



Universidade de Brasília
Instituto de Ciência Política

**Democracia Tuitada: o uso do Twitter como plataforma de
ativismo digital e de participação social na CPI da Pandemia**

Luis Mateus das Neves de Oliveira

Brasília,
2022

**Democracia Tuitada: o uso do Twitter como plataforma de
ativismo digital e de participação social na CPI da Pandemia**

Luis Mateus das Neves de Oliveira

Monografia apresentada ao Instituto
de Ciência Política da Universidade
de Brasília como pré-requisito para
obtenção do título de bacharel em
Ciência Política.

Prof^a. Dr^a. Rebecca Neaera Abers

Orientadora

Prof^a Dr^a Marisa von Bülow

Parecerista

Brasília,

2022

Aos meus pais, que sempre sonharam este sonho comigo, e à minha irmã, que muito em breve também realizará. Sempre foi por eles e para eles.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais por terem me apoiado até aqui, mesmo após não ter correspondido, por muitas vezes, às expectativas deles. Agradeço por sempre terem confiado em mim e por, desde que era pequeno, terem me incentivado a ir além, me encorajando a ser uma excelente profissional e uma pessoa igualmente melhor.

À minha irmã, Maria Lívia, que, assim como eu, tem o privilégio de viver o sonho que é estudar na Universidade de Brasília.

À toda a minha família, em especial às minhas tias Lúcia e Reny. E ao meu tio Wellington, que em todo o tempo foi referência política para mim.

Aos meus amigos, em especial Mariana e João Paulo, que estiveram a todo o momento comigo, me apoiando, me respeitando e me entendendo, sobretudo neste momento tão difícil da produção da monografia.

Ao Daniel, meu primo, e ao Guilherme, um grande amigo. Tive a infelicidade de perdê-los durante a escrita desse trabalho. Os levarei para sempre comigo.

Às duas orientadoras com quem tive a honra de conviver no processo de escrita dessa monografia, Marisa von Bülow e Rebecca Neaera Abers, que foram fundamentais para a sua conclusão. Um agradecimento especial à Marisa, que acompanhou todo o esforço, cansaço mental e físico, às perdas e dúvidas, às crises de ansiedade e de incapacidade produtiva que tive ao longo de todo esse trabalho.

À minha querida Universidade de Brasília, local que sonhei estar por muito tempo, e que agora me despeço, na esperança de voltar um outro dia.

Aos professores do IPOL, em especial Graziela, que sempre foi tão solícita e compreensiva comigo, e Suely Mara Vaz Guimarães de Araújo, que me deu a honra de me encantar ainda mais pelo processo legislativo e que hoje é uma grande colega na pauta ambiental.

À Tabata Amaral, minha querida chefe e amiga, com quem tive a honra de ver a política que eu acredito e confio ainda enquanto estava na faculdade, foi um grande privilégio, e por poder compartilhar contigo diversas lutas em defesa de uma educação de qualidade para todos.

Ao Eixo Político, minha página no Twitter, onde posso debater política todos os dias com pessoas de todo o país e por me ensinar a confiar no meu próprio potencial.

RESUMO

Em 2021, o Brasil foi bombardeado de informações diárias da Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia. Instalada em abril de 2021 por Rodrigo Pacheco, então presidente do Senado Federal, a CPI foi responsável por apurar as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da Pandemia da COVID-19 e possíveis irregularidades em contratos, fraudes em licitações, superfaturamentos, entre outras coisas. Com o surgimento das redes sociais e o aumento da transparência por parte dos poderes, o debate político passou a ser cada vez mais comum num ambiente de curtidas, compartilhamentos e interações em tempo real com *players* políticos. Além de relatar as atividades diárias da comissão, perfis nas redes sociais, em especial no *Twitter*, foram utilizados como plataforma de engajamento político e de ativismo político, a fim de garantir que os trabalhos da comissão, de fato, tivessem um desfecho. Esta monografia visa, então, analisar essas contas, suas postagens e impactos diretos e indiretos na condução da CPI.

Palavras-chave: Pandemia, movimentos sociais, ativismo digital, Twitter, CPI, Comissão Parlamentar de Inquérito, Covid-19.

