

Representação política online e o fenômeno da CPI da Covid nas redes sociais

João Mattar & Luiza Ferreira

A crescente adesão da população às redes sociais trouxe implicações não somente para a vida dos indivíduos no âmbito pessoal, mas também afetou consideravelmente a política e a forma como os representantes relacionam-se com seus eleitores. A Era da Visibilidade, caracterizada pela existência de canais de comunicação diretos entre políticos e os demais cidadãos, consolidou um novo modelo de relacionamento entre representantes e representados (ALMEIDA; GOMES, 2021). A comunicação direta possibilitou a construção de relações mais próximas, principalmente, entre membros do Legislativo e os eleitores, que se sentem mais atraídos pelo Congresso Nacional na medida em que consomem mais informações, ao mesmo tempo em que demandam maior transparência dos parlamentares (*ibid.*, 2021).

Assim sendo, as redes sociais atuam como uma extensão da política *offline*. Um exemplo pungente dessa dinâmica no Congresso é a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pandemia, caracterizada pela intensa participação popular nas redes e pelo contato direto entre congressistas e eleitores. Diante desse contexto, o presente texto busca analisar a influência das redes sociais sobre a política do Congresso Nacional, baseado no desempenho dos parlamentares na última legislatura e com ênfase nos episódios ocorridos no âmbito da CPI da Pandemia.

Segundo o dossiê “Parlamento, Mídias e Sociedade”, o fenômeno de aproximação virtual entre parlamentares e eleitores levou ao declínio do poder de mediação dos veículos convencionais de mídia e ao aumento do poder das mídias digitais (BARROS *et al.*, 2019). Nesse contexto, diferentemente do que era observado antes da difusão da tecnologia digital, em que a força política e o contato direto entre políticos e a população eram mais expressivos

durante campanhas eleitorais, as mídias sociais ampliaram os espaços de discussão política de forma contínua, como se as campanhas nunca fossem interrompidas (BARROS *et al.*, 2019).

Diante da consolidação dessa nova dinâmica de relacionamento, novas pesquisas acadêmicas surgiram buscando analisar e mapear como a atividade política *offline* pode ser entendida a partir da observação de comportamentos virtuais. A maior parte dessas pesquisas analisam, especialmente, o impacto do Twitter na política e na atuação parlamentar. Os mecanismos de interação existentes nessa rede social, originada a partir de um serviço de *microblogging*, estimulam o engajamento imediato e constante entre os criadores de conteúdo e os seus receptores, no caso, os parlamentares e os eleitores.

No artigo “Embates e silêncios: Lideranças Partidárias do Legislativo no Twitter”, as autoras buscam analisar a atual conjuntura das alianças partidárias no Congresso por meio do uso do Twitter (ALMEIDA; GOMES, 2021). Elas defendem que o Twitter é, frequentemente, o principal canal de comunicação entre os cidadãos e os demais atores políticos, situação que, por sua vez, tem transformado a rede social em um canal de pronunciamentos oficiais tanto no nível da política externa quanto interna (*ibid.*, 2021).

As relações políticas no Twitter, por sua vez, não existem em um vazio e, segundo as autoras, não há uma divisão expressiva entre o mundo real e o virtual. Trata-se de um *continuum* em que o online e offline alimentam-se e influenciam-se mutuamente (*ibid.*, 2021). Essa visão de continuidade é, de certa forma, explorada pelo pesquisador Marcelo Amaral, que analisou a forma como os parlamentares relacionam-se no Twitter entre si e com os eleitores. Amaral sugere que essas novas formas de comunicação e manifestação política podem apenas estar reproduzindo estruturas já existentes na política brasileira offline, como patronagem e patrimonialismo (AMARAL; PINHO, 2017).

Segundo Amaral, políticos dos pequenos partidos são menos populares no Twitter, enquanto políticos de grandes bancadas parlamentares possuem mais seguidores e taxas de engajamento maiores (AMARAL *et al.*, 2015). O ranking de influência do Congresso da

agência FSB Comunicação destacou que, em 2020, os parlamentares do PT e do PSL, que compõem as duas maiores bancadas da Câmara, são os mais ativos nas redes sociais e apresentam as maiores taxas de engajamento (FSB COMUNICAÇÃO, 2020). Ainda, Amaral destaca ainda que existem “políticos celebridades”, que possuem níveis de popularidade muito acima da média dos demais parlamentares e estão distribuídos entre todas as ideologias partidárias. Esse cenário aponta, portanto, para a existência de dois Congressos: um que está conectado à sociedade moderna e outro mais tradicional, que segue alheio às novas tecnologias (*ibid.*, 2015).

Esse fenômeno de divisão das Casas Legislativas pode ser observado no contraste entre o discurso e a atuação dos novos parlamentares eleitos em 2018. De um total de 557 cadeiras disponíveis, 120 foram ocupadas por políticos de primeiro mandato, sendo esta a maior taxa de renovação em 20 anos (CAMPOS, 2018). Entre os novos parlamentares, a maior parte possui forte atuação nas redes sociais e utiliza uma narrativa de contraposição à “velha política”, que se tornou bem popular nas últimas eleições (BRAGON; BRANT, 2021).

