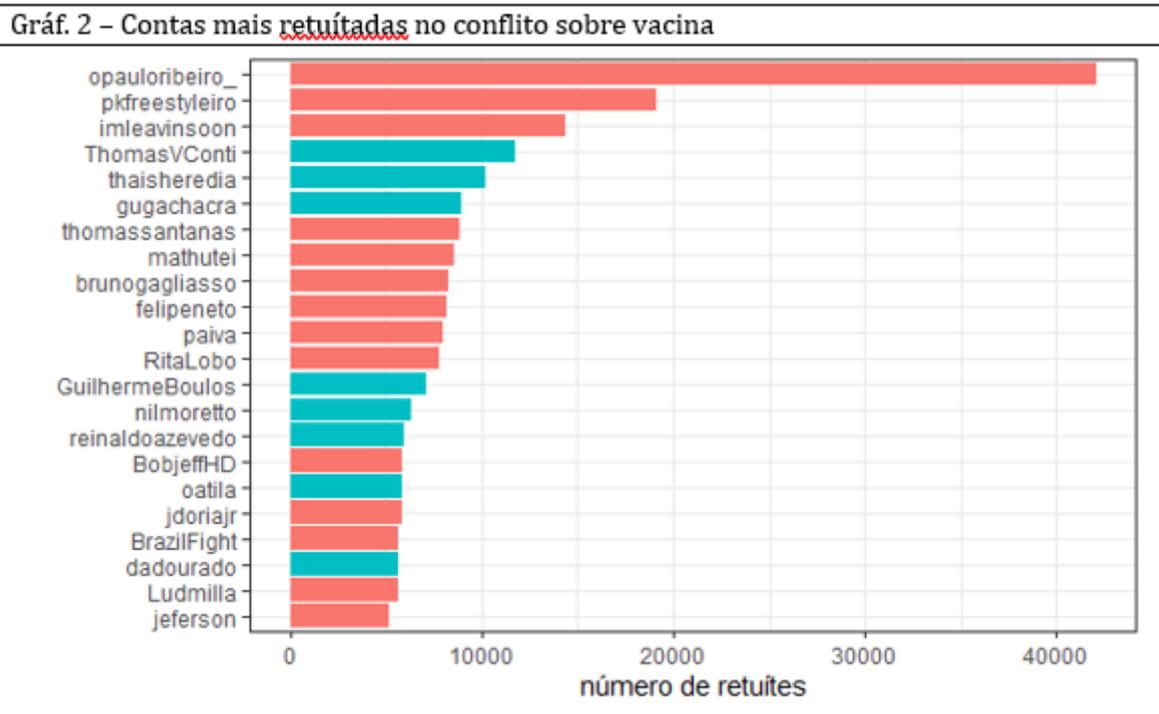
retuítes, “imleavinsoon”, “ThomasVConti” e “Thaisheredia” ficaram acima de 10 mil retuítes. Os demais tiveram entre 10 e 5 mil retuítes.

Na próxima etapa da análise apresentamos duas redes de retuítes, no início e no final do período em análise. Para identificar quais contas mais retuitadas aparecem em cada uma delas, as barras no gráfico 2 receberam cores distintas. As contas com a cor vermelha aparecem apenas na rede final, enquanto as contas que receberam a cor azul apareceram nas duas redes. Nenhum dos mais retuitados esteve apenas na rede inicial.

A conta mais retuitada “opauloribeiro” aparece apenas na rede final. Das oito contas mais retuitadas que aparecem nas duas redes, três são jornalistas: “thaisheredia”, da CNN Brasil, “gugachacra”, da Globonews e “reinaldoazevedo”, da Bandnews. Dois são professores: “TomasVconti”, economista e professor do Insper, e “dadourado”, médico e pesquisador da USP. Há apenas um político, “Guilherme boulos” (PSOL) e duas contas são de produtores de conteúdo digital, a de “nilmoretto” e a do biólogo “oatila”.

A conta do governador de São Paulo, João Dória (PSDB), que recebeu mais de 5 mil retuítes, aparece apenas na rede final das discussões sobre a vacina.