ABSTRACT

In 2021, Brazil was bombarded by daily updates about the Parliamentary Committee that investigated the Governmental actions about the Covid-19 pandemic. Established in april, 2021 by then Senate's President, Rodrigo Pacheco, the Committee was responsible for canvassing actions and omissions by the Federal Government during the pandemic of covid-19 and possible irregularities in government contracts, fraud, overbilling and embezzlement and more. Since the rise of social media, the increase in transparency of government, political debate has become even more common in an environment ruled by likes, shares and realtime interactions with political agents. Besides reporting daily committee activities, social media profiles, specially on Twitter, were use as a means for political engagement and political activism, in order to guarantee that the committee's works come to a conclusion. This monograph intents to analyse those accounts, their posts and direct and indirect impaction in the conduction of the committee's works.

Keywords: Pandemic, Parliamentary Inquiry Committee, Covid-19, Twitter, social movements, and digital activism

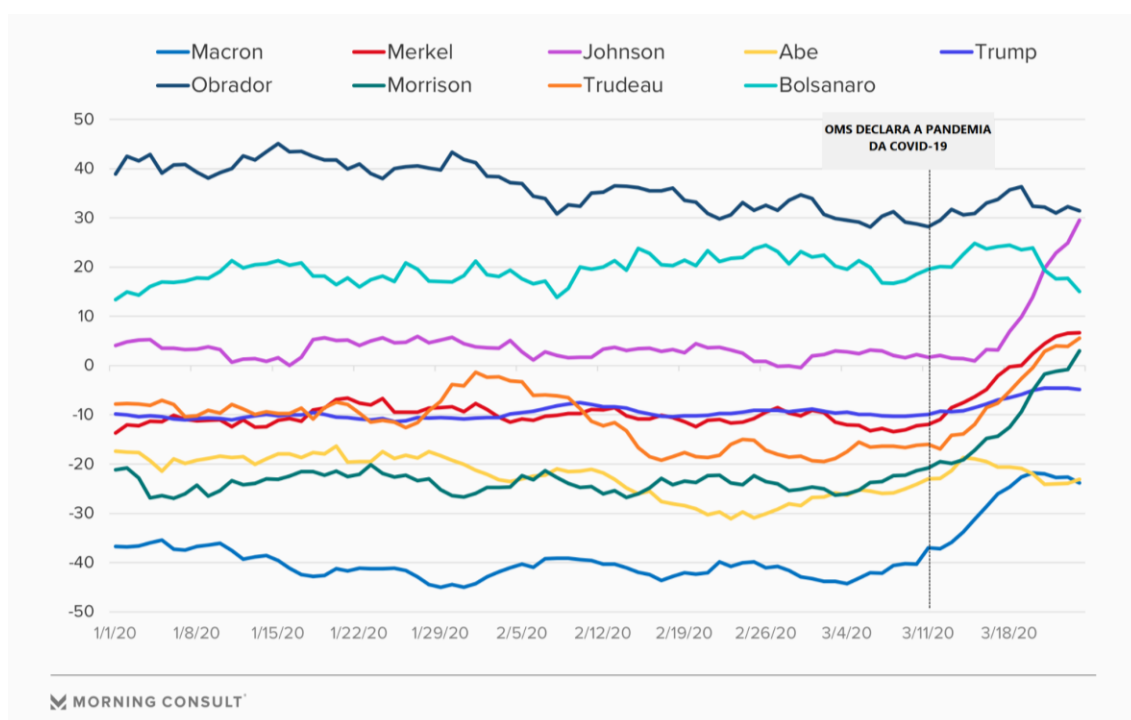
SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
METODOLOGIA	12
ATIVISMO POLÍTICO DIGITAL NO BRASIL	13
O uso da internet no Brasil	13
Twitter como plataforma de debate político.....	15
A DESMOBILIZAÇÃO DO ATIVISMO ANALÓGICO E A ASCENSÃO DO ATIVISMO DIGITAL DURANTE A PANDEMIA.....	17
CPI DA PANDEMIA	18
Mobilização para a instalação: campanhas, abaixo-assinados, etc	18
Twitter como principal plataforma de engajamento e repercussão	23
Do Twitter para o “analógico”: o dossiê que auxiliou os senadores	37
Além do Twitter: grupos no Telegram e caixa de perguntas no Instagram .	39
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
BIBLIOGRAFIA	42

INTRODUÇÃO

No final de 2019, o planeta foi surpreendido com a chegada de um novo vírus. O Sars-Cov-2, da família dos coronavírus, rapidamente se espalhou pelo mundo, gerando a COVID-19, que redefiniu, pelo menos naquele momento, o nosso conceito de normalidade. A sociedade parou e, com todos trancados dentro de casa, as rotinas diárias de bilhões de pessoas passaram a ser em frente a um computador.

