

E com vocês os internautas: Uma análise sobre os dois primeiros meses da CPI da Pandemia no âmbito das mídias sociais¹

And with you, the netizens: An analysis of the first two months of the parliamentary commission of inquiry into the Pandemic in the context of social media

Helga do Nascimento de Almeida*¹
Mario Sergio Araujo Dias¹**

Palavras-chave:

Internet;
Comissões
parlamentares;
Pandemia

Resumo: O artigo analisa as interações entre os senadores membros da CPI da Pandemia ocorridas no Twitter e tem como objetivo compreender como estes parlamentares atuaram em suas mídias digitais em um contexto pandêmico e durante uma CPI. Este artigo se utiliza de metodologia quantitativa para efetuar a análise dos dados obtidos referentes aos dois primeiros meses de CPI. Após a análise destes dados, constatou-se que os senadores passaram a fazer postagens com maior frequência a cada nova sessão da CPI, a fim de garantir maior visibilidade na rede social e assim tornar público os seus posicionamentos e ideias perante a sociedade civil, além de abrirem nestas redes canais de comunicação para pautar os temas mais relevantes abordados durante as sessões da CPI.

Keywords:

Internet;
Parliamentary
committees;
Pandemic.

Abstract: *The article analyzes the interactions occurred on Twitter between the senators who are members of the inquiry parliamentary commission (IPC) of that are investigating the acting of Brazilian government front to the COVID-19 pandemic. This article aims to understand how these parliamentarians acted on their social media in a pandemic context and during a inquiry parliamentary commission. This work uses the quantitative methodology to analyze the data obtained from the first two*

¹ Recebido em 13/08/2022. Aceito em 02/11/2022

*¹ Professora de ciência política da Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF) e do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Piauí (UFPI). E-mail: helga.almeida@univasf.edu.br.

**¹ Mestrando do programa de pós-graduação em Ciência Política pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). E-mail: mario.dias@ufpi.edu.br.

months of IPC. After analyzing these data, it was found that senators began to post more frequently at each new session of the IPC in order to ensure greater visibility on their social network and thus make their positions and ideas public before civil society, in addition to opening up new communication channels in their networks to give visibility to the most relevant topics addressed in the IPC sessions.

Introdução

Em pouquíssimo tempo a CPI da Pandemia instaurada pelo Senado Federal virou um fenômeno central para muitos Brasileiros que passaram a acompanhar as sessões através da *internet*. Isso se deve pelo fato inédito de esta CPI ganhar muito espaço nas mídias sociais, sobretudo no *Twitter*, onde, além da forte atuação dos membros da comissão nesta rede, tornando públicas as suas considerações e atuação dentro da comissão, também nos deparamos com o uso desta rede na checagem de fatos, comprovação de informações prestadas pelos depoentes e por uma massiva campanha dos senadores na publicidade de tudo que ocorreu durante as sessões. A abertura de um canal não institucional para acompanhamento e contribuições da sociedade civil diretamente em uma comissão parlamentar de inquérito abre precedente para que sejam configuradas novas formas de participação e interação, ao mesmo tempo que pode representar alguns riscos para o bom funcionamento da democracia.

Com o advento da *internet*, as tecnologias de informação e comunicação (TIC's) se fazem presentes hoje em praticamente todas as dimensões da sociedade, através de sistemas e produtos digitais. Os indivíduos possuem acesso a uma gama imensa de informações que podem ser obtidas e compartilhadas de forma rápida e simples.

Por meio das mídias sociais os indivíduos podem interagir entre si, trocar informações e ter acesso facilitado a notícias e opiniões. Desta maneira, pode-se considerar que a dimensão da política também se encontra imersa na dimensão da *internet*, pois diversos atores políticos, instituições e agências reguladoras possuem perfis oficiais em mídias sociais, tornando assim a *internet* uma importante ferramenta que permite e facilita as relações entre o Estado e a sociedade. A *internet*, desde a sua criação na década de 60, passou e passa por diversas revisões e atualizações e tem se configurado como uma ferramenta fundamental para o funcionamento das sociedades (CASTELLS, 2003, p. 15:22)

O grande salto de inovação da *internet*, que corresponde a profundas mudanças na forma como os indivíduos interagem entre si através da rede, ocorreu em 2004 com a chamada *web 2.0*, que abriu porta para novos modelos

de negócios e garantiu maior protagonismo aos usuários que expandiram o alcance da rede a partir da produção e compartilhamento de informações.

A *Web 2.0* se refere a um termo criado por Tim O'Reilly (2005) para determinar a nova fase dos negócios e empresas de *internet* (após o estouro da bolha em 2001). Esta nova fase consistiu em novas formas de se utilizar a rede, ampliando o número de dispositivos conectados, constantes atualizações de sistemas para melhoria contínua dos processos e usos da rede, aumento na participação dos usuários na criação e no compartilhamento de informações e a personalização de espaços digitais. Nos últimos anos no Brasil, em especial a partir de 2018, conforme noticiado pela grande mídia, tem-se percebido um crescimento da presença de atores políticos nas mídias sociais, interagindo com usuários, se posicionando sobre os mais diversos assuntos, construindo grupos de apoiadores e formando agendas. Este fenômeno contemporâneo nos permite questionar os efeitos da *internet* para as relações entre o Estado e a sociedade e para o aumento do protagonismo de atores políticos através destas redes.

Segundo o IBGE², em 2018, 79,1% dos domicílios Brasileiros possuíam acesso à *internet*, e em 2019 este número saltou para 82,7%. Tal aumento no uso da *internet* pelos Brasileiros pode ser considerado um dado que explica por que os atores políticos estão cada vez mais conectados nestas redes.

Uma pesquisa do Instituto DataSenado, feita em 2019, mostrou que cerca de 45% dos entrevistados afirmaram que as mídias sociais e as informações obtidas através das mesmas foram fundamentais para determinar o seu voto nas eleições presidenciais de 2018. Inclusive o próprio TSE neste mesmo ano definiu regras claras acerca do uso da *internet* e das mídias sociais nas campanhas eleitorais daquele pleito, o que é uma evidência de que já em 2018 a *internet* iria se consolidar como um novo meio para se fazer política. A partir da consideração que as mídias sociais são ferramentas importantes no âmbito da política, se faz necessário analisar como os atores políticos se relacionam e interagem com o público através das mídias sociais, a fim de detectarmos se tais interações tem como objetivo apenas garantir protagonismo em temas e contextos específicos ou se elas se referem apenas à manutenção do eleitorado.

Para alcançar o objetivo citado, este artigo irá analisar as relações ocorridas entre os senadores que compuseram a Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia (CPI da Pandemia³) na rede social *Twitter*⁴. O conteúdo que será analisado se refere a tudo que foi postado pelos senadores em questão

² Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

³ Uma CPI é um instrumento institucional utilizado pelo Parlamento para exercer a sua atividade fiscalizadora.

⁴ O Twitter é um serviço por meio do qual amigos, familiares e colegas de trabalho podem se comunicar e se manter conectados, trocando mensagens rápidas e frequentes.

nesta rede social entre os dias 27 de abril de 2021 (primeira sessão da CPI da Pandemia) e 30 de junho de 2021, compreendendo dois meses de sessões da comissão. A pesquisa considera também as postagens feitas pelos senadores em seus perfis a partir de janeiro de 2021, para que seja possível verificar a frequências de postagens de cada parlamentar.