Entretanto, a realidade da atuação desses parlamentares mostrou-se diferente da expectativa da campanha eleitoral. Entre os congressistas de primeiro mandato, apenas 10% conseguiram ocupar cargos de liderança nas comissões ou na mesa diretora das casas (BRAGON; BRANT, 2021). Entre as exceções nesse cenário, encontram-se parlamentares que, apesar de novatos, compõem bancadas influentes, como o caso das governistas Bia Kicis (PSL-DF) e Carla Zambelli (PSL-SP), que ocupam cargos de presidência em Comissões da Câmara dos Deputados. Dessa forma, fica evidente que o Congresso tradicional ainda tem um peso considerável dentro da construção da agenda política no Legislativo nacional.

A CPI da Pandemia representa muito bem a confluência entre redes sociais e política no Parlamento. Instalada no Senado Federal no dia 27 de abril, rapidamente se tornou um fenômeno entre os internautas. Em especial, chama atenção o engajamento e

participação direta do público nos trabalhos de inquirição dos depoentes e delineamento das investigações.

O evento mais categórico ocorreu durante o depoimento do ex-secretário de Comunicação, Fabio Wajngarten. Ao responder os senadores, ele alegou que não tinha envolvimento com a campanha "O Brasil não pode parar", lançada pelo governo Bolsonaro em março de 2020, porque estava afastado em decorrência da Covid-19 e não estaria trabalhando durante a veiculação do material. No mesmo instante, o perfil do Twitter "Jair me arrependi" resgatou trechos de uma *live* entre Wajngarten e o deputado Eduardo Bolsonaro (PSL-RJ) em que ele afirma estar trabalhando normalmente naquele mês, inclusive aprovando campanhas na Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) (CERDEIRA, 2021). Ainda durante a mesma sessão, a publicação de "Jair me arrependi" foi usada ao vivo na CPI pelo senador Rogério Carvalho (PT-SE) para desmentir Wajngarten. O relator da CPI, senador Renan Calheiros (MDB-AL), chegou a pedir a prisão em flagrante do ex-secretário por falso testemunho (AGÊNCIA SENADO, 2021).

Esse episódio pavimentou o caminho para uma relação contínua entre senadores e internautas. Outro perfil do Twitter, "Tesoueiros do Jair", criou uma rede voluntária de trabalho para levantar e checar informações dadas pelos depoentes, organizando-as em documentos para enviar aos parlamentares. Segundo o administrador da página, que se mantém em anonimato, são cerca de 40 voluntários que vasculham documentos oficiais, declarações públicas, vídeos e post de membros do governo, além das centenas de contribuições difusas que chegam diariamente na caixa de mensagem da página. Para a administradora da "Jair me arrependi", seu trabalho e de seus semelhantes pode ser classificado como "ciberativismo" (GONÇALVES, 2021).

Pelas trocas de mensagens públicas na *timeline* e participação em iniciativas das páginas, é possível ver que os administradores possuem canal aberto com alguns membros chave da Comissão. O vice-presidente da CPI, senador Randolfe Rodrigues (Rede-AP), fez, inclusive, um agradecimento público reconhecendo suas contribuições aos trabalhos da

Comissão. Tanto Randolfe quanto o senador Omar Aziz (PSD-AM), presidente da CPI, participaram como convidados do podcast “República Debochevique”, programa coordenado por Leila Germano com participação da Jaime, do Tesouheiros e do Bolsoregrets (outra página similar do Twitter).

Por sua parte, os senadores que integram a CPI capitalizam politicamente em cima da popularização da Comissão nas redes sociais e impulsionam o fenômeno da mesma forma que são mobilizados por ele. Renan Calheiros (MDB-AL), político da velha guarda em seu quarto mandato no Senado Federal, soube surfar na onda. O senador mantém uma equipe para monitorar a repercussão de suas perguntas entre os internautas e utilizou até mesmo as perguntas sugeridas por seus seguidores do Instagram. Renan costuma fazer uso de materiais multimídia em suas inquirições, uma maneira de tentar viralizar ainda mais os depoimentos nas redes sociais (LINDNER; PORTINARI, 2021).

Um levantamento da consultoria Bites, a pedido do portal Poder360, mostrou que — uma vez agregados — os 11 titulares da CPI da Covid ganharam 1,5 milhão de seguidores no montante de usuários do Facebook, Twitter, Instagram e Youtube desde a implementação da CPI até o dia 10 de agosto. Renan Calheiros não é nem um dos que lideram o ranking — ganhou cerca de 77 mil. Os opositores ao governo, Randolfe e Omar, cuja proximidade com os ciberativistas do Twitter destacamos acima, ganharam 412 mil e 213 mil, respectivamente. Na liderança, desponta o senador Marcos Rogério (DEM-RO), que somou 469 mil novos seguidores, sobretudo por ter se tornado o grande representante do bolsonarismo na Comissão (PLIGHER; OLIVA, 2021).

