



● Guerra dos Bonés

PRINCIPAIS DESCOBERTAS

- **Direita no Face e esquerda no Insta:** As páginas de esquerda dominaram o debate no Instagram, enquanto os perfis de direita prevaleceram no Facebook.
- **Ausência dos principais perfis:** Tanto a página de Lula, quanto a de Bolsonaro evitaram o tema, e deixaram que apoiadores administrassem a discussão inicial.

O relatório tem como objetivo compreender a repercussão nas redes sociais da chamada “Guerra de bonés”, um embate simbólico e político entre apoiadores de grupos ligados a Lula e Bolsonaro. O acessório em questão, uma peça azul com a frase “O Brasil é dos brasileiros”, tornou-se um símbolo usado por integrantes e aliados do governo federal, em contraposição a um boné vermelho usado pelo governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas (Republicanos), para celebrar a posse do presidente americano, Donald Trump. A análise incide sobre as páginas públicas que compartilharam posts, entre os dias 29 de janeiro e 4 de fevereiro, filtradas pelos termos de busca (“boné” OR (“brasil é dos brasileiros” or “Comida barata novamente” or “Lula” or “Trump” or “Bolsonaro”). A coleta de dados foi realizada por meio da plataforma SOMAR, nas bases de páginas do Facebook e do Instagram.

O relatório está dividido em três seções: análise de dados do Facebook, análise de dados do Instagram e conclusões.

1. FACEBOOK

Tabela 1.1 Dados Gerais

Publicações	158
Total de páginas que postaram	110
Interações	45.595

Tabela 1.2 Interações por tipo de publicação (20 perfis com maior número de interações)

Ideologia	Perfil	Álbuns	Link	Fotos	Vídeo	Total Geral
Esquerda	stoppaleonardo				8.005	8.005
Direita	PlantaioBrasil.net			4.284	1.132	5.416
Direita	ojuniorjapa				4.433	4.433
Direita	majormeccaoficial			3.612		3.612
Esquerda	Brasil247		2.065			2.065
Imprensa	estadao		1.814			1.814
Direita	PixuleloBrasil			1.692		1.692
Direita	jovempannews	1.305				1.305
Direita	renatogbbr			812		812
Imprensa	UOL				799	799
Esquerda	deputadorogeriocorreia			773		773
Imprensa	g1		764			764
Direita	RubinhoNunes.SP			762		762
Direita	rctvinterativaoficial			701		701



POLÍTICA NAS REDES

Direita	diariodapoliticabrasil			690		690
Direita	viniciuscfp82			665		665
Esquerda	AngheluzLULA			641		641
Esquerda	forumrevista		606			606
Direita	escoladecrente			470		470
Imprensa	folhadesp				406	406

Quando analisamos os desdobramentos da “Guerra dos bonés”, notamos que apesar da atuação do governo para dominar a narrativa, a direita emplacou o maior número de páginas no ranking e de reações. Foram onze perfis de direita, contra cinco de esquerda. Além disso, foram registradas 20.558 reações nas páginas de direita, e 12.090 reações nas da esquerda. Por outro lado, a esquerda, com Leonardo Stoppa, ocupa a primeira posição do ranking.

Figura 1. Total de interações por tipo de perfil nos 20 nomes com maior número de interações

