

Balbúrdia no YouTube: uma análise de comentários sobre os cortes nas universidades brasileiras

Nilton Cesar Monastier Kleina

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9378-6441>

Pedro Brodbeck

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8995-4286>

Murilo Brum Alison

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9224-1407>

Tiago Philippini Ferreira Borges da Silva

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9647-8225>

Djiovanni Jonas França Marioto

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6485-5927>

Rafael Cardoso Sampaio

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5176-173X>

Kelly Cristina de Souza Prudencio

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4064-8058>

Resumo

O artigo apresenta uma análise de conteúdo dos recursos argumentativos presentes nos comentários em vídeos do YouTube sobre os cortes na educação feitos pelo governo brasileiro no ano de 2019. Foram coletados 6.609 comentários de seis vídeos que tratam sobre o contingenciamento do orçamento discricionário das universidades federais — medida anunciada em maio de 2019 pelo Ministério da Educação. Três vídeos são a favor dos cortes (dos canais MamãeFalei, Nando Moura e Diego Rox), enquanto outros três foram contra (nos canais Meteoro

Brasil, Henry Bugalho e O Historiador). Os resultados apontam para uma interatividade baixa, seja com outros usuários ou com o conteúdo do vídeo, e uma ausência de tomada de posição em relação ao tema. Também reforçam estudos anteriores, indicando maior popularidade e melhor desempenho dos canais conservadores e revelando uma baixa discordância na relação entre comentarista e o produtor do vídeo.

Palavras-chave

Conversações online; Deliberação online; YouTube; Ensino superior

1 Introdução

O Ministério da Educação (MEC) esteve presente com frequência em manchetes do início do mandato presidencial de Jair Bolsonaro (sem partido) em 2019. As controvérsias começam em torno de declarações do ministro Ricardo Vélez Rodríguez, que afirmou que o brasileiro é um “[...] canibal que rouba até o salva-vidas do avião” (CASTRO; VIEIRA, 2019). Por desentendimentos com uma das alas do governo, ele foi destituído em 8 de abril de 2019. O sucessor foi o economista Abraham Weintraub, que manteve o MEC como assunto em alta: o mês de maio começou com a divulgação de um bloqueio de verbas das universidades federais, o que levou Weintraub a participar de uma transmissão ao vivo do presidente em sua página no Facebook.

O ministro mascarou dados para sugerir que o corte era superestimado — tendo chocolates como metáfora¹, justificou em uma *live* com o presidente (FERNANDES, 2019) que apenas universidades que não apresentassem desempenho satisfatório e promovessem “balbúrdia” seriam atingidas e ficariam sem tantos “doces” quanto as demais.

Ao todo, foi contingenciado 30% do orçamento discricionário (gastos não obrigatórios, como água, luz, terceirizados e bolsas) nas instituições. O anúncio provocou manifestações contrárias em 15 de maio, com professores e estudantes nas ruas em 26 estados contra o bloqueio de recursos e em protesto às falas de Bolsonaro e Weintraub (G1, 2019).

O assunto circulou nas redes digitais, sendo que no YouTube notou-se um embate de posições provocado pela polarização política. Essa é a mais popular plataforma de vídeos do

¹ A presença dos doces virou notícia pelo ato falho. O ministro usou três chocolates e meio, de um total de cem, para representar um contingenciamento de 30%. Além disso, Bolsonaro tomou para si e consumiu a metade de um chocolate.

mundo: são dois bilhões de usuários mensais e cerca de um bilhão de horas de vídeos assistidos diariamente (YOUTUBE, 2021). Além disso, segundo a Google Consumer Survey de julho de 2018 (MELO; ABIBE, 2019), *youtubers* foram escolhidos por 20% dos entrevistados como o grupo de pessoas que mais influencia opiniões, atrás de família e amigos, porém a frente de jornalistas. No mesmo estudo, *youtubers* são vistos como “mais acessíveis que celebridades”.

A plataforma é cada vez mais uma rival direta à televisão com o seu próprio microsistema midiático e não só uma alternativa aos meios tradicionais (DIJCK, 2013), voltada para o compartilhamento, consumo e produção de materiais audiovisuais, além de interações (BURGESS; GREEN, 2009). Qualquer usuário pode postar vídeos no perfil, chamado de canal, transformando o criador de conteúdo em *youtuber*. Esses produtores independentes têm liberdade de veiculação em seus espaços, o que também torna a plataforma um meio de desinformação em temas como política e a pandemia da covid-19 (MACHADO *et al.*, 2020). Com isso, torna-se pertinente do ponto de vista científico debruçar-se sobre o conteúdo das postagens e como os espectadores reagem às opiniões emitidas, no sentido de existir ou não uma conversação entre comentaristas.

Sob essa perspectiva, o presente artigo compreende uma análise de conteúdo (KRIPPENDORF, 2004) de comentários em vídeos do YouTube sobre os cortes realizados pelo MEC². Foram escolhidos seis vídeos, sendo três favoráveis ao contingenciamento (dos canais *MamãeFalei*, *Nando Moura* e *Diego Rox*) e três contrários (de *Meteoro Brasil*, *Henry Bugalho* e *O Historiador*). O foco de avaliação está nas conversações online, ou seja, conversas espontâneas em comentários, momento em que o público pode “[...] trocar opiniões, esclarecer entendimentos sobre questões de interesse comum e para reafirmar discursos e quadros simbólicos” (MARQUES, 2011, p. 19). Aparentemente desorganizada, essa troca traz uma dinâmica que permite a identificação de estratégias modeladoras de discussões e pontos de vista.

O objetivo é detalhar como são explorados alguns recursos argumentativos nos comentários e compreender a ação dos comentaristas do YouTube em conteúdos com posicionamento definido. Desse modo, é possível verificar se os comentários possuem interatividades, se há um inimigo em comum e quais os principais argumentos utilizados, além da presença de recursos persuasivos e de estilo. Avalia-se também a presença de

² O estudo completo foi desenvolvido entre 2019 e 2020 e envolve também comentários no Facebook.

comentários opostos ao *youtuber* em questão — aqueles que são contra os cortes em vídeos favoráveis ao contingenciamento e vice-versa.

2 O potencial político dos vlogs no YouTube

Criado em 2005, o YouTube se baseava inicialmente no modelo de rede social com conteúdo feito pelos usuários ainda de maneira amadora (BURGESS; GREEN, 2009). Com o passar do tempo, ele “[...] deixa de ser um repositório de vídeos caseiros e clipes musicais para ser ‘colonizado’ por *vloggers*, *youtubers* e diversos tipos de produtores de conteúdo” (REIS; ZANETTI; FRIZZERA, 2020, p. 41). Os *youtubers*, que concentram parte da audiência, podem ser usuários semiprofissionais, mas que, via de regra, são *vloggers* empreendedores (BURGESS; GREEN, 2009, p. 96), o que permite a consideração deles como atores centrais de um contexto que torna o “usuário comum” e suas narrativas em protagonistas (REIS; ZANETTI; FRIZZERA, 2020, p. 5). Essa dualidade de acervo para guardar vídeos e rede social ocorre até hoje e amplia a capacidade de engajamento da audiência.

O gênero da maioria dos vídeos do estudo é o vlog, um dos mais tradicionais da plataforma. Wood (2019) descreve o formato como um evento de fala sem limitações de tempo e espaço, criando uma conexão com espectadores — uma comunidade discursiva (WOOD, 2019, p. 11). No gênero, o produtor de conteúdo fala diretamente para a câmera, simulando uma conversa “face a face” em um cenário sem elaboração que pode ser até um ambiente caseiro, como um quarto, reforçando o caráter intimista. O sucesso, para Burgess e Green (2009, p. 105), depende de uma dinâmica em que vlogueiros participam das discussões na plataforma, enquanto a audiência tem interlocutores, co-criadores e críticos que assistem aos vídeos, fazem comentários e até produzem outros materiais.