Gráfico 1 – Aprovação dos líderes mundiais antes e durante os primeiros dias da Pandemia



Fonte: Morning Consult. Acesso em 14/09/2022

A pandemia da COVID-19, além de afetar as nossas relações interpessoais, impactou diretamente na política de todo o mundo. O chamado “*rally ‘round the flag effect*” (efeito de união nacional) – expressão criada em 1970 pelo cientista político americano John Mueller para explicar a popularidade de presidentes dos EUA em tempos de crise – impulsionou a popularidade de líderes como Angela Merkel (Alemanha), Justin Trudeau (Canadá) e Scott Morrison (Austrália). No entanto, outros líderes, como Jair Bolsonaro (Brasil), Donald Trump (EUA) e Shinzo Abe (Japão), não tiveram o mesmo êxito.

Boris Johnson (Reino Unido), que teve um dos principais aumentos de popularidade, foi vítima da própria COVID-19 poucos dias depois, ampliando ainda mais

a sua aprovação. O primeiro-ministro britânico ficou internado por três dias antes de poder voltar às atividades. Esse fato político aconteceu acabou refletindo diretamente na percepção da população sobre a imagem do premiê.

Tabela 1 – Aprovação dos líderes mundiais antes e durante os primeiros dias da Pandemia

	01/01/2020		11/03/2020		24/03/2020	
	Aprovação	Desaprovação	Aprovação	Desaprovação	Aprovação	Desaprovação
Trump	41%	51%	42%	52%	44%	49%
Abe	35%	52%	33%	56%	32%	55%
Merkel	39%	53%	40%	52%	49%	43%
Johnson	48%	43%	46%	44%	61%	32%
Macron	28%	65%	28%	65%	35%	59%
Bolsonaro	53%	39%	56%	36%	53%	38%
Trudeau	43%	51%	38%	54%	49%	44%
Morrison	35%	56%	34%	55%	47%	44%
AMLO	64%	25%	60%	32%	60%	29%

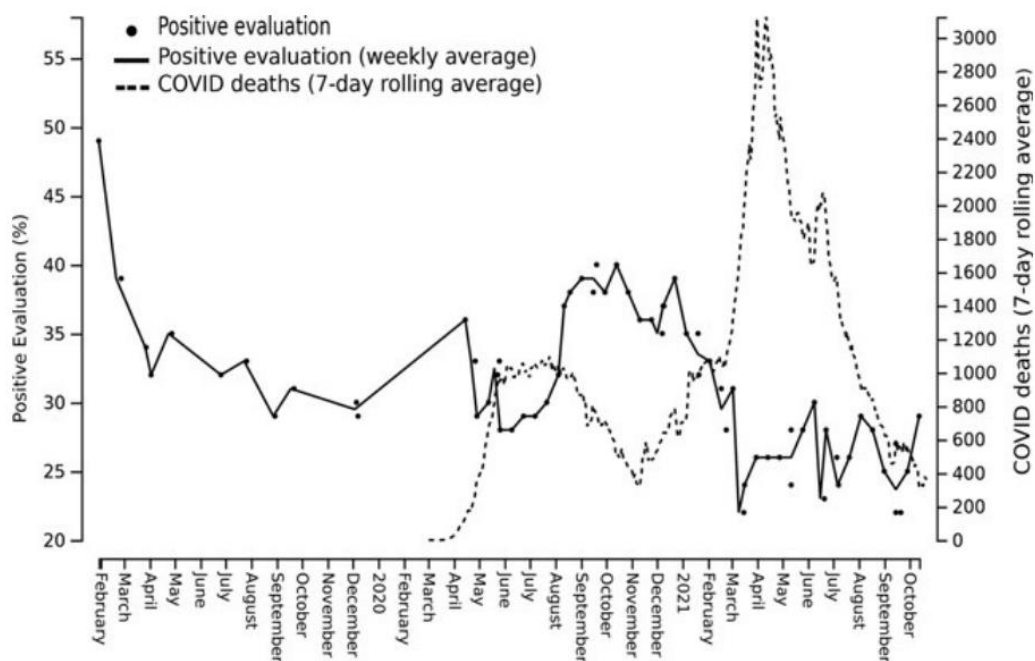
Fonte: Morning Consult. Acesso em 14 de setembro de 2022.