A escolha da análise das relações em redes pautadas pela CPI da Pandemia partiu da percepção de um fenômeno político inédito, que é o da espetacularização de uma CPI potencializada pelo amplo uso de *tweets* (publicados *online* e em formato de *print screen*) pelos senadores durante as sessões. Os senadores utilizaram como recurso argumentativo diversos *tweets* que foram apresentados como prova de discursos e opiniões controversas por parte dos depoentes, houve também grande participação dos internautas na formulação de perguntas e checagem de fatos (*fact-checking*) sobre o que foi apresentado durante as sessões, sendo tal fenômeno um marco nas relações entre representantes e representados por um canal extra institucional⁵.

Democracia e Internet

Analisar a democracia como um modelo de governo pleno e ideal através de sua legitimidade implica considerarmos inicialmente que existe uma multiplicidade de conceitos e explicações acerca do que seria uma democracia ideal. Considerando isso, este artigo utilizará a teoria proposta por Robert A. Dahl (2005), devido à importância deste autor para a teoria política contemporânea e porque o seu conceito de democracia é o que melhor se encaixa no estudo das relações entre democracia e *internet*. Dahl (2005), na obra "Poliarquia, Participação e Oposição", determina como *poliarquia* o estágio mais avançado de uma democracia – que é considerada pelo autor como sistema ideal. Nesta definição, o autor destaca duas características básicas para definir uma *poliarquia*, sendo elas a participação (inclusão) e a contestação (liberalização), de modo que a participação seja referente à extensão da participação política da sociedade e a contestação referente à existência de oposição.

Para além da participação e da contestação, um governo democrático deve garantir aos indivíduos o direito à formulação de suas preferências políticas, a expressão destas preferências e a garantia de que elas sejam igualmente consideradas pelo governo (DAHL, 2005, p. 27). Percebe-se que, ao destacarmos a participação e a expressão de preferências dos

⁵ Compreende-se como extra institucional todo canal público de comunicação que não é mediado pelo Estado, porém é utilizado por atores políticos para a expressão de suas ideias e sua atuação como representante público.

indivíduos como premissas de um regime poliárquico⁶, a *internet* tem todo um potencial para facilitar e criar este ambiente, uma vez que se compreende que embates e conflitos de ordem política e social e entre atores políticos possam ocorrer nesta dimensão. Até mesmo as interações entre apoiadores e atores políticos por intermédio das mídias sociais encontram harmonia na teoria de Dahl, pois, segundo o autor, a poliarquia pode ser definida como a “contínua responsividade do governo às preferências de seus cidadãos, considerados como politicamente iguais.” (DAHL, 2005, p. 25).

Entre os critérios destacados por Dahl, que norteiam a sua noção de democracia ideal, merecem consideração as possibilidades da *internet*. A saber, Dahl destaca, como critérios de uma democracia ideal, a igualdade de voto, a oportunidade para participar efetivamente das decisões, o direito e as condições para a formação de uma opinião própria, a participação no controle e na definição da agenda política e a submissão à lei (DAHL, 1982, p. 06).

Analisar os cinco critérios supracitados nos permite constatar que as mídias sociais podem representar um possível avanço na melhora da qualidade da democracia, pois possibilita em certo grau, o fortalecimento dos critérios apresentados. Conforme Almeida (2007, p. 36), as mídias sociais permitem a expressão de preferências com um bom grau de liberdade, conforme preconiza o primeiro critério definido por Dahl. Nestas mesmas redes, os usuários não apenas participam de discussões acerca de temas caros à democracia, como também registram suas opiniões, além de que estas interações podem garantir aos indivíduos uma gama de informações que possibilita a reflexão e formação de opiniões mais consistentes, conforme podemos ver no segundo e terceiro critérios do autor. No quarto critério apresentado, verifica-se que as interações entre o Estado e a sociedade podem de certa forma influenciar diretamente a criação de agenda dos atores políticos e a tomada de decisões, já que as mídias sociais condensam toda sorte de opiniões, demandas e anseios (ALMEIDA, 2007, p. 36).

Conforme elencado acima, é possível considerar a *internet* como uma ferramenta que tem potencial para possibilitar um alargamento das relações entre representantes e representados a partir da criação de novos espaços e meios para a troca de informações. A consideração de que as mídias sociais se configuram como um possível novo espaço para participação e interação entre representantes e representados deve vir acompanhada de certo ceticismo, pois é necessário considerar que estes espaços não institucionalizados podem trazer

⁶ Ao tratar dos conceitos de democracia e poliarquia, Dahl (1997) explica que poliarquia é uma referência a sistemas políticos reais com certo grau de democracia, ou seja, que possuem em suas regras normativas a inclusão e a contestação, enquanto o conceito de democracia, faz referência ao sistema ideal, cujo cerne se norteia por uma total responsividade aos anseios e necessidades dos indivíduos. (DAHL, 1997, p. 25:31).

prejuízos para estas relações e para o regime democrático como um todo. Desta forma, é interessante que se faça um contraponto com o que alguns autores chamam de uma crise da democracia ou crise da representatividade.

Ao mobilizarmos Manin (2013), verificamos que a crise da democracia está ligada diretamente à queda na fidelidade partidária. Desta forma, em um contexto em que os partidos possuem cada vez menos filiados e apoiadores, existe uma crescente falta de identificação entre representantes e representados, e a mídia se torna o principal fator de informação política. Neste movimento, acaba-se gerando um modelo político denominado pelo autor como democracia de público (MANIN, 2013, p.116). Na democracia de público dois fenômenos são gerados. O primeiro deles é que o voto se torna personalista, ou seja, as pessoas votam cada vez menos em partidos e cada vez mais em candidatos. Este protagonismo do candidato em detrimento ao partido foi algo alavancado pela mídia, ao mostrar aos eleitores informações políticas que estão além dos limites dos programas políticos dos partidos (MANIN, 2013, p.117).

Ao se considerar os candidatos como sendo o centro das campanhas eleitorais, fica evidente que a mídia passa a ser a ponte de comunicação ideal entre representantes e representados, pois garante aos candidatos os espaços necessários para se comunicarem diretamente com seus eleitores. O segundo fenômeno se refere ao aumento de participação política não institucionalizada. Após o enfraquecimento dos partidos políticos como espaço para informações políticas para os eleitores, que passaram a participar de forma ativa de manifestações, petições, greves e ações para reivindicar seus direitos e demandas, abrindo assim mais uma via de comunicação política (MANIN, 2013, p.124).

É interessante observar que – no contexto apresentado por Manin (2013) – com a diminuição da importância dos partidos políticos⁷, por um lado, os candidatos ganharam maior protagonismo e, por outro, os eleitores buscaram novas formas de interagir com os representantes, a fim de dar voz a suas demandas. Pode-se considerar a *internet* uma alternativa com grande potencial para fomentar o personalismo dos atores políticos, já que as redes podem agrupar em torno dos atores políticos uma grande base de apoiadores, garantindo protagonismo e aumento de influência para estas personalidades, ao mesmo tempo que possibilita a criação de espaços extrainstitucionais de interações entre representantes e representados.