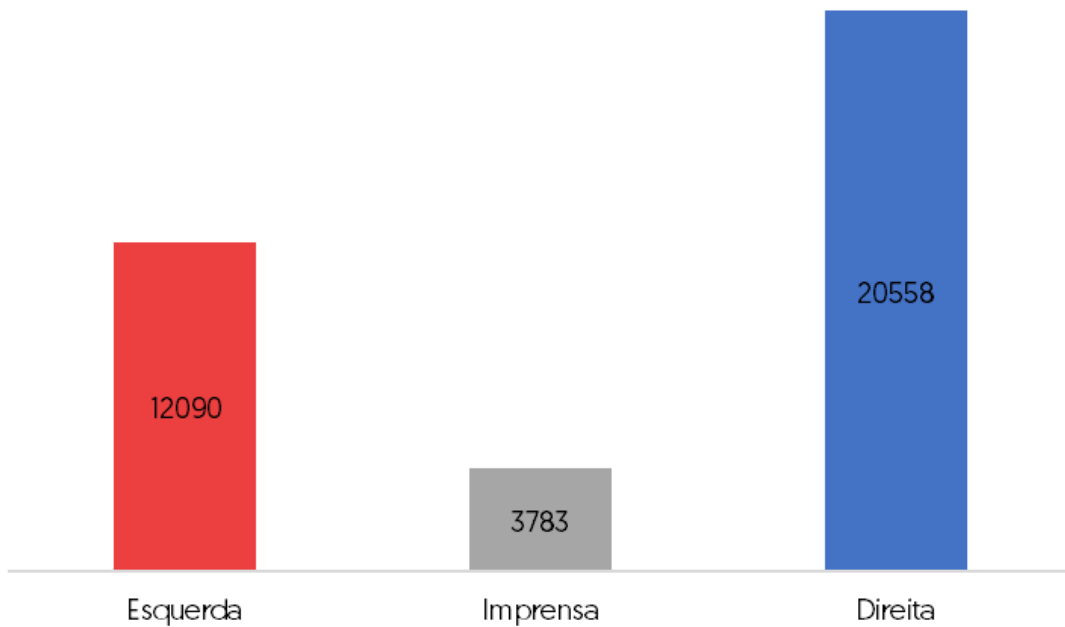
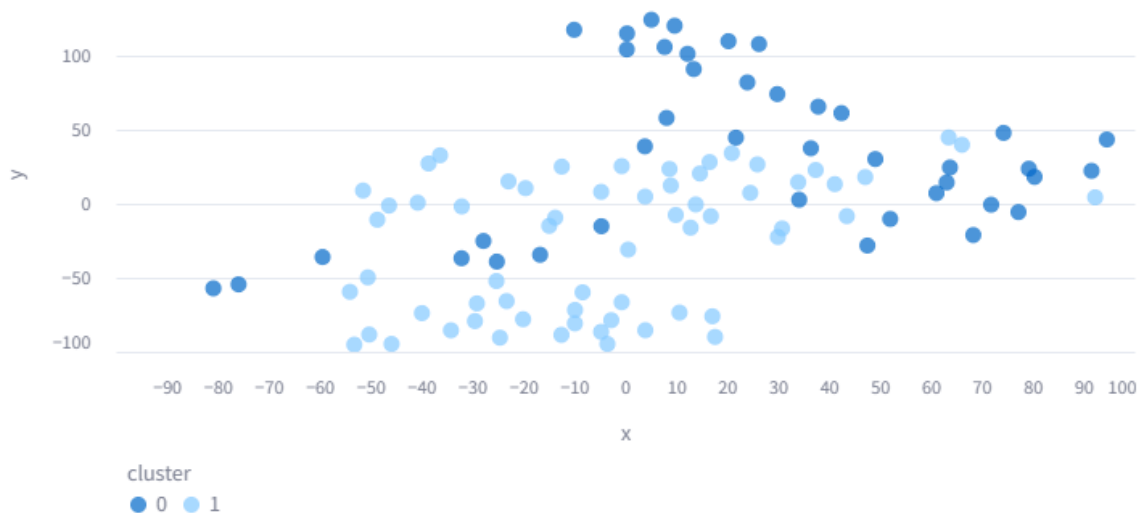


Figura 2. Clusters das publicações sobre o tema





A imagem exibe uma distribuição de pontos coloridos em um gráfico de dispersão, onde cada cor representa um cluster diferente. Cada ponto simboliza um item de conteúdo ou um resumo de notícia, agrupado com base em similaridades temáticas ou textuais.

Os dois clusters abordam a polêmica em torno do boné azul com a frase “O Brasil é dos brasileiros” (ou variações dessa mensagem), destacando sua associação ao governo Lula e sua oposição ao boné vermelho, ligado a Donald Trump e apoiadores de Bolsonaro. Ambos enfatizam que a iniciativa foi uma resposta simbólica à influência estrangeira e buscava reforçar a identidade nacional. O **Cluster 0** foca na divisão política e na reação negativa de figuras como Eduardo Bolsonaro, questionando a eficácia desses gestos simbólicos. Já o **Cluster 1** detalha o contexto da eleição para a presidência do Senado, destacando o uso do boné como uma provocação entre grupos políticos.

