

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA POLÍTICA
CURSO CIÊNCIAS SOCIAIS

Giliane Bruna Nicoluzi Rebello

SOBRE O *TWITTER* E A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA DIGITAL NO BRASIL

Florianópolis

2019

Giliane Bruna Nicoluzi Rebello

SOBRE O *TWITTER* E A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA DIGITAL NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Sociais, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, para obtenção do título de Graduação em Ciências Sociais.

Orientadora: Professora Lígia Helena Hahn Lüchmann.

Florianópolis

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Rebello, Giliane Bruna Nicoluzi
SOBRE O TWITTER E A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA DIGITAL NO
BRASIL / Giliane Bruna Nicoluzi Rebello ; orientador,
Lígia Helena Hahn Lüchmann, 2019.
47 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Filosofia e Ciências Humanas, Graduação em Ciências
Sociais, Florianópolis, 2019.

Inclui referências.

1. Ciências Sociais. 2. participação política digital. 3.
BOTS. 4. senadores federais. 5. hashtags. I. Lüchmann, Lígia
Helena Hahn. II. Universidade Federal de Santa Catarina.
Graduação em Ciências Sociais. III. Título.

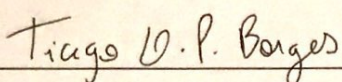
2019

Giliane Bruna Nicoluzi Rebello

Sobre o *Twitter* e a participação política digital no Brasil.

Este trabalho de conclusão da graduação foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais, e aprovado(a) em sua forma final.

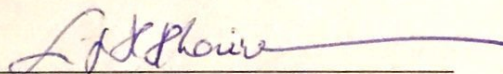
Florianópolis, 08 de julho de 2019.



Prof. Dr. Tiago Daher Padovezi Borges

Coordenador do Curso

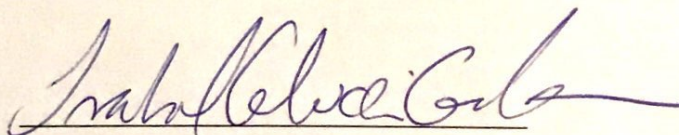
Banca Examinadora:



Professora Lígia Helena Hahn Lüchmann.

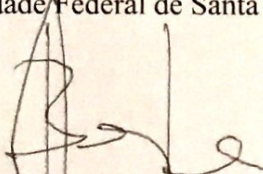
Orientadora

Universidade Federal de Santa Catarina



Professora Isabel Colucci Coelho

Universidade Federal de Santa Catarina



Professor Julian Borba

Universidade Federal de Santa Catarina

Dedico este trabalho às minhas amadas avós, Bibi e Vita,
e a minhas tias que não tiveram a oportunidade de estudar.

AGRADECIMENTOS

Graduada em Ciências Sociais, pela Universidade Federal de Santa Catarina, devo inicialmente agradecer pela oportunidade de ingresso na universidade pública e de qualidade, sendo a primeira dos meus ancestrais familiares a vivenciar tal experiência. Agradeço a minha família pela aposta educacional libertária e de luta, fazendo-me aos 17 anos ser capaz de escolher tal curso, onde apostávamos e acreditávamos que a educação era um dos principais caminhos para a transformação social. De tudo que li, reli, refleti e analisei durante o longo tempo que fiz a graduação, o que serviu de alicerce para a construção do meu pensamento foi a experiência política organizada na qual fui inserida na infância e juventude. Criar filhas para revolucionar significa loucura e coragem, agradeço pelo que pude herdar com vocês, pai e mãe.

Na trajetória acadêmica quero agradecer ao grupo de pesquisa COMUNIC, no qual tanto aprendi e onde pude exercer meu ofício de cientista social em formação. Estendendo os agradecimentos aos demais colegas de núcleo, cito com carinho Isabel Colucci Coelho, pesquisadora que tive o grande prazer de conhecer e trabalhar durante minha formação e que muito contribuiu para o desenvolvimento deste trabalho.

Agradeço aos conhecimentos compartilhados e elaborados com as colegas estudantes nas Ciências Sociais, o aprendizado além da formalidade tem riqueza imensurável (talvez justamente por não ser formal e não ter técnica para medir). Em especial, agradeço Anajara Moura, mais que colega de curso, uma grande amizade que as conexões desta graduação me proporcionou criar, fazendo eu me orgulhar de pertencer a este grupo denominado cientistas sociais.

Meus agradecimentos se encerraram sem que eu consiga agradecer de forma razoável a Heloísa Hackenhaar, pessoa cuja qual sem o apoio e o amor, eu não teria finalizado o texto que se segue por essas páginas. Que continuemos compartilhando nossa força política de amar e lutar.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar de que forma os estudos acadêmicos vêm analisando o uso do *Twitter* enquanto ferramenta e/ou prática de participação e de representação política. A partir do levantamento bibliográfico dos trabalhos produzidos no Brasil sobre a rede social, aborda-se a diferença do *Twitter* e do *Facebook*; a operação da rede social como alternativa ao discurso hegemônico e também (re)produção digital da polarização política; perspectivas acerca de *Hashtag*, *Trending Topics* e temas *offline* discutidos *online*; sobre atores políticos institucionais conectados e ainda sobre a interferência da agência dos BOTs na plataforma. Na sequência, busca-se contextualizar a atuação dos senadores da 56ª legislatura nas redes sociais, através de dados de uso das redes, ranqueamento dos perfis mais ativos e a atuação das próprias páginas do Senado Federal. Para, por fim, visando reconhecer possibilidades de expansão democrática através das redes sociais, trata-se das sessões referentes à eleição da presidência do senado em 2019 - que tiveram grande repercussão no ciberespaço.

Palavras-chave: Twitter, BOTs, senadores federais, participação política digital, hashtags.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Ranking dos parlamentares mais ativos nas redes sociais.

30

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CED - Centro de Educação
COMUNIC - Mídia-Educação e Comunicação Educacional
DAPP - Diretoria de Análise de Políticas Públicas
DEM - Democratas
HTML - Hypertext Markup Language
LABIC - Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura
LGBT - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros
MDB - Movimento Democrático Brasileiro
MPL - Movimento Passe Livre
PDT - Partido Democrático Trabalhista
Pnad - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PRS - Projeto de Resolução do Senado
PSB - Partido Socialista Brasileiro
PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira
SoNDA - Social Network Data Analysis
TAR - Teoria Ator-rede
TDIC - Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação
TIC - Tecnologia da Informação e Comunicação
TT - Trending Topics

SUMÁRIO

Ponto de partida: a transformação da atuação do Movimento Passe Livre no <i>Twitter</i>	01
Introdução	06
1. Twitter como possibilidade de expansão da participação política online.....	08
1.1 <i>Twitter vs. Facebook</i>	11
1.2 <i>Hashtag, Trending Topic</i> e temas offline	14
1.3 Alternativa ao discurso hegemônico	20
1.4 Polarização digital	22
1.5 Atores políticos institucionalizados	24
1.6 BOTs, a participação política digital não-humana... ..	27
2. Senado conectado	29
2.1 As redes sociais e a votação para a presidência do Senado Federal.....	30
Considerações finais	34
Referências bibliográficas	40

PONTO DE PARTIDA: A TRANSFORMAÇÃO DA ATUAÇÃO DO MOVIMENTO PASSE LIVRE NO *TWITTER*

Considerando que este projeto de pesquisa refere-se ao meu Trabalho de Conclusão de Curso, difícil não pensá-lo como "uma transição breve entre a formação e a pesquisa" (SÁEZ, 2013). Principalmente porque o ponto de partida para este trabalho são as considerações da experiência como bolsista de iniciação científica no grupo de pesquisa Mídia-Educação e Comunicação Educacional (COMUNIC) no Centro de Educação (CED) da UFSC.

Na pesquisa “Educação e Tecnologia: investigando o potencial das redes sociais virtuais para a formação do sujeito e a produção coletiva do conhecimento”, os movimentos sociais foram escolhidos como fonte de problematização, afinal, é notória sua transformação caracterizada pelas organizações cada vez mais constantes em forma de rede e da apropriação estratégica das tecnologias de informação (SCHERER-WARREN, 2015; GAJANIGO, SOUZA 2014). Essas últimas, não são apenas instrumentos importantes para a articulação e organização dos coletivos sociais, elas alteram as formas de ação coletiva, pois “proporcionaram a formação de novos movimentos sociais e novas formas de ativismo” (MACHADO, 2007). Diante dessa conjuntura, os fatores e circunstâncias para a formação crítica do sujeito na cultura digital foram investigados a partir da análise de redes sociais, mais especificamente, o estudo de caso foi sobre o Movimento Passe Livre (MPL) de São Paulo e sua performance na plataforma *Twitter*. O maior desafio do nosso trabalho estava em desenvolver e executar uma metodologia de pesquisa para analisar qualitativamente um *bigdata* de *tweets* - formato de dados usualmente analisado de maneira quantitativa.

O *dataset* com os quais trabalhamos foi coletado pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (LABIC), da Universidade Federal do Espírito Santo, que se destaca pelos seus trabalhos com cartografias feitas a partir/da internet. O *dataset* foi gerado a partir do *software YourTwrapperKeeper*, que cria um arquivo de formato CSV com os *tweets* que contém os termos indicados para coleta - postagens com palavras como por exemplo “protesto”, “tarifa”, “manifestação”.

Levando em conta a inovação desse tipo de pesquisa em termos qualitativos, o desenvolvimento da pesquisa incluiu a produção do *SoNDA (Social Network Data*

Analysis), \nomenclature{SoNDA}{Social Network Data Analysis}¹ (SMANIOTTO, 2017), um *software* específico para a análise dos dados, pensada e elaborada pelos próprios pesquisadores. A partida da Educação, pensando em conjunto com as Ciências Sociais, o desenvolvimento e principalmente execução dessa metodologia de pesquisa foi possível pela interface com a Tecnologia de forma colaborativa. O propósito era de que o *SoNDA* filtrasse os *tweets* de potencial para a análise qualitativa, a partir de termos (em forma de uma biblioteca) selecionados por uma leitura inicial do *dataset* pelas pesquisadores.

Antes que o *dataset* fosse submetido ao processo de filtragem do *SoNDA*, era preciso criar a Biblioteca de termos e para esta criação, era necessário ler os conteúdo dos *tweets* manualmente, para identificar empiricamente o acontecimento online de diálogo. Para isso, buscávamos postagens com exposição pessoal, normalmente identificada com verbos conjugados em primeira pessoa, e/ou contendo um ponto de interrogação - manifestando uma possibilidade de troca de ideia, traçando um cenário literal de diálogo. Pra explicar tal cenário, Castells (2013) colabora com o conceito de autocomunicação de massa, o que em termos práticos, podemos considerar empiricamente a partir de uma publicação no *Twitter*, um *tweet*, que é uma mensagem com múltiplos e incontáveis receptores.

Tendo em vista a grande repercussão das manifestações de Junho de 2013, nos interessávamos em trabalhar com os dados coletados nesse período, buscando encontrar principalmente diálogo e interação social nas postagens feitas no miniblog. No entanto, tivemos um problema para executar a metodologia de pesquisa - que consistiu em primeiramente filtrar, a partir da biblioteca de termos inserida no *SoNDA*, para na sequência analisar qualitativamente um *bigdata* de *tweets* -, que foi não identificar tais categorias analíticas que almejávamos, onde os usuários da plataforma trocariam ideias entre si, expondo suas opiniões e acolhendo conteúdo distintos e/ou desconhecidos. Após estudo do dados - *dataset* com mais de 50 mil *tweets* que li integralmente - concluímos que *diálogo* e *integração social* acontecia nos *tweets* publicados durante e sobre as tais protestos, no entanto, isso não acontecia através do perfil do Movimento Passe Livre, que era nosso foco de investigação o movimento social não estava fazendo a narrativa do *Twitter*. Como indica, inclusive, o trabalho de Recuero (2016), que analisou o conteúdo do *Twitter* a partir dos discursos dos protestos postados durante as manifestações de Junho de 2013, onde as

¹ O desenvolvimento do Sonda resultou no trabalho de conclusão de curso de César Smaniotto Júnior, que também compunha a equipe de pesquisa do COMUNIC como bolsista de iniciação científica disponível.

conclusões apontam para o uso da plataforma com carácter imediatista e narrativo, reduzindo a função democrática no sentido de espaço de organização e articulação de demandas, mas favorecendo o sentido de mobilização.

Diante dessa situação, entramos em contato com o LABIC, e Fábio Malini nos recomendou e compartilhou com o grupo de pesquisa o *dataset* referente aos atos do Movimento Passe Livre (MPL) em janeiro de 2015, indicando que nesses dados encontraríamos interações entre movimento social e sociedade civil, ou seja, “maior agência do movimento nas redes sociais nos protestos de janeiro e fevereiro de 2015”. De fato, houve uma mudança na conjuntura do agenciamento no ciberespaço do Movimento Passe Livre, “constado nas análises da interação do movimento com outros usuários da rede” (COELHO, 2015a, p.174), o que oportunizou a execução da pesquisa. No entanto, além de oportunizar o trabalho com dados mais adequados, a troca destes *datasets* e o contato através da leitura integral dos *tweets* de 2013 e 2015, apontaram as mudanças no ciberativismo do Movimento Passe Livre. Tais mudanças configuram-se principalmente na apropriação do *Twitter* como ferramenta de diálogo pelo movimento, ampliando suas possibilidades e formas de engajamento ao usar a rede social para responder as pessoas, por exemplo.

O projeto de pesquisa que qualifiquei para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso, visava, principalmente, apontar tais mudanças na atuação do Movimento Passe Livre no *Twitter*, comparando analiticamente os *dataset* referentes às manifestações de Junho de 2013 com os atos de Janeiro de 2015 do respectivo Movimento. No entanto, cabe considerar que as transformações advindas das Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) afetam um plano geral da sociedade, a vistas inclusive, pelo o fenômeno do uso do *Twitter* pelos presidenciais como forma oficial de comunicação com a população, transformando a maneira com que os atores políticos vinham fazendo seus pronunciamentos. As características da contemporaneidade influenciaram o direcionamento das investigações deste trabalho, que mais do que investigar as formas específicas de como o movimento social passou a usar o *Twitter*, optou-se por investigar sobre as potencialidades da rede social como ferramenta de participação política, incluindo investigar sobre o uso que os parlamentares fazem da rede social.