Conforme descrito acima, a maior parte das contas mais retuitadas são de jornalistas, os tradicionais *gatekeepers*, ou técnicos e especialistas no campo da saúde pública. Mas existem duas contas - que aparecem apenas na rede final - que são identificadas com o discurso anti-vacina e negacionista da pandemia. A conta “BobjeffHD”, do ex-deputado e presidente nacional do PTB, Roberto Jefferson, e a conta “BrazilFight”, que é descrita como “Família direita Brasil”. Esta última é a única conta entre as mais retuitadas que não é identificada como pertencente a uma pessoa física e sim a uma entidade coletiva.



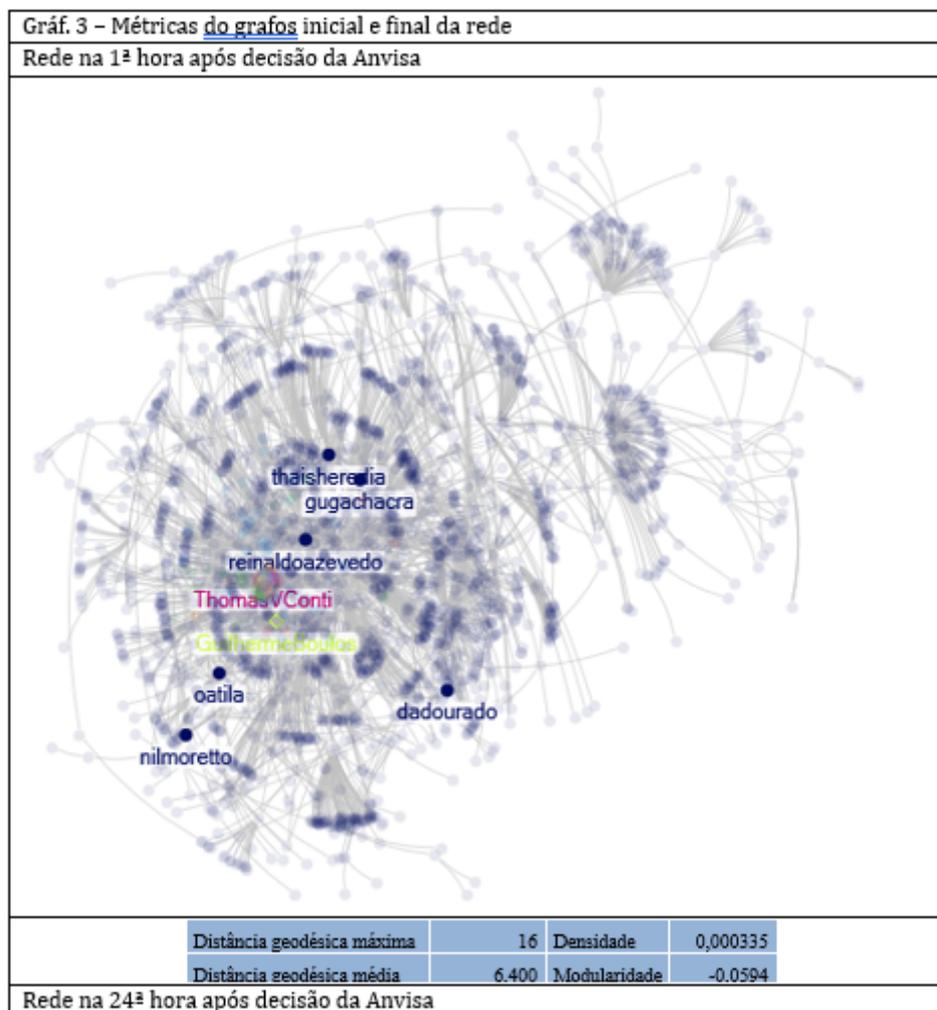
Fonte: os autores, 2021.

