

## Debate da Band em Curitiba: O uso do Twitter como termômetro

Fellipe Herman<sup>1</sup>

### 1. O problema

Na última segunda-feira (22/08/2016) aconteceu na Band o primeiro debate para a prefeitura de Curitiba. O debate teve a participação de nove candidatos, o maior número de participantes já registrados em um debate para a prefeitura da cidade.

Na medida em que o debate ocorre na televisão, os comentários em outros meios, tais como Facebook, Twitter, são registrados simultaneamente. Como a comunicação é instantânea, a repercussão do debate também é *online*. Por meio do uso de *hashtags*, que são palavras-chave que servem como indexadoras para facilitar a busca da informação por outros usuários, pode-se capturar em tempo real a opinião do público sobre o debate.

Nesse contexto, o presente boletim tem como objetivo verificar a repercussão do debate na ferramenta Twitter através do uso da *hashtag* *#debatebandcuritiba*. Pretende-se identificar, por meio das mensagens postadas pelos usuários do *microblog*, quais eventos tiveram maior destaque no debate entre os candidatos.

### 2. A abordagem

Foram coletados 3024 *tweets* e *retweets* contendo a palavra *#debatebandcuritiba*, entre as 19:00 horas de 22/08/2016 até as 00:40 horas de 23/08/2016, com a ferramenta Twitonomy.

Dos dados coletados, foram analisadas se outras *hashtags* também foram utilizadas como complemento à principal, quais *tweets* foram mais *retweetados* e quais os mais favoritos. Assim, através destas *hashtags* procurou-se estabelecer quais foram os principais temas que surgiram entre os usuários da ferramenta durante o debate eleitoral.

### 3. Resultados

Os resultados encontrados mostram que os 3024 *tweets* foram efetuados por um total de 435 usuários. Assim, se multiplicarmos o número de seguidores que estes usuários possuem na rede pelo número de

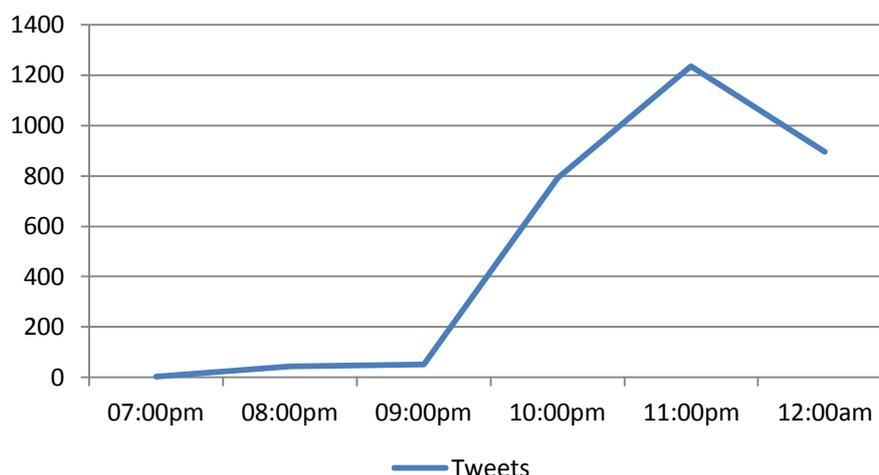
---

<sup>1</sup>Mestrando em Ciência Política do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da UFPR. E-mail: fellipeherman@gmail.com

tweets efetuados, temos um alcance potencial de cerca de 19 milhões de usuários combinados<sup>2</sup>.

As postagens atingiram seu ápice entre as 22h e 23h, com o acumulado de 792 e 1235 postagens respectivamente. Abaixo apresentamos a evolução da hashtags durante o debate.

**Gráfico 1 - Evolução no uso da #debatebandcuritiba**



Fonte: elaboração própria / GEIST-UFPR

Dentro deste universo de utilização da *hashtag* pesquisada destaca-se, por exemplo, o usuário @portalbemparana, que se trata de um perfil de notícias, que possui 11.882 seguidores e utilizou o termo em mais de 246 *tweets* (vide tabela 1).