O formato envolve uma introdução a um tópico específico, normalmente relacionado ao título do vídeo. A edição é simplificada e exige pouco conhecimento técnico, deixando a fala fluida e dinâmica. Dornelles (2014) o define como uma possibilidade de exposição de visão pessoal sobre assuntos cotidianos e elenca características comuns, como críticas em tons de humor com pitadas de agressividade e informalidade. Já Ladhari, Massa e Skandrani (2020) identificam fatores que influenciam na popularidade de um vlogueiro: expertise aparente ou expressada; semelhança em valores e pensamentos entre *youtuber* e público, e apego emocional criado em relação ao *youtuber*. Em vídeos políticos, a identificação ganha contornos de influência acentuados.

Em 2006, o YouTube já dava sinais de que era uma ferramenta com potencial mobilizador: vídeos nos Estados Unidos mostrando políticos em situações comprometedoras foram decisivos em eleições (ENGLISH; SWEETSER; ANCU, 2011, p. 735). Dois anos mais tarde, na campanha de Barack Obama para a presidência, a importância do YouTube ficou evidente com o sucesso do democrata no uso pioneiro de redes sociais (GOMES *et al.*, 2009). No Brasil, as eleições de 2018 foram o marco do YouTube — tanto pelas coordenações de campanha, como por apoiadores voluntários (REIS; ZANETTI; FRIZZERA, 2020, p. 43). A plataforma foi “o site disparado mais recomendado pelas redes bolsonaristas” (PIAIA; ALVES, 2019, p. 13) no pleito, sendo o destino da maior parte dos links de mensageiros como o WhatsApp.

Um dos espaços de interação no YouTube é a seção de comentários, aberta a pessoas com uma conta da Google. Por esse recurso, o público expõe opiniões e engaja-se em diálogos que dizem muito a respeito de uma comunidade. É o campo das conversações, que encontra em redes sociais um campo fértil de estudo.

3 Conversações online

Parte das discussões iniciais sobre conversações online foi originalmente voltada aos conceitos habermasianos de esfera pública e democracia deliberativa. Verificou-se a possibilidade de meios online facilitarem a deliberação, partindo de princípios normativos para interações democráticas, como reflexividade, sinceridade, inclusão, autonomia em relação ao poder e *ideal role-taking* (DAHLBERG, 2001).

Entretanto, diversos pesquisadores da deliberação online defendem que a normatividade é usada equivocadamente como critério final de avaliação das pesquisas, em vez de apenas o marco das melhores práticas a serem seguidas. Mais especificamente, a agenda “[...] moveu-se do simples foco no diagnóstico da deliberatividade para a compreensão mais ampla sobre a relação entre variáveis no tipo de argumentação observada” (MENDONÇA; SAMPAIO; BARROS, 2016, p. 22). Ademais, ao exemplo da própria literatura de democracia deliberativa (STEINER, 2012), defende-se a importância de outras formas de comunicação (incluindo a não verbal), como sentimentos e mesmo outros modos de justificação, como narrativas e testemunhos (COLEMAN; MOSS, 2012). Considera-se inclusive que a presença de linguagem ofensiva nem sempre elimina a deliberação

(PAPACHARISSI, 2004), além da verificação de que espaços de interação online não foram pensados para discussões políticas (GRAHAM, 2008).

A realização de estudos empíricos que colocam à prova em redes sociais os conceitos deliberacionistas alterou a percepção original a respeito de temas como a noção da racionalidade. Afinal, "[...] a razão não é um universal abstrato preestabelecido, mas um processo coletivo fundado na necessidade de exposição de argumentos" (MENDONÇA; AMARAL, 2016, p. 420). Isso significa que a justificação de argumentos, mesmo que discordantes ou criticáveis, faz parte do rico processo de construção de um debate em um ambiente povoado por participantes com diferentes posicionamentos — não se deve esperar uma exposição rica, complexa ou sempre científica de pontos de vista em um espaço que não preza por esse tipo de interação, como caso de um campo de comentários de um site majoritariamente dedicado à publicação de vídeos.

Ora buscando, ora se afastando do campo da deliberação, uma vasta literatura trata essas interações como conversações políticas online (*political talk*). Stromer-Galley (2007) sugere a conversação como uma forma de interação social que objetiva construir relações sociais, como um simples ato de reunião sem resolver um problema social ou político. Assim, "[...] discussões resultam da alternância de apresentação de argumentos ou falas, que podem incluir elementos comuns à socialização do indivíduo, tais como emoção, indagação, pausas, histórias pessoais, rudeza, interrupções, dentre outros recursos" (CARREIRO *et al.*, 2020, p. 67).

Conversações também podem ser compreendidas como "[...] disputas interpretativas sobre questões políticas nas quais se engajam os sujeitos em sua vida ordinária" (OLIVEIRA; SARMENTO; MENDONÇA, 2014, p. 73). Ao possibilitar o debate entre pessoas com diferentes posicionamentos, que chegam ao conteúdo por diversos meios, esse diálogo gera uma dinâmica que faz os participantes se perceberem em "[...] um processo deliberativo que os ultrapassa e que, ao mesmo tempo, oferece a possibilidade de tomarem a palavra e terem-na inserida em uma rede de esferas públicas digitais" (ALTHEMAN; MARTINO; MARQUES, 2013, p. 65). Em outras palavras, as conversações online, embora nem sempre voltadas para uma tomada de decisão ou participação política formal, representa uma arena relevante na formulação de pontos de vista. Afinal, trata-se de uma atividade cotidiana característica de sociedades plurais em que "[...] indivíduos aprendem a articular suas posições, a compreender as posições dos outros e a identificar problemas que são de interesse público" (MAIA *et al.*, 2017, p. 69).

Mas de que forma esse contato com opiniões contrárias afeta o debate? Estudos anteriores confirmam o potencial deliberativo de conversações nas redes, indicando que comentários concentram articulações. Em estudo no YouTube e no Facebook, Halpern e Gibbs (2012) encontraram um padrão: temas “altamente sensíveis” atraem respostas mais indelicadas, porém com maior número de argumentos para sustentar as próprias crenças. Em assuntos menos controversos, notou-se uma presença reduzida de argumentação. Resultado similar é encontrada nos apontamentos posteriores de Carreiro (2017).

Ao analisar debates sobre conteúdos LGBTQ no YouTube, Oliveira, Sarmiento e Mendonça (2014) notaram uma alta parcela de comentários com reciprocidade e desrespeito. Altheman, Martino e Marques (2013) estudaram conversações políticas na área de saúde, detectando traços de reflexividade e interatividade — junto a técnicas argumentativas de desvalorização da opinião alheia e agressividade. Maia e Rezende (2016) reforçam o padrão “agressivo, mas com embasamento”: em uma pesquisa de múltiplas redes sociais, nota-se a alta quantidade de ataques e formas simples de justificativa com pouca expectativa de se estabelecer um diálogo. Foi registrada também uma baixa taxa de reciprocidade, ou seja, há baixas expectativas de se estabelecer um diálogo ou sequer considerar a presença de outros elementos no ambiente.

Não obstante, a pesquisa de Rizzotto e Saraiva (2020) em torno das discussões da lei do feminicídio na página do Senado Federal no Facebook mostra baixo engajamento e comprometimento com o debate, além de baixos valores de respeito e reflexividade: muitas mensagens são apenas opinativas e com pouca ou nenhuma preocupação com interação. As autoras concluem que “[...] os comentários que apresentam divergência (o que, a rigor, positivo para a deliberação, já que incentiva o sujeito a trabalhar na elaboração do seu ponto de vista) a apresentam de forma conflituosa e desrespeitosa” (RIZZOTTO; SARAIVA, 2020, p. 216).

Mansbridge e colegas (2011) entendem que o ideal da democracia deliberativa precisa ser reformulado no sentido de incorporar interesses particulares, presentes em processos de barganha e negociação, pois os requisitos clássicos da deliberação dificilmente são encontrados em conversações nas redes digitais. Basicamente, o que eles dizem é que a explicitação dos interesses deixa o processo mais transparente (*what they really want*), na medida em que informá-los deixa a justificação mais honesta.