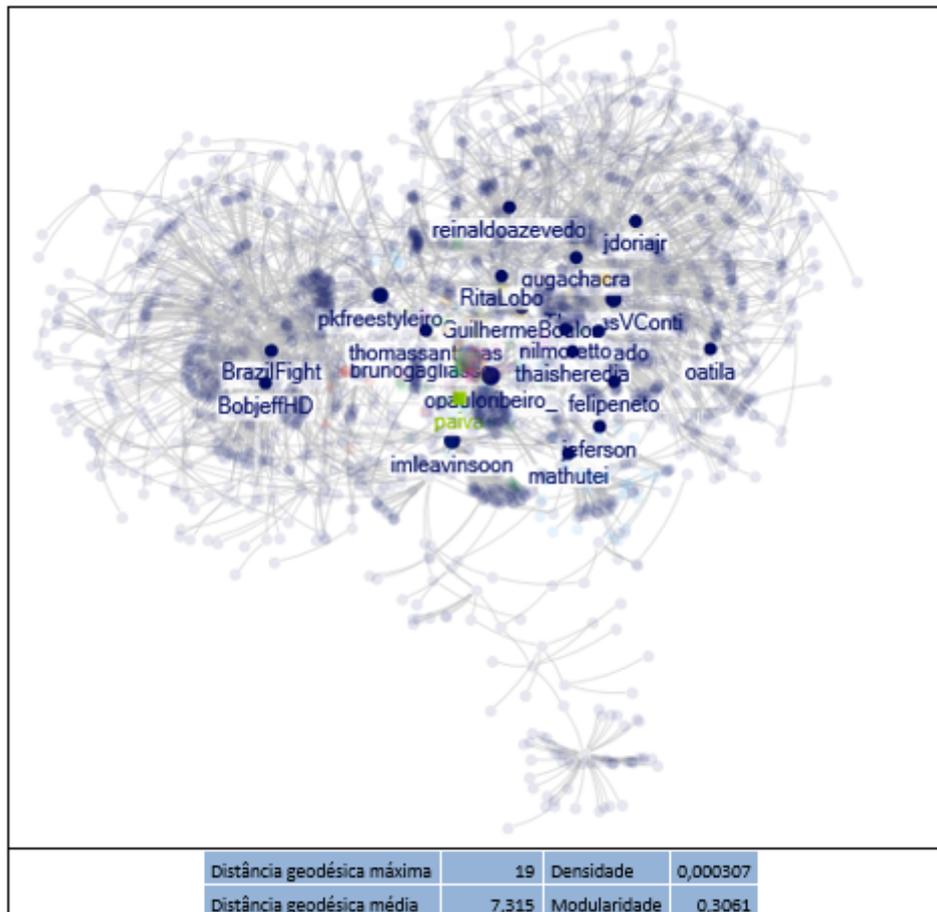
Para identificar como as conversações ao redor do tema vacina se desenvolveram, o Gráfico 3 a seguir apresenta as principais métricas dos grafos do início da discussão e na 24ª hora após a liberação da Coronavac pela Anvisa. Usaremos o coeficiente de densidade de cada uma das redes. A densidade indica se o número de ligações entre as contas na rede é alto ou baixo. Ela varia de zero a um. Outro índice é a modularidade, que indica o grau de homogeneidade de determinada rede. Quanto mais homogênea uma rede, mais equidistante são suas extremidades. Por fim, a distância geodésica é um coeficiente que indica a média de distância entre dois nós quaisquer em uma rede. Quanto maior a distância, maior o número de “passos” para se chegar a todos os nós da rede.

Como se percebe nos coeficientes, a rede inicial é mais homogênea e densa que a final. Isso indica que há maior heterogeneidade na rede ao final de 24 de conversações sobre vacina, embora o início do período tenha sido marcado pela presença predominante de conversações mais técnicas. Na rede final há maior heterogeneidade, com a divisão em praticamente duas subredes. Uma para os

retuites em torno de “bobjeffHD” e “Brazilfight”. A outra reúne políticos, técnicos e especialistas no tema.

A distância geodésica máxima passa de 16 para 19 entre o início e final do período, enquanto a distância média sobe de 6,4 para 7,3, indicando um aumento da distância entre nós na rede do final em relação à do início das discussões. Com os coeficientes de Densidade e Modularidade acontece o mesmo comportamento. Ao final do período há mais dispersão entre as contas do que no início.