São claros os ganhos que se tem no uso das mídias sociais na *internet* como espaços de interação política, pois estas redes atualmente possibilitam

⁷ Este artigo não considera que os partidos políticos perderam total importância em toda dinâmica da política, apenas é considerado que atualmente os partidos não são a principal ponte entre representantes e representados.

menor institucionalidade e maior horizontalidade nas relações e interações, o que garante um nível mais alto de identificação entre os usuários, além de permitir, em certo grau, maior igualdade entre todos os usuários, pois todos podem produzir e compartilhar informações além de poderem opinar sobre diversos assuntos através de debates, listas e fóruns⁸ (EISENBERG, 2003, p. 497:498). Perceber um aprofundamento nas relações entre representantes e representados – de modo a se garantir uma relação mais horizontal, dentro de um contexto específico (pandemia), onde os representantes abrem caminho para os representados participarem ativamente de um processo que historicamente é fechado (CPI) – nos leva a crer que existe interesse destes atores políticos em se aproximar do seu eleitorado e da sociedade civil.

A abertura de canais extrainstitucionais pelos parlamentares pode estar ligada a tentativas de se ganhar protagonismo, controlar a narrativa sobre temas importantes e garantir ganhos eleitorais. Porém, positivamente podemos ver que estas interações trazem ganhos importantes para a participação e a formação de indivíduos mais interessados e ativos politicamente, pois ao interagir com atores políticos, dar opiniões e participar ativamente de processos institucionais, tais como uma CPI, os cidadãos podem ficar cada vez mais bem informados e mais cientes do que está ocorrendo na dimensão da política, possibilitando assim o seu engajamento político.

Este “círculo virtuoso”, gerado pelo movimento supracitado, tem potencial de trazer ganhos para a democracia e é uma via de mão dupla, pois os representados cada vez mais conseguem participar exercendo seu direito de participação e os representantes conseguem se aproximar mais do eleitorado e ter acesso a informações úteis para se posicionarem e construir as suas agendas (NORRIS, 2000, p.10).

Enxergar os benefícios que a *internet* pode trazer para as relações entre representantes e representados implica também considerarmos os problemas desta dimensão, pois infelizmente a *internet* ainda é um espaço onde toda sorte de discursos pode ser compartilhada, inclusive discursos contrários aos princípios democráticos, que levam ao fortalecimento dos preconceitos, à exposição de dados e informações sensíveis, à propagação de notícias falsas (*fake news*) e ao controle e exploração da privacidade dos usuários.

Mesmo considerando, conforme já apresentado neste artigo, um “círculo virtuoso” que pode resultar em indivíduos mais engajados, devemos considerar

⁸ Neste trabalho consideramos que nem todos possuem acesso a internet ou as condições necessárias para fazer o bom uso das redes, este fenômeno se chama *Digital Divide*, que se refere “ao problema de alguns membros da sociedade não terem a oportunidade ou o conhecimento necessário para usar computadores e internet que outros têm.” (*Tradução nossa*).

que somente as interações entre representantes e representados e os debates de temas caros à democracia não são suficientes para garantir que os indivíduos não propaguem e defendam ideias antidemocráticas, é necessário que exista uma grande atuação do poder público no estabelecimento de limites e regras que impeçam a formação de grupos em torno da defesa de ideias e atitudes incompatíveis com os princípios democráticos. Considerando que o acesso livre à informação é uma prerrogativa fundamental a quaisquer regimes poliárquicos, também é sabido que este acesso à informação ainda não existe em plenitude e que o Estado e as grandes corporações de mídia possuem grande controle sobre o fluxo de dados de modo a conseguir reprimir e punir os indivíduos a partir do uso de informações privilegiadas, dados e registros diversos (ASSANGE *et al.*, 2013, p. 22).

O uso de mídias sociais por atores políticos pode ser considerado como uma ação extra institucional, pois está fora dos limites do Estado, visto que se referem a ações informacionais promovidas por personalidades políticas através de perfis pessoais e não oficiais, ou seja, não se referem a ações relacionadas ao conceito de governo eletrônico (e-gov) (MARQUES; PEREIRA, 2015). Porém, tal uso pode ser um pontapé inicial para boas práticas de desenvolvimento de mecanismos que possam incentivar a participação e aproximar representantes e representados de forma digital e com maior institucionalidade, já que a *internet* pode ampliar a participação e trazer ao Estado novos desenhos institucionais que possibilitem a sua abertura de modo que ocorra uma relação mais horizontal com a sociedade (CHADWICK, 2006). Os meios de comunicação se apresentam como ponto central para a compreensão das interações e para a proposição de melhorias nos regimes democráticos. E embora as principais teorias da democracia, conforme pontuou Miguel (2000), ainda possuam dificuldades em lidar com a centralidade e importância da mídia, percebe-se nas mídias sociais uma possível superação destas dificuldades, primeiro porque através destas redes ocorre o exercício do discurso que é, por excelência – e dentro do escopo das teorias norteadas pelas contribuições de Hannah Arendt (1987) ao tema –, inerente à atividade política, pois é através deste exercício que se dá visibilidade aos ideais do ator político. Por esta perspectiva, percebe-se que as mídias sociais, assim como a mídia tradicional, oferecem meios para que estas ações tenham o formato ideal, ou seja, o discurso se adapta ao canal pelo qual é veiculado. Em segundo lugar, destaca-se o poder das mídias sociais em expressarem de forma simples e rápida a realidade, sendo elas um grande agregado de informações, opiniões e preferências, representando um canal aberto de consumo e produção de informações. Logo, se antes, através da grande mídia, os indivíduos eram apenas consumidores de informações, com as mídias digitais eles podem também as produzi-las e compartilhá-las (MIGUEL, 2000, p. 65:66).

Após este debate pode-se considerar a possível relação entre poliarquia e *internet*, sendo esta última um possível meio para incrementar e transformar as interações entre representantes e representados, com potencial de prover um canal mais ágil e transparente para estas interações.

A CPI da Pandemia

Desde o início do ano de 2020, o mundo enfrenta um grande problema de saúde pública: A pandemia de COVID-19. No Brasil, com o passar dos meses, os casos de contaminação foram aumentando juntamente com a taxa de mortalidade. Frente a este aumento de casos foram notados diversos erros e grande omissão do Governo Federal e do Ministério da Saúde na compra de vacinas, na conscientização dos cidadãos acerca de medidas restritivas, de cuidado e de isolamento social e na contenção de problemas de saúde pública gerados pela pandemia, tal como colapso do sistema de saúde de estados e municípios.

Uma vez identificados os erros e a omissão do Governo Federal, o Senado Federal, com base no § 3º do artigo 58 da Constituição Brasileira, colocou em votação a abertura de uma CPI⁹ para investigar a omissão de ministros, profissionais do setor público e privado e de atores políticos no gerenciamento da crise causada pela pandemia.

Apesar de todas as atribuições e contribuições de uma CPI, devemos notar também o seu caráter político, visto que uma CPI é formada por membros de diferentes partidos reunindo assim, em seu grupo titular, atores políticos de oposição e da base governista. Conforme supracitado, embora as comissões parlamentares de inquérito sejam norteadas por um sólido arcabouço jurídico que determina seus limites e suas regras de formação, tempo de duração e substância da investigação (BARROSO, 2008, P. 03), a atuação dos parlamentares nas sessões também é embasada pelo seu próprio posicionamento dentro do congresso e pelas orientações de seus respectivos partidos.