Para isso, explorarei o plataforma de forma descritiva generalista, abordando a rede social em si e podendo agregar variadas temáticas diante da sua descrição através de exemplificações em outros trabalhos e temas sociais. No lugar de tratar das *hashtags* usadas

pelo MPL, como a #vemprarua, por exemplo, e explorar seu conteúdo específico e/ou sua mudança de significado ao longo das manifestações, optei por dedicar uma seção deste trabalho para tratar das *hashtags*, explicando-as pela teoria ator-rede, com intuito de contextualizá-las como uma das ferramentas capazes de agenciar a participação política no *Twitter*. Nesta mesma seção, tratarei dos *Trending Topics*, outra ferramenta disponibilizada pela rede social que funciona como agenciadora de participação política, por “colocar em pauta” os assuntos que estão sendo mais discutidos na plataforma. Com a proposta de analisar os *datasets* citados anteriormente, não seria possível tratar desta última funcionalidade do *Twitter*, por tanto, um trabalho que descreve a rede social e suas funcionalidades é mais passível de descrever suas possibilidades de proporcionar participação política.

Outras questões que o estudo de comparação de *tweets* do MPL não contemplaria, no que diz respeito a localizar limites e potencialidades do *Twitter* como possibilidade de expansão da participação política, refere-se a interferência da agência dos BOTs nos debates políticos online, que serão tratados diante da reformulação do projeto pesquisa. Cabe considerar que um trabalho com intenção de tratar da participação política no *Twitter* não poderia ser desenvolvido sem contemplar criticamente a questão dos perfis robôs, tendo em vista o grande tamanho da sua influência nos debates no ciberespaço, apontado principalmente pelos trabalhos da Fundação Getúlio Vargas.

A mudança da atuação do MPL no *Twitter* identificada na troca de *datasets* estudados durante minha experiência enquanto bolsista de iniciação científica, evidencia o quanto os atores políticos se apropriaram das ferramentas digitais para contribuir no engajamento. Diante desta percepção, desenvolvo no trabalho os enfoques da rede social *Twitter* enquanto participação política digital no Brasil. É importante considerar que o próprio *Twitter* se transformou desde 2013 e que seria insuficiente tratar de participação política digital comparando apenas conteúdos da rede social, mas sim, dar destaque para estrutura. Por isso, além da descrição pela teoria antropológica ator-rede, busquei principalmente nos trabalhos acadêmicos, como o *Twitter* vem sendo estudado enquanto ferramenta de participação política.

INTRODUÇÃO

Todos os dias, no *Twitter*, um sem número específico de pessoas publicam seus anseios, frustrações, tristezas, indignações, surpresas, alegrias e memes² aleatórios, abordando sobre a política local e global, a vida cotidiana ou ainda para se comunicar - em até 280 caracteres se faz o produto de um *twitteiro*. Os usuários do *Twitter* formam um grupo heterogêneo, das celebridades aos “zé-ninguéns”, dos políticos por vocação aos anarquistas, de privilegiados a oprimidos, têm de todos nesta rede social.

A participação e a representação política são discussões que atravessam diferentes perspectivas e autores nas Ciências Sociais, neste trabalho, estes temas serão pensados no ciberespaço, por tanto, busca-se compreender de que forma o *Twitter* opera como uma ferramenta da participação e representação política online.

No primeiro capítulo, busco ampliar a discussão acerca da participação política digital, a partir da apresentação dos estudos acadêmicos que citam a temática e o *Twitter*. Primeiramente, descrevo a rede social partir da teoria ator-rede contextualizando-a com estudos da cibercultura; na sequência, apresento uma revisão bibliográfica sistematizada em seis tópicos: *Twitter vs. Facebook*; *Hashtag*, *Trending Topics (TT)* e temas offline; Alternativa ao discurso hegemônico, Polarização digital; Atores políticos institucionais e BOTs, a participação política digital não-humana. Esta revisão bibliográfica, que visa apresentar como os estudos acadêmicos estão analisando o uso do *Twitter* enquanto ferramenta e/ou prática de participação e de representação política, se constituiu dos resultados obtidos pelo termo “*Twitter*” nos títulos, resumos e/ou palavras-chaves dos periódicos brasileiros na SiELO, totalizados em 51 trabalhos, dos quais, os 28 considerados mais relevantes para a discussão são comentados nesta pesquisa. A metodologia de relevância para escolha destes 28 trabalhos foi a confluência disciplinar com as áreas das Ciências Sociais: Antropologia, Ciência Política e Sociologia. Além dessas disciplinas, foram considerados alguns trabalhos da área da Comunicação que tratavam de questões políticas partidárias eleitorais.

Para contribuir empiricamente com o trabalho, é realizada a pesquisa no ciberespaço sobre participação e principalmente representatividade parlamentar, que compõe o capítulo 2,

² Meme, em grego que significa imitação. Trago esta referência pois meme designa ao significado de alguma mídia digital (vídeo, imagem, texto, gif) na internet que “viraliza”, o que significa se espalhar rapidamente pela web.

intitulado *Senado Conectado*. Esta etapa do trabalho consistiu em pesquisar evidências empíricas de participação política digital dos parlamentares, e apresenta, como principal evidência, a eleição para a presidência do Senado - que repercutiu muito no *Twitter*. Ainda, para somar, são apresentados excertos dos pronunciamentos de parlamentares que abordaram o *Twitter* e as redes sociais em suas falas. Para encerrar, pontuo e relaciono conclusões fundamentais identificadas no levantamento bibliográfico, descrevo algumas controvérsias encontradas no desenvolvimento do trabalho apontando considerações referentes à participação política digital vinculado ao estudo sobre o Senado Federal.

Este trabalho abandona a premissa da Internet como novidade, partindo do pressuposto de que a tecnologia digital atinge a sociedade, no entanto, os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, coletados em 2016 deixam sabido também que 63 milhões de brasileiros que não acessam a internet. Por tanto, para o desenvolvimento neste trabalho, considera-se as interferências do ciberespaço na sociedade porém, entende-se que o acesso a tecnologia, ainda que passada a democratização de tal nos anos 80, ainda não é uma realidade de população brasileira.

CAPÍTULO 1

Twitter como possibilidade de expansão da participação política online

Pesquisando sobre “cibercultura” pela perspectiva das Ciências Sociais, mais especificamente pela Antropologia, me instiguei com o questionamento se nossos estudos, considerando diversos contextos, poderiam dar conta da multiplicidade de práticas associadas às novas tecnologias. A problemática se expande ao questionar de que maneira tais práticas se relacionariam a temas sociais mais amplos, como por exemplo o controle de mão de obra, a acumulação de capital, a organização de modos de vida e a globalização da produção cultural (ESCOBAR, 2005 [1994], p. 22). Nesse sentido, há possibilidades de relacionar tais práticas associadas às novas tecnologias com temáticas de cunho macro, no sentido de problematização e análise da sociedade contemporânea, ofício das Ciências Sociais.

Pensando numa transformação em direção a um “transcrescimento da democracia”, propiciada pelo equilíbrio de forças entre os pequenos e grandes atores políticos, Lévy (2011) trata da tecnologia web como possibilidade de ferramenta de transparência. Em seu artigo sobre “a esfera pública do século XXI” afirma “que qualquer informação que está na mídia digital pertence, potencialmente, à esfera pública. O secreto se mantém com dificuldade na Rede.” (LÉVY, 2011, p. 45). Alertando que as vidas online dos cidadãos estão cada vez mais acessíveis aos poderes políticos e/ou econômicos, e que portanto, deveríamos investir nessa tendência de acessibilidade de dados e “exigir transparência dos grandes atores políticos ou econômicos”(2011, p. 45), instituições que interferem no gerenciamento da vida cotidiana.

Embora, para todos os efeitos, a “era das máquinas” já se faz presente há algum tempo, a tecnologia, suplementando o dinheiro, passou a ser assunto de especulação e ansiedades euroamericanas:

And if Hagen anxieties were about how *to control the flow* of money (AJ. Strathern 1979), these Euro-American anxieties are about where to *put limits* on technological inventions that promise to run away with all the old categorical divisions (Warnock 1985). These include the division between human and nonhuman. (STRATHERN, 1996, p. 519)

Depois de atingir as pessoas como novidade nos anos 1980 e 1990, a tecnologia que aparecia como “*an omen of a new era*” (STRATHERN, 1996, p.518), passou a interferir nas noções de humanidade em função dos seus desenvolvimentos, unindo, ou talvez confundindo, fenômenos humanos e não-humanos - que serão tratado na seção 1.6 deste trabalho. Para fins de análise social, tendo em vista a crítica de Latour (1994) aos puros por se fundamentarem na separação entre natureza e cultura, sociedade e tecnologia, sujeito e objeto, e humano e não-humano, Marilyn Strathern sugere uma abordagem sociológica que ofereça ferramentas híbridas, aludindo em *Cutting the network* (1996) a teoria ator-rede.

A pesquisa no campo da “cibercultura” terá muito a ganhar levando em consideração a teoria ator-rede. Podemos interrogar a própria prática etnográfica sobre os limites de produzir narrativas de agências humanas e não-humanas. E sobre a prática de rastreamento de associações e como destacar agências, ou identificar coletivos híbridos, mapear fluxos da ação e seus deslocamentos e controvérsias. (RIFIOTIS, 2012, p. 576)

Este trabalho desenvolve-se na controvérsia da dicotomia³ entre offline/online, aludindo o contexto da comunicação digital, materializada pela internet. No livro *Redes de Indignação e esperança* (2013) o sociólogo Castells escreve sobre a construção da esfera pública no espaço de autonomia. Este último, é o conceito sobre o que resulta não da dicotomia, mas sim, da soma de offline e online, sendo então, o espaço de autonomia o que resulta da conexão do ciberespaço com espaço urbano⁴. Cabe considerar que tal teorização é contextualizada pelos estudos acerca da compreensão dos movimentos sociais contemporâneos, cujas as dinâmicas estão inseridas nas transformações proporcionadas pelas Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC). De toda forma, citando novamente Castells, o livro *A Galáxia da Internet* (2013) mostra como todos os domínios da vida social estão sendo modificados pelos usos disseminados da internet, por tanto, pretendo estender o conceito do sociólogo para tratar dos atores que utilizam-se do ciberespaço para tratar de questões públicas não necessariamente cibernéticas, mas de cunho político.

Reagregando o social (LATOURE, 2012), que introduz a teoria ator-rede (TAR), é uma proposta de alternativa para a sociologia em função das transformações oriundas das novas

³ Os estudos das Ciências Sociais debruçaram-se sobre as chamadas dicotomias natureza e cultura, para justamente desconstruir o entendimento dicotômico de tais.

⁴ Cabe apontar que tive inspiração no uso deste termo a partir dos estudos teóricos desenvolvidos no COMUNIC e principalmente pelo desenvolvimento e aplicação desta teoria no que foi trabalhado como categoria analítica da dissertação de Isabel Coelho.

tecnologias. A intenção é superar a “sociologia do social”, sendo a TAR uma maneira de abordar as novas formas de relações e associações que a primeira não alcança. A aplicação desta teoria é formidável, não só, mas bastante, aos estudos no *Twitter* pois é possível explicitá-la de forma muito evidente. Explicarei descrevendo um pouco do funcionamento da plataforma: diante de um perfil cadastrado e ativo no *Twitter*, o próprio usuário constitui uma rede (sua) a partir dos outros perfis que o seguem, chamada de “seguidores”; ao mesmo tempo, ao seguir outros usuários, torna-se o ator da rede de “seguidores” deste e compõe concomitantemente a (sua) rede chamada de “seguindo”. As postagens, chamadas de *tweets*, vinculam-se a rede do perfil que é oriunda, sendo um ator-rede do “*feed*” do usuário, mas também pode torna-se uma rede própria na medida que sofre *retweets* - ação oportunizada pelo site, onde a postagem é copiada na íntegra, com a devida vinculação do perfil da qual foi originada. Dessa forma, a postagem torna-se uma rede, podendo ser identificada facilmente com um clique, onde todos os usuários que *retweetaram* são exibidos juntos em função dessa ação.

Estudioso da ação comunicativa, Habermas (1995) conecta as formas de discurso para expressar as opiniões e desejos dos cidadãos ao desenvolvimento de seu complexo conceito de esfera pública. O filósofo alemão descreve que ao se comunicarem de maneira ilimitada sobre assuntos de interesse geral, os cidadãos configuram-se como corpo público e assim, criam possibilidade de organização do espaço público, que é vital para democracia (HABERMAS, 1995).⁵ Fiamma Zarife (2019),⁶ diretora geral do *Twitter* no Brasil, declara que “a missão do *Twitter* é dar a todos o poder de criar e compartilhar informações instantaneamente e sem barreiras” de maneira “livre e transparente”, alegando que usuários da plataforma usam-a para além de checar os acontecimentos pelo mundo, também “para conversar e opinar sobre esses acontecimentos pública e abertamente”. Entende-se portanto, a rede social como um espaço de acesso irrestrito aos que estão conectados a internet, abrigando trocas comunicativas não coercitivas, configurando como um lugar social no qual a ação comunicativa acontece.

Explorando a possibilidade de dados advindos do *Twitter* enquanto objeto de pesquisa nas Ciências Sociais, acredito nos *tweets* como uma possibilidade de compreender a

⁵ Importante considerar que Habermans não considera que as redes sociais digitais se configuram como esfera pública porque nelas não há deliberação, característica fundamental para o conceito seguindo o autor.

⁶<<https://www.linkedin.com/pulse/oito-maneras-de-usar-o-twitter-como-plataforma-lideran%C3%A7a-zarife/>>

“aceleração e amplitude graças às tecnologias computacionais interativas, especialmente as nômades, que se diferenciam dos limites impostos pelos fios” (Santaella, 2014) que os atores políticos estão adquirindo, portanto, compreender parte do fluxo de participação política digital vigente. O repovoamento do social (RIFIOTIS, 2014) exposto pelo espaço híbrido do cotidiano social e das redes sociais digitais, indicam a necessidade do olhar sociológico para compreender as novas formas de engajamento políticos estabelecidos a partir de agenciamentos no ciberespaço. Assim, diante da investigação pela perspectiva sociotécnica para a compreensão dos fenômenos sociais em rede que essa trabalho se propõe, é prudente pensar nos *tweets* enquanto exposição pública do pensamento e por isso, como “materiais da realidade, dotadas do poder brando de agir sobre o mundo psíquico e sociais nos efeitos que produz” (SANTAELLA, 2014).

As seções a seguir, continuam a descrever a plataforma *Twitter* a partir de pesquisa de navegação no *site* e de um conjunto amplo de referências bibliográficas, no intuito de situar a rede social enquanto possibilitadora de possibilidades, que ao mesmo tempo que informa, comunica.

1.1 *Twitter vs. Facebook*

Segundo o *Social Media Trends 2018*, pesquisa que entrevistou brasileiros, realizada pela *Rock Content*⁷, o *Facebook* lidera o ranking das redes sociais mais usadas no Brasil, enquanto o *Twitter* ocupa a 5ª posição. Sendo o ponto de partida deste trabalho a transformação do ciberativismo do MPL, especificamente no *Twitter*, dedicarei esta seção para traçar diferenças entre as duas redes sociais citadas. Para isso, descreverei criticamente a arquitetura do software e das ferramentas disponibilizadas para automatização de coleta e tratamento de dados de ambas redes sociais, com intuito de defender os mecanismos do *Twitter* como - mais - capazes de expandir a participação política e proporcionar uma “coleta de dados -mais- ampla”.