Conforme pesquisa da consultoria americana Morning Consult (Figuras 1 e 2), alguns líderes saíram com maiores taxas de aprovação. Entre os países que adotaram medidas restritivas a fim de impedir a propagação do vírus, a aprovação da imagem do governante foi maior do que em outros países, como EUA e Brasil. Por aqui, no dia 24 de março de 2020, o presidente Jair Bolsonaro realizou um pronunciamento pedindo “volta à normalidade” no país e culpou os meios de comunicação por espalharem, segundo ele, uma sensação de “pavor”. Naquela data, 2.271 casos foram registrados e 47 mortes foram confirmadas, conforme dados das Secretarias Estaduais de Saúde.

Ainda sobre a imagem de Jair Bolsonaro, um estudo produzido por Rebecca Neaera Abers e Marisa von Bülow mostra as oscilações da taxa de popularidade do Presidente, e argumenta que a razão para o crescimento da aprovação a partir do segundo semestre de 2020 foi o “Auxílio Emergencial”. Conforme apontam as autoras:

“A chave para explicar o aumento da popularidade de Bolsonaro em meados de 2020 foi a implementação do programa ‘Auxílio Emergencial’. A política, aprovada no final de março de 2020, aqueceu a economia e reduziu a pobreza em comparação ao período pré-pandemia. Até junho, quase metade da população do país morava em residências onde pelo menos uma pessoa recebia pagamentos (IBGE 2020). Um estudo descobriu que, sem o programa, a perda média de renda dos trabalhadores devido à pandemia seria de 18% em julho de 2020. Em vez disso, a renda média aumentou 24% em relação aos níveis pré-pandemia (Gonzalez e Barreira 2020).” (ABERS e VON BULOW, 2022, p. 10-11)

Gráfico 2 – Popularidade do presidente Jair Bolsonaro e o número de mortes por COVID-19



Fonte: Von Bülow e Abers, 2021, p. 10.

Outra grande mudança ocorrida em virtude da pandemia foi a forma como é feito o ativismo político. Em razão das medidas de restrição de circulação impostas para combater a COVID-19, a capacidade de mobilização social foi afetada e movimentos sociais, entidades de classe, estudantes e diversos outros grupos ficaram impossibilitados de atuar presencialmente, impactando na realização de atos e manifestações de rua a fim de pressionar o Governo Federal.

Nesse período, as redes sociais digitais se tornaram essenciais, não apenas para aproximar famílias e amigos num período tão conturbado, mas também para manter viva a participação política e a militância, como Marisa von Bülow (2020) destaca:

"... a pandemia deve ser entendida como um evento mobilizador, uma crise (ainda em aberto) à qual uma ampla variedade de atores da sociedade civil deu respostas, a partir do uso de diferentes repertórios de ação on-line e off-line. É

também um evento inevitável, no sentido de que esses atores não podem ignorá-lo, mas se veem obrigados a enfrentar seus impactos”.

As mídias digitais também foram importantes para reduzir a desigualdade de informação no pico da pandemia e serviram como vetor para divulgar informações e/ou auxílios para as pessoas de regiões mais carentes do Brasil.

“A disseminação de telefones celulares e conexões de internet em áreas mais pobres têm contribuído para o crescimento de grupos jornalísticos de base. Durante a pandemia, essas organizações buscaram contestar o negacionismo em comunidades carentes, lançando campanhas de conscientização que combinavam métodos tradicionais de comunicação, como programas de rádio, com novas tecnologias digitais. Um exemplo foi a criação de um novo aplicativo de celular pelos ativistas de mídia da Voz da Comunidade (Voz da Comunidade), sediada no Rio de Janeiro, que buscava disseminar informações confiáveis sobre a pandemia dentro das favelas” (Abers et al., 2021, p. 334).