Utilizando o conceito de Presidencialismo de Coalizão, criado por Sérgio Abranches (1988) para definir o modelo presidencialista Brasileiro, pode-se enxergar que a instauração de uma CPI que investiga a atuação do Governo Federal se traduz como um risco para o Presidente da República, pois o

⁹ Não cabe aos membros de uma CPI julgar e punir investigados. Uma CPI apenas faz um trabalho de investigação, onde pessoas podem ser intimadas a prestarem depoimento e, após todas as oitivas, a CPI deve produzir um relatório com suas conclusões e encaminhar o mesmo ao Ministério Público (MP) ou à Advocacia-Geral da União (AGU), para que estas instituições possam dar andamento nos procedimentos para garantir a responsabilidade civil e criminal dos infratores ou adotarem outras medidas legais.

presidente precisará manter a sua base e ao mesmo tempo negociar ações e benefícios para poder governar e direcionar as pautas das sessões. Na CPI da Pandemia foi possível verificar que os grupos formados (independentes, governistas e oposição)¹⁰, atuaram na tentativa de deslegitimar todo e qualquer discurso contrário ao seu posicionamento, considerando que a base governista atuou em prol dos pontos defendidos pelo governo federal e a oposição se projetou como grupo antagônico a estes pontos. A CPI da pandemia teve em sua formação 18 membros sendo 11 titulares e 7 suplentes e a escolha dos membros para a composição da comissão parlamentar foi feita pelas lideranças parlamentares considerando a proporcionalidade partidária da casa (BRASIL, RISF, Art. 78, 2018).

Tabela 1: Composição da CPI da Pandemia, 2021.

Nome	Partido	Estado	Cargo	Categoria	Total de tweets	% tweets
Omar Aziz	PSD	AM	Presidente	Independente	906	8,88
Randolfe Rodrigues	REDE	AP	Vice-presidente	Oposição	1705	16,71
Renan Calheiros	MDB	AL	Relator	Independente	203	1,99
Eduardo Braga	MDB	AM	Titular	Independente	991	9,71
Luiz Carlos Heinze	PP	RS	Titular	Governista	411	4,03
Eduardo Girão	PODEMOS	CE	Titular	Independente	263	2,58
Tasso Jereissati	PSDB	CE	Titular	Independente	76	0,74
Otto Alencar	PSD	BA	Titular	Independente	43	0,42
Marcos Rogério	DEM	RO	Titular	Independente	402	3,94
Jorginho Mello	PL	SC	Titular	Governista	196	1,92
Humberto Costa	PT	PE	Titular	Oposição	1829	17,92
Ciro Nogueira	PP	PI	Titular	Governista	198	1,94
Jader Barbalho	MDB	PA	Suplente	Independente	116	1,13
Marcos do Val	PODEMOS	ES	Suplente	Governista	216	2,12
Ângelo Coronel	PSD	BA	Suplente	Independente	450	4,41
Fernando Bezerra	MDB	PE	Suplente	Governista	258	2,53
Rogério Carvalho	PT	SE	Suplente	Oposição	1741	17,06
Alessandro Vieira	CIDADANIA	SE	Suplente	Oposição	201	1,97
TOTAL					10.205	100

Fonte: Elaboração própria com dados extraídos do Senado Federal e do Twitter.

Análise dos dados

Para este artigo foram coletados 10.205 *tweets* postados entre 01/01/2021 e 27/06/2021 pelos senadores membros da CPI da Pandemia. Os dados foram baixados através de técnicas de *web scraping*¹¹. Com o objetivo de compreender melhor como ocorreram as relações, o uso, e as interações dos senadores no *Twitter*, foram verificadas quais as frequências de postagens de cada um dos 18 membros (titulares e suplentes) da CPI durante os 6 primeiros meses de 2021, se houve o uso da rede social durante as sessões da CPI (pelo

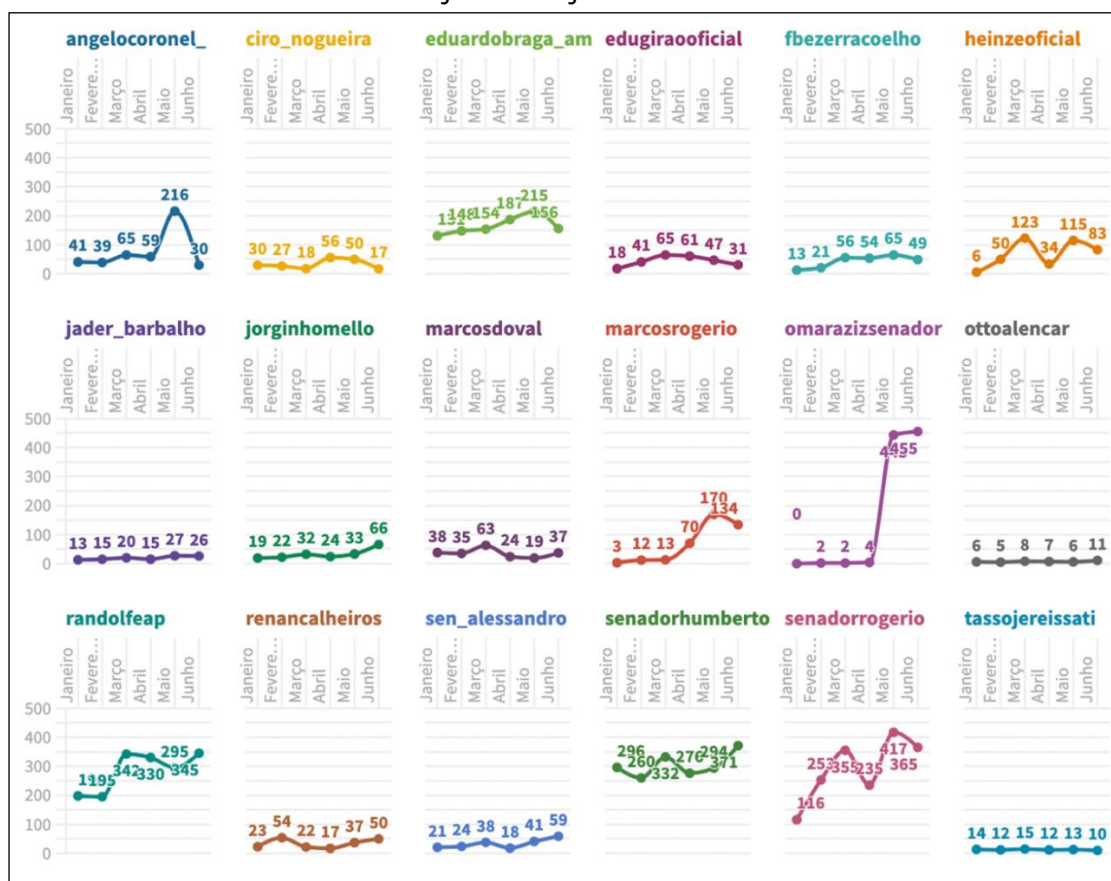
¹⁰ As categorias "independente", "Governista" e "Oposição", foram obtidas a partir das declarações dos senadores ao se autodeclararem pertencentes a uma das três categorias apresentadas.