Embora haja uma desconfiança em relação à possibilidade da deliberação na sociedade contemporânea, profundamente dividida e polarizada, Dryzek e colegas (2019) acreditam que ela é uma possibilidade real de diminuir as distâncias entre as posições extremadas. O que a equipe de pesquisadores defende é conhecer as condições de discussão pública em todos os seus problemas e dificuldades para enfrentar a crise da democracia que, para eles, é uma crise de comunicação. Trata-se, segundo eles, de recuperar a capacidade de decidir a partir de razões e assim neutralizar o populismo, combater a desinformação e superar a polarização.

Do ponto de vista metodológico, analisar conversações envolve compreender essas trocas como estruturas de cooperação responsivas, como neste estudo. As etapas de coleta e análise, assim como o debate acerca dos resultados, serão detalhadas a seguir.

4 Metodologia

A análise de conteúdo com base em preceitos de Krippendorff (2004) foi realizada com base em um livro de códigos desenvolvido pelos autores e parcialmente utilizado anteriormente. Para o estudo dos conteúdos em vídeo, foram coletados todos os comentários de seis vídeos postados no YouTube em maio de 2019. Os cliques foram escolhidos com base em pesquisa manual feita pelos autores em um acervo organizado cronologicamente. Os materiais possuem um formato similar: *vlogs*, com exceção de uma das postagens no formato de vídeo-ensaio.

Os canais favoráveis ao corte de verbas nas universidades são *Nando Moura*, *MamãeFalei* e *Diego Rox Oficial*, filtrados a partir de uma base de canais com alinhamento à direita mantida pelos pesquisadores e selecionados pela quantidade de inscritos. Os vídeos selecionados foram:

- a) PT - É PELA EDUCASSÃO ÇIM MEL (*Nando Moura*, 15 de maio de 2019);
- b) Bolsonaro vai ACABAR com as Universidades! (*MamãeFalei*, 1 de maio de 2019);
- c) OS 30% DA EDUCAÇÃO. A VERDADE.³ (*Diego Rox*, 15 de maio de 2019).

Nando Moura (3,14 milhões de inscritos) é músico e iniciou o canal em dezembro de 2011 com foco em performances na guitarra, passando a gravar vlogs de política com enfoque conservador. *MamãeFalei* (2,67 milhões de inscritos) é Arthur Moledo do Val, deputado federal por São Paulo em 2018, tendo concorrido à prefeitura da capital paulista em 2020

³ O vídeo foi deletado pelo autor após a coleta dos comentários.

pelo Patriotas. O *youtuber* é ligado ao Movimento Brasil Livre (MBL) e tornou-se conhecido no meio graças à viralização de vídeos durante manifestações de movimentos de esquerda, com Arthur questionando os participantes sobre as pautas defendidas.

Diego Rox (1,2 milhão de inscritos) é um caso particular. Recomendado por Jair Bolsonaro, o *youtuber* alterou a abordagem do canal em meados de 2020 e apagou conteúdos, inclusive o vídeo analisado. Apesar de ainda fazerem parte do espectro político da direita em valores e pautas, tanto Rox quanto Moura são hoje considerados “traidores”⁴.

Do outro lado da disputa argumentativa, foram selecionados com base em busca manual por palavras-chave outros três vídeos em que os *youtubers* dos canais *Meteoro Brasil*, *Henry Bugalho* e *O Historiador* se posicionaram contra o contingenciamento de verbas da educação:

- a) A balbúrdia começou (*Meteoro Brasil*, 16 de maio de 2019);
- b) Bolsonaro chama estudantes de Imbecis e Idiotas úteis (*Henry Bugalho*, 16 de maio de 2019);
- c) Ministro da educação diz que estudantes devem faxinar as universidades (*O Historiador*, 22 de maio de 2019).

O *Meteoro Brasil* (857 mil inscritos) é mantido pelo jornalista Álvaro Borba e a professora e pesquisadora Ana Lesnovski. Os vídeos envolvem discussões sobre temas históricos ou contemporâneos, além de análises filosóficas de elementos culturais, como filmes e videogames. Este é o único canal entre os selecionados que não usa o formato vlog, já que os autores não aparecem na câmera. É um vídeo-ensaio, em que um texto é narrado em *off*, coberto por fotos e produtos audiovisuais, como trechos de filmes. Normalmente atribuído a análises de cinema, eles incluem a “revelação de noções de estilo e autoria” (ARAÚJO; TEIXEIRA, 2020, p. 179) de uma obra ou um determinado contexto. O conteúdo, entretanto, permanece pessoal e fortemente opinativo, assim como os vlogs — por isso a manutenção do vídeo na base analisada.

Henry Bugalho (560 mil inscritos) é formado em Filosofia e escritor de romances e contos, com um canal no YouTube desde 2015 antes focado em resenhas literárias. O conteúdo é composto por debates filosóficos e comentários sobre temas contemporâneos, além de resenhas de livros. Já *O Historiador* (251 mil inscritos) é do professor Carlito Neto, comentarista político e produtor de curtas-metragens. Neto é historiador pela Universidade

⁴ O termo nasce de um “racha” na direita que envolve duas alas: a mais ideológica, que se mantém ao lado de Bolsonaro a todo momento, e a de conservadores que discordam de algumas atitudes e polêmicas do governo.

Tiradentes, pós-graduando em Ciência Política e graduando em Direito. O *youtuber* lançou em 2020 um livro chamado "*Falando de Política Sem Politiquês*", sobre fatos históricos e governos anteriores.

Os comentários foram extraídos em novembro de 2019 a partir da ferramenta YouTube Data Tools e armazenados em planilha. Após revisão manual, foram excluídos os que não continham elementos textuais, como *emojis* ou onomatopeias. Desta filtragem, restaram 6.609 comentários, codificados manualmente com base no livro de códigos "*Estratégias comunicacionais de conversações online*". A codificação priorizou elementos de forma e conteúdo, permitindo a análise dos recursos argumentativos.

Na variável "Interatividade", a forma do comentário é avaliada para compreender se o autor está emitindo uma opinião sem direcionamento ou se deseja estabelecer um diálogo — com o autor do vídeo, outro comentarista no YouTube ou um terceiro elemento. "Tema" verifica se o comentário envolve o assunto dos cortes no orçamento, está apenas relacionado ao assunto (falar apenas de doutrinação no ensino, por exemplo) ou fora do tema. "Adversário/inimigo comum" é uma variável que identifica se o comentarista define um culpado em seu posicionamento — seja ele favorável ou contrário aos cortes. Em caso positivo, a figura foi nomeada e pode ser uma autoridade política (Jair Bolsonaro), uma corporação (Rede Globo) ou um grupo generalizado ("estudantes universitários"). Entre os recursos argumentativos, foram avaliadas a presença de "Insulto" (provocação ou desqualificação, às vezes com palavras de baixo calão) e "Narração" (exemplo ou história para sensibilizar ou justificar). Ambas objetivam uma metodologia que não analisa "[...] só as trocas fundadas em argumentos crítico-rationais, mas também as trocas que mobilizam afetos, expressões emocionais e que privilegiam um uso dos dispositivos técnicos" (MARQUES, 2011, p. 28).

Por fim, foram determinados dois aspectos do comentário: o posicionamento do autor e os argumentos. No primeiro, o comentador é avaliado como contrário, favorável ou neutro ao contingenciamento. Na segunda, ele é posicionado dentro dos argumentos mais encontrados em uma análise prévia dos dados. Contrário aos cortes, ele pode ser enquadrado como: (a) "Incapacidade/incompetência do governo", (b) "Valorização da produção do conhecimento pelas universidades", (c) "A universidade precisa de recursos", (d) "A educação deve ser prioridade no país", ou (e) "Cortes prejudicam estudantes e a sociedade". Os argumentos favoráveis aos cortes são (f) "Balbúrdia"; (g) Crise econômica/É preciso

privatizar; (h) "Doutrinação moral/ideológica"; (i) "Antipetismo/Culpa do governo anterior; ou (j) Deve-se priorizar outros níveis educacionais.

Os comentários foram divididos entre cinco codificadores que participaram de todas as etapas de treinamento. Como índice da confiabilidade entre codificadores, foi adotado o modelo proposto por Landis e Koch (1977) envolvendo o cálculo do Kappa (k) para casos de análises de dados em categorias multivariadas⁵. Na codificação envolvendo todas as variáveis do estudo, foi obtido o Kappa mínimo de 0.71, equivalente a 78,4% de concordância — considerado um nível substancial⁶ próprio para a continuidade da análise.