É possível identificar os limites das conexões que as redes sociais proporcionam aos usuários a partir da sua arquitetura de software, onde ferramentas e funcionalidades configuram o que é possível fazer na rede social e como.

⁷ A organização, se denomina em seu site como a maior empresa de marketing de conteúdo da América Latina.

O *Twitter*, além de capacidade, tem como objetivo que os atores se conectem e se expandam demasiadamente, proporciona que conexões inéditas aconteçam diante dos agenciamentos dos atores-rede, que consistem majoritariamente na simples ação de *tweetar* ou interagir com um *tweet* - que se formos pensar ampla e relativamente, pode ser o simples fato de ler. No que tange a questão de conexão humana, no mini blog *Twitter* os cliques podem conectar usuários sem fronteiras e/ou limites, onde toda conexão está conectada e assim por diante, infinitamente, dentro do mesmo todo que é a plataforma.⁸

Na estrutura do *Facebook*, as conexões humanas inéditas acontecem em blocos que estão no todo que é a plataforma, evidenciando-se diante de suas funcionalidades, como por exemplo, a de criar Grupos, cujos a entrada de membros é passível de aceitação por administradores, somada a ferramentas distintas de gerenciamento a tais grupos. Em um Grupo no Facebook, é possível que um usuário humano estabeleça uma conexão inédita com outro usuário, no entanto, as possibilidades de conexões inéditas é significativamente reduzido nessa estrutura, de blocos.

Em ambas redes sociais as publicações são atores-rede, no Facebook, outra forma de criar conexões inéditas entre usuários é através do acesso a uma publicação no perfil de outro usuário, que por sua vez, deve ser público para que suas publicações tornem-se redes, e a partir dos comentários sobre a publicação pode surgir uma interação mais direcionada ao usuário. A postagem, uma das poucas ações possíveis no *Twitter*, pode sofrer duas (re)ações: ser *retweetada* ou respondida, gerando uma publicação no mesmo formato: um *tweet*. É importante destacar a capacidade instantânea que as publicações no *Twitter* têm de estabelecer uma conexão além de inédita, direta, com outro ator, independente de dos posicionamentos ou conexões nas redes dos envolvidos. Essa conexão direta e inédita com outrem é materializada a partir da menção do nome de usuário antecipada ao símbolo @ no *tweet* a ser postado. Assim, é possível que usuários conectem-se pela simples possibilidade de ser possível conectar.

Ambas redes sociais têm a ferramenta de busca, onde é preciso digitar o que se procura e a plataforma exhibe os resultados correspondentes. No *Facebook*, os resultados das buscas podem ser em forma Publicações, Pessoas, Fotos, Vídeos, Marketplace, Páginas,

⁸ Há os casos de perfis no Twitter “fechados”, isso significa que só quem o usuário permitiu se tornar seu seguidor é que pode visualizar suas postagens. dessa forma, os tweets desses usuários não são possíveis de serem acessados. no entanto, em suma maioria os perfis são “abertos”.

Locais, Grupos, Aplicativos e mais, além de disponibilizar filtros para encontrar o que se busca, revelando o caráter multifuncional da rede social. No *Twitter*, uma busca realizada pelo usuário exibe dois tipos de resultados: perfis de outros usuários e *tweets*, colocando-os em mesmo nível hierárquico de estrutura, cujas interações consistem em seguir ou interagir, evidenciando a teoria ator-rede.

Uma das formas mais comuns de coletar dados no *Twitter*, é pelo software de código aberto e gratuito *YourTwrapperKeeper*, organizando os dados de forma bruta, sendo disponibilizado um arquivo .cvc, composto pelo conteúdo do *tweet* (o que foi escrito, ou links, ou imagens/gifs/vídeos), a data, a hora e - se o usuário permite em suas configurações - a localização. Para que o *tweet* seja selecionado para compor o *dataset* que o *software* resulta, ele deve conter os caracteres que compõem as palavras, termos, hashtags e ou/perfil de usuário indicados anteriormente a funcionalidade começar. Ou ainda, o software possibilita coletar os dados - os *tweets* e as demais informações descritas acima - de um perfil específico. Cabe considerar, que os dados oriundos do *Twitter* são os *tweets*, tendo em vista que esta é a funcionalidade principal da rede social: *tweetar*.

Para tratar sobre coleta de dados do *Facebook*, é preciso considerar, primeiramente, que a própria plataforma possui mais funcionalidades e ferramentas que o *Twitter*, disponibilizando, por exemplo, mecanismos de organização dos dados, especialmente para marketing, que são gerenciados, na própria rede social. Sobre tratamento e coleta de dados no *Facebook*, citarei o aplicativo *NetVizz*, que extrai dados de perfis de usuários, páginas e grupos da plataforma, disponibilizando os resultados em arquivos de formato .tab. O software que é utilizado dentro do *Facebook*, disponibiliza dados de diferentes itens como: o total de compartilhamentos, curtidas e comentários, das publicações, apenas o número de curtidas é informado, e não as respostas. Também é apresentado um valor total de reações que a publicação gerou e também informa especificamente o número total de reações entre as opções: amei, haha, uau, triste, grr. Quanto aos dados apagados, a ferramenta por vezes consegue coletar, quando a exclusão ocorre pouco antes da coleta e o Facebook ainda não eliminou de vez os dados.

O rastreamento, que significa a descrição do fluxo do ator-rede (LATOUR, 2012; SEGATA, 2013), se torna favorável no *Twitter*, tendo em vista que os *tweets* se compõem como atores-redes de forma livre e ainda que conectada, independente, sendo seus autores de conteúdo os únicos responsáveis por sua permanência na plataforma. Exemplificando: a partir

do momento que um *tweet* foi postado, poderão ser feitos comentários sobre ele/nele, também em forma de *tweet*, constituindo rede. Estes *tweets* secundários, sendo eles comentários e/ou respostas aos primeiros, só serão apagados se o autor do comentário o fizer. Dessa forma, se houver uma ação interativa, a “conversa” fica disponível, exibindo se houve ou não respostas, sem que ninguém tenha autoridade sobre a exibição pública de outrem. Diante da situação de constituição de uma rede a partir de interações a um *tweet*, o autor do primeiro não tem agência (além da de interação em resposta) sob as respostas e comentários que recebeu, o que significa que não pode apagá-las se assim desejar. O autor do *tweet* inicial pode excluí-lo, no entanto, os *tweets* oriundo da interação com o primeiro permanecem com os demais que interagiram, ainda que sem o iniciador dessa rede, mas sob a existência dela. Um fator importante para ser considerado na estrutura do *Twitter*, é uma mudança que ocorreu no *feed*. Originalmente o rede social organiza as postagens dos usuários em ordem cronologia, a mudança advinda pela tecnologia dos algoritmos calcula os *tweets* mais relevantes para o usuário, baseado na sua atuação no site, e os mostra primeiro.⁹

Para rastrear - descrever e/ou analisar os fluxos que compõe - uma rede no Facebook, é preciso considerar as questões de poder exercidas sob a construção e exibição de uma publicação na plataforma. Diferente do *Twitter*, quando uma publicação é feita no *Facebook*, o autor desta tem gerências sobre ela, podendo por exemplo, excluir comentários feitos. Na mesma lógica de propriedade sobre, caso a publicação original seja apagada, o(s) comentário(s) feito(s) irá(m) desaparecer com ela, ficando indisponível até mesmo para o autor do comentário, que seriam os atores da rede que é a publicação.

1.2 *Hashtag*, *Trending Topic* e temas offline

Localizada na barra esquerda da *home* do *Twitter*, a *Trending Topic* (TT), traduzido do inglês como “tópico em tendência”, é a funcionalidade que expõe os assuntos que mais estão sendo discutidos no *Twitter*. Tanto uma *hashtag* pode ser um TT, quanto uma palavra ou termo que tenha sido vastamente disseminada por determinado período pode compor o ranking gerado por calculado algorítmico, que é a *Trending Topic*. Essa funcionalidade funciona em proporções geográfica, o que significa que há como verificar quais foram os

⁹ Existe uma vasta discussão sobre o racismo e a misoginia dos algoritmos, tendo em vista que tais tecnologias funcionam para reafirmar preconceitos, que vale a pena ser conhecida - infelizmente tal temática não será abordada neste trabalho.

TT mundiais, os do Brasil, ou até mesmo é possível verificar os TT dos estados e cidades específicas.

As *hashtags*, elemento identificado no *Twitter* e também em outras redes sociais digitais, como *Facebook* e *Instagram*, são muito presentes nos agenciamentos da cibercultura. Constituídas por palavras antecipadas pelo símbolo “#”, quando postadas, deixam de ser simples palavras temáticas e tornam-se *links*, vinculado todos os atores que decidiram colocar a *hashtag* na sua rede, estejam eles conectados de quaisquer lugares do globo. Da mesma forma que os exemplos descritos anteriormente, um clique mostra a rede que a *hashtag* compõe, sendo elas outro exemplo de aplicação da TAR, tendo em vista que o *tweet* que contém a #+conteúdo é um ator da rede que está sendo composta por todos os *tweets* com a *hashtag*.

As # e a TT se tornaram temáticas relevantes suficiente para pesquisadores de várias áreas do conhecimento se dedicarem a investigar-la. Elas ganham relevância no ciberespaço porque sua existência enquanto atores é também a coexistência de uma rede acessível a um clique, e então, todos os atores que constituem esse ator se apresentam em forma de rede.

O trabalho de d’Andréa (2016) que analisa a *hashtag* #vergonhabrasil no *Twitter*, ao longo das cinco horas mais intensas, durante e após o jogo Brasil 1 x 7 Alemanha da Copa do Mundo FIFA 2014, centra a análise nas perspectivas publicadas e nas mudanças de argumentos dos *tweets* mais populares naquelas horas. Assim, expõe a capacidade da rede social em configurar-se enquanto esfera pública e da *hashtag* de agenciar-se enquanto ator-rede e assim, criando debate político. Durante o jogo, os *tweets* postados relacionavam as controvérsias da Copa do Mundo ser sediada no Brasil e as críticas - e ironias - ao governo e a seleção brasileira.

Depois do jogo, o tom dos *tweets* muda significativamente em torno da #vergonhabrasil. Nota-se o esforço na defesa da tradição da Seleção Brasileira, da bandeira nacional e de alguns jogadores, e além disso, nota-se que os *tweets* que defendem a seleção e o país quase sempre o fazem em oposição às questões políticas e/ou partidárias. Nenhum dos 15 *tweets* mais retuitados na #vergonhabrasil voltava-se diretamente contra a seleção brasileira. Ainda, a partir do algoritmo *Force Atlas 2* e de uma análise da distribuição espacial possibilitada por ele, observou-se uma significativa dispersão das redes de RTs. Na prática, isso significa que poucas vezes mais do que uma postagem do mesmo perfil é retuitada. As críticas que já vinham sendo feitas ao governo em decorrência do Megaevento sediado, e a

insatisfação com a política institucionalizada, após a derrota “vergonhosa” da Copa do Mundo, foram ressignificadas e receberam novos contornos. Os resultados do trabalho que analisou os conteúdos da *#vergonhabrasil*, evidenciam que a agregação propiciada pela *hashtag* faz emergir um fórum, uma rede, capaz de instaurar uma disputa de sentidos em torno da subcontrovérsia em questão.

O trabalho de Mendes (2013), também relacionado à *tweets* e aos esportes, indica o ciberespaço como local de ocorrer protestos. A *hashtag #foraricardoteixeira* ganha relevância, em função de sua disseminação e compõe os TT, diante disto, o autor analisou 725 *tweets*, postados num período de seis meses. Os resultados apontam que os usuários abordaram a temática esportiva de modo amplo e crítico, debatendo entre si, compartilhando opiniões pessoais e informações não presentes nos meios televisivos (a seção 1.3 trata do *Twitter* como alternativa a hegemonia midiática - tv). Assim, podendo produzir a sensação de participação política no sentido de construção de ideias, afetando culturalmente-materialmente a agência democrática dos atores políticos.

“Percebemos que as redes sociais com suas estruturas dotadas de fluxos multidirecionais de informação e comunicação, permitem aos participantes incrementar o poder simbólico e material das discussões sobre esporte, pois, ao expor suas convicções, posições e vontade a respeito de temas públicos, os participantes desses fóruns podem alterar as suas posições políticas para melhor ajustá-las à disposição do que foi motivado pelas interações dos participantes.” (MENDES, 2013, p.942)

Movimento feminista é caracterizado pela tipologia de Ilse Schereer-Warren (2014) como movimento social organizado, expande e intensifica a participação das atoras diante das práticas associadas às novas tecnologias, como por exemplo a criação de uma *hashtag*. Diante de tal mecanismo, que visa tratar de um assunto, e também cria um agenciamento produtor de conexão e de relevância no ciberespaço, tornando-se pauta.

Fornari (2018) sistematiza, a partir de uma pesquisa descritiva, as relações de gênero, faixa etária e estruturas de parentesco partir de mais de duzentos relatos coletados do *Twitter* oriundos da campanha *#primeiroassédio*. A chamada campanha, ação política do movimento, ainda não categorizada na teoria dos movimentos sociais, acontece a partir de uma *hashtag* pela qual vítimas de abuso sexual se expressaram na internet gerando visibilidade à temática e problematizando-a, somadas as interações de empatia entre as atoras. Outro trabalho dentro da temática feminista cujo uma *hashtag* foi determinante, é o da pesquisadora do Núcleo de Estudos de Gênero-Pagu, da Universidade Estadual de

Campinas, Adriana Piscitelli (2017). A autora inclui “#queroviajarsozinhasemmedo” no título de seu trabalho, uma das *hashtags* mais *tweetadas* no Brasil, acerca do desaparecimento e morte de duas jovens argentinas no Equador, onde explora questões metodológicas a serem enfrentadas nesta área de estudos, com ênfase no turismo, abordando *novos registros das articulações entre gênero, sexualidade e violência*.

Anelisa Maradei (2017) e Marli dos Santos, que também trataram sobre violência contra as mulheres em seu trabalho, usam o *Twitter* para identificar os atores sociais na esfera pública digital a partir da análise de conteúdo de tweets e retweets sobre um estupro coletivo ocorrido com uma adolescente brasileira em 2016. Os resultados do trabalho identificaram uma tendência de engajamento social nas questões de gênero, destacando que tanto em quantidade, quanto em abordagem, os conteúdos dos *tweets* eram de valor à vida humana, de crítica à cultura do estupro e de consciência sobre o machismo. No entanto, ainda que em menor escala, verificou-se argumentos de culpabilização da vítima, relativizando a violência cometida dos agressores.