**Tabela 1 - Usuários mais ativos no Twitter durante o debate em Curitiba**

Perfil	Seguidores	Menções	Retweets	Favoritos
@portalbemparana	11882	246	216	218
@Blog_do_Doido	2561	112	7	18
@paranaportal	1911	108	46	76
@twittess	112713	99	10	29
@josianefeliz	779	97		

Fonte: elaboração própria / GEIST-UFPR

<sup>2</sup> O número citado representa o somatório dos posts vezes o número de seguidores que cada usuário possui, ou seja, ele apresenta qual o efeito multiplicador da *hashtag* #debatebandcuritiba na rede. Por exemplo, o @planta0190 possui 134.014 seguidores e postou utilizando a *hashtag* pesquisada. Assim, somente este post tem a amplitude de atingir até 134.014 usuários. Embora o número possivelmente esteja superestimado, pois o índice não exclui os usuários que seguem dois perfis (ou seja, conta um mesmo seguidor duas ou mais vezes), a principal vantagem de apresentá-lo é que ele representa a potencialidade de se usar uma *hashtag* na rede.

Embora verificar quem mais postou utilizando hashtags pesquisada seja interessante, este dado vale mais pelo volume do que pelo conteúdo. Como aqui estamos interessados em utilizar o Twitter como um termômetro do que mais repercutiu no debate, talvez o dado mais significativo seja verificar qual usuário teve suas publicações com mais *retweets* e mais favoritas, e também, qual o conteúdo destas publicações.

Desta forma, a Tabela 2, apresenta quem foram os usuários mais influentes durante o debate, ou seja, quem teve o conteúdo publicado mais *retweetado*.

**Tabela 2 - Usuários com maior número de retweets**

Perfil	Seguidores	Menções	Retweets	Favoritos
@portalbemparana	11882	246	216	218
@caixazero	5622	20	149	146
@lgoMartini	854	58	151	140
@paranaportal	1911	108	46	76
@rogcorreia1981	28	41	28	40

Fonte: elaboração própria / GEIST-UFPR

Conforme os dados apresentados na tabela acima, destacamos o perfil @caixazero, do jornalista Rogerio W. Galindo, que embora tenha efetuado apenas 20 postagens com a palavra-chave pesquisada, teve seus *tweets* replicados por 149 usuários. Dentre as suas postagens, destacamos as mais compartilhadas.

**Figura 1 - Postagens em destaque**



Fonte: reprodução

Os *tweets* mencionados acima foram também os mais compartilhados durante o debate. Através das postagens do jornalista, pode-se perceber que a candidata Maria Victória foi alvo de críticas pelas

suas respostas durante o debate e que este foi o assunto com maior repercussão.

Analisando outras postagens na busca de um panorama geral do que foi abordado, ou seja, as postagens efetuadas como um termômetro do debate, se pode verificar que a percepção geral dos usuários foi em torno da baixa qualidade do debate e um possível despreparo dos candidatos. Seguem postagens que corroboram com esta percepção.

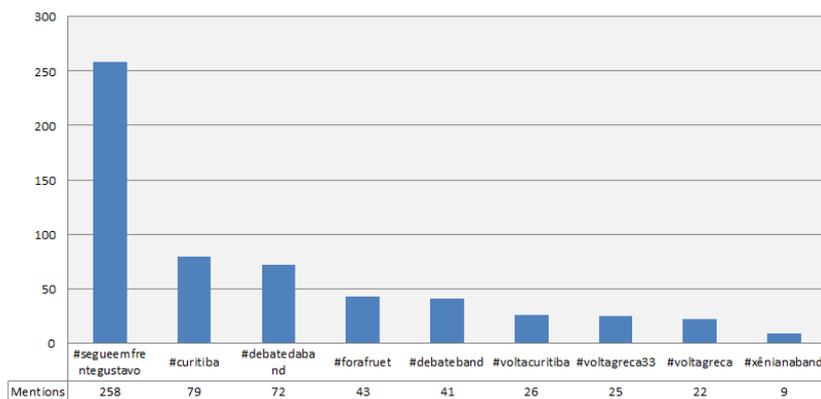
**Figura 2 - Reprodução de postagens selecionadas**



Fonte: reprodução

Por fim, verificamos quais as eventuais *hashtags* complementares que foram *twittadas* junto com *#debatebandcuritiba*, e as mais utilizadas, são apresentadas no gráfico abaixo.