4 Resultados e discussões

Os resultados apresentados envolvem os 6.609 comentários. A maior parte provém dos vídeos a favor do contingenciamento (80,7%), sendo 2.251 (34,1%) do canal "MamãeFalei", 1.669 (25,3%) de "Nando Moura" e 1.413 (21,4%) de Diego Rox. Os canais contra o corte somaram 19,3% dos comentários, com a maioria retirada de "Meteoro Brasil", com 886 comentários (13,4%). Os canais *Henry Bugalho* e *O Historiador* acumularam 267 (4%) e 123 (1,9%) comentários, respectivamente. Se somados todos os comentários dos vídeos contrários (n=1.276), o valor não ultrapassa os comentários do vídeo favorável com menos interações (n=1.413).

A maior parte das postagens teve um posicionamento "Neutro ou indeterminado" sobre o tema, compreendendo 70,8% (4.678) do total. O restante se dividiu entre favorável aos cortes, com 1.061 (16,1%), e contrário, com 870 (13,2%). A Tabela 1 explora os argumentos empregados, tendo sido retiradas as categorias com porcentagem válida abaixo de 5%.

⁵ O coeficiente de avaliação foi utilizado em pesquisas como Best *et al.* (2018).

⁶ A nomenclatura de concordância envolve a seguinte classificação: "pobre" (sem concordância), "leve" (0.00 a 0.20), "justa" (0.21 a 0.40), "moderada" (0.41 a 0.60), "substancial" (0.61 a 0.80) e "quase perfeita" (0.81 a 1.00).

Tabela 1 - Principais argumentos encontrados nos comentários

| Argumentos Utilizados | Frequência | Porcentagem válida | Porcentagem cumulativa |
|---|------------|--------------------|------------------------|
| Favorável – Sem Argumento | 365 | 18,9 | 18,9 |
| Favorável – Doutrinação moral/ideológica | 260 | 13,5 | 32,4 |
| Contrário – Incapacidade/incompetência do governo | 246 | 12,7 | 45,1 |
| Favorável - Balbúrdia | 229 | 11,9 | 57,0 |
| Contrário – Sem argumento | 199 | 10,3 | 67,3 |
| Contrário – Valorização da produção do conhecimento pelas universidades | 192 | 9,9 | 77,2 |
| Contrário – A universidade precisa de recursos | 169 | 8,8 | 86,0 |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Desse modo, o posicionamento favorável aos cortes concentrou-se em “Doutrinação moral/ideológica” e “Balbúrdia” (termo adotado para representar o argumento de que as instituições de ensino ignoram a educação, focando em festas e militância), além da ausência de argumentos. Quando somadas, as três opções representam mais de 80% dos comentários favoráveis. Alguns exemplos incluem:

- a) “Corta verba mesmo! Dinheiro público para sustentar vagabundagem não dá, as universidades se transformaram em verdadeiros antros de perdição” (Vídeo deletado de Diego Rox) (Mulher, 15/05/2019. Classificação: Balbúrdia);
- b) “Cara, eu passei por uma manifestação aqui em BH e não tinha uma bandeira do Brasil. Era uma turma vermelha com a bandeira da CUT, PT, MST e a foice com martelo” (PT..., 2019) (Homem, 15/05/2019. Classificação: Doutrinação);
- c) “Eu estava achando pouco cortar 30%!” (PT..., 2019) (Homem, 15/05/2019. Classificação: Sem argumento).

Do lado dos comentários contrários, a categoria “Sem argumento” é uma das mais presentes, ao lado de “Incapacidade/Incompetência do governo”, “Valorização da produção do conhecimento pelas universidades” e “A universidade precisa de recursos”, como evidenciado nos exemplos:

- a) “Brasil de Bolsonaro: único país do mundo que vc faz vestibular e ENEM para trabalhar de graça como serviços gerais. [...] Falta de respeito tanto aos estudantes quanto aos trabalhadores!!!! Virou piada esse país mesmo!!!!” (MINISTRO..., 2019) (Mulher, 23/05/2019. Classificação: Incapacidade do governo);

- b) “Claro que sim, não seja ignorante cara. Questões como violência e saúde dependem fundamente da educação. [...] Educação é tudo, e sem ela não há nada” (A BALBÚRDIA..., 2019) (Homem, 17/05/2019. Classificação: Valorização da produção do conhecimento);
- c) “Eduardo, precisa ser formado em economia pra saber que luz e água são prioridades de despesas em uma universidade? Em sua casa vocês compram comidas, produtos de higiene, produtos de limpeza, e se sobrar vocês pagam luz e água?” (PT..., 2019) (Homem, 20/05/2019. Classificação: Necessidade de recursos).

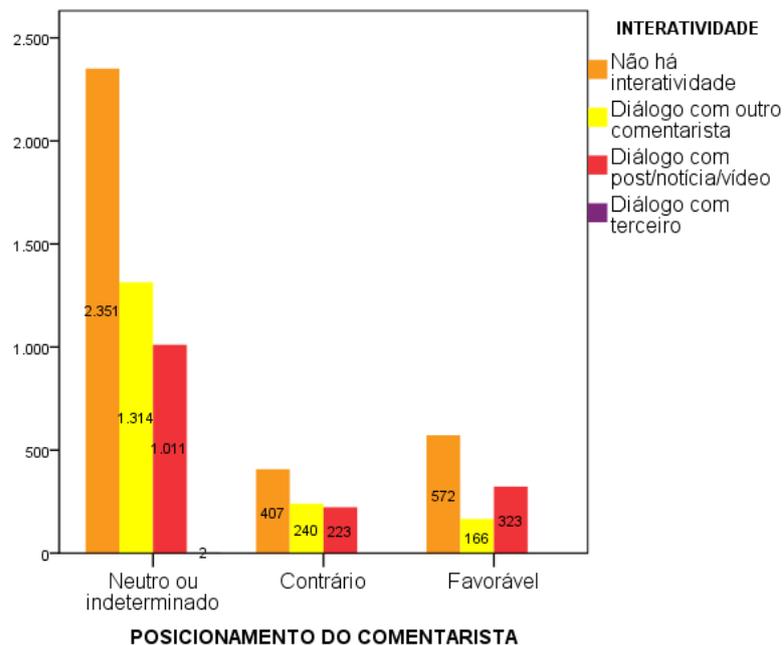
Ressalta-se que a maioria dos comentários (51,1%) foi fora do tema. A outra parte dividiu-se entre tema Relacional (28%), que aborda temáticas próximas sem tratar do corte, e tema Estrutural (18,6%), ligado ao contingenciamento. Só 2,3% foram classificados como “Desconhecido”.

Em seguida, na avaliação da interatividade, verificou-se que cerca de metade dos comentários não realiza interação (50,4%), enquanto a outra metade apresenta diálogo com outro comentarista (26%) ou com post/notícia/vídeo (23,6%).

Por fim, foi realizado o cruzamento entre “Interatividade” e “Posicionamento do Comentarista”, representado no gráfico da Figura 1. É possível observar uma predominância da falta de interatividade, não importando se o comentário foi neutro ou se assumiu um lado.

Figura 1 - Interatividade x Posicionamento do Comentarista⁷

⁷ O cruzamento tem Qui-quadrado de 88,552, 6 graus de liberdade e Sig 0,000 e a correlação de Spearman de 0,022 e Sig 0,071.