Os trabalhos citados, desenvolvidos a partir das *hashtags* #queroviajarsozinha e #meuprimeiroassedio, tratam de pautas levantadas pelo movimento feminista, onde a internet permite uma ampliação do debate, possibilitando a conexão entre as militantes (muitas vezes as que ainda não se entendem como militantes). É notório o quanto a internet contribuiu para o avanço da propagação do feminismo, ou pelo menos, de suas ideias entre as jovens. No último 12 de junho, dia capitalista dos namorados, *misses* do interior de Santa Catarina aproveitaram da sua influência digital, no sentido de propagação de publicações, para colocar em pauta relacionamentos abusivos, publicando uma sequência de fotos com maquiagem borrada, indicando violência física causada por companheiros e sinalizando a ação com *hashtags* referentes ao assunto: #belezacomcompromisso #relacionamentoabusivo, #valentinesday2019, #lutecomoumamiss e outras.

Em entrevista realizada com uma das *misses* do interior de Santa Catarina, ela que diz não saber se o que fez é ativismo digital e/ou ciberativismo. O que indica uma expansão da discussões tratadas pelos movimentos sociais, sem necessariamente que sua bandeira seja levantada também.

Outro trabalho cuja temática é oriunda dos TT do *Twitter* é o de Oliva (2018), intitulado: “20 memes de natureza cômica como estratégia de resistência a discursos hegemônicos: análise das reações à campanha #gaysnomerecenmedallas no *Twitter*”. O

artigo analisou cinco memes que atacaram a campanha #GaysNoMerecenMedallas, ou gays não merecem medalhas, que aconteceu em agosto de 2016, durante os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. A proposta do trabalho foi a de compreender de que forma o humor é empregado como estratégia para a ressignificação dos termos e símbolos que foram utilizados na repressão e representação negativa da comunidade e da cultura LGBT, indicando como a estratégia pode ser efetiva na internet para desarticular ataques a estes grupos sociais através do esvaziamento do sentido pelo riso.

Como foi abordado anteriormente, os conteúdos indicados nas TT e as *hashtags* muito disseminadas online, destacam-se enquanto conteúdo (inclusive visualmente) na plataforma *Twitter*, e por tal destaque *online*, tornam-se objetos de pesquisas realizadas no ciberespaço, tratando-o como esfera pública. No entanto, é importante considerar a existência de temáticas relevantes para a sociedade, indiferente se houve grande repercussão online sobre ela. Tais temáticas, devido sua relevância social offline, passam a ser investigadas no ciberespaço, como apontará os trabalhos descritos nesta seção (BONIN, 2018; COELHO, 2015B). Partindo da ideia do *Twitter*, enquanto esfera pública, considerando que a rede social pode atuar com um espaço de autonomia (Castells, 2013) resultante de acontecimentos offlines discutidos online, também serão comentados dois trabalhos que usam dados oriundos da redes sociais afim de tecer contribuições para gestão (KLEIN, 2017) e administração pública (OLIVEIRA, 2017).

Entendendo o *Twitter* como “predição do sentimento político de seus usuários”, Iara Tatiana Bonin (2018) analisou postagens na plataforma oriundas das palavras-chave “índio” “Abril Indígena” e “Acampamento Terra Livre” no período de 1º a 30 de abril de 2017, examinando formas de produção, difusão e representações contemporâneas relativas ao corpo indígena, no trabalho intitulado “Disputas pela Representação do Corpo Indígena no Twitter”. No mesmo sentido, o artigo intitulado “#Rolezinhos: Análise de redes sociais e construção de sentidos no discurso de tuiteiros acerca do #ProtestodosPintas em Natal (RN)” (COELHO, 2015B), coletou dados de 14 e 31 de dezembro de 2013, a partir das palavras-chaves: #ProtestodosPinta, Protesto dos Pinta, #ProtestodosPintas, Protesto dos Pintas, #midwaymall, e Midway, para analisar a opinião pública sobre o fato que ocorria *offline*, mas era transmitido online através de comentários. Está pesquisa focou nos tweets referente a localidade indicada no título, por tanto o que importava enquanto investigação era a opinião sobre os cidadãos de

Natal sobre os Rolezinhos. Os resultados desta pesquisa indicaram teor negativo nas postagens referentes aos Rolezinhos.

Relacionados à gestão e governabilidade, os resultado do trabalho “Mídias sociais e administração pública: análise do sentimento social perante a atuação do Governo Federal brasileiro” (OLIVEIRA, 2017), que extraiu dados do *Facebook* e *Twitter*, aponta que os cidadãos brasileiros, um ano após os protestos de Junho de 2013, mantém suas opiniões negativas em relação aos gastos públicos com a Copa do Mundo FIFA 2014, o combate à corrupção e o transporte públicos, fatores estes, motivadores para protestar. Os autores indicam as redes sociais como local de extração de opinião dos cidadãos para tomada de decisões do governos e dos serviços públicos, onde a partir dos dados da internet identifique-se demandas para que “os governos podem definir prioridades, traçar estratégias para intervir nos problemas e agir visando atender ao interesse público” (OLIVEIRA, 2017, p. 504). No entanto, apontam a problemática da falta de precisão nos trabalhos desse caráter e a importância do desenvolvimento de métodos e técnicas para estudos futuros sobre participação política dos cidadãos no sentido online.

O trabalho de Gisiela Hasse Klein (2017) intitulado “Big Data e mídias sociais: monitoramento das redes como ferramenta de gestão”, compôs os dados a partir das publicações em várias plataformas, incluindo o *Twitter*, acerca dos rumores sobre dengue, chikungunya, zika, *Aedes aegypti* e microcefalia em Santa Catarina no período das semanas epidemiológicas da Vigilância Epidemiológica de 2016. Os resultados da pesquisa focada em publicações na internet com os termos “dengue”, “chikungunya”, “zika”, “*Aedes aegypti*”, “microcefalia”, “mosquito da dengue”, “mosquito”, “febre”, “vírus”, indicam o monitoramento e a mineração do conteúdo publicado pela população nas mídias sociais como uma ferramenta de previsão de padrões epidemiológicos, podendo ser um bom indicador para gestores da área da saúde.

Oliveira (2019) utiliza-se da técnica denominada “análise de sentimento”, realizada por meio de mineração de dados extraídos das redes sociais, no caso, do *Twitter* e identificou opiniões positivas, negativas e neutras referentes a quatro programas sociais.

Esta técnica apresenta-se como uma ferramenta para mensurar a opinião pública e se propõem a contribuir com as práticas de gestão social. Esta técnica permite evidenciar opiniões públicas informais e - para somar a qualidade da técnica - possibilita o uso de fonte de dados alternativas e independentes que garantem a livre expressão dos cidadãos. O autor

também indica limitações da técnica aplicada, como a delimitação do período da coleta, já que os dados são restritos a este período, o recorte de usuários do *Twitter* especificamente, já que eles não necessariamente estão envolvidos diretamente no assunto (como nos programas sociais na pesquisa em questão), e também as postagens com alta carga de ironia, que dificultam a classificação da postagem.

Assim, a análise de sentimento pode ser utilizada na interseção das relações entre Estado e sociedade, sistematizando e convertendo esses fluxos comunicacionais em conhecimento capaz de incorporar a opinião da sociedade civil no corpo político (Guimarães & Amorim, 2013), uma vez que é na sociedade civil que se institucionalizam os discursos capazes de influenciar as decisões políticas (Cançado, Pereira, & Tenório, 2015). Nesse sentido, é preciso estabelecer uma gestão pública que não centralize o poder de decisão apenas no Estado e que considere a complexidade das relações entre os atores envolvidos, incentivando diferentes canais de participação (Paes de Paula, 2005). (OLIVEIRA, 2019, p.248)

1.3 Alternativa ao discurso hegemônico

Uma das principais características do *Twitter* enquanto mecanismo de expansão da participação política é seu histórico de atuação enquanto alternativa para o discurso hegemônico. Desde o desenvolvimento da internet, como é possível constatar pela sua historicidade, incorpora-se a sua existência a cultura da liberdade, promovendo a partir de práticas autônomas, a manutenção da comunicação das pessoas dos movimento e as da sociedade em geral (CASTELLS, 2013). O twitter, especificamente, oportuniza enquanto rede social, o exercício de tais práticas comunicativas.

É importante considerar que a mídia digital provocou uma perda gradual do monopólio dos tradicionais mediadores de informação e da cultura, isso porque ela democratizou a liberdade de expressão de diferentes formas, como aponta Lévy (2011): institucionalmente já que a publicação de conteúdo não atravessa mais uma cadeia de cargos e hierarquias como conselhos, redatores, produtores, diretores, etc. como acontecia no controle das grandes mídias; economicamente, pois o custo é muito baixo ou nulo para a produção de conteúdo e a divulgação com alcance planetário; e na perspectiva técnica, já que não se faz necessárias habilidades avançadas de programação e formatação HTML para as publicações na internet.

É preciso especificar que as fontes de informações, das quais provêm os discursos - hegemônicos ou não - são as instituições, em suas diferentes definições, e os indivíduos. O *Twitter*, assim como outras redes sociais, são canais de comunicação, e a partir deles torna-se

possível selecionar e filtrar as fontes de informações que são consideradas confiáveis e interessantes (LÉVY, 2011).

A seguir são apresentadas contribuições de três trabalhos que abordam e analisam a relação do *Twitter* e do discurso hegemônico veiculado pelos grandes meios de comunicação de massa. O primeiro deles refere-se a distinção de conteúdo e abordagem entre o *Twitter* e meios de comunicação de massa, o segundo sobre os discursos jornalísticos e a repercussão sobre, e por fim, o terceiro trabalho abordado sobre a temática refere-se a apropriação do *Twitter* como meio de comunicação por parte de jovens da periferia contra o discurso hegemônico dos grandes jornais.

O trabalho de Numoura (2013) realiza uma investigação a respeito do *Twitter* e dos noticiários políticos durante o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil em 2010, para reconhecer de que forma a rede social refletiu as agendas propostas pelos meios de comunicação de massa e se os usuários se manifestam de forma distinta e não se submeteram aos discursos da mídia tradicional. Analisando a partir do status de Trending Topics, percebeu-se que três à cada dez tópicos eram relacionados a campanha eleitoral, e mais da metade das manifestações favoráveis a candidata do Partido dos Trabalhadores, Dilma Rousseff. Ao comparar estes dados àqueles publicados por dois veículos de circulação nacional, foram reconhecidas discrepâncias entre o discurso da mídia e a abordagem dos assuntos que alcançaram os TT.

Tendo como foco os protestos realizados no Brasil no dia 15 de março de 2015, Raquel Recuero (2016B), Maria Clara Aquino Bittencourt e Gabriela Zago desenvolvem um estudo sobre os discursos jornalísticos e a repercussão no *Twitter*, apontando o caráter narrativo da plataforma durante os atos. As autoras consideram que a discussão e a participação política são potencializadas pela internet, e que o *Twitter* é uma possibilidade de espaço que comporta diferentes atores: aqueles que possuíam interesse especificamente no protesto e aqueles que majoritariamente utilizam o *Twitter* para consumir informações da grande mídia tradicional. Mesmo nestas ocasiões, em que os usuários vinculam-se a plataforma influenciados pela apropriação das grandes mídias do *Twitter*, elas e suas audiências trazem mais integrantes para estas múltiplas vozes e suas diferentes narrativas dos acontecimentos, podendo então, interagir com atores de ideias distintas.. Ainda que, nestas ocasiões não se estabeleça necessariamente um efetivo diálogo entre produtores e receptores, esta é uma colaboração possível deste movimento de interação que o *Twitter* oportuniza. Vale

considerar, que ainda que o usuário não comente o *tweet* que ele está lendo, ele pode ler todos os comentários (contemplando ou discordando da ideia) que estão relacionados.

Durante a ocupação militar do Morro do Adeus, no rio de Janeiro, no final de 2010, um jovem de 17 anos morador da comunidade utilizou do *Twitter* para transmitir informações em tempo real dos acontecimentos da ocupação. O trabalho desenvolvido por Maia (2012) investiga através da perspectiva linguística a apropriação feita pelo jovem d/no *Twitter* com fins de desestabilizar a ordem hegemônica, enquanto narrava de forma privilegiada o que acontecida dentro do território que os jornalistas não acessavam, mas comentavam sobre.

O jovem que iniciou suas publicações a partir do seu perfil, recebeu uma sugestão de um seguidor de que as informações deveriam ser compartilhadas pelo perfil no *Twitter* do jornal da escola, o @vozdacomunidade. A sugestão foi atendida e os acontecimentos foram narrados durante a ocupação militar, entre eles: atitudes de resistência, opiniões dos moradores e a ação dos militares e outros. A inserção dos jovens no contexto da ocupação colocou-os em uma posição privilegiada de fontes de informação precisa. Devido a isso, jornalistas, celebridades e outros globais elogiaram a cobertura feita pelos jovens, que inclusive corrigiram informações noticiadas pela grande mídia. O exemplo apresentado no trabalho de Maia (2012) é singular pois explicita a apropriação de bens culturais - como o *Twitter* - e se dirigindo ao grupo hegemônico, age clamando por mudanças dentro do espaço do inimigo.

Aproveito o final desta seção para lembrar que foi graças a alternativa de narrativa hegemônica sobre os fatos que contribui para que multidões fossem às ruas (COELHO, 2015A; CASTELLS, 2013), fazendo a agência ciber interferir materialmente e culturalmente nas formas de atuação política. Situação essa que oportuniza pensar participação política digital na atualidade, com prosperidade.

1.4 Polarização digital

Enquanto os trabalhos expostos na seção anterior tratam do *Twitter* enquanto possibilidade de alternativa ao discurso hegemônico, nesta seção os trabalhos expõe o funcionamento da plataforma caracterizado pelo homogeneização dos discursos na circulação entre os atores, tanto por influência da mídia tradicional no conteúdo, quanto pela polarização já offline que separou as redes de opiniões, não impulsionando interação comunicativa entre os usuários.

O trabalho de Júnia Ortiz (2017) que explorou as conversas na plataforma durante o primeiro debate televisivo das eleições presidenciais brasileiras de 2014, aponta que os acontecimentos offline, mas vinculados a mídia de massa influenciaram o processo de engajamento online, vinculando o comportamento das pessoas no *Twitter* com a divulgação das pesquisas eleitorais.

Os resultados da pesquisa indicam que as interações dos usuários interessavam-se em ridicularizar ou comentar os desempenhos dos candidatos e não em publicar informações ou participar de discussões e/ou trazer a tona tópicos negligenciados no “debate oficial”, ainda que de forma cômica - característica explorada na internet. A autora escreve que os usuários brasileiros não exploram o potencial da plataforma em reunir as pessoas para debates políticos, mas usaram-a para replicar comentários/publicações de outra pessoa. Desta forma, não engajando-se em uma interação de diálogo propriamente dita. O trabalho ainda coloca que o fato do perfil da ex-presidente Dilma ter sido o mais mencionado entre os candidatos na primeira hora do debate televisivo das eleições de 2014, demonstra que o *Twitter* se configurou como um plataforma onde as pessoas fizeram comentários unidirecionais e/ou reproduziram pontos de vista de outros usuários ou líderes compatíveis, gerando atividades de caráter de polarizado, onde não se interaja com outros pontos de vista.