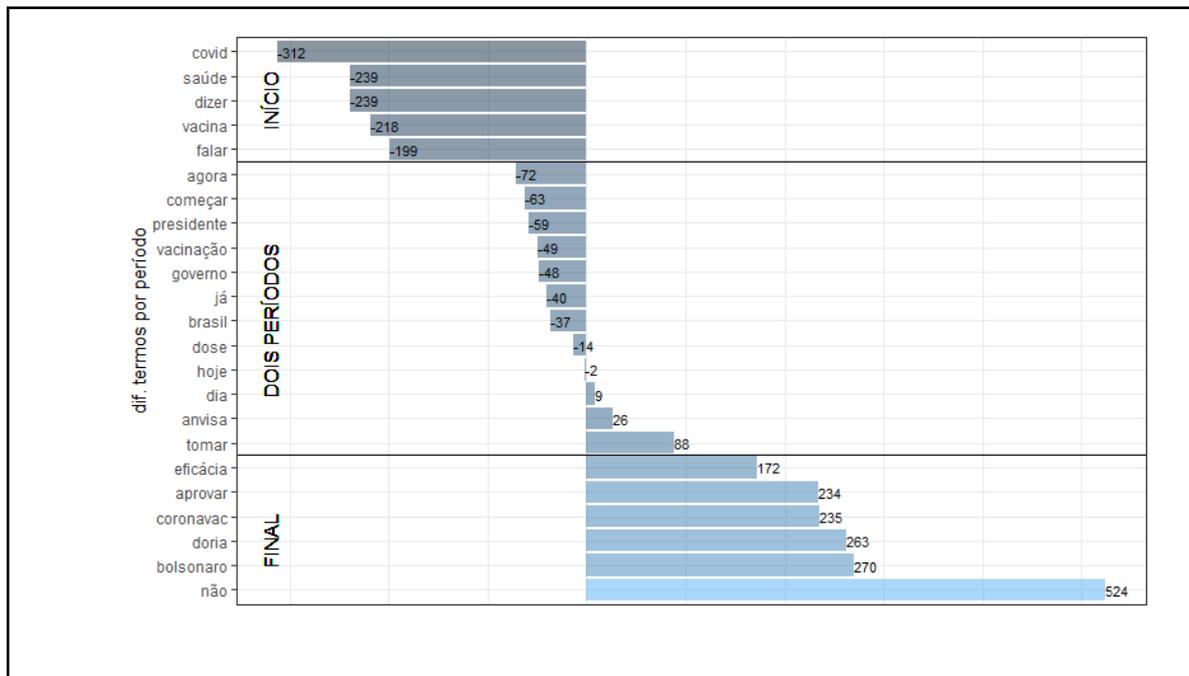




Fonte: os autores, 2021.

Até aqui as descrições apresentaram as características externas das redes por período. A composição pelas contas mais retuitadas, o tipo de rede e o volume de interações. A próxima etapa é analisar os dois períodos – o início e o final – internamente, a partir dos termos mais presentes nos tuítes de cada um deles. Usamos o teste de similaridade e Análise Fatorial de Correspondência (AFC) dos tuítes nos dois períodos de análise das discussões. Excluímos o termo “vacina” que foi usado para capturar as informações. Depois da AFC, selecionamos os termos que apareceram mais de 400 vezes no banco de dados. Subtraímos o número de vezes que aparece no período final do período inicial. Com isso, resultados negativos indicam que o termo apareceu mais no início do que no final do período. Os resultados positivos indicam que os termos aparecem mais no final do período. A imagem está dividida em três partes. Na central estão os termos cuja diferença fica





Fonte: os autores, 2021.

Os resultados acima indicam um pequeno número de termos que aparecem muitas vezes nos tuítes e concentram-se no período inicial. Há, também, um pequeno número de termos no período final e, como esperado, existem mais termos que aparecem nos dois períodos. Além disso, o mais importante é que esses resultados reforçam o achado inicial, o das contas mais retuitadas. No início das conversações sobre “vacina” as contas mais retuitadas são de técnicos ou de jornalistas. A AFC indica que os termos mais presentes nesse período são técnicos, como “covid”, “saúde”, “vacina”. No período final, além de maior número de contas retuitadas, elas são mais heterogêneas e aparecem contas de movimentos político-ideológicos. Os termos mais presentes apontados pela AFC incluem os nomes de dois políticos, “Bolsonaro” e “doria”, além “eficácia” e “aprovar”, que remete à politização dos debates em torno da vacina. Por fim, termos neutros como “governo”, “vacinação”, “Brasil”, “Anvisa” e “presidente” estão presentes nos dois períodos.