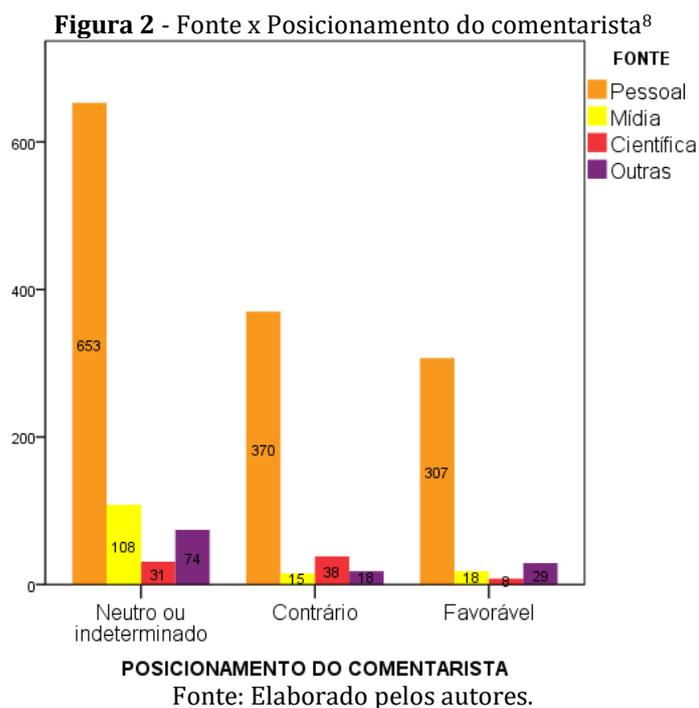
Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando contrário ao contingenciamento, há um equilíbrio no diálogo com outros comentadores ou o vídeo em si, enquanto aqueles mais favoráveis aos cortes estavam mais dispostos a interagir com o conteúdo dos vídeos do que outros participantes.

O gráfico da Figura 2 exhibe o cruzamento entre as variáveis “Fonte” e “Posicionamento do comentarista”. “Fonte” foi aplicado somente quando o comentário possuía alguma justificativa ou tentativa de embasamento, como nos exemplos:

- a) “Estava hoje no ônibus, mim deparei com um enorme engarrafamento, perguntei as pessoas o que estava acontecendo, avistei um monte de gente com mais de 40 anos, com bandeiras vermelhas pra minha surpresa, falaram pra mim que era greve dos estudantes kkkkk” (PT..., 2019) (Homem, 15/05/2019. Classificação: Pessoal);
- b) “Ontem o jornal Nacional da globolixo, 60% do tempo foi mostrando os maconheiros das faculdades federais.” (Vídeo deletado pelo canal Diego Rox) (Homem, 16/05/2019. Classificação: Midia);
- c) “Por que a maioria que critica as Universidades nunca passou em uma? Sabia que somente 12 por cento da população brasileira tem ensino superior? [...] Se a USP é tão ruim, porque ela é a única no Brasil que está no ranking das melhores do mundo?” (BOLSONARO..., 2019b) (Homem, 01/05/2019. Classificação: Científica).

Foram detectados 1.669 comentários nessa variável. A maioria traz o “Pessoal” como fonte — histórias de vida ou conhecimento popular — representando quase 80%. Já “Mídia” (veículos tradicionais ou outras plataformas) e “Outros” ficaram com 8,4% e 7,2%, respectivamente. A fonte menos usada para fundamentar o comentário foi a científica (4,6%).



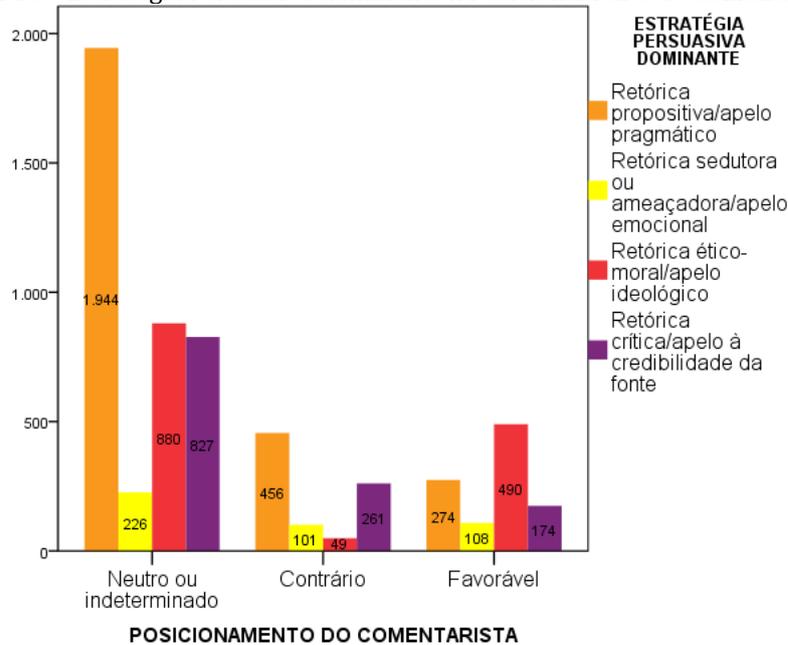
No que diz respeito à estratégia persuasiva dominante, a maioria dos comentaristas utilizou uma retórica para convencer ou melhor expressar seu ponto de vista. Pouco menos da metade (40,5%) empregou uma “Retórica propositiva/apelo pragmático”, tratando de efeitos e consequências práticas e mostra um ponto de vista para a situação. A “Retórica ético-moral/apelo ideológico”, fundamentada no que o usuário considera como “certo” ou “errado”, apareceu em 21,5% dos comentários.

Já a “Retórica crítica/apelo à credibilidade da fonte” está em 19,1%, com postagens que criticam a fonte dos opositores (imprensa ou figuras políticas) ou reduzem a credibilidade de outro comentarista. A estratégia menos visitada foi a “Retórica sedutora ou ameaçadora/apelo emocional” (6,6%), na qual os comentaristas buscavam convencer o interlocutor com argumentos emocionais.

⁸ O cruzamento tem Qui-quadrado de 69,486, 6 graus de liberdade e Sig 0,000 e a correlação de Spearman de -0,098 e Sig 0,000.

Com isso, foi realizado o cruzamento entre a variável “Estratégia Persuasiva Dominante” e o posicionamento do comentarista (Figura 3). Nota-se que a “Retórica ético-moral/apelo ideológico” esteve pouco presente em comentários contrários ao contingenciamento, mas foi a mais usada nos comentários a favor. A presença de retóricas para convencimento ou melhor explanação de ideias confirma o anseio de justificação por parte do comentarista, o que representa um encaminhamento à racionalidade (MENDONÇA, AMARAL, 2016). Por outro lado, “[...] a conversação informal não é sempre benéfica para a democracia, uma vez que ela pode destinar-se à coerção, à intolerância, e às mais diversas formas de dominação” (MAIA *et al.*, 2017, p. 57).

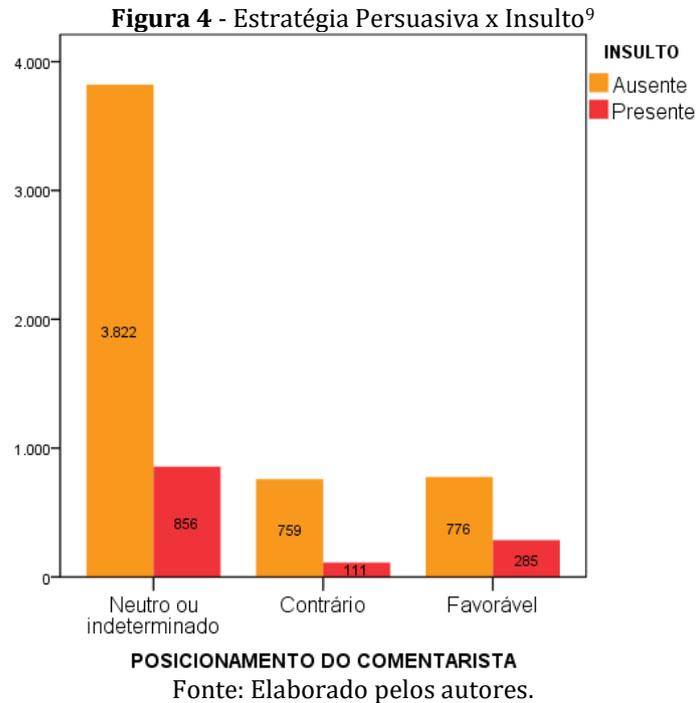
Figura 3 - Estratégia Persuasiva dominante x Posicionamento do Comentarista



Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando observados recursos argumentativos, percebe-se uma baixa ocorrência tanto de “Insultos” como de “Narrativas” em relação ao posicionamento dos comentaristas, evidenciando que os comentários têm uma comunicação mais direta e sem o foco em ofender outras pessoas, sejam *youtubers* ou demais comentaristas.