2. INSTAGRAM

Tabela 3. Visão geral dos dados

Publicações	103
Total de páginas que postaram	78
Interações	334.894

Tabela 4. Top 20 perfis com maior número de interações

Orientação ideológica	Perfil	Total de Curtidas	Total de Comentários	Total de Interações
Esquerda	brasilfedecovid	1.103	35.658	36.761
Direita	jovempnews	1.310	30.816	32.126
Esquerda	icl.noticias	1.485	27.130	28.615
Imprensa	portalg1	1.607	23.560	25.167
Esquerda	anti_bolsonarismo	1.795	21.074	22.869
Esquerda	lojinha.reflexiva	687	20.261	20.948
Imprensa	uoloficial	2.479	19.550	22.029
Imprensa	metropolespolitica	6.255	10.002	16.257
Esquerda	fernandorossas13	596	8.826	9.422
Esquerda	dualitylutas	437	8.021	8.458
Esquerda	verdades_quase_secretas	265	7.758	8.023
Esquerda	cartacapital	203	7.245	7.448
Esquerda	erikakokay	541	6.062	6.603
Esquerda	resenhashowcastoficial	630	5.950	6.580
Direita	realpfigueiredo08	2.691	5.278	7.969
Imprensa	globonews	2.454	4.933	7.387
Esquerda	dirceumbelina	385	3.689	4.074
Esquerda	tania.soaresd	149	3.664	3.813
Esquerda	independent_digital_journalist	254	3.223	3.477
Imprensa	folhadespaulo	1.775	3.179	4.954

No Instagram, a esquerda venceu a disputa, com treze perfis contra dois da direita.



POLÍTICA NAS REDES

No total de interações (Figura 3), a vantagem é para o campo da esquerda, com 167.091 interações, contra 40.095 da direita. Os perfis de direita ficaram atrás até mesmo das páginas da imprensa.

Figura 3. Total de interações por tipo de perfil nos 20 perfis com maior número de interações