O trabalho de Raquel Recuero (2016) também tratou dos debates presidenciais, no entanto, do 2º turno das eleições de 2014 em que analisou as postagens no *Twitter* durante três debates presidenciais e reconheceu tanto um comportamento panfletário dos usuários do *Twitter* como uma divisão explícita do apoio entre os candidatos: Aécio Neves e Dilma Rousseff. Quanto ao candidato Aécio Neves as críticas foram relacionadas à atuação nos debates, e Dilma Rousseff foi mais criticada por seu aspecto físico e capacidade intelectual do que sua performance nos debates, onde percebe-se a presença da violência de gênero. Enfim, a autora conclui que o *Twitter* atua como uma esfera pública dual, e que reproduz relações de poder a partir do gênero, e estes exercem seu forte impacto na política.

No sentido de mensurar a opinião pública, o trabalho de Freitas (2018), foi dedicado a analisar os *tweets* sobre a morte da Dona Marisa, companheira do ex-presidente Lula. A investigação no ciberespaço aponta a polarização política como agenciadora dos discursos sobre a temática na rede social, onde atores políticos contrários às políticas dos governos do Partido dos Trabalhadores (PT), a projetos políticos da esquerda, e/ou simpatizantes de aspectos ideológicos conservadores, usaram do falecimento para expressar seu ódio.

Buscando compreender o processo de desinformação política no Brasil, intensificado pela divulgação de *fake news* nas mídias sociais, mas especificamente no *Twitter*, Raquel Recuero (2019) desenvolve uma pesquisa de análise de duas cascatas de “*fake news*” relacionadas ao julgamento e prisão do ex-presidente Lula. A partir delas a autora faz duas considerações importantes, a primeira refere-se ao alcance das *fake news*, que segundo ela, ficam limitadas aos *clusters* ideológicos aos quais estão filiadas. A segunda, quanto ao efeito que a circulação destas *fake news* dentro dos clusters ideológicos, o efeito das câmaras de eco que contribuem para o aumento do “extremismo e das crenças políticas, o que opera na constituição de uma esfera pública parcial, com falsa percepção de consenso” (RECUERO, 2019, p.46).

1.5 Atores políticos institucionais *tweeteiros*

Chamo de atores políticos institucionais os parlamentares ou candidatos a algum cargo parlamentar, sem considerar no último, se o ator político foi eleito. Essa seção se dedicará exposição dos trabalhos acadêmicos referentes ao uso do *Twitter* por tais atores políticos (MARQUES, 2014 AB; Santos, 2016), tratando sobre a importância da plataforma para as eleições (MARQUES, 2016), sobre a busca de votos (AMARAL, 2018), e sobre posições ideológicas partidárias (AMARAL, 2017) e dos representantes (SOUZA, 2017).

Analisando 27 contas do *Twitter* gerenciadas pelos vereadores de Fortaleza, que em 2012 concorreram à reeleição, Marques (2016) observou que os vereadores eram modestos quanto a utilização da plataforma, que apesar da maioria deles estar registrada na rede social, o uso regular é improvável, assim como a disposição para dialogar com outros usuários. Isso mostra que estar online, ou simplesmente possuir um cadastro na rede social, não significa, no caso dos vereadores de Fortaleza pesquisados neste trabalho, que as ferramentas de comunicação seja utilizadas e uma política de interação seja de fato aplicada pelos políticos, e estes estejam dispostos a interagir.

Para debater a participação de LGBT na política institucional brasileira, Gustavo Gomes da Costa Santos (2016) desenvolve seu trabalho focando nas candidatas que se autoidentificam como travestis/transsexuais e analisa qualitativamente o material digital de campanha em forma de banners, websites e/ou blogs, vídeos on-line e os perfis no *Facebook* e *Twitter*. O autor indica como hipótese preliminar que candidaturas destes perfis são incitadas não apenas pela representatividade necessária, mas também atores políticos mais

conservadores, que para conseguirem votos evidenciam suas posições contrárias às liberdades (homo)afetivas e sexuais, e as leis de interesse da comunidade LGBT, legitimando assim, de alguma forma o acesso de seus opositores ao campo político. Os resultados do trabalho indicam grande ascensão na cena política pelos indivíduos LGBT, no entanto, aponta desafios para as candidaturas LGBT alcançarem uma posição de maior destaque no campo político brasileiro. O primeiro é a viabilidade real eleitoral dessas candidaturas - que são acusadas muitas vezes de "instrumentação" do movimento social apenas para fins político-eleitorais". (SANTOS, 2016, p. 92). Outro desafio elencado pelo autor a ser superado por estas candidaturas é de ordem estrutural, referindo-se à posição política subalterna ocupada por indivíduos LGBT, tendo em vista que os dados demonstraram que na grande maioria, principalmente as candidaturas de travestis e transexuais, postulam o cargo mais baixo na hierarquia institucional política, a de vereador.

Santos (2016) conclui com os resultados de seu trabalho que o fenômeno das candidaturas LGBT é capaz de ampliar as fronteiras do campo político brasileiro pelo surgimento de novos valores que condicionam notoriedade política, tendo em vista que além de assumir sua orientação sexual e/ou identidade de gênero para pedir votos, o capital político desses candidatos é construído também pelas experiências de opressão social sexual de gênero.

Como a coleta de dados no *Twitter* se dá por período específico de tempo, é possível investigar momentos diferentes. Amaral (2018) buscou analisar o comportamento de uso do *Twitter* dos parlamentares antes (2013), durante (2014) e após (2015) às eleições de 2014, onde os políticos foram comparados de acordo com seus cargos pretendidos e seus usos das redes sociais. Na pesquisa, foram reconhecidos três perfis de comportamento: aqueles com pretensão eleitoral, que se esforçaram para aparecer no ambiente virtual e obtiveram mais atenção; o segundo grupo composto pelos parlamentares em exercício que fizeram um uso mediano das redes; e o último grupo dos políticos que estavam para se afastar das atividades políticas, este grupo se mostrou mais indiferente às redes sociais.

A pesquisa reconheceu que as redes sociais são utilizadas pelos parlamentares para construir uma imagem política dentro do contexto eleitoral, e que eles já reconheciam a importância das redes e sabiam que o investimento nelas traria resultados. O autor ainda corrobora e afirma que "A atividade dos eleitores já havia predito o resultado de eleições (Tumasjan et al. , 2010), e a popularidade das contas parlamentares no *Twitter* já apresentava

relação com a quantidade de votos obtidos por eles nas últimas eleições (Amaral et al. , 2014).”

Ainda da mesma autoria, agora investigando quanto a ideologia partidária a partir do uso do *Twitter* pelos parlamentares da mesma magistratura, Amaral (2017) faz seu estudo a partir de dados coletados em 2013, de 512 perfis de parlamentares, e estes foram relacionados a classificação ideológica dos partidos aos quais os parlamentares são vinculados. Alguns dos parâmetros utilizados na avaliação foram: o ingresso no *Twitter*, taxas de popularidade, seguir outros parlamentares distintos, e a apresentação de diferentes indicadores de atividade nesse meio digital.

O estudo apontou para uma distinção entre os grupos ideológicos, e para o caso de “celebridades”, ou seja, “políticos excepcionalmente seguidos no *Twitter*”. A distinção se apresenta pelas características dos perfis de ideologias de esquerda, já que seus políticos usam o *Twitter* a mais tempo, estabelecem mais vínculo com outros perfis, são mais seguidos e os que mais compartilham informações. Ainda, as contas são raramente abandonadas depois do período eleitoral, ou seja, os políticos permanecem ativos, de forma distinta aos parlamentares de centro e direita.

Referente à mesma legislatura da Câmara dos deputados, Marques (2014b) desenvolve um trabalho de reflexão sobre as formas de uso do *Twitter* por parte dos deputados federais investigando quais fatores levam os representantes a investirem no *Twitter* como estratégia de comunicação política. Ele examina semanalmente (em 2012) 463 perfis públicos de deputados no *Twitter* e com aparato do software estatístico “R” aponta correlações entre o uso da rede social e características como idade, liderança e ocupação de cargos. Confirmando suas hipóteses, em relação à faixa etária, quanto menor ela for, maiores são as chances de que a deputado ou deputado utilize o *Twitter* e que tenha muitos seguidores. Sobre a frequência de postagens, os resultados do trabalho “demonstram que os deputados que são líderes, vice-líderes ou fazem parte da Mesa claramente tuitam mais do que os que não ocupam cargos”. O autor destaca que a publicação de um maior número de mensagens não corresponde a atrair um maior número de eleitores.

Até mesmo porque, como descreve no trabalho, dos deputados com maior número de seguidores, muitos já possuíam uma carreira consolidada ou uma popularidade registrada em outras áreas que não a política, como jogadores de futebol, ex participantes de *reality show*, e artistas populares. A deputada Manuela D’Ávida foi a única que apresentou, realmente,

características de engajamento digital, possuindo altos índices entre os seguidores e que tendo sua carreira exclusivamente no campo político.

Entre 2011 e 2013 Marques (2014a) realiza uma pesquisa com o mesmo grupo da 55ª legislatura dos deputados federais brasileiros registrados no *Twitter*, desta vez, analisando o volume de publicações e o número de seguidores dos 457 deputados cadastrados, verificou-se que os parlamentares brasileiros seguem a tendência globais, e ocupam os espaços das redes sociais a fim de agregar mais audiência. A possibilidade de estabelecer comunicação direta com os eleitores, de promover imagens públicas, de fortalecer os mecanismo de participação e também de transparência, estão entre os principais razões que levam os representantes a utilizar o *Twitter*.

De modo geral, é possível compreender que o uso do *Twitter* se dá de forma distinta de acordo com o período, se antes, durante ou depois das eleições. também há características distintas entre os perfis de parlamentares de esquerda e direita, mas que não indicam necessariamente que este é a razão do seu número de seguidores.

1.6 BOTs, a participação política digital não-humana

Bots são os chamados robôs sociais, perfis no *Twitter* controlados por *softwares*, capazes de gerar de conteúdo e interagir com outros perfis (robôs e não robôs), podendo assim, interferir em debates espontâneos e também criar discussões.

A Diretoria de Análise de Políticas Públicas (DAPP) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), centro de pesquisa social aplicada, cuja missão é promover a inovação para políticas públicas, disponibilizou em 2017 um estudo sobre a interferência de robôs na participação política digital em seis acontecimentos: os debates da Rede Globo com os presidentiáveis do primeiro e segundo turno das eleições de 2014, no dia 2 e 24 de outubro, respectivamente; as manifestações pró-impeachment realizadas no dia 13 de março de 2016; o debate da Rede Globo com os candidatos a prefeito de São Paulo no dia 29 de setembro de 2016; a greve geral no dia 28 de abril de 2017; e a votação da Reforma Trabalhista no Senado, no dia 11 de julho de 2017. Os resultados indicaram que contas automatizadas, ou seja, contas robôs motivaram até 20% de debates em apoio a políticos no *Twitter*, apontando interferências ilegítimas no debate público na internet.

As pesquisas de Rudiger (2017) e de sua equipe, afirmam que faz uso dos robôs todo o espectro partidário - afirmação corroborada pelo trabalho da Fundação Getúlio Vargas (2017)

-, e são utilizados para: conseguir seguidores, conduzir ataques a oposição, fingir discussões, disseminar notícias falsa e influenciar a opinião pública através do compartilhamento massivo de mensagem de conteúdo similar. Uma prática comum é a de usar os robôs para levantar um # aos TT com o objetivo de reprimir um debate espontâneo sobre um tema indesejado, ou inserir “sua pauta” na esfera pública digital.

O trabalho disponibilizado pela Fundação Getúlio Vargas (2017), constatou que as contas automatizadas, ou seja, os bots, permitiram a aplicação de estratégias de manipulação, disseminação de notícias falsas, boatos e difamações em disputas políticas ganhasse novas proporções. A pesquisa concluiu ainda que é possível afirmar que os conteúdos gerados automaticamente tem gerado vantagens para alguns atores políticos. Também, já em 2017, apontava riscos à democracia e ao processo eleitoral de 2018, em função da atuação dos bots.

No mesmo sentido, as conclusões do trabalho desenvolvido por Ruediger (2017) e equipe, evidenciam a necessidade de ampliar a capacidade de identificação da automatização de perfis nas redes sociais, e também de formas de reprimi-las. Também fundamental é que os responsáveis por este tipo de operação sejam identificados de forma que seja possível compreender quais são os interesses reais por trás de tais ações.

Desta forma, fica explícita a importância e necessidade de identificar a presença desse tipo de ator e rastrear a rede que o compõe para distinguir quais são demandas coletivas realmente originadas de debate político digital, das que são manipuladas por software - agenciamentos não-humanos.

Ainda, sobre os bots, Raquel Recuero (2019) apresenta um estudo no *Twitter* sobre as cascatas de *Fake News* políticas. A autora recupera que os robôs atuam de forma diferente aos perfis humanos na disseminação da desinformação ou e informações falsas. Ao passo que alguns “lobos solitários” - como denominado por Kumar et al (2017)- ou seja, humanos que criam vários perfis para operar sob os mesmos pretextos e compartilhar repetidamente o mesmo conteúdo, e os robôs que atuam principalmente com dois objetivos, o primeiro sendo o de aumentar o alcance e visibilidade de uma informação falsa, e o segundo o de dar “credibilidade” ao perfil, dando a entender que a fonte é confiável. Estas duas atuações, humanas e não-humanas operam no sentido de criar uma falsa percepção de consenso.

Um robô pode facilmente criar uma rede em torno de si, e com mais facilidade de propagação no *Twitter* do que no *Facebook*. Isso devido a, principalmente pela facilidade em imitar a ação humana na primeira plataforma, que é publicando um *tweet*, sendo com este

possível fazer uma conexão inédita com outros perfis. Tal conexão inédita, conforme descrita na sessão 1.1 deste trabalho “*Twitter vs. Facebook*”, é possível diante da menção do @+nomeusuário, no *tweet* a ser postado, contatando imediatamente o perfil referente ao @, que poderá ser um usuário humano.

CAPÍTULO 2

Senado conectado

O segundo capítulo deste trabalho tem objetivo de contribuir empiricamente no debate sobre participação e representação política digital atual. Para isto, estabeleceu-se o recorte na 56ª legislatura do Senado Federal, com foco específico na eleição para presidência da Casa, amplamente discutida no *Twitter*. Inicialmente serão apresentadas informações quanto o uso das redes sociais pelos parlamentares brasileiros, o *ranking* do nível de atividade e também informações sobre as páginas do Senado Federal nas principais redes sociais, com a intenção de brevemente contextualizar sobre a atuação do senado e senadores nas redes. Na sequência, aborda-se a eleição para a presidência da Casa, apresentando os pronunciamentos de quatro senadores que abordaram o *Twitter*, e as redes sociais, durante a sessão.