O gráfico na Figura 4 demonstra que o Insulto foi mais utilizado quando o posicionamento era “neutro ou indeterminado” (N = 856), seguido pelos comentários favoráveis (N = 285) e tendo a menor ocorrência nos contrários (N = 111). Pouco usada, a narração esteve mais presente em comentários sem posicionamento definido (N = 142), seguidos pelos contrários (N = 118) e sendo menos utilizada nos favoráveis (N = 56).



Verificou-se também o posicionamento dos comentaristas, sendo a Tabela 2 referente aos vídeos favoráveis ao contingenciamento e a Tabela 3 aos vídeos contrários. Em geral, percebe-se a predominância de comentários neutros em ambos.

Nota-se também que os comentários normalmente aparecem alinhados com o posicionamento do vídeo. Isso indica que o vlogueiro constrói uma comunidade de pessoas com pensamento similar (*like-minded people*). A exceção é o vídeo de MamãeFalei: apesar de ele ser claramente favorável, os comentários se mostraram mais contrários ao contingenciamento. Neste caso, há uma divisão entre os participantes, com muitas críticas ao conteúdo e aos argumentos do *youtuber*. Outras pesquisas podem verificar se essa foi uma exceção ou se há alguma característica que explique a oposição — o criador de conteúdo é um político com mandato que se notabilizou fazendo vídeos questionando apoiadores petistas¹⁰, além da forte atuação durante eventos como o impeachment de Dilma Rousseff.

Tabela 2 - O posicionamento de comentaristas em vídeos favoráveis aos cortes

⁹ O cruzamento tem Qui-quadrado de 66,261, 2 graus de liberdade e Sig 0,000 e a correlação de Spearman de 0,042 e Sig 0,001.

¹⁰ MamãeFalei quebra a internet questionando manifestantes sobre os motivos da passeata, Jovem Pan (2016).

| Posicionamento do comentarista | Diego Rox | Mamaefalei | Nando Moura | TOTAL | % |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Favorável | 357 | 314 | 312 | 983 | 11,08% |
| Contrário | 58 | 445 | 88 | 591 | 18,44% |
| Neutro ou indeterminado | 998 | 1492 | 1269 | 3759 | 70,48% |
| TOTAL | 1413 | 2251 | 1669 | 5333 | 100% |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Mesmo postagens com técnicas persuasivas e elementos como narração em insulto podem não conter explicitamente o lado do usuário em questão. Nos vídeos contrários ao corte, a proporção mais acentuada de concordância é de Henry Bugalho, que concentra mais opiniões similares à sua. Vale ressaltar, entretanto, que o corpus é inferior ao dos vlogueiros favoráveis ao contingenciamento.

Tabela 3 - O posicionamento de comentaristas em vídeos contrários aos cortes

| Posicionamento do comentarista | Henry Bugalho | Meteoro Brasil | O Historiador | TOTAL | % |
|--------------------------------|---------------|----------------|---------------|-------------|-------------|
| Favorável | 5 | 70 | 3 | 78 | 6,11% |
| Contrário | 101 | 141 | 37 | 279 | 21,87% |
| Neutro ou indeterminado | 161 | 675 | 83 | 919 | 72,02% |
| TOTAL | 267 | 886 | 123 | 1276 | 100% |

Fonte: Elaborado pelos autores.

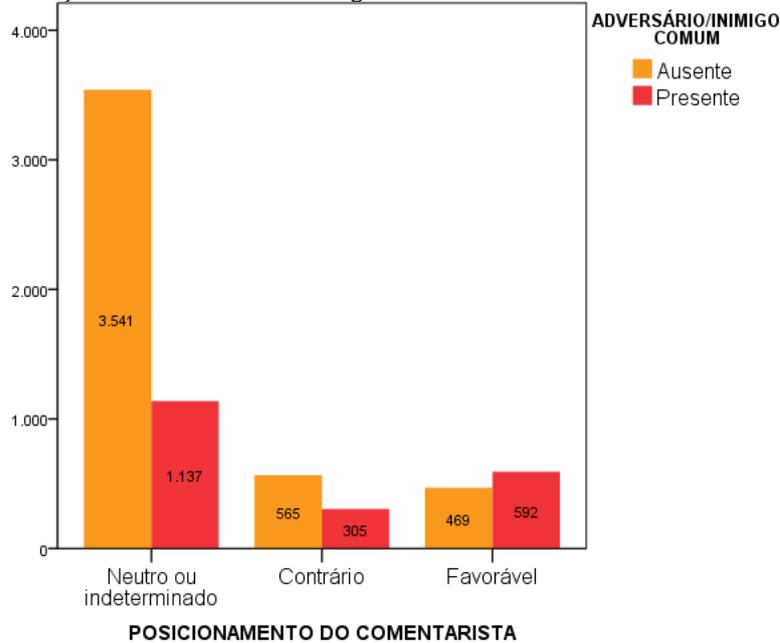
Os comentaristas que discordam dos *youtubers* possuem formatos e conteúdos variados e incluem até ofensas diretas aos vlogueiros. Exemplos de comentários que discordam dos vídeos estão a seguir:

- a) “Arthur, discordo da sua análise. O ministro cortou apenas por viés ideológico e depois, para contornar a situação, disse que era uma promessa de campanha destinar mais recursos a educação básica. [...]. Na América do Sul, as universidades brasileiras mais bem ranqueadas são públicas superando em muito as particulares” (BOLSONARO..., 2019b) (Homem, 02/05/2019);
- b) “Ah Nando, vai tomar no seu cú. eu já fui inscrito do teu canal, mas você fala muita merda e é extremamente tóxico. Eu tava na porra do protesto e foi pela educação sim seu animal do caralho” (PT..., 2019) (Homem, 18/05/2019);

c) “O ministro tenta explicar pra crianças entenderem usando chocolates e esse canal idiota não entende até agora o que é contingenciamento. Essa mulher é professora mesmo!?!?” (A BALBÚRDIA..., 2019) (Não identificado, 16/05/2019);

Outra variável analisada é a de inimigos em comum nos comentários. Foram identificadas figuras nomeadas, grupos, instituições ou abstrações enquadradas como obstáculo, problema ou culpado pelo ocorrido — o corte, caso a postagem seja contrária a ele, ou a situação das universidades, em caso favorável ao contingenciamento. O gráfico da Figura 5 mostra a proporção desse recurso, sendo que a maior parte das manifestações (69,22%) não se utiliza dessa estratégia.

Figura 5 - Presença de adversário ou inimigo em comum x Posicionamento do comentarista¹¹



Fonte: Elaborado pelos autores.

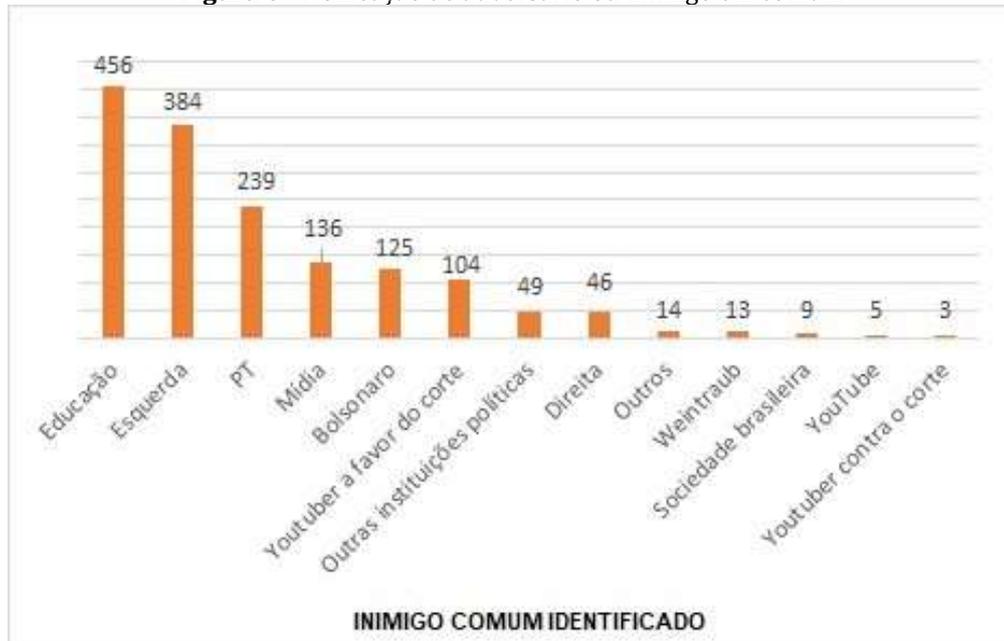
De acordo com os resultados, comentários neutros ou indeterminados são menos propensos a apontar um adversário. Já 55,79% dos comentaristas favoráveis aos cortes sugerem que há um antagonista, sendo a única categoria em que a proporção da presença é maior que a da ausência, mesmo que em pequena margem.