¹¹ Web scraping é a ação de obter informações de forma dinâmica de um site ou sistema computacional, e inseri-las em um documento ordenado.

próprio parlamentar ou por algum assessor, considerando a categoria do parlamentar), quais foram os 3 tweets que receberam mais *likes*¹² e mais *retweets*¹³ (RT's), com quais perfis os senadores mais se relacionaram e interagiram entre os meses de abril e junho de 2021 e se a *hashtag* #cpidapandemia foi postada pelos senadores e, em caso positivo, se foi postada durante ou fora do intervalo de tempo das sessões da CPI.

Dentre os senadores analisados, alguns se destacaram no volume de postagens pois sempre tiveram grande atuação no *Twitter*, produzindo muitos dados diariamente. Entretanto, há senadores na base de dados que nunca tiveram atuação forte nesta rede social, o que possibilita verificarmos se, com a instauração da CPI da Pandemia, alguns parlamentares viram no *Twitter* uma plataforma para dar visibilidade a sua atuação e para garantir maior direcionamento nos trabalhos da comissão, uma vez que a sociedade Brasileira estava diariamente assistindo as oitavas.

Figura 1. Frequência de postagens no Twitter pelos membros da CPI da Pandemia entre janeiro e junho de 2021.



Fonte: Elaboração própria com dados extraídos do Twitter.

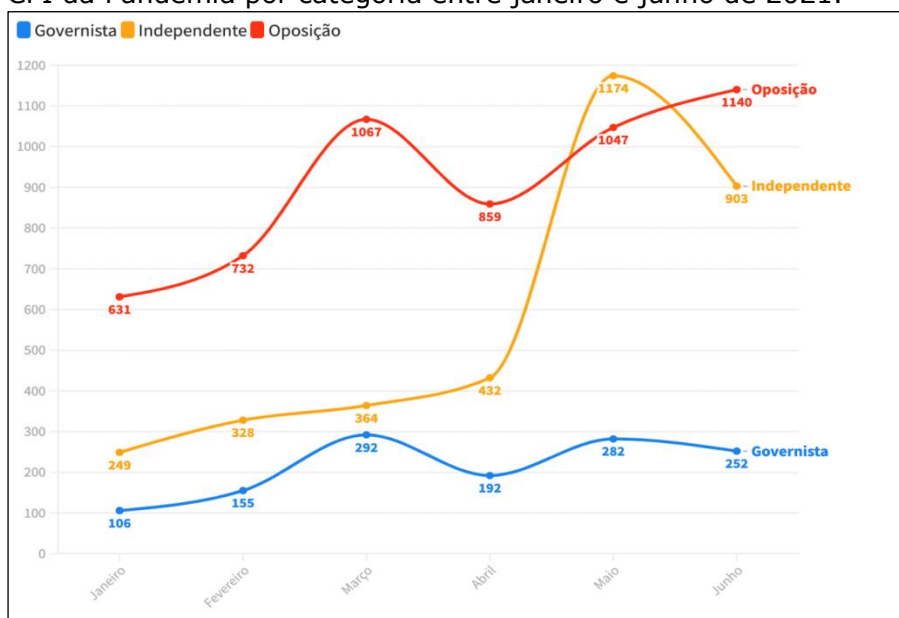
¹² O like é o ato de definir determinado tweet com a flag "gostei".

¹³ Um retweet é a ação de republicar um tweet.

Nesta análise, consideramos também que eventos importantes no decorrer do período analisado podem ter influenciado diretamente a frequência de postagens. Analisando a base de dados e verificando a frequência de postagens, não foram identificados eventos que culminaram em aumento no número de postagens para além do que foi gerado pela CPI da Pandemia. Isso reforça a ideia de que os trabalhos da comissão tiveram grande publicidade em mídias sociais, pois através destas redes houve grande compartilhamento e produção de informações referentes à CPI, tanto pelos senadores, quanto pelos internautas.

A figura 1 mostra que a partir da instauração da CPI da pandemia houve um aumento na frequência de postagens de alguns senadores, parlamentares que não faziam muitas postagens no *Twitter* passaram a publicar cada vez mais *tweets*. O caso mais expressivo foi o do senador Omar Aziz (PSD – AM), que, entre janeiro e abril de 2021, só havia postado oito *tweets*, porém no mês de maio o senador postou 455 *tweets* e em junho fez 482 postagens, um crescimento de mais de 6.000% comparando junho com os 4 primeiros meses de 2021. Isso demonstra que a CPI da Pandemia, através das mídias sociais, pôde garantir a promoção da imagem do parlamentar, ao mesmo tempo que tais mídias foram utilizadas como ferramentas para expor aos cidadãos o que acontecia em Brasília. Grande parte dos senadores não apresentou mudanças na frequência de postagens, mantendo uma frequência baixa. Esperou-se verificar novamente tal comportamento numa nova análise, já contando com todos os dados produzidos nos perfis analisados durante todos os seis meses da CPI da Pandemia.

Figura 2: Frequência de postagens no Twitter pelos membros da CPI da Pandemia por categoria entre janeiro e junho de 2021.



Fonte: Elaboração própria com dados extraídos do Twitter.

Na figura 2, nota-se que o padrão identificado na primeira análise deste artigo se mantém quando analisamos o aumento na frequência de postagens a partir das categorias Governista, Oposição e Independente. Todas as três categorias apresentaram tendência de aumento nas postagens com acentuação no mês de maio, que foi marcado por importantes depoimentos de membros do alto escalão do governo federal, tais como o ex-Ministro das relações exteriores Ernesto Araújo e o ex-Ministro da saúde Eduardo Pazuello, além de autoridades da indústria farmacêutica e de entidades científicas renomadas.

É interessante notar que o maior pico de postagens partiu dos senadores que se declararam como independentes, seguidos pelos senadores do grupo da oposição. Neste caso, temos duas hipóteses para tal comportamento, a saber: consideramos que o aumento de postagens pelo grupo de senadores independentes tenha um caráter de promover a atuação deste grupo durante as sessões.

No caso da atuação da oposição, o *Twitter* foi utilizado principalmente como espaço para denunciar a omissão do governo federal usando a CPI da Pandemia como evento engajador das postagens. No grupo dos senadores governistas, nota-se um padrão baixo de postagens. Como hipótese podemos considerar que a baixa frequência se refira a uma tentativa de não dar tanta visibilidade a um processo acusatório envolvendo diretamente o governo federal e seus ministros, o que poderia prejudicar toda a base de aliados do governo.

Quando se observam as interações ocorridas no *Twitter* com outras contas a partir dos perfis dos membros da CPI da Pandemia, percebe-se que existe uma diferença entre os tipos de contas com que cada categoria analisada costuma interagir mais. No caso da base de dados dos senadores da bancada governista, foram identificadas 131 menções feitas a outros perfis – 66 perfis diferentes¹⁴ com que os senadores desta categoria interagiram. Para esta análise, foram considerados apenas os cinco perfis com que os senadores desta categoria mais interagiram.

¹⁴ Nesta análise os resultados mostraram que as contas verificadas foram citadas mais de uma vez.

Tabela 2. As 5 contas com que os membros governistas da CPI da Pandemia mais interagiram no Twitter entre abril e junho de 2021.