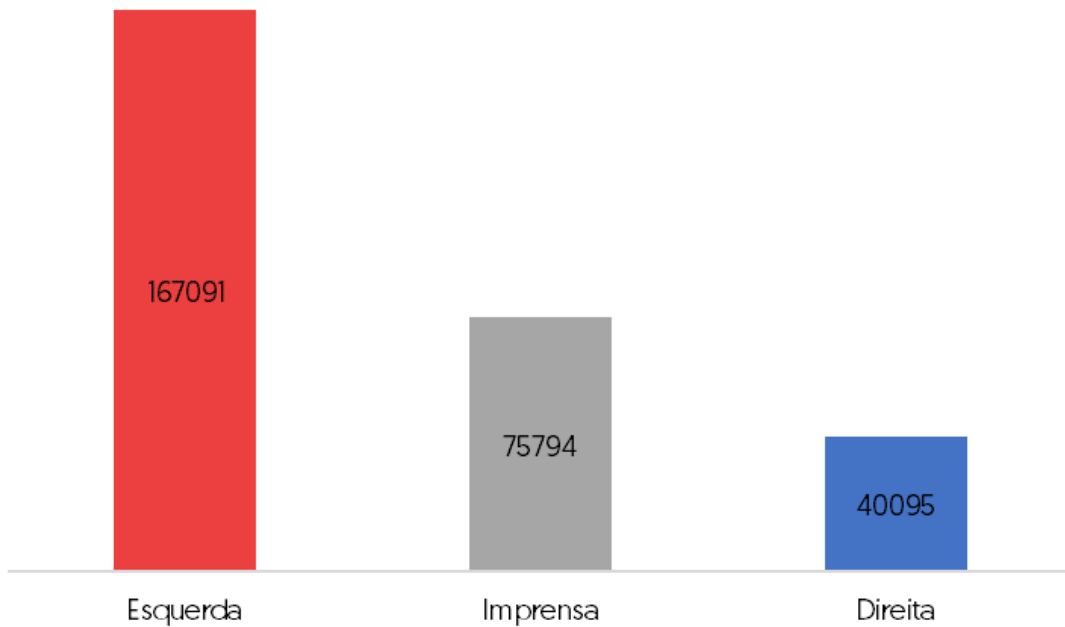
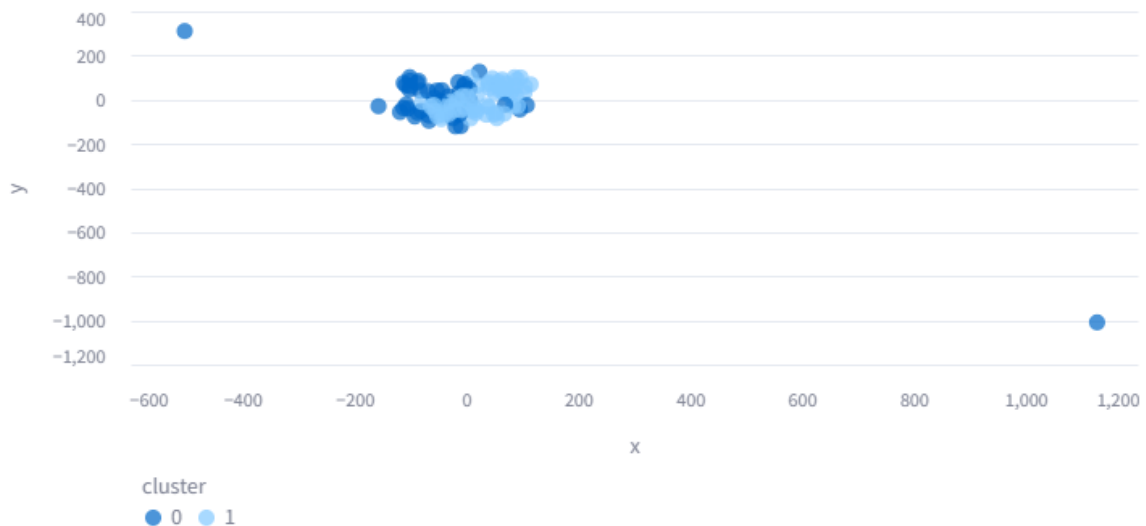


Figura 4. Clusters das publicações sobre o tema.



Os dois clusters abordam a polêmica em torno do boné azul “O Brasil é dos brasileiros” e sua relação com o embate político entre os grupos de Lula e Bolsonaro. Ambos destacam a origem da iniciativa como uma resposta ao boné vermelho de Donald Trump e enfatizam seu simbolismo nacionalista. No entanto, o Cluster 0 foca na narrativa do acessório como um movimento popular, ressaltando sua criação por um jovem da periferia e sua aceitação como um símbolo de resistência e orgulho nacional. O Cluster 1 enfatiza o contexto político da eleição para a presidência do Senado, explorando o



uso do boné como parte de uma disputa estética e ideológica entre os dois grupos. Enquanto o primeiro ressalta o impacto social e a apropriação popular, o segundo se concentra na rivalidade política e no confronto entre os partidos.

3. CONCLUSÕES

A análise dos dados das redes sociais revela que a “Guerra dos bonés” foi um tema relevante e abordado por ambos os campos. Enquanto a direita dominou a discussão no Facebook, a esquerda prevaleceu no Instagram. Os clusters do Facebook enfatizam o embate ideológico e a disputa política entre nacionalismo e influência estrangeira. Já os do Instagram trazem uma perspectiva mais social e estética, sugerindo que o uso do boné pode se tornar uma tendência popular e um símbolo de resistência.

Esses resultados demonstram como as plataformas abrigam narrativas distintas, refletindo o perfil dos usuários e a forma como cada grupo político se apropria dos símbolos para reforçar sua identidade. No Facebook, dominado pela direita, o debate foi mais polarizado e focado em argumentos políticos. No Instagram, houve uma valorização estética e cultural do boné. Esta divergência indica que estratégias de comunicação e engajamento podem ser mais eficazes quando adaptadas ao ambiente digital específico, explorando as nuances de cada rede para atingir diferentes públicos. O que pode demonstrar uma primeira ação certa da nova SECOM (Secretaria de Comunicação) com a campanha.