Dentre os que utilizam o recurso, a pesquisa determinou também se ele é “Genérico” (20,79%) ou “Específico” (79,21%). Em “Genérico”, estão grupos abstratos e sem

¹¹ O cruzamento tem Qui-quadrado de 411,194, 2 graus de liberdade e Sig 0,000 e a correlação de Spearman de 0,236 e Sig 0,000.

representantes, enquanto os "Específicos" são nomeados, indo desde nomes próprios ("Lula") até termos aglutinadores ("estudantes da Federal", "os maconheiros").

Figura 6 - Nomeação de adversário ou inimigo em comum



Fonte: Elaborado pelos autores.

Na análise do grupo que listou um adversário, com um corpus de 1.583 comentários, nota-se a predominância de atribuição de culpa por parte de quem é favorável ao corte: os adversários foram majoritariamente listados nas categorias Educação ("professores" e "estudantes", com termos como "maconheiros" e "vagabundos") e Esquerda ("comunistas", "MST"). Pela predominância e pela presença em gestões anteriores do Executivo, PT e derivações ("Lula", "petistas") ganharam uma categoria própria.

O campo "Mídia" traz atribuições gerais ("imprensa") e específicas ("Rede Globo"), citando coberturas supostamente enviesadas. Bolsonaro e sua administração receberam menções, assim como o ministro Weintraub e apoiadores do presidente, além de apoiadores da direita. Outras instituições políticas (Congresso, STF ou partidos de centro) foram citadas de forma diluída.

Os *youtubers* de ambos os lados foram pouco listados, assim como a plataforma em si — por permitir a desinformação e recomendar certos canais, por exemplo. "Sociedade brasileira" também foi atribuída por alguns usuários como a responsável pela situação. A

categoria "Outros" engloba temas que não se enquadram nas demais e foram citados uma única vez, como "Diabo" e "Felipe Neto".

4 Considerações finais

Ao avaliar os comentários, enfatiza-se a diferença entre canais que foram a favor e contra os cortes na educação pública superior do Brasil. Os primeiros, de um público alinhado ao governo, possuem maior quantidade de inscritos, visualizações e comentários. Em termos gerais de popularidade e desempenho, a pesquisa reforça a presença de influenciadores dos campos conservadores em plataformas como o YouTube, fenômeno detectado desde as eleições de 2018.

Outro ponto a se destacar é a baixa discordância dos comentaristas diante dos produtores dos vídeos. Uma possível explicação é o empenho que envolve o ato do usuário em assistir a um vídeo que não esteja em sintonia com a sua forma de pensar. Além disso, canais favoráveis aos cortes produzem um conteúdo inseparável da sua imagem: nos contrários, há uma produção menos colada aos *youtubers*, com foco no conteúdo e menos no fator performativo, favorecendo o posicionamento crítico em relação ao tema.

Como ressaltam Ladhari, Massa e Skandrani (2020), a personalização tende a gerar identificação com os seguidores, que consomem opiniões similares às suas, estabelecendo um vínculo. Ressalta-se ainda o alto posicionamento neutro: a maioria dos participantes não explicita sua posição. Assim, a disputa nos comentários acontece em um extrato pequeno do universo observado (30%), sugerindo que bolhas, ainda que herméticas, não são tão abrangentes.

Além disso, parte considerável dos usuários utilizou da experiência pessoal para justificar o comentário, tornando-o opinativo. Autores da democracia deliberativa sugerem o uso de narrativas e histórias de vida para enriquecer a deliberação, mas é preciso cuidado para se verificar quando ocorre o contrário, como parece ser o caso aqui. Ao exemplo de Maia e outros (2020), é preciso uma análise qualitativa dos relatos para compreender os tipos que ajudam ou interrompem a deliberação.

Já a relativamente baixa interatividade e o notável número de comentários fora do tema indicam o YouTube como um espaço de expressão no qual o comentarista faz sua manifestação sem ansiar por um diálogo. Os resultados obtidos coincidem com descobertas de pesquisas como Maia e Rezende (2016), Oliveira, Sarmiento e Mendonça (2014)

e Altheman, Martino e Marques (2013), apontando um padrão no comportamento de usuários da plataforma de vídeos que pode ser justificada não somente pela temática sensível, mas também por limitações da própria plataforma em fornecer ferramentas que possibilitem o estabelecimento ou aprimoramento de uma troca recíproca de ideias e opiniões.

Apesar disso, a maioria dos comentários apresentou alguma estratégia persuasiva. Isso sugere que muitos participantes desejavam convencer os outros, apesar de poucos dispostos a serem convencidos. Desta forma, a caixa de texto é utilizada majoritariamente como um espaço de expressão de opinião, mas isso não significa a ausência do estabelecimento de uma conversa online.

Por fim, vale ressaltar as limitações da pesquisa. Nem todas as variáveis codificadas foram analisadas, gerando possibilidades de aprofundamento e cruzamentos de variáveis. Além disso, há questões a serem discutidas, como a discordância entre público e produtor de conteúdo.

Assim, pelas características do YouTube e a inclinação política dos canais, percebe-se uma clara predominância da postura favorável aos cortes nas universidades e federais, com argumentos baseados em ilações e na retórica ético-moral contra as instituições. A direção que pode tomar esse debate requer estudos mais aprofundados.

Referências

ALTHEMAN, Francine; MARTINO, Luís M. S.; MARQUES, Ângela C. S. O potencial deliberativo de conversações políticas sobre o Projeto de Lei do Ato Médico no YouTube. **Revista Compólitica**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 45-70, 2013.

ARAUJO, Denize; TEIXEIRA, Luiz G. V. Estilo e autoria no Vídeo-Ensaio: um voo rasante sobre o canal Every Frame a Painting. **Revista Parágrafo**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 179-193, 2020.

A BALBÚRDIA começou. [S. l.: s.n.], 2019. 1 vídeo (10:38 min.). Publicado pelo canal Meteoro Brasil. Disponível em: <https://bit.ly/3oOPfzV>. Acesso em: 18 jan. 2021.

BOLSONARO chama estudantes de imbecis e idiotas úteis. [S. l.: s.n.], 2019a. 1 vídeo (11:05 min.). Publicado pelo canal Henry Bugalho. Disponível em: <https://bit.ly/36HZy2C>. Acesso em: 18 jan. 2021.

BOLSONARO vai ACABAR com as Universidades! [S. l.: s.n.], 2019b. 1 vídeo (10:02 min.). Publicado pelo canal Mamaefalei. Disponível em: <https://bit.ly/3axuu6W>. Acesso em: 18 jan. 2021.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

CASTRO, Gabriel; VIEIRA, Maria C. Faxina ideológica. **Veja**, São Paulo, 1 fev. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/36EpewT>. Acesso em: 18 jan. 2021.

CARREIRO, Rodrigo. **A discussão política em rede**: um estudo sobre a divergência política no Facebook. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017.

CARREIRO, Rodrigo *et al.*. As tretas políticas no Brasil e a repercussão em rede: proposta metodológica para captura e análise de discussão política online. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 21, n. 46, p. 64-87, 2020.

COLEMAN, Stephen; MOSS, Giles. Under construction: the field of online deliberation research. **Journal of Information Technology & Politics**, London, v. 9, n. 1, p. 1-15, 2012.