Categoria	Mencionou	Menções	% de menções
Governista	@jairbolsonaro	26	19,85
	@tarcisiogdf	08	6,87
	@minfraestrutura	09	6,11
	@marcosrogerio	04	3,05
	@minsaude	04	3,05
Total		51	-

Fonte: Elaboração própria com dados extraídos do Twitter.

Os dados mostram que 19,85% das menções feitas pelos membros da bancada governista foram para o perfil do Presidente da República Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro). Observou-se que estes perfis tenderam a publicar informações que visavam dar visibilidade aos projetos do governo federal e à atuação de seus ministros e aliados políticos, pois entre as contas que mais tiveram interação com os perfis dos senadores, está o perfil do ex-ministro da infraestrutura Tarcísio de Freitas (@tarcisiogdf), com um total de 6,87% das menções, o perfil oficial do ministério da infraestrutura (@minfraestrutura) com 6,11% das menções, o perfil do senador governista Marcos Rogério (PL – RO) totalizando 3,05% das interações e o perfil do oficial do Ministério da Saúde também com 3,05% das interações.

Na análise da base de dados dos senadores da oposição foi identificado um total de 984 interações divididas entre 133 contas diferentes.

Tabela 3. As 5 contas com que os membros da oposição da CPI da Pandemia mais interagiram no Twitter entre 27 de abril e 27 de junho de 2021.

Categoria	Mencionou	Menções	% de menções
Oposição	@lulaoficial	50	5,08
	@cnnbrasil	30	3,05
	@omarazizsenador	19	1,93
	@globonews	17	1,73
	@jairmearrependi	16	1,63
Total		132	-

Fonte: Elaboração própria com dados extraídos do Twitter.

Os dados mostram que 5,08% das interações analisadas ocorreram com o perfil do ex-Presidente Lula (@lulaoficial), totalizando 50 menções. Em segundo lugar, com 30 interações (3,05%), está o perfil oficial do veículo de mídia CNN Brasil (@cnnbrasil). Em terceiro lugar, com 19 (1,93%) interações, estão as interações com o perfil do presidente da CPI da Pandemia, senador Omar Aziz (PSD – AM), seguido por 17 (1,73%) menções ao perfil oficial do Canal jornalístico Globo News (@globonews) e por 16 menções ao perfil @jairmearrependi. Este perfil atua no *Twitter* como um *Digital Influencer*, além

de ser membro de um *Podcast*¹⁵ chamado “Hoje Tem Podcast”. O perfil @jairmearrependi apresenta diariamente conteúdos críticos acerca da gestão do Presidente Jair Bolsonaro, e juntamente com o podcast, acompanhou todas as sessões da CPI, fazendo postagens sobre tudo que ocorria, inclusive entrevistando diversos membros da comissão, como os Senadores Omar Aziz (PSD – AM), Randolfe Rodrigues (Rede – AP) e Alessandro Vieira (Cidadania - SE). Os dados apresentados mostram que a oposição se manteve muito próxima da imagem do ex-presidente Lula, além de ter interagido com grandes veículos de imprensa que na época fizeram toda a cobertura sobre o andamento dos trabalhos da CPI. Na análise feita na base de dados dos senadores que se declararam como independentes, foi identificado um total de 1.560 citações, divididas entre 170 contas.

Tabela 4. As 5 contas com que os membros da CPI da Pandemia que se declaram como independentes mais interagiram no Twitter entre abril e junho de 2021.

Categoria	Mencionou	Total de menções	% de menções
Independente	@jairmearrependi	105	6,73
	@randolfeap	45	2,88
	@leilagermano	32	2,05
	@renancalheiros	28	1,79
	@estadao	19	1,22
Total		229	-

Fonte: Elaboração própria com dados extraídos do Twitter.

Os dados mostram que 6,73% das interações, o que corresponde a 105 menções, ocorreram com o perfil @jairmearrependi, 2,88% das interações do universo analisado, correspondente a 45 menções, foram feitas ao perfil do vice-presidente da CPI da Pandemia, senador Randolfe Rodrigues (Rede – AP) (@randolfeap), 32 menções (2,05%) ao perfil da *digital influencer* Leila Germano (@leilagermano).

As demais interações desta categoria ocorreram com o perfil do relator da CPI da Pandemia, senador Renan Calheiros (MDB – AL) (@renancalheiros) num total de 28 menções, totalizando 1,79%, e 19 menções totalizando 1,22% ao perfil do jornal O Estado de São Paulo (@estadao). As interações com o perfil da *digital influencer* Leila Germano (@leilagermano) e com o perfil @jairmearrependi, ambos vinculados ao podcast “Hoje Tem Podcast” mostra que a categoria independente, além de manter o padrão de interagir com atores políticos de seu grupo, também interagiu com contas que possibilitam maior engajamento para as suas postagens como forma de garantir uma autopromoção de suas ideias e sua atuação na CPI.

¹⁵ Um podcast é basicamente um programa de rádio que pode ser ouvido pela internet.

Percebe-se nas interações dos senadores da categoria “independente” que – comparados às categorias “governista” e “oposição” – eles são os mais ativos no *Twitter* no tocante ao total geral de menções feitas, apresentando, assim, um padrão onde se percebe uma preocupação destes atores em ter maior engajamento e alcance de suas postagens na rede. Pode-se considerar, também, que a posição de destaque dos senadores Omar Aziz (PSD – AM) e Renan Calheiros (MDB – AL) na comissão tenha contribuído para o engajamento deste grupo no *Twitter*.

Outra análise importante efetuada neste artigo foi referente ao papel dos membros da CPI da Pandemia no compartilhamento da *hashtag* #cpidapandemia no *Twitter* como forma de garantir maior engajamento para suas atuações.

Tabela 5. Engajamento da *hashtag* #cpidapandemia no *Twitter* dos senadores membros da comissão.

Categoria	Intervalo		Hashtag	Total	%
	Durante a sessão	Fora da sessão			
Independente	81	46	#cpidapandemia	127	81,41
Governista	5	3		8	5,13
Oposição	19	2		21	13,46
Total	105	51		156	100

Fonte: Elaboração própria com dados extraídos do *Twitter*.

Esta análise demonstrou que os senadores membros da comissão compreendem os ganhos que se tem na dimensão das mídias sociais ao propagar mensagens com um identificador único, permitindo, assim, a criação de uma rede de diversos perfis que estão interessados no andamento da CPI a partir do engajamento da *hashtag*. Desta maneira, foram identificados 156 tweets produzidos pelos senadores que continham a *hashtag* #cpidapandemia.

Além da análise supracitada identificar quais dos três grupos de senadores (Governistas, Oposição e Independentes) mais efetuou postagens com a *hashtag* #cpidapandemia, também foi identificado quantas postagens com a *hashtag* foram feitas durante e fora das sessões da CPI, gerando assim os seguintes resultados: 81,41% das postagens feitas com a *hashtag* #cpidapandemia, o que corresponde a 127 tweets, foram postadas pelos senadores independentes; 5,13% das postagens feitas com a *hashtag*, o que corresponde a oito tweets, foram feitas pelos senadores governistas e 13,46% das postagens com a *hashtag*, o que corresponde a 21 tweets, foram feitas pelos senadores da oposição.