De governistas aos opositores, o fenômeno da CPI atravessa o espectro ideológico e indica que não há exclusividade para mobilização política nas redes sociais. Também nos mostra o enfraquecimento do poder da imprensa tradicional em ser basilar na construção da opinião pública e de fazer a mediação com o Parlamento. Na CPI, os senadores dialogam diretamente com os internautas e sua inquirição aos depoentes é influenciada diretamente por essa dinâmica.

O transbordamento do mundo online ao mundo *offline*, no caso da Comissão, foi até mesmo um pouco alegórico, mas evidenciou um processo que vem se desenvolvendo há muitos anos, como indica a profusão de pesquisas a respeito do tema. Se por um lado o interesse popular no processo político observado na CPI da COVID não se manifesta nas demais Comissões do Congresso, por outro, é esperado que as eleições de 2022 intensifiquem a influência das redes sociais na representação parlamentar, considerando que o contato direto entre congressistas e a população é mais intenso durante períodos eleitorais.

Referências

AGÊNCIA SENADO. **Renan pede prisão de Wajngarten por mentir; Omar nega e diz que CPI “não é tribunal”**. 2021. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/05/12/renan-pede-prisao-de-wajngarten-por-mentir-omar-nega-e-diz-que-cpi-nao-e-tribunal>. Acesso em: 28 ago. 2021.

ALMEIDA, H. do N.; GOMES, L. P. V. Embates e silêncios: Lideranças Partidárias do Legislativo no Twitter. **Aurora: revista de arte, mídia e política**, v. 14, n. 40, p. 68-90, 2021. Disponível em: DOI: 10.23925/1982-6672.2021v14i40p68-90

AMARAL, M. S.; PINHO, J. A. G. de. Ideologias partidárias em 140 caracteres: uso do Twitter pelos parlamentares brasileiros. **Revista de Administração Pública**, v. 51, n. 6, p. 1041-1057, 2017. DOI: 10.1590/0034-7612155837

AMARAL, M. S.; PINHO, J. A. G. de; OLIVEIRA, L. S. de; AGUIAR, I. dos S. O Congresso nas Redes Sociais: uso do Twitter por parlamentares brasileiros. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, n. 20, p. 47-76, 2015.

BARROS, A. T.; BERNARDES, C. B.; MITOZO, I.; LIMA, M. É. de O. Apresentação do Dossiê Parlamento, Mídias e Sociedade. **E-Legis - Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Câmara dos Deputados**, v. 12, n. 29, p. 11-14, 2019. Disponível em: DOI: 10.51206/e-legis.v12i29.536

BRAGON, R.; BRANT, D. Engolidos pela “velha política”, novatos que surfaram onda de 2018 submergem no baixo clero do Congresso. **Folha de S. Paulo**, 7 ago. 2021 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/08/engolidos-pela-velha-politica-novatos-que-surfaram-onda-de-2018-submergem-no-baixo-clero-do-congresso.shtm>. Acesso em: 22 ago. 2021.

CAMPOS, A. C. Taxa de renovação da Câmara dos Deputados foi a maior em 20 anos. **Agência Brasil**, 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-10/taxa-de-renovacao-da-camara-dos-deputados-foi-maior-em-20-anos>. Acesso em: 26 ago. 2021.

CERDEIRA, R. CPI da Covid ganha ajuda das redes sociais nos trabalhos de investigação, **CBN**, 10 jul. 2021. Disponível em: <https://cbn.globoradio.globo.com/media/audio/346628/cpi-da-covid-ganha-ajuda-das-redes-sociais-nos-tra.htm>. Acesso em: 28 ago. 2021.

GONÇALVES, M. E. Uma frente ampla de ciberativismo, do Twitter à CPI da Covid. **Revista Híbrida**. 2021. Disponível em: <https://revistahibrida.com.br/revista/edicao-7-movimento/uma-frente-ampla-de-ciberativismo-do-twitter-a-cpi-da-covid/>. Acesso em: 22 ago. 2021.

FSB COMUNICAÇÃO. **FSB Influência Congresso 2020 - Edição especial**. 2020. Disponível em: <https://www.fsb.com.br/wp-content/uploads/2020/07/Release-FSBinfluenciaCongresso-SEMESTRE-1-2020-20072020.pdf>. Acesso em: 18 set. 2021

LINDNER, J.; PORTINARI, N. Alvo de bolsonaristas na redes sociais, Renan passou a usá-las como aliadas na CPI da Covid. **Jornal O Globo**. 2021. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/brasil/alvo-de-bolsonaristas-na-redes-sociais-renan-passou-usa-las-como-aliadas-na-cpi-da-covid-25061305>. Acesso em: 28 ago. 2021.

PLIGHER, P.; OLIVA, G. Senadores da CPI da Covid captam 1,5 milhão de seguidores nas redes. **Poder 360**, 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/congresso/senadores-da-cpi-da-covid-captam-15-milhao-de-seguidores-nas-redes/>. Acesso em: 28 ago. 2021.