4. EXPEDIENTE

O POLÍTICA NAS REDES publica estudos temáticos sobre o debate político nas redes sociais produzidos pela equipe do [Manchetômetro](#), no âmbito do Laboratório de Estudos da Mídia e Esfera Pública (LEMEP), do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP), da UERJ.

Como os demais projetos do LEMEP, o POLÍTICA NAS REDES conta com o apoio do INCT – Instituto da Democracia e da Democratização da Comunicação.

Realização:

Manchetômetro



Apoio:

baselab



5. ANEXOS

5.1. FACEBOOK

Resumo dos Clusters

Cluster 0 Summary:



A polêmica em torno do uso do boné com a frase “O Brasil é dos brasileiros” gerou debates intensos nas redes sociais e entre políticos. A frase, idealizada por Sidônio Palmeira e promovida pelo ministro Alexandre Padilha, surgiu como uma resposta ao uso de bonés vermelhos associados a Donald Trump. O acessório azul e branco foi adotado por membros do governo como um símbolo de patriotismo, mas foi criticado por figuras como Eduardo Bolsonaro, que o considerou um gesto anti-Trump. A discussão reflete tensões políticas e a busca por afirmação nacional em meio a influências externas, destacando a divisão entre apoiadores de Bolsonaro e Lula. A iniciativa visa reforçar a ideia de soberania nacional, mas também levanta questões sobre a eficácia de gestos simbólicos na política.

Cluster 1 Summary:

Durante a eleição para a presidência do Senado, ministros e aliados do governo Lula, incluindo Alexandre Padilha e o senador Randolfe Rodrigues (PT-AP), usaram um boné azul com a frase “O Brasil dos Brasileiros”. A ideia surgiu após um pedido de moradores de São Paulo e foi concretizada por Sidônio Palmeira, ministro da Secretaria de Comunicação. O acessório foi uma resposta ao boné vermelho “Make America Great Again”, associado a Donald Trump e usado por apoiadores de Bolsonaro. A ação gerou reações de deputados bolsonaristas, que usaram adereços com a frase “Comida Barata Novamente/Bolsonaro 2026”, como provocação. A iniciativa de Padilha visava afirmar a identidade nacional e criticar a subserviência a símbolos estrangeiros.

5.2. INSTAGRAM

Resumo dos Clusters

Cluster 0 Summary:

O texto aborda a polêmica em torno do boné “O Brasil é dos Brasileiros”, que gerou debates entre políticos e nas redes sociais. A ideia da campanha surgiu como uma resposta ao uso de bonés vermelhos associados a Donald Trump, promovendo uma mensagem de patriotismo brasileiro. O ministro Alexandre Padilha destacou a origem do boné, criado por um jovem da periferia de São Paulo, e sua produção foi viabilizada para reforçar o sentimento nacionalista. A discussão ganhou destaque com críticas de Eduardo Bolsonaro e a defesa de Randolfe Rodrigues, acumulando menções nas redes sociais. A peça se tornou um símbolo de resistência e orgulho nacional, com expectativa de se tornar uma tendência popular.

Cluster 1 Summary:

Durante a eleição para a presidência do Senado, ministros e aliados do governo Lula, incluindo Alexandre Padilha e Randolfe Rodrigues (PT-AP), usaram bonés azuis com a frase “O Brasil é dos brasileiros”. A ideia surgiu após um eleitor em São Paulo sugerir que os ministros adotassem um símbolo nacional em resposta ao boné vermelho de Donald Trump, que traz a frase “Make America Great Again”. O novo ministro da Secretaria de Comunicação, Sidônio Palmeira, foi responsável pela escolha da frase. A ação gerou reações de deputados bolsonaristas, que usaram bonés com frases pró-Bolsonaro. O uso dos bonés simboliza uma disputa estética e política entre apoiadores de Lula e de Bolsonaro, refletindo tensões ideológicas entre nacionalismo brasileiro e influências externas.