DAHLBERG, Lincoln. The internet and democratic discourse: exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. **Information, Communication & Society**, London, v. 4, n. 4, p. 615-663, 2001.

DIJCK, José van. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. New York: Oxford University Press, 2013.

DORNELLES, Juliano P. O fenômeno vlog no YouTube: análise de conteúdo de vloggers brasileiros de sucesso. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

DRYZEK, John S. *et al.* The crisis of democracy and the science of deliberation. **Science**, Washington, DC, v. 363(6432), p. 1144-1146, 2019.

ENGLISH, Kristin; SWEETSER, Kaye D.; ANCU, Monica. YouTube-ification of political talk: an examination of persuasion appeals in viral video. **American Behavioral Scientist**, Thousand Oaks, v. 55, n. 6, p. 733-748, 2011.

FERNANDES, Talita. Em live com Bolsonaro, Weintraub explica cortes da Educação com 'chocolatinhos'. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 9 maio 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3zik9ad>. Acesso em: 20 ago. 2021.

GOMES, Wilson *et al.* "Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43, 2009.

GRAHAM, Todd. Needles in a haystack: a new approach for identifying and assessing political talk in non-political discussion forums. **Javnost-The Public**, Ljubljana, v. 15, n. 2, p. 17-36, 2008.

G1. **Protestos e paralisações contra cortes na educação ocorrem em todos os estados e no DF**. [S. l.], 16 maio 2019. G1: Educação. Disponível em: <https://glo.bo/3oVchW8>. Acesso em: 18 jan. 2021.

HALPERN, Daniel; GIBBS, Jennifer. Social media as a catalyst for online deliberation?: exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. **Computers in Human Behavior**, Oxford, v. 29, n. 3, p. 1159-1198, 2012.

JOVEM PAN. Mamãe falei quebra a internet questionando manifestantes sobre os motivos da passeata. **Jovem Pan**, São Paulo, 24 set. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2WaBzGS>. Acesso em: 20 ago. 2021

KRIPPENDORF, Klaus. **Content analysis: an introduction to its methodology**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004.

LADHARI, Riadh; MASSA, Elodie; SKANDRANI, Hamida. YouTube vloggers' popularity and influence: The roles of homophily, emotional attachment, and expertise. **Journal of Retailing and Consumer Services**, Oxford, v. 54, p. 1-11, 2020.

LANDIS, Richard; KOCH, Gary. The measurement of observer agreement for categorical data. **Biometrics**, Hoboken, v. 33, n. 1, p. 159-174, 1977.

MACHADO, Caio V. *et al.* **Ciência contaminada: analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via YouTube**. São Paulo: Centro de Estudos e Pesquisas de Direito Sanitário, 2020. (Democracia Infectada, 1).

MAIA, Rousiley C. M.; REZENDE, Thaiane A. S. Respect and disrespect in deliberation across the networked media environment: examining multiple paths of political talk. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Oxford, v. 21, p. 121-139, 2016.

MAIA, Rousiley C. M. *et al.* Conversação e deliberação sobre questões sensíveis: um estudo sobre o uso das razões que circulam nos media. **Galáxia**, São Paulo, v. 34, p. 55-72, jan./mar. 2017.

MAIA, Rousiley *et al.* Which types of reason-giving and storytelling are good for deliberation? Assessing the discussion dynamics in legislative and citizen forums. **European Political Science Review**, New York, v. 12, n. 2, p. 113-132, 2020.

MANSBRIDGE, Jane *et al.* The Place of Self-Interest and the Role of Power in Deliberative Democracy. **Raisons Politiques**, Paris, v. 42, n. 2, p. 47-82, 2011.

MARQUES, Ângela C. S. Aspectos teórico-metodológicos do processo comunicativo de deliberação online. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, DF, n. 6, p. 19-40, 2011.

MELO, Sérgio; ABIBE, Antônio. Creators Connect: o poder dos YouTubers. **Think with Google**, [s. l.], fev. 2019. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/creators-connect-o-poder-dos-youtubers/>. Acesso em: 18 jan. 2021.

MENDONÇA, Ricardo F.; SAMPAIO, Rafael. C.; BARROS, Samuel A. **Deliberação on-line no Brasil: entre iniciativas de democracia digital e redes sociais de conversação**. Salvador: EDUFBA, 2016.

MENDONÇA, Ricardo F.; AMARAL, Ernesto F. L. Racionalidade online: provimento de razões em discussões virtuais. **Opinião Pública**, Campinas, v. 22, n. 2, p. 418-445, 2016.

MINISTRO da Educação diz que estudantes devem faxinar as universidades. [S. l.: s.n.], 2019. 1 vídeo (08:23 min.). Publicado pelo canal O Historiador. Disponível em: <https://bit.ly/36Dauyz>. Acesso em: 18 jan. 2021.

OLIVEIRA, Wesley M.; SARMENTO, Rayza; MENDONÇA, Ricardo F. Deliberação no YouTube?: debates em torno da questão LGBT. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, jan./jul. 2014.

PAPACHARISSI, Zizi. Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. **New Media & Society**, London, v. 6, n. 2, p. 259-283, 2004.

PIAIA, Victor; ALVES, Marcelo. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. In: CONGRESSO DA COMPOLÍTICA, 8., 2019, Brasília, DF. **Anais [...]**. Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2019.

PT - é pela educação çim mel. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (6:17 min.). Publicado pelo canal Nando Moura. Disponível em: <https://bit.ly/3jtUmEV>. Acesso em: 18 jan. 2021.

REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela; FRIZZERA, Luciano. A conveniência dos algoritmos: o papel do YouTube nas eleições brasileiras de 2018. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 35-58, 2020.

RIZZOTTO, Carla C.; SARAIVA, Aléxia. Violência de gênero em debate: uma análise das conversações sobre a lei do feminicídio na fanpage do Senado Federal. **Intexto**, Porto Alegre, n. 49, p. 249-269, 2020.

STEINER, J. **The foundations of deliberative democracy**: empirical research and normative implications. New York: Cambridge University Press, 2012.

STROMER-GALLEY, Jennifer. Measuring deliberation's content: a coding scheme. **Journal of Public Deliberation**, London, v. 3, n. 1, p. 1-35, 2007.

WOOD, Marissa K. What makes a vlog a vlog? the vlog as a new form of interaction. **Diggit magazine**, Tilburg, p. 1-14, 2019.

YOUTUBE. **Youtube para a imprensa**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/press/>. Acesso em: 18 jan. 2021.

Shambles on YouTube: an analysis of comments about Brazilian universities budget cuts

Abstract

The article presents a content analysis of the argumentative resources presented in the comments on YouTube videos about the budget cuts of educational institutions made by the Brazilian government in 2019. We collected 6,609 comments in six videos that dealt with the contingency of the discretionary budget of federal universities - a measure announced in May 2019 by the Ministry of Education. Three videos present themselves in favor of the cuts (from the channels MamãeFalei, Nando Moura and Diego Rox), while the other three are against them (the channels Meteoro Brasil, Henry Bugalho and O Historiador). The results evince a low interactivity among the commentators as well as with the video content itself, and a lack in taking a position on the topic. They also reinforce previous studies, showing greater popularity and better performance by conservative channels and revealing a low disagreement in the relationship between the commentator and the video producer.

Keywords

Online political talk; Online deliberation; YouTube; Brazilian universities

Autoria para correspondência

Nilton Cesar Monastier Kleina
nckleina@gmail.com

Como citar

KLEINA, Nilton Cesar Monastier *et al.* Balbúrdia no YouTube: uma análise de comentários sobre os cortes nas universidades brasileiras. **Intexto**, Porto Alegre, n. 53, e-111751, jan./dez. 2022. DOI: <http://doi.org/10.19132/1807-8583202253.111751>

Recebido em 25/02/2021

Aceito em 20/03/2022

Copyright (c) 2022 Nilton Cesar Monastier Kleina, Pedro Brodbeck, Murilo Brum Alison, Tiago Tiago Philippini Ferreira Borges da Silva, Djiovanni Jonas França Marioto, Rafael Cardoso Sampaio, Kelly Cristina de Souza Prudencio. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