As eleições de 2018 trouxeram ao Senado a maior renovação de sua história, de acordo com a notícia veiculada pelo Senado (2018A) - entre as 54 vagas disponíveis, 46 serão ocupadas por novos nomes. Na última eleição, três a cada quatro senadores que tentaram a reeleição não a conseguiram. Uma renovação superior a 85% em relação a 55ª legislatura (2015-2019).

Com a renovação dos atores políticos, renova-se também a forma de atuação- dos parlamentares e a dinâmica de votação. Os primeiros meses do mandato da 56ª legislatura do Senado apontam para uma mudança na forma de votar dos senadores, não seguindo mais, necessariamente, os líderes dos partidos, mas votando de acordo com as discussões dos cidadãos nas redes sociais digitais. Dizendo isto não busca-se insinuar que os partidos não façam mais acordos, ou ainda, que os parlamentares antes não votassem de forma autônoma, no entanto, que apresentarei neste capítulo, diante de pesquisa realizada no ciberespaço, é a percepção de uma tendência em que os parlamentares mudem seus votos a partir das redes sociais, especificamente.

O uso das redes sociais norteia cada vez mais a atuação dos parlamentares, sendo fundamentais não apenas no período pré-eleitoral - como apontado na seção 1.5 deste trabalho-, mas também durante os mandatos os atores políticos institucionalizados. Conforme pesquisado, para atuar digitalmente, são utilizadas as múltiplas funções das plataformas: transmissões ao vivo, filmagem dos discursos no plenário, registros de atos, entrevistas, memes. O que era, até então, um uso esperado das redes sociais nas suas possibilidades de transparência e comunicação.

De acordo com a FSB¹⁰ (2019A), das legislaturas, tanto deputados quanto senadores, que tomaram posse em 2019, todos estão em pelo menos uma das três grandes redes sociais: Facebook (100%), Instagram (99,3%) e *Twitter* (92,9%). A pesquisa realizada entre abril e maio deste ano pela FSB(2019B), apresenta o ranking dos parlamentares mais ativos nas redes sociais. Para o cálculo analítico de grau de engajamento, as publicações das redes sociais foram monitoradas considerando número de seguidores, a quantidade de publicações, o alcance das publicações e o engajamento, medido pelas curtidas, comentários e compartilhamentos realizados em cada rede social.

Entre parlamentares mais **ativos** na redes sociais, de acordo com a pesquisa da FSB(2019B), 14 são deputados e 6 senadores, sendo o ranking composto por 11 novatos contra 20 reeleitos, desses 16 homens e 4 mulheres. Sendo eles:

Tabela 1. Ranking dos parlamentares mais ativos nas redes sociais.

1	Dep. Joice Hasselmann	PSL/SP
2	Dep. Eduardo Bolsonaro	PSL/SP
3	Dep. Kim Kataguri	DEM/SP
4	Dep. Carla Zambelli	PSL/SP
5	Dep. Sargento Fahur	PSD/PR
6	Dep. Pastor Marco Feliciano	PODE/SP
7	Dep. Gleisi Hoffmann	PT/PR
8	Sen. Flávio Bolsonaro	PSL/RJ
9	Dep. Tiririca	PR/SP
10	Sem. Álvaro Dias	PODE/PR
11	Dep. Jandira Feghali	PCdoB/RJ

¹⁰ Agência de comunicação

12	Dep. Marcelo Freixo	PSOL/RJ
13	Sem. Humberto Costa	PT/PE
14	Dep. Filipe Barros	PSL/PR
15	Sen. Major Olímpio	PSL/SP
16	Dep. Paulo Pimenta	PT/RS
17	Dep. Paulo Martins	PSC/PR
18	Sen. Jorge Kajuru	PSB/GO
19	Sen. Marcos do Val	CIDADANIA/ES
20	Dep. David Miranda	PSOL/RJ

Fonte: Autoria própria.

Até mesmo as páginas do Senado Federal nas redes sociais têm aumentado seu número de seguidores e interações. De acordo com notícia veiculada no portal do Senado (2019D), em 2018 suas páginas nas redes sociais foram consideradas umas das mais importantes do governo. O crescimento foi significativo em 2018, sendo 14% de aumento nos seguidores do *Twitter*, no Instagram tornou-se a segunda maior de sua categoria - página governamental brasileira-, ficando atrás apenas da página do Exército Brasileiro. No *Facebook*, o aumento foi de 128 mil seguidores em 2018, a terceira maior página do país e ocupa a 23ª posição do ranking mundial das páginas governamentais.

Os dados dos números de seguidores, das três principais redes sociais, referentes a junho de 2019, são: *Twitter* com 787 mil seguidores, *Instagram* com 980 mil e *Facebook* com 3.231.869 curtidas na página.

Recentemente, o uso das redes tem assumido outras proporções: reuniões a portas fechadas - que a imprensa tradicional não tem acesso - podem ser acompanhadas pelas páginas pessoais de alguns deputados, como aconteceu quando Jair Bolsonaro levou à Câmara a proposta da reforma da previdência, e quando o Ministro da Justiça e Segurança Pública, Sérgio Moro, reuniu-se para apresentar o seu projeto anticrime, o encontro foi veiculado em tempo real nas redes sociais da oposição.

Outro exemplo, onde até mesmo votações internas, de cunho secreto em função do regimento interno do Senado, tornaram-se públicas, foi a ocasião da disputada eleição para a presidência do Senado.

2.1 As redes sociais e a votação para a presidência do Senado Federal

A eleição para a presidência do Senado é a primeira atividade ao qual comparecem os senadores eleitos. As sessões realizadas para a definição da presidência da Câmara, da 56ª legislatura foram históricas por dois motivos centrais: o primeiro deles referente ao voto aberto, e o segundo quanto o envolvimento das redes sociais e a presença delas nos pronunciamentos dos senadores.

O dia primeiro de fevereiro foi o primeiro de dois dias marcantes para a história digital do Senado Federal, neste dia, a sessão foi longa e os senadores decidiram, por 50 votos a 2, que a eleição para a Presidência do senado teria voto aberto, ou seja, público. Alguns senadores questionaram a legitimidade da decisão, a senadora Kátia Abreu (PDT-TO) chegou a subir na Mesa Diretora para protestar contra a decisão, além disto, a senadora também se dirigiu até a mesa e pegou a pasta de Alcolumbre, responsável pela condução da sessão.

A votação fechada seria favorável para Renan Calheiros (MDB), aliado de Kátia Abreu, cuja maioria de apoiadores prefere não se ver diretamente ligada e em apoio a um dos alvos de mecanismos e instituições de combate a corrupção.

A agitação da sessão do Senado também repercutiu no *Twitter*, muitas # e referências aos acontecimentos do congresso chegaram aos TT brasileiros. Com informações obtidas no Trendinalia (2019A) a respeito do TT Brasileiro em 01 de fevereiro de 2018, temos em primeiro lugar do *Trending Topic* a *hashtag* #VotoAbertoSimRenanNão, em oitavo “Davi Alcolumbre”, em 27 “Senado Federal, e segue as posições no ranking do TT: #QueroFreixoPresidente (33), “TV Senado” (40), “Kajuru” (49o), “Renan Calheiros” (50o), “Kátia Abreu” (67), e ainda outras referências ao Senado e aos Senadores que se somadas representariam a grande repercussão dos acontecimentos no *Twitter*.

A votação para a eleição do presidente do Senado aconteceu, de fato, no dia dois de fevereiro de 2019. É importante lembrar que as inscrições para a candidatura a presidência do senado poderiam acontecer a qualquer momento antes da votação. Durante os dez dias anteriores da votação, a mudança dos nomes dos candidatos foi alta. Depois de várias modificações nas candidaturas, a disputa se estabeleceu entre Davi Alcolumbre (DEM/AM) e José Reguffe (Sem partido/DF).

O Senador novato, Jorge Kajuru (PSB/GO), abriu uma enquete em sua página oficial no *Facebook* para que seus seguidores escolhessem o candidato em que ele deveria votar. A

enquete ficou aberta durante 6 dias, e resultou na escolha por Alcolumbre, candidato no qual o senador votou e declarou no ato:

Gostaria de registrar nos Anais do Senado que, eu, Jorge Kajuru, inaugurei hoje uma nova forma de votar e assim continuarei, ou seja, através de enquete em tempo real que vocês podem ver agora no Facebook.com/kajurugoiias. O meu voto seria do Senador Reguffe, pelo coração, mas os meus eleitores, os brasileiros pediram – 77% – que eu votasse em Davi Alcolumbre. Assim eu continuarei votando. (Senado, 2019A, p. 97)

Da mesma sessão, a 1ª legislativa e preparatória da 56ª legislatura, segundo dia de fevereiro de 2019, obtida através da transcrição da sessão pelo site do Senado Federal, são apresentadas mais quatro excertos das declarações da senadora e dos senadores, que são consideradas pertinentes para as discussões deste trabalho.

“A SRA. SIMONE TEBET (MDB - MS. Para discursar.) –Senhores e senhoras, essa situação não se sustenta. Nós estamos, diante da opinião pública, totalmente desacreditados. Nós estamos sendo comentário das redes sociais. E, sim, nós temos de dar valor a elas porque quem ali está tuitando, quem ali está dizendo é a população brasileira. Nós estamos, perante aquela população, tirando um mínimo, um resto que falta da nossa credibilidade. Mas, mais do que isso, nós estamos tirando a esperança da população brasileira, que renovou em 85% este Congresso Nacional, quando expusemos as vísceras desta Casa, porque não tivemos a capacidade, a serenidade de poder chegar a um consenso sequer para a decisão de uma votação tão importante como esta.” (SENADO, 2019A, p. 81)

“O SR. RODRIGO CUNHA (PSDB - AL. Pela ordem.) – (...) “Sr. Presidente, infelizmente, o momento que estamos vivendo agora, por que vou passar, é um momento efêmero, uma foto que vai ser tirada de um voto que irei dar, um voto aberto – e aqui eu já declaro voto ao Senador Davi –, vai servir para uma postagem no Facebook, nas redes sociais, quando esta Casa perdeu a oportunidade de dar um grande exemplo para o País. E, quando foi colocado aquilo como negativo, de que nenhuma outra Casa Legislativa tem o voto aberto, esta Casa poderia ter dito que não estamos em 1970, quando foi feito o Regimento desta Casa, e, sim, em 2019, em que todo o povo brasileiro está acompanhando o que está acontecendo; nós estamos em busca da transparência, do controle social e de dar exemplo das nossas atitudes. Com quem não se adaptar a este momento vai acontecer o que aconteceu com todos os outros que não foram eleitos. (...)”. (SENADO, 2019A p. 99)

“O SR. REGUFFE (S/Partido - DF. Pela ordem.) – (...) Quero agradecer a todas as pessoas deste País que, durante o dia de hoje, estiveram nas redes sociais dando força para a minha candidatura. (...)” (SENADO, 2019A, p. 132)

O *Twitter* também acompanhou, no segundo dia, as votações para as eleições do Senado. Como demonstração, os *Trending Topics* refletiram sendo o primeiro deles #ExorcismoDoRenan, o quinto #RenanCalheirosNao, o sexto “Davi Alcolumbre”, e o décimo #VotacaoSenado. O senador “Kajuru” ficou em 12º lugar nos TT, seguido por “Rodrigo Maia”, e outras, sendo ao menos 22 referências ao Senado entre os 100 classificados para o TT, como disponibilizado no Trendinalia Brasil (2019B).

O Senador Jorge Kajuru (PSB/GO) apesar de ser apenas o 18º colocado no ranking da pesquisa, costuma orgulhar-se de suas redes sociais e da participação política que promove aos cidadãos, em suas próprias palavras, “nas 30 redes sociais do Kajuru na internet mundial para mais de 8 milhões de seguidores e acessos ao vivo¹¹” (KAJURU, 2018).

Em notícia disponibilizada pelo Senado Federal, conta a declaração de Kajuru que em pronunciamento

reconheceu o que chamou de fenômeno de participação dos cidadãos na vida política do país por meio das redes sociais. O parlamentar afirmou que a grande mídia, intelectuais e políticos precisam entender essa evolução na interatividade e facilidade de acesso à pesquisa e ao conhecimento por parte do cidadão e buscar participar ativamente. Para ele, muitos insistem em se colocar como figuras imunes ao contraditório, à diversidade de opiniões e à participação direta da sociedade nos temas que influenciam diretamente o seu dia a dia. (SENADO, 2019C, p. 01)

No dia 06 de fevereiro de 2019, dia da 1ª sessão legislativa ordinária da 56ª legislatura, o Senador Kajuru (PSB/GO) declarou

O SR. JORGE KAJURU (PSB - GO) (...) Então, Presidente, primeiro, um agradecimento meu. Eu lhe disse hoje, por "zap", que aprendi na vida que quem não tem gratidão não tem caráter. V. Exa., ontem, entrevistado pelo Jornal das Dez, da GloboNews, me citou como um exemplo em lançar, em votações polêmicas, as redes sociais em todo o Brasil. Eu até aproveito, porque respeitosos colegas desta Casa, históricos, vieram dizer para mim: "Kajuru, cuidado com o perigo dos robôs". E aí eu já aviso e comunico que o Facebook conseguiu para mim um aplicativo que filtra, que impede a presença dos robôs, porque eu vou continuar votando assim. Vou deixar os meus eleitores votando e os brasileiros votando. E o senhor obteve 73% de 128.615 votos em tempo real, ao vivo, na enquete que fiz nas minhas 30 redes sociais. (SENADO, 2019B, p.08)

No mesmo dia, foi ao ar pela TV Senado uma conversa com o mesmo Senador, onde ele voltou a abordar o tema:

Isso é uma forma de você respeita o seu único patrão, por isso que eu divido com ele o direito de votar os assuntos mais importantes comigo. ele que decide meu voto, ele que me elegeu. Mas aí é que vem aquela dúvida, mas Kajuru você não tem medo de amanhã ter muitos robôs que vão votar por você. É uma polêmica. Mas não, eu confio nos meus seguidores, eu conheço a maioria deles. Eu entro, vejo a capivara de cada um, vejo a profissão dele, onde ele mora e muitos ali, são oq eu a maioria?