**Gráfico 2 - O uso de *hashtags* complementares**



Fonte: elaboração própria / GEIST-UFPR

Diante dos dados apresentados, verificamos que o atual prefeito Gustavo Fruet foi lembrado tanto por apoiadores quanto por não apoiadores nas postagens. Positivamente foi citado em 258 postagens com a *hashtag* complementar *#seguemfrentegustavo*. Já 43 postagens utilizaram a *hashtag* complementar *#forafruet*.

O ex-prefeito Rafael Greca também foi um candidato que teve menções positivas através das *hashtags* #voltacuritiba (26 tweets), #voltageca33 (25 tweets), #voltageca (22 tweets).

#### **4. Considerações finais**

O objetivo deste boletim foi verificar a repercussão do primeiro debate ocorrido entre os candidatos para a prefeitura de Curitiba, por meio do uso da *hashtag* #debatebandcuritiba na ferramenta Twitter. Foram coletados 3024 posts e analisados, através daqueles que receberam maior número de *retweets* e as mensagens mais favoritas.

Diante da análise destas mensagens podemos captar que os usuários tiveram uma percepção de que o debate teve um nível baixo de discussão, e ao mesmo tempo, que os candidatos estavam despreparados. Por exemplo, o caso da candidata Maria Victória, ou com propostas "estranhas", como o caso da proposta de Rafael Greca de asfaltar 2.860km. Dentre as mensagens com maior repercussão, ou seja, as que foram mais compartilhadas, se destacam novamente as respostas da candidata Maria Victória.

Outro fator observado foi a utilização de *hashtags* complementares e, dentro desta utilização, destacam-se os candidatos Gustavo Fruet e Rafael Greca, que foram os mais mencionados.

A importância da apresentação destes dados é que por meio do uso da palavra-chave (#debatebandcuritiba), pode-se verificar em tempo real qual foi a percepção dos usuários em relação ao debate. Em uma sociedade onde a informação é repassada rapidamente, esta verificação torna-se fundamental para que vejamos como a opinião pública se comporta em relação à discussão política. Cabe verificar por fim que, apesar da grande popularidade do Facebook e do WhatsApp nas eleições deste ano, o Twitter continua desempenhando um papel importante na difusão de notícias, especialmente entre jornalistas e o público especializado.

#### **Como citar:**

Herman, Fellipe. Debate da Band em Curitiba: O uso do Twitter como termômetro. **Boletim informativo. MEME: e-monitor eleitoral.**

**GEIST/UFPR**, n. 4. p. 1-6. Agosto, 2016.

### **Agradecimentos**

Participam deste projeto os seguintes pesquisadores (em ordem alfabética): Alzira Angeli, Antônio Marcos Gasparin, Camila Borges, Fabrícia Vieira, Fellipe Herman, João Martins, Juan A. Suhurt, Leonardo Rocha, Liza Larriera, Márcio Carlomagno, Mayara Gomes, Natália Diamante, Rosane Santana, Sérgio Braga (coordenador do grupo de pesquisa), Sérgio Tramujas e Thiago Marrano.

### **MEME: e-Monitor Eleitoral**

Projeto e-monitoramento eleitoral das eleições municipais 2016 do Grupo de Pesquisa em Atores, Instituições, Comportamento Político e Tecnologias Digitais (GEIST).

Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (PPGCP-UFPR).

Página oficial: [www.facebook.com/MonitorEleitoral](http://www.facebook.com/MonitorEleitoral)

### **Acesse os boletins anteriores do MEME:**

Boletim n. 1

*O que os pré-candidatos à prefeitura de Curitiba fizeram no Facebook em julho?*

<https://drive.google.com/open?id=0B61toNRheZ0pCHNjNjdFaGE1NG8>

Boletim n. 2

*Poucos, mas barulhentos? Identificando medidas superestimadas de interações e seguidores de candidatos no Facebook nas eleições 2016*

<https://drive.google.com/file/d/0B61toNRheZ0pd3lwZ2hudXJ5RkU/>

Boletim n. 3

*Mobilizando sentimentos nas (pré) campanhas digitais em Curitiba*

<https://drive.google.com/file/d/0B61toNRheZ0pVUhrY3VsalhWM0E/>