## 5. Considerações finais

As interações no Twitter sobre o tema Coronavac apresentam um acelerado crescimento nas primeiras 12 horas da coleta, seguidas de uma queda na mesma velocidade. Essa morfologia é parecida com a encontrada noutros temas de conflito na plataforma (CERVI et al, 2020).

Poucas contas, menos de 0,1%, tiveram mais de 20% do total de retuítes sobre o tema Coronavac. Essas contas predominantes podem ser identificadas como influenciadores, cuja relevância e alcance de suas mensagens podem ser consequência tanto de sua autoridade no assunto imunização quanto de sua posição de visibilidade na rede. Investigar em que categoria de influenciador cada um desses usuários se encaixa é tarefa de trabalhos futuros do projeto de pesquisa.

Quando olhamos para as características externas do início e do final do período em análise é possível perceber diferenças significativas. No início a rede era mais homogênea, com predomínio de contas retuitadas de jornalistas, pesquisadores e técnicos. Ao final a rede fica mais heterogênea, dispersa e com a inclusão de contas de militantes políticos e ideológicos entre as mais retuitadas.

A Análise Fatorial de Correspondência mostrou que as diferenças também aparecem nos termos mais comuns em cada período das conversações. No início os termos mais presentes são técnicos. No final estão os que indicam uma politização do debate sobre a vacina. A vacina na China não aparece no início, quando as discussões são técnicas e giram em torno de retuítes de contas de jornalistas ou especialistas. A Coronavac ganha espaço depois de algum tempo que o assunto está em discussão e após contas de militantes político-ideológicos ganharem destaque na rede.

As características das interações encontradas na análise podem indicar dois traços importantes da configuração de conflitos no Twitter. Em primeiro lugar, nota-se que as interações entre usuários sobre o tema objeto do conflito partem, em sua maioria, de conteúdo divulgado por autoridades no assunto e pela imprensa.

Apenas no final é que conteúdos de outros tipos de usuários ganham mais visibilidade e relevância no conflito. Em segundo lugar, considerando que as interações partem de conteúdos comuns - isto é, visível para todos os participantes da rede - que são objeto de retuíte e respostas/comentários, não é possível sustentar, neste caso, a hipótese de que o design do Twitter é responsável pela formação de câmaras de eco (SUNSTEIN, 2017), o que vai ao encontro de pesquisas recentes no campo (BRUNS, 2019; NGUYEN; VU, 2019). Nota-se que a modularidade das redes cresce à medida que a quantidade de interações aumenta, o que pode indicar que as câmaras de eco talvez possam ser melhor explicadas com base em perspectivas que evitem o universalismo tecnológico de críticas centradas apenas na plataforma.

Para evitar o universalismo tecnológico, a proposta de affordances relacionais (WILLEMS, 2020) pode ser útil. Ela compreende as affordances não como algo condicionado apenas pelas tecnologias, e sim como resultados da interação entre usuários e tecnologias dentro de contextos específicos. Nesse sentido, pensar as affordances de maneira relacional significa compreender o condicionamento recíproco entre usuários que exploram estrategicamente as possibilidades de ação nas plataformas e o design das plataformas que possibilitam e privilegiam certos tipos de ação, o que ocorre sempre dentro de contextos políticos, econômicos e sociais específicos.

Para agendas futuras é importante que se continue trabalhando em duas dimensões acerca dos conflitos em redes sociais, uma teórica e outra socio-técnica. A primeira perspectiva tem a ver com a própria discussão sobre democracia e polarização política, a segunda tem a ver com a emergência, desdobramentos e impulsão de conflitos em/através de plataformas digitais.