¹¹ As 30 redes sociais citadas pelo Senador não foram encontradas. Buscando por "Senado Kajuru" no *Facebook*, filtrando por páginas, resulta 12. Entre elas a página oficial "Kajuru Goiás (394 mil curtiram isso)": Kajuru Senador (21 mil curtiram isso), Jorge Kajuru (16 mil curtiram isso), Doações Senador Kajuru (279 curtiram isso), Senador Kajuru Responde (9,1 mil curtiram isso), Senador Kajuru Cartório (32 curtiram isso), Senador Kajuru na CPI (2,8 MIL curtiram isso), Senador Kajuru mês a mês (126 curtiram isso), Senador Kajuru Prova (2 curtiram isso), Kajuru x Corja Togada (8 curtiram isso), Recursos Senador Kajuru (101 curtiram isso), Fui bloqueado na página do Senador Kajuru Goiás (2 curtiram isso). No twitter apenas um perfil foi encontrado: @SenadorKajuru com 263 mil seguidores, um perfil no Instagram (231 mil seguidores), e no YouTube Kajuru Oficial com 225.393 inscritos.

eleitores meus. Eu tive quase um milhão e seiscentos mil votos em Goiás. Então não há dúvida que a maioria vai votar com consciência então eu vou respeitar a maioria. Se eu sentir realmente que está começando a robotizar ou bolsonorar as minhas redes sociais para que nas votações o governo sempre seja beneficiado, nesse caso ganhou o candidato do governo, (..) aí eu vou decidir, aí eu vou montar, vou anunciar publicamente um conselho nacional. Em cada estado eu vou escolher 15 pessoas de todas as, de todos os segmentos. (...) pessoas das universidade federal, OAB, vou fazer um conselho de umas 150 pessoas e elas vão votar pra mim. (...) Cidadão simples precisa fazer parte do conselho. (SENADOTV, 2019)

O projeto de resolução do Senado (PRS 36/2019), é de autoria do Senador Kajuru (PSB/GO) e estabelece as regras gerais sobre a participação do cidadão nas proposições legislativas em trâmite no Senado Federal, através do portal e-Cidadania¹², buscando ampliar a interação de forma confiável. A justificativa do projeto é

Na contemporaneidade, é crescente a participação da população em redes sociais sobre temas de interesse de toda coletividade. É inconcebível que o Parlamento não se valha das novas tecnologias para aperfeiçoar o processo legislativo. (...) Entretanto, identificamos duas oportunidades de aprimoramento nesse programa. A primeira é sobre a ausência de controle de identidade dos cidadãos que por ele se manifestam. A outra é a atual impossibilidade de inserção de comentários no site do Senado. No nosso entendimento, a ausência de confirmação da identidade do cidadão retira toda a credibilidade da consulta que é feita à população. Não há credibilidade nas avaliações que são colhidas, justamente pela falta desse tipo de controle. (SENADO, 2019C, p.01)

Os pronunciamentos dos parlamentares apresentados, e a enquete aberta pelo senador no *Facebook*, apontam o reconhecimento das redes sociais por parte dos senadores como ferramenta capaz de contribuir para a expansão da representatividade e da participação política digital. Com a última fala do senador Kajuru (PSB/GO), percebe-se a tentativa de transformar o espaço online do e-Cidadania em um espaço mais institucionalizado, buscando implementar mecanismos que evitem a criação de perfis falsos e que permitam realizar comentários nos comentários, e avaliá-los, de forma semelhante as redes sociais. Como apontam os estudos de Pereira (2015), a falta de uma ferramenta digital online institucional operante, contribui, além das questões advindas das TICs, para que os parlamentares adentrem nas mídias sociais privadas, buscando construir relações mais próximas com seus eleitores.

¹² Criado em 2012, tem por objetivo estimular e possibilitar uma maior participação da população nas atividades de fiscalização, orçamento e legislativas do país, através das três funcionalidades principais do portal: Ideias Legislativas, onde os cadastrados podem dar ideias de novas legislações, os Eventos Interativos, onde os eventos realizados pelo Senado Federal recebem uma página própria para transmissão ao vivo e interação, e através do Consulta Pública, pelo qual é possível avaliar e comentar sobre as legislações e outras proposições em trâmite no Senado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do desenvolvimento do primeiro capítulo que buscou, no levantamento da bibliografia, encontrar limites e potencialidades do Twitter como possibilidade de expansão da participação política online, relacionarei a seguir considerações entendidas como fundamentais, de acordo com as seções apresentadas ao longo do trabalho.

Em comparação ao *Facebook*, o *Twitter* se constitui como rede social mais competente de sediar participação política digital dos cidadãos em função, principalmente, da sua maior capacidade de estabelecer conexões com outros atores. No miniblog é possível estabelecer contato e conexão pública com qualquer usuário da plataforma, diferente do *Facebook*, cujos contatos e conexão dependem das opções de gerenciamentos de cada usuário. Enquanto os dados do Twitter são informações públicas, coletadas de um mesmo todo, no *Facebook*, tanto o acesso, quanto a coleta dos dados dependem das especificidades dos vários lugares (pessoas, páginas, grupos) que há no todo da rede social. Tratando-se de análise de dados, os do *Twitter*, por causa da configuração da plataforma - que impede aos usuários a exclusão de comentários das suas publicações - , têm mais chances de apontar sob quais aspectos discursivos ocorrem a participação política dos cidadãos. No *Facebook*, a possibilidade de exclusão de comentários em publicações pode deslegitimar os resultados de análise de dados da plataforma, tendo em vista que tira-se argumentos da esfera pública, ferindo na leitura que se faz do debate.

Entendendo que os “novos tipos de retórica multimídia surgem no horizonte da nova esfera pública” (LÉVY, 2011) e complexificam as batalhas pela opinião pública, os debates de interesses comuns aos cidadãos ganham formato específico ao acontecer no *Twitter*. As *hashtags* e TT são funcionalidades da rede social, que conforme descritas no trabalho, situam a participação política no debate e sua extensão/propagação. A “entrada” nos TT e as *hashtags* em si, permitem a internacionalização de debates políticos, fazendo enunciar pelas ferramentas tecnologias temáticas que conectam pessoas e ideias.

Conforme os trabalhos mencionados na seção 1.3, o *Twitter* funciona como ferramenta de alternativa ao discurso hegemônico ao narrar a vida cotidiana (MAIA, 2012; NUMOURA, 2013), ou opinar sobre assuntos de interesses gerais. É inegável o quão efetiva a rede social já operou como agenciadora de disseminação de informações contra-ordem vigente, fazendo da

agência digital possibilidade de participação política afim de transformação social, mobilizando multidões. (CASTELLS, 2013; COELHO, 2015A). No entanto, reconheceu-se também que os discursos da internet podem repetir, ou serem induzidos pela mídia de massas no debate digital. Outro aspecto que deve-se considerar na discussão sobre a plataforma e veículos tradicionais de notícias é o uso do primeiro pelos últimos. Observa-se que os “jornais comuns” *tweetam* suas notícias, divulgando-as pela rede social, transformando o caráter de sua disseminação e incorporando interações advindas da plataforma aos seus conteúdos. Assim, os “jornais comuns”, mídias tradicionais etc, acolhem para si características das quais os fenômenos que superaram o discurso hegemônico operaram para tal.

As principais conclusões acerca do debate político construtivo ou polarizado indicam o quanto o primeiro foi possível em contextos temáticos mais afastados diretamente da política partidária e/ou eleitoral. O caráter de acolher debates políticos que construirão discussões com idas e vindas, havendo troca de ideias, alterações e agregações aos significante das questões, é fundamental, porém, preocupa quando tais características que constroem possibilidade de diálogos nas redes esvaziam-se com o vínculo do que se entende por política no senso comum - que seria vincular atores e questões institucionais, como políticos e partidos. Para contribuir com a negatividade da questão, Recuero (2019) aponta como usuários ativistas aumentam a visibilidade de uma informação falsa e inflam o “status” de quem a publica por terem comportamentos de participação política fundada na polarização.

Compreende-se, também, que o uso do *Twitter* se dá de forma distinta de acordo com os períodos: antes, durante e depois das eleições. Ele é utilizado com diferentes fins, mas o principal deles é o de promover a imagem pública, fortalecer a participação e a transparência e a possibilidade de comunicação direta também são fatores que contribuem para o uso do *Twitter* pelos parlamentares. De qualquer forma, é importante considerar que possuir um perfil na ferramenta não significa disposição para interagir com outros usuários. O trabalho de Amaral (2017) ainda é central ao afirmar que existe um reflexo do quadro político e ideológico offline, no universo do Twitter, contando com parlamentares mais pós-modernos e conectados a sociedade civil, liderando o movimento de adesão aos recursos das mídias sociais, que demonstram uma nova forma de fazer política a partir dos novos meios de comunicação disponíveis.

O trabalho da Diretoria de Análise de Políticas Públicas (DAPP) aponta para o caráter ilegítimo que os debates digitais podem ter em função dos robôs que estão agindo

politicamente. Tendo em vista o caráter de abrigar trocas comunicativas não coercitivas a ação que os robôs fazem de criar uma TT fere o *Twitter* enquanto uma ferramenta que expõe a opinião pública pois “coloca na boca do povo” o que ele não está falando. A prática de usar softwares para forjar tendências políticas é ainda mais perigosa quando entende-se que as redes sociais são local de participação política, capazes de ecoar sobre as questões sociais pertinentes, podendo chamar a atenção dos parlamentares e direcionar suas decisões

Inclusive, é nesse sentido, das redes sociais como local de participação política, que o Senado Federal está operando. A pesquisa empírica que compõe o segundo capítulo deste trabalho expõe como a votação para a presidência da Mesa foi influenciada pelos agenciamentos do ciberespaço, mas especificamente, sob como a partir do TT da *hashtag* #VotoAbertoSimRenanNão, até mesmo o regimento interno da Casa foi superado com intuito de atender o direcionamento da web. A senadora Simone Tebet pronunciou-se em favor da valorização do que é *tweetado*, afirmando que o conteúdo dos *tweets* advém da população brasileira.

Diferente das legislaturas anteriores, a participação atual dos parlamentares nas redes sociais é muito grande, e eles estão menos preocupados na política tradicional (reparados pela mídia online), e muito mais concentrados em, não apenas comunicar suas ações e atividades, mas também de se aproximar de seus eleitores e buscar representá-los de outra forma. Os senadores, ao votarem com o celular na mão, dando tamanha importância ao que está sendo dito nas redes sociais, colocando outra vez o *Twitter* como esfera pública, e expõem a confluência off/online do debate. No entanto, é prudente considerar a mão dupla de agenciamentos em tal confluência, pois, da mesma forma, os cidadãos estão com o celular na mão para acompanhar a votação dos senadores e pressioná-los. Trata-se, como já apontou Lévy (2011), da esfera pública do século XXI, condicionada pela mídia digital, que além de propiciar maior liberdade de expressão e oportunizar a escolha das fontes de informação, transforma, em função da sua dinâmica, cotidianamente a comunicação política.

O nome do senador Kajuru apareceu várias vezes na pesquisa empírica acerca das redes sociais e dos parlamentares, destacando-se na discussão da temática sobre participação política digital, enfatizando seu uso e apropriação da internet enquanto ferramenta representativa. O senador afirma possuir 30 redes sociais e 8 milhões de seguidores, no entanto, tal quantidade não foi encontrada pela pesquisa no ciberespaço realizada. Contudo, cabe a tal colocação, aparentemente falsa do senador, a reflexão sobre a efetividade deste

elevado número de redes sociais e seguidores. O quão efetivo no sentido de promover participação política, ou diálogo com os cidadãos, é ter múltiplos perfis na mesma rede social? A existência de mais perfis de seus representantes ampliam a participação política dos cidadãos? Ao indicar o número de seguidores que tem, quais dados que compõe essa soma e a qual a relevância efetiva de ter mais de 8 milhões de seguidores, no sentido de participação política?

Com certeza a especulação a acerca da potencialidade das redes sociais no debate democrático é mais ampla do que horizontes possíveis a se investir. Concluo isso a partir da percepção do quanto, ao observarem a relevância das redes sociais, os parlamentares a usam para criar um espectro momentâneo e frágil de representatividade e de oportunização de participação política, com destaque para o período eleitoral, como apontam os trabalhos apresentados na seção 1.5. Outro exemplo é quando utiliza-se da ferramenta de criar uma enquete *online* para definir o voto acerca de questões importantes e complexas, sem ser preciso apresentá-las em seus detalhes, de forma a possibilitar que a população possa de fato participar e construir, buscando chegar a uma decisão consciente e coletiva, além de simplesmente expressar suas opiniões.

Ao simplesmente seguirem as tendências que são apontadas nas redes sociais, que têm por característica o imediatismo, os atores políticos institucionalizados exploram-as sem considerar a complexidade da sociedade interconectada em que vivemos (povoada por BOTs, por exemplo) e sem vincular suas responsabilidades enquanto parlamentares com as novas dinâmicas oriundas das TICs. Obviamente, consultar os cidadãos sobre questões políticas sempre será válido, no entanto, creio que o mais adequado seria criar formas de diálogo sobre as questões políticas, explorando as possibilidades das inovações tecnológicas - o que também compete as atribuições do parlamentar, enquanto político. Considero portanto falta esforço por parte dos parlamentares em estudarem e pesquisarem as questões, investirem nas pesquisas de opinião pública a partir de software e dos avanços tecnológicos, mas de forma sistematizada e que os resultados legítimos garantam direitos.

De modo geral compreende-se a partir deste estudo que o *Twitter* funciona como uma ferramenta de alternativa ao discurso hegemônico, mesmo que os “jornais comuns” também estejam integrando as redes sociais - por disseminarem informações rapidamente. A plataforma permite a construção de diálogos, geradores de participação política, sobre diferentes temas, principalmente quando não se tratam de figuras ou assuntos situados nas

extremidades das ideologias políticas, que tendem a polarização. O principal uso pelos atores políticos institucionais das redes sociais é na promoção da imagem, especialmente nos períodos eleitorais, sendo outro uso que destaca a plataforma é a possibilidade de interação direta com os cidadãos e a percepção da opinião pública. Entretanto, a legitimidade destes últimos é comprometida pela interferência das ações dos robôs, apontadas por este trabalho e reconhecidas pelos parlamentares em seus pronunciamentos.

REFERÊNCIAS

ALVES FILHO, Francisco; ALEXANDRE, Leila Rachel Barbosa. A construção de objetos de discurso nos perfis fakes do Twitter. **Ling. (dis)curso**, Tubarão , v. 12, n. 3, p. 765-792, dez. 2012 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322012000300006&lng=pt&nrm=iso>. Acessos em 17 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S1518-76322012000300006>.

AMARAL, Marcelo Santos; PINHO, José Antonio Gomes de. Ideologias partidárias em 140 caracteres: uso do Twitter pelos parlamentares brasileiros. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro , v. 51, n. 6, p. 1041-1057, dez. 2017 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122017000601041&lng=pt&nrm=iso>. Acessos em 18 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7612155837>.

ARENDT, Hannah. A crise na educação. *Gestão Escolar*, s.d. 1957. Disponível em: <http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/otp/hanna_arendt_crise_educacao.pdf>. Acessos em 10 de jun. 2019.