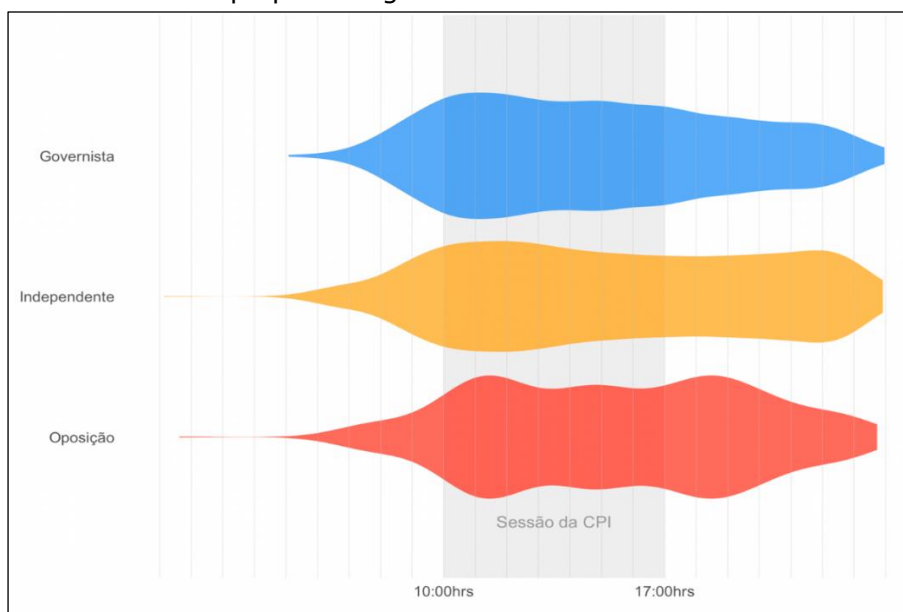
Dos 156 tweets identificados, 105 foram postados durante as sessões da CPI e 51 foram postados fora das sessões da CPI, o que mostra que os

senadores ou seus assessores utilizaram-se do *Twitter* como ferramenta de apoio para garantir visibilidade a sua atuação na CPI, principalmente durante o andamento das sessões.

A categoria Governista foi a que menos efetuou postagens com a *hashtag* #cpidapandemia. Consideramos que a baixa adesão a esta *hashtag* seja devido ao desinteresse desta categoria na CPI, já que ela tem como principal alvo o líder do governo federal. Os senadores da categoria independente foram os que, no geral, mais postaram a *hashtag*, sendo a maioria das postagens feitas durante as sessões da comissão, o que demonstra o interesse desta categoria em dar visibilidade aos trabalhos desenvolvidos na CPI. Com relação à oposição, foi percebido que o padrão de uso desta categoria, embora utilize muitas *hashtags*, tendeu a usar variações da *hashtag* analisada, tais como #CPIdaCOVID e #CPIPANDEMIA. No entanto, essas variações não foram consideradas nesta análise.

Após ser identificado que os senadores efetuavam postagens durante as sessões da CPI, foi feita uma análise para verificar qual foi a frequência diária geral de postagens por categoria, a fim de identificarmos se há um aumento na frequência de postagens durante as sessões. Isso permite mostrar o quanto os senadores de certa forma interagiram com a rede durante o andamento dos trabalhos.

Figura 3: Frequência de postagens feitas de acordo com o intervalo de tempo por categoria.



Fonte: Elaboração própria com dados extraídos do Twitter.

A figura 4 mostra que todas as categorias apresentaram um aumento na frequência de postagens, que coincide com o horário de início das sessões da CPI da Pandemia (10:00hrs). Isso demonstra que, possivelmente, o *Twitter*

estava se caracterizando como um canal para exibição de informações da CPI em tempo real.

A única categoria que apresentou aumento na frequência de postagens após as sessões da CPI foi a oposição, isso se deve ao fato de que a oposição concentra os senadores que mais fazem uso do *Twitter*. As categorias governista e independente mostram um aumento da frequência a partir do início das sessões, e queda ao se aproximar do fim das sessões, mostrando um uso do *Twitter* totalmente direcionado para o que a CPI tem produzido de informações. Por fim, este artigo buscou identificar quais foram os três tweets que mais receberam *likes* dos usuários da rede social, a fim de se verificar quais foram os senadores que alcançaram o maior engajamento na rede.

Figura 4: As 3 postagens feitas por senadores que receberam mais likes



Fonte: Twitter (2021).

O *tweet* que mais recebeu *likes*, contabilizando mais de 75 mil curtidas, foi postado pelo senador Randolfe Rodrigues (Rede – AP) em 04/06/2021. Neste *tweet*, o senador expressa a sua indignação frente ao fato de que o Governo Federal ignorou 53 e-mails da farmacêutica *Pfizer* referentes a compra da vacina para COVID-19. Em segundo lugar consta uma postagem também do senador Randolfe Rodrigues (Rede – AP), postada no dia 13/05/2021, no qual o senador novamente faz crítica ao Governo Federal por ter ignorado uma oferta de 70 milhões de doses de vacinas da *Pfizer*. Esta postagem recebeu mais de 58 mil curtidas. Em terceiro lugar, identificamos um *tweet* postado pelo senador Omar Aziz (PSD – AM). A postagem é uma resposta a um outro *tweet*, postado pela Deputada Federal Carla Zambelli (PL – SP), em que a deputada fazia dura críticas ao senador em questão devido a sua atuação na CPI da Pandemia. Este *tweet* alcançou mais de 50 mil curtidas.

Todos os três *tweets* destacados têm relação direta com os temas e o andamento da CPI da Pandemia, revelando que os membros da CPI, sobretudo os titulares, gozavam de grande audiência neste canal de comunicação e o utilizava para repassar, aos seus seguidores, informações pertinentes acerca das sessões, e para gerar engajamento de sua atuação e, ao mesmo tempo, fazer duras críticas ao governo federal e seus apoiadores.

Considerações finais

As análises efetuadas sobre os *tweets* dos senadores no contexto de uma CPI, com o agravante do mundo estar enfrentando uma pandemia global, deram as condições necessárias para uma melhor compreensão do fenômeno social referente ao uso de TIC's por autoridades públicas. Embora já seja aceito na grande área da ciência política que os Estados e governos se utilizam da dimensão da *internet* para executar ações públicas e políticas, ainda não é claro como ocorre o uso destas tecnologias em ambientes extrainstitucionais, onde o Estado não atua, tal como as mídias sociais.

Considerando que a política no Brasil tem um grande teor personalista, conforme foi debatido neste artigo, as mídias sociais podem se caracterizar como ferramentas que tem o potencial de garantir uma difusão da imagem do ator político, garantindo assim, grandes ganhos políticos e eleitorais.

Conforme podemos resgatar em Dahl (2005), um regime democrático representativo é pautado por um ciclo de interações entre os representantes e os representados, onde cabe aos representantes responder às preferências e demandas dos representados. Posto isso, percebe-se que as mídias sociais promovem maior horizontalidade nestas relações e um acesso mais fácil às lideranças políticas. Pode-se verificar que o uso destas redes pelos parlamentares representa uma extensão de sua atividade política, pois é nesta

dimensão que os atores políticos podem se aproximar de seu eleitorado, criar redes de apoiadores cada vez mais consistentes, expor suas ideias e projetos, criar agendas e dar publicidade à sua atuação como representante do povo.