---

## Referências

- BRAVO, R. B.; VALLE, M. E. D. Opinion leadership in parliamentary Twitter networks: A matter of layers of interaction? **Journal of Information Technology & Politics**, v. 14, n. 3, p. 263–276, 3 jul. 2017. <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1337602>.
- BUCHER, T.; HELMOND, A. The Affordances of Social Media Platforms. In: BURGESS, J.; MARWICK, A.; POELL, T. (Org.). **The SAGE Handbook of Social Media**. London: SAGE Publications Ltd, 2018. p. 233–253.
- CARDON, D. **A Democracia Internet: promessas e limites**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.
- CERVI, Emerson. CAMPOS-DOMINGUEZ, Eva. ROCHA, Bruno Anuniação. CHAVES, Júlia. Uma despedida à altura do período no Ministério: os conflitos no twitter em torno da demissão de Weintraub. **III Congresso Brasileiro de Democracia, Governo e Políticas digitais**, 2020.
- CARREIRO, R. et al. As tretas políticas no Brasil e a repercussão em rede: proposta metodológica para captura e análise de discussão política online. **Comunicação & Inovação**, v. 21, n. 46, 2020.
- D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. Cartografando controvérsias com as plataformas digitais: apontamentos teórico-metodológicos. **Galáxia (São Paulo)**, n. 38, p. 28-39, 2018.
- HUNTER, Wendy; POWER, Timothy J. Bolsonaro and Brazil's illiberal backlash. **Journal of Democracy**, v. 30, n. 1, p. 68-82, 2019.
- KINGSTONE, Peter; POWER, Timothy J. (2017). *Democratic Brazil divided*. Pittsburgh, Pennsylvania: University of Pittsburgh Press.
- MENDONÇA, R. F.; AMARAL, E. F. L. Racionalidade online: provimento de razões em discussões virtuais. **Opinião Pública**, v. 22, n. 2, p. 418–445, ago. 2016.
- NGUYEN, A.; VU, H. T. Testing popular news discourse on the “echo chamber” effect: Does political polarisation occur among those relying on social media as their primary politics news source? **First Monday**, v. 24, n. 5, 3 jun. 2019.
- PAPACHARISSI, Z. The virtual sphere 2.0: The Internet, the public sphere, and beyond. In: **Routledge handbook of Internet politics**. Routledge, 2008. p. 246-261.
- PAPACHARISSI, Z. Affective publics and structures of storytelling: sentiment, events and mediality. **Information, Communication & Society**, v. 19, n. 3, p. 307–324, 2015. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>.
- PEREIRA, Carlos; MEDEIROS, Amanda; BERTHOLINI, Frederico. O medo da morte flexibiliza perdas e aproxima polos: consequências políticas da pandemia da COVID-19 no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v. 54, n. 4, p. 952-968, 2020.
- RIEDER, B.; MATAMOROS-FERNÁNDEZ, A.; COROMINA, Ò. From ranking algorithms to ‘ranking cultures’: Investigating the modulation of visibility in YouTube search results. **Convergence**, v. 24, n. 1, p. 50–68, 1 fev. 2018. <https://doi.org/10.1177/1354856517736982>.



---

SANTOS, Marcelo. NÃO ALIMENTE O MINION!: Polarização afetiva e ativismo de rede às avessas na gênese e ascensão da hashtag #Bolsonaro2018 após o impeachment de Dilma Rousseff. **Confluências | Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito**, v. 22, n. 3, p. 172-197, 2020.

SOARES, F. B.; RECUERO, R.; ZAGO, G. Influencers in Polarized Political Networks on Twitter. Proceedings of the 9th International Conference on Social Media and Society. **Anais...: SMSociety '18**. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 18 jul. 2018 Disponível em: <<https://doi.org/10.1145/3217804.3217909>>. Acesso em: 29 abr. 2021

SUNSTEIN, C. R. **#Republic**: divided democracy in the age of social media. Princeton: Princeton University Press, 2017.

TUFEKCI, Z. **Twitter and tear gas**: the power and fragility of networked protest. New Haven: Yale University Press, 2017.

VINHAS, O.; SAINZ, N.; RECUERO, R.; Antagonismos discursivos no Twitter durante as Eleições de 2018 no Brasil: análise das hashtags #marqueteirosdojair e #bolsolão. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, 1 (3), sem paginação, Web, 2019.

WILLEMS, W. Beyond platform-centrism and digital universalism: the relational affordances of mobile social media publics. **Information, Communication & Society**, v. 0, n. 0, p. 1–17, 4 fev. 2020.