BONIN, Iara Tatiana; KIRCHOF, Edgar Roberto; RIPOLL, Daniela. Disputas pela Representação do Corpo Indígena no Twitter. **Rev. Bras. Estud. Presença**, Porto Alegre , v. 8, n. 2, p. 219-247, June 2018 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2237-26602018000200219&lng=en&nrm=iso>. Acessos em 28 dez. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/2237-266076102>.

CASTELLS, Manuel. *Internet e Sociedade em Rede*. In *Por Uma Outra Comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Dênis de Moraes (org). - 3 ed -. Rio de Janeiro: Record, 2005.

_____. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

_____. *Redes de Indignação e Esperança*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade* – Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COELHO, Isabel Colucci. (A) **Internet e Educação: Aproximações inspiradas pelos movimentos sociais articulados em rede para a formação de sujeitos** / Isabel Colucci Coelho: orientadora, Andrea Brandão Lapa - Florianópolis, SC, 2015.

COELHO, Maria das Graças Pinto (B); LEMOS, Daniel Dantas. #Rolezinhos: Análise de redes sociais e construção de sentidos no discurso de tuiteiros acerca do #ProtestodosPintas em Natal (RN). **Galáxia (São Paulo)**, São Paulo , n. 30, p. 162-177, Dec. 2015 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532015000200162&lng=en&nrm=iso>. Acessos em 16 jun. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015220586>

D'ANDREA, Carlos Frederico de Brito. Cartografando controvérsias com as plataformas digitais: apontamentos teórico-metodológicos. **Galáxia (São Paulo)**, São Paulo , n. 38, p. 28-39, ago. 2018 . Disponível em

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532018000200028&lng=pt&nrm=iso>. Acessos em 24 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554234208>.

_____. FORNARI, Lucimara Fabiana et al . Gender and generation perspectives in the narratives of sexually abused women in childhood. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, Ribeirão Preto , v. 26, e3078, 2018 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-11692018000100390&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 18 jun. 2019. Epub 29-Nov-2018. <http://dx.doi.org/10.1590/1518-8345.2771.3078>.

ESCOBAR, Arturo. Bienvenidos a Cyberia: Notas para una Antropología de la cibercultura. *rev.estud.soc.*, Bogotá , n. 22, p. 15-35, Dec. 2005 . Available from <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2005000300002&lng=en&nrm=iso>. access on 03 July 2018.

FREITAS, Ernani Cesar de; BOAVENTURA, Luis Henrique. **Cenografia e ethos**: o discurso da intolerância e polarização política no Twitter. *Let. Hoje*, Porto Alegre , v. 53, n. 3, p. 449-458, July 2018 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-77262018000300449&lng=en&nrm=iso>. acessos em 15 dez 2018. <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7726.2018.3.30796>.

FSB, Comunicação. (A) **FSB divulga edição especial do ranking FSB Influência Congresso**. 2019. Disponível em: <<https://www.fsb.com.br/noticia/fsb-divulga-edicao-especial-do-ranking-fsb-influencia-congresso/>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

_____. (B) **Ranking FSB Influência Congresso** aponta importância dada por deputados e senadores às redes sociais com crescimento do volume de postagens. 2019. Disponível em: <<https://www.fsb.com.br/noticia/ranking-fsb-influencia-congresso-aponta-importancia-dada-por-deputados-e-senadores-as-redes-sociais-com-crescimento-do-volume-de-postagens/>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **Robôs, redes sociais e política**. Disponível em: <http://dapp.fgv.br/robos-redes-sociais-e-politica-estudo-da-fgvdapp-aponta-interferencias-ilegitimas-no-debate-publico-na-web/> . Acessado em: 13 de dezembro de 2017.

GAJANIGO, Paulo Rodrigues; SOUZA, Rogério Ferreira de. **Manifestações sociais e novas mídias**: a construção de uma cultura contra-hegemônica. *Cad. CRH*, Salvador, v. 27, n. 72, p. 577-592, Dez. 2014 .

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução: Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

_____. Três modelos normativos de democracia. Lua Nova, 1995.

_____. Guinada pragmática. In: HABERMAS, J. O pensamento pós-metafísico: estudos filosóficos. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990, p. 65-148.

KAJURU, Jorge. **Kajuru Goiás. MEUS DEUS!!! QUE PRESENTES, QUE ENSINAMENTOS E NOTÍCIAS, KAJURU GANHA COMO NOVO SENADOR POR GOIÁS!!! IMPOSSÍVEL NÃO VER E KAJURU FICOU EMOCIONADO.** 17/12/2018. Facebook: <https://www.facebook.com/kajurugoiias/> usuário Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/kajurugoiias/videos/389754285099477/>> Acesso em 06 jun 2019.

KAJURU, Jorge. Projeto de Resolução do Senado. Estabelece regras gerais sobre a participação do cidadão nas proposições legislativas em trâmite no Senado Federal. Senado Federal, sala de sessões. 2019. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7942249&ts=1556803436286&disposition=inline>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

KLEIN, Gisiela Hasse; GUIDI NETO, Pedro; TEZZA, Rafael. Big Data e mídias sociais: monitoramento das redes como ferramenta de gestão. **Saude soc.**, São Paulo , v. 26, n. 1, p. 208-217, mar. 2017. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902017000100208&lng=pt&nrm=iso>. Acessos em 18 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-12902017164943>.

LATOURE, Bruno. **Jamais fomos modernos:** ensaios de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

_____. **Reagregando o Social:** uma introdução à Teoria Ator-Rede. Bauru/Salvador: Edusc/EdUFBA, 2012.

_____. **Por uma antropologia do centro.** Mana, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, out. 2004.

LÉVY, Pierre. **A esfera pública do século XXI:** Biblioteca Pierre Lévy. São Paulo: 2011. Disponível em: <https://techyredes.files.wordpress.com/2011/08/techyredes_artigo-pierre-levy.pdf> Acesso em: 04 de novembro de 2018.

MAIA, Junot de Oliveira. **O Twitter de Renê Silva e a ocupação da tecnologia:** o morro (do Alemão) tem vez. Trab. linguist. apl., Campinas , v. 51, n. 1, p. 261-275, jun. 2012. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-18132012000100014&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 25 mai. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-18132012000100014>.

MARADEI, Anelisa; SANTOS, Marli dos. Violência contra as mulheres: o caso do estupro coletivo na esfera pública digital. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.**, São Paulo , v. 40, n. 2, p. 143-168, ago. 2017. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442017000200143&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 16 dez. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1809-5844201729>.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; AQUINO, Jakson Alves de; MIOLA, Edna. Deputados brasileiros no Twitter: um estudo quantitativo dos padrões de adoção e uso da ferramenta. **Rev. Bras. Ciênc. Polít.**, Brasília , n. 14, p. 201-225, ago. 2014 . Disponível em

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522014000200201&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 17 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/0103-335220141408>.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil; MONT'ALVERNE, Camila. How Important is Twitter to Local Elections in Brazil? A Case Study of Fortaleza City Council. **Bras. Political Sci. Rev.**, São Paulo , v. 10, n. 3, e0005, 2016 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-38212016000300205&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 28 jul. 2018. Epub 12-Dez-2016. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-38212016000300005>.

MENDES, Diego de Sousa et al . A campanha #foraricardoteixeira no Twitter: interações sociais e debate público a respeito do esporte. *Rev. Bras. Ciênc. Esporte*, Porto Alegre , v. 35, n. 4, p. 929-946, dez. 2013 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-32892013000400009&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 17 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32892013000400009>.

OLIVA, Thiago Dias. MEMES DE NATUREZA CÔMICA COMO ESTRATÉGIA DE RESISTÊNCIA A DISCURSOS HEGEMÔNICOS: ANÁLISE DAS REAÇÕES À CAMPANHA #GAYSNOMERECENMEDALLAS NO TWITTER. **Ling. (dis)curso**, Tubarão , v. 18, n. 3, p. 583-601, dez. 2018 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322018000300583&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 17 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-180308-13217>.

OLIVEIRA, Daniel José Silva; BERMEJO, Paulo Henrique de Souza. Mídias sociais e administração pública: análise do sentimento social perante a atuação do Governo Federal brasileiro. **Organ. Soc.**, Salvador , v. 24, n. 82, p. 491-508, set. 2017 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302017000800491&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 17 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1984-9240827>.

OLIVEIRA, Daniel José Silva et al . A APLICAÇÃO DA TÉCNICA DE ANÁLISE DE SENTIMENTO EM MÍDIAS SOCIAIS COMO INSTRUMENTO PARA AS PRÁTICAS DA GESTÃO SOCIAL EM NÍVEL GOVERNAMENTAL. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro , v. 53, n. 1, p. 235-251, fev. 2019 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122019000100235&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 18 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7612174204>.

ORTIZ, Júnia et al . Television experience and political discussion on Twitter: exploring online conversations during the 2014 Brazilian presidential elections. **Galáxia (São Paulo)**, São Paulo , n. 36, p. 45-58, dez. 2017 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532017000300045&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 08 jun. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554230952>.

PAIVA, André Luiz de; GARCIA, André Spuri; ALCANTARA, Valderi de Castro. Disputas Discursivas sobre Corrupção no Brasil: Uma Análise Discursivo-Crítica no Twitter. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 21, n. 5, p. 627-647, out. 2017. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552017000500627&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 18 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2017160163>.

PISCITELLI, Adriana. “#queroviarjarsozinhasemmedo”: novos registros das articulações entre gênero, sexualidade e violência no Brasil. **Cad. Pagu**, Campinas, n. 50, 175008, 2017. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332017000200309&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 18 jun. 2019. Epub 06-Jul-2017. <http://dx.doi.org/10.1590/18094449201700500008>.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco Toledo. O discurso dos #ProtestosBR: análise de conteúdo do Twitter. **Galáxia (São Paulo)**, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 199-216, dez. 2014. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532014000200017&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 16 jun. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014217911>.

RECUERO, Raquel (A). O twitter como esfera pública: como foram descritos os candidatos durante os debates presidenciais do 2º turno de 2014?. **Rev. bras. linguist. apl.**, Belo Horizonte, v. 16, n. 1, p. 157-180, mar. 2016. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982016000100157&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 17 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1984-639820158796>.

_____. (B), BITTENCOURT, Maria Clara Aquino; ZAGO, Gabriela. O discurso de veículos jornalísticos e a repercussão da audiência no Twitter sobre os protestos de 15 de março de 2015 no Brasil. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.**, São Paulo, v. 39, n. 3, p. 115-134, Dec. 2016. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442016000300115&lng=en&nrm=iso>. access on 26 June 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1809-5844201637>.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia (São Paulo)**, São Paulo, n. 41, p. 31-47, Aug. 2019. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532019000200031&lng=en&nrm=iso>. access on 08 June 2019. Epub May 23, 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>.

RIFIOTIS, Theophilos. **Desafios contemporâneos para a antropologia no ciberespaço: o lugar da técnica**. Civitas, Porto Alegre, v. 12, n. 3, p. 566-578, 2012.

_____. **Etnografia no ciberespaço como repovoamento e explicação**. 29a. Reunião Brasileira de Antropologia, Natal, 2014.

SÁEZ, Oscar Calavia. **Esse obscuro objeto de pesquisa**. Ilha de Santa Catarina: Edição do autor, 1a Ed., 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Os dilemas do pós-digital**. A voz da política. 2014.

SANTOS, Gustavo Gomes da Costa. Diversidade sexual e política eleitoral: Analisando as candidaturas de travestis e transexuais no Brasil contemporâneo. **Sex., Salud Soc. (Rio J.)**, Rio de Janeiro, n. 23, p. 58-96, ago. 2016. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-64872016000200058&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 17 jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2016.23.03.a>.

SCHERER-WARREN, Ilse. Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información. **Nueva Sociedad, Venezuela**, n. 196, mar-abr. 2005

_____. Desafios para uma sociologia política brasileira: os elos entre movimentos e instituições. **Sociologias, Porto Alegre, ano 17, no 38**, jan/abr 2015, p. 44-62. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/soc/v17n38/1517-4522-soc-17-38-00044.pdf>> Acessado em 15 jun. 2019.

SEGATA, Jean. **A inventividade da rede**. Rastros, Joinville, n. 18, p. 139-149, dez. 2013. Disponível em: <http://www.ielusc.br/aplicativos/ojs_necom/index.php/SECORD/article/view/154>. Acesso em 10 jun 2019.

SENADO, Agência. **Eleições: Senado tem a maior renovação da sua história**. 2018. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2018/10/08/eleicoes-senado-tem-a-maior-renovacao-da-sua-historia>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

SENADO, Federal. (A) **Notas taquigráficas**: Primeira sessão legislativa preparatória da 56ª legislatura. 2ª Reunião Preparatória. Secretaria-Geral da mesa. Secretaria de registro e redação parlamentar. 01/02/2019. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/escriva-servicosweb/sessao/pdf/23565>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

_____. (B) **Notas taquigráficas**: Primeira sessão legislativa ordinária da 56ª legislatura. 3ª Reunião Preparatória. Secretaria de registro e redação parlamentar. 06/02/2019. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/escriva-servicosweb/sessao/pdf/23567>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

_____. (C) **Kajuru destaca influência das redes sociais no debate político**. 2019. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/05/22/kajuru-destaca-influencia-das-redes-sociais-no-debate-politico>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

_____. (D) **GUEDES, Aline. Redes sociais do Senado têm crescimento histórico em 2018**. 2019. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/01/23/redes-sociais-do-senado-tem-crescimento-historico-em-2018>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

SENADOTV, Jorge Kajuru quer adotar formas de exercitar a democracia participativa. **Brasília: Tv Senado**, 2019. (26 min.), son., color. Disponível em: <<https://www.senado.gov.br/noticias/TV/Video.asp?v=453095>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

SOUZA, Rafael Martins de; GRACA, Luís Felipe Guedes da; SILVA, Ralph dos Santos. Politics on the Web: Using Twitter to Estimate the Ideological Positions of Brazilian Representatives. **Bras. Political Sci. Rev.**, São Paulo, v. 11, n. 3, e0003, 2017. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-38212017000300202&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 16 jan. 2019. Epub 13-Nov-2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-3821201700030003>.

STRATHERN, Marilyn. No limite de uma certa linguagem. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, out. 1999.

_____, Marilyn. Cutting the Network. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, London, v. 2, n. 3, 1996.

_____, Marilyn. Efeito Etnográfico In *O efeito etnográfico e outros ensaios*. Editora Cosac Naify, São Paulo, 2014.

TRENDINALIA. (A) **Trending Topics del viernes 01 de febrero en Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/brasil/brasil-190201.html>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

_____. (B) **Trending Topics del viernes 02 de febrero en Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/brasil/brasil-190202.html>>. Acesso em: 20 jun. 2019.