Conclui-se neste artigo que a atuação dos senadores membros da CPI da Pandemia – ao trazê-la para o ambiente das mídias sociais abrindo espaço para a sociedade civil propor questões para serem utilizadas nas oitivas, ao mesmo tempo que produzem conteúdos acerca do que está ocorrendo nas sessões – visam o poder e o alcance das redes sociais na legitimação de seus discursos e de tudo aquilo que eles defendem, pois, conforme identificado, os senadores que compõem a comissão tiveram um aumento na frequência das postagens após o início da CPI no mês de abril de 2021, e promoveram a *hashtag* #cpidapandemia de modo a garantir que sua atuação na CPI tivesse um grande alcance na rede. Foi notado também que parlamentares que faziam pouco acesso ao *Twitter* e não tinham tanta relevância nesta rede social passaram a criar, com a CPI, mais postagens e com isso ganharam muitos seguidores, sendo inclusive convidados a participar de *podcasts*, para falar sobre sua atuação na CPI da Pandemia.

Os dados analisados mostram que o padrão de uso entre os senadores governistas tendeu, no período, a ser um uso focado em promover as ações do Governo Federal e a tecer críticas sobre como se deu o andamento da CPI, alegando que a comissão foi instalada apenas para prejudicar o Presidente Jair Bolsonaro. No caso dos senadores das categorias oposição e independente, não foram identificadas grandes diferenças no padrão de uso. A mobilização das redes por estes dois grupos consistiu em uma alta produção de postagens e uma grande participação em entrevistas, que também foram postadas em suas mídias sociais. Este grupo em especial fez uso destas redes de modo a trazer grande engajamento e visibilidade para a sua atuação enquanto membro de comissão parlamentar de inquérito.

Percebe-se que a abertura de uma CPI para as mídias sociais, sobretudo para o *Twitter*, consiste em uma estratégia que visa amplificar as falas e condensar as opiniões acerca dos trabalhos efetuados na comissão. Neste caso, nota-se que existe por parte dos senadores uma preocupação grande com o que o público deseja ver em uma CPI. Tal movimento resulta em uma maior proximidade entre a sociedade civil e os senadores da república, sendo ao mesmo tempo um canal de interação entre representantes e representados e um espaço para validação, checagem, legitimação de discursos e transparência.

A CPI da Pandemia trouxe grande oportunidade para uma melhor compreensão da atuação dos atores políticos em uma dimensão não institucionalizada. Preliminarmente, este artigo considerou que a atuação dos senadores através do *Twitter* no contexto da CPI da Pandemia tende a ser

executada com claras intenções de garantir maior visibilidade para sua atuação como parlamentar e com isso garantir apoio para suas decisões e ações. Logo, é correto afirmar que as mídias sociais podem potencializar e dar visibilidade para a atuação de um ator político, porém, tal processo, por ser muito novo, necessita de uma melhor definição dos seus limites e possibilidades, uma vez que a espetacularização da política não traz somente ganhos para os regimes poliárquicos. Portanto, antes de se diminuir a distância entre representantes e representados, é necessário que as regras sejam postas e sejam pautadas pelos princípios da poliarquia, caso contrário a atuação parlamentar nas redes será determinada apenas por uma competição injusta, onde sairá vencedor aquele que tiver mais recursos, e melhor souber mobilizar os dados e a prática do discurso político.

Referências

- ABRANCHES, S. 1988. Presidencialismo de coalizão: o dilema institucional brasileiro. *Dados*, v. 31, n. 1, pp. 05-38.
- ALMEIDA, H. 2017. *Representantes, representados e mídias sociais. Mapeando o mecanismo de agendamento informacional*. Minas Gerais. Tese (Doutorado em Ciência Política). Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais.
- ASSANGE, J.; APPELBAUM, J.; MÜLLER-MAGUHN, A.; ZIMMERMANN, J. 2013. *Cypherpunks: Liberdade e o futuro da internet*. São Paulo: Boitempo.
- BAPTISTA, Rodrigo. 2019. *Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado*. Agência Senado. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em 15, jun. 2022.
- BARROSO, Luís Roberto. 2008. Comissões Parlamentares de Inquérito e suas Competências: política, direito e devido processo legal. *RERE: Revista Eletrônica sobre a Reforma do Estado*, n. 12.
- BRASIL. Constituição. 2004. *Constituição da República Federativa do Brasil: 1988*. 23º ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Artigo 58. Das comissões, 1988.
- BRASIL. Senado Federal. Regimento Interno do Senado Federal – RISF. Artigo 78. Da composição, 2018.

- BRASIL, Cristina Indio do. (2021). *Sobe para 82,7% percentual de domicílios com internet, diz IBGE*. Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-04/sobe-para-827-percentual-de-domicilios-com-internet-diz-ibge>. Acesso em 15, jun. 2022.
- CAMBRIDGE. *Web scraping*. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/web-scraping>. Acesso em 03 de julho de 2022.
- CAMBRIDGE. *Digital Divide*. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/digital-divide>. Acesso em 03, jul. 2022].
- CNN. (2021). *Lula tem 40% das intenções de voto para 2022 e Bolsonaro 24%, diz pesquisa XP*. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/lula-tem-40-das-intencoes-de-voto-para-2022-e-bolsonaro-24-diz-pesquisa-xp>. Acesso em 18, jun. 2022.
- CASTELLS, Manuel. 2003. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- CHADWICK, A. 2006. *Internet politics: States, citizens, and new communication technologies*. UK: Oxford University Press.
- DAHL, Robert A. 2005. *Poliarquia: Participação e Oposição*. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo.
- DAHL, Robert A. 1982. *Dilemmas of Pluralist Democracy*. New Haven/Londres, Yale University.
- EISENBERG, José. 2003. Internet, democracia e república. *Dados*, 46, n. 3, pp. 491-511.
- GOLDZWEIG, Rafael S. (2018). *Por que devemos nos preocupar com a influência das redes sociais nas eleições 2018?*. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/21/opinion/1537557693_143615.html. Acesso em 18, jun. 2022.
- MANIN, Bernard. 2013. A democracia do público reconsiderada. *Novos Estudos: CEBRAP*, n. 97, pp. 115-127.
- MARQUES, J. PEREIRA, M. A. 2015. E-government. In MAZZOLENI, G., BARNHURST, K. G., IKEDA, K. I., WESSLER, H., & MAIA, R. C. (Eds.). (2015). *The International Encyclopedia of Political Communication*, 3 Volume Set (v. 1). New jersey: John Wiley & Sons.
- MIGUEL, Luis Felipe. 2000. Um ponto cego nas teorias da democracia: os meios de comunicação. *BIB*, n. 49, pp. 51-77.

NORRIS, Pippa *et al.* 2000. *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

O'REILLY, T. (2005). *What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Disponível em: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em 05, ago. 2022.

SENADO FEDERAL. (2021). *O que é e como funciona uma CPI?*. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/04/15/o-que-e-e-como-funciona-uma-cpi>. Acesso em 03, jul. 2022.

TWITTER. *O que é o Twitter?* Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/new-user-faq>. Acesso em 15, jun. 2022.

TWITTER. *Como curtir um tweet?* Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/using-twitter/liking-tweets-and-moments>. Acesso em 15, jun. 2022.

TWITTER. *O que é o um retweet?* Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/using-twitter/retweet-faqs>. Acesso em 15, jun. 2022.