Mais do que isso, as redes sociais foram fundamentais no movimento de pressão, instalação e fiscalização dos trabalhos da CPI da Pandemia, que investigou as condutas do governo do governo federal durante a emergência de saúde sanitária internacional.

A Comissão Parlamentar de Inquérito é considerada um direito das minorias parlamentares e está prevista no artigo 58, § 3º da Constituição Federal de 1988 da República Federativa do Brasil. As CPIs têm poderes de investigação próprios e podem ser “criadas pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal, em conjunto ou separadamente, mediante requerimento de um terço dos seus membros” (BRASIL, 1988).

O Parlamento é um dos principais meios de representação política. Ele é o lugar da representação de opiniões e interesses materializados em partidos políticos. Além do voto nas eleições e da militância partidária, o Parlamento nos proporciona diversos mecanismos institucionais a fim de aumentar a participação da sociedade na formulação de políticas públicas e do debate institucional, são elas: as audiências públicas, que permitem o recebimento de perguntas de cidadãos através do portal e-Cidadania; a transmissão ao vivo de sessões e reuniões por meio das TVs Câmara e Senado, na TV Aberta, e do canal da Câmara dos Deputados e do Senado Federal no YouTube; além de apresentação de projeto de lei de iniciativa popular, garantida na Constituição Federal de 1988, e que necessita a assinatura de, pelo menos, 1% do eleitorado brasileiro e apoio de, no mínimo, 0,3% dos eleitores de pelo menos 5 estados.

Este trabalho propõe analisar o uso do Twitter como plataforma de ativismo digital e como perfis, especialmente @jairmearrependi, @tesoureiros, @camarotedacpi, @desmentindoboço e @bolsoregrets, atuaram e se relacionam com senadores durante a CPI da Pandemia. Além disso, destaco como a plataforma foi importante para a instalação

e execução dos trabalhos. Afinal, foi através dela que internautas pressionaram por sua instalação e tinham um canal aberto com os senadores que participavam da investigação. “Tuiteiros”, nome dado aos usuários da rede social, se propuseram a interferir diretamente nos trabalhos ao levantar e compartilhar fotos, vídeos e tweets antigos que já não estavam mais no radar dos senadores ou da imprensa e teceram diversos comentários sobre a investigação, como apontado pelos senadores Randolfe Rodrigues e Humberto Costa (2022):

“Pela primeira vez na história, a CPI teve ampla participação social, um trabalho parlamentar que rompeu os limites do Congresso Nacional e foi transmitido, ao vivo, para todo o país pelas televisões, rádios e especialmente pelas mídias sociais, como Twitter e YouTube, por meio das quais as atividades da comissão foram acompanhadas em tempo real”.

METODOLOGIA

A seguir, apresento as estratégias de coletas de dados utilizadas nesta monografia. O texto está organizado em três partes. Na primeira, apresento uma breve discussão sobre o tema do ativismo digital no Brasil. Em seguida, discorro sobre a desmobilização do ativismo analógico e a ascensão do ativismo digital durante a emergência de saúde global da COVID-19. Por fim, finalizo trazendo contribuições sobre o debate do ativismo digital e do uso do Twitter como plataforma de participação social nas investigações e no andamento dos trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia (CPIPANDEMIA).

Para alcançar os objetivos da pesquisa, foram utilizadas cinco estratégias de coleta de dados. Primeiro, foram analisados tweets das contas que atuaram na plataforma diretamente na repercussão da Comissão Parlamentar de Inquérito. Cito os perfis @jairmearrependi, @tesoureiros, @camarotedacpi, @desmentindoboço e @bolsoregrets. Ao longo da execução do trabalho, fiz a inclusão de um sexto perfil para uma breve análise: @matheusagostin, responsável por viralizar um vídeo que, poucos dias depois, foi incorporado ao relatório final da investigação. Além das páginas, foram mapeados também todos os perfis dos senadores integrantes da CPI da COVID-19 durante o seu período de funcionamento.

Em segundo lugar, este trabalho analisou e mapeou os discursos proferidos pelos senadores e interrogados da CPI da Pandemia em dois momentos: o primeiro, antes e

durante a instalação da comissão, para apurar os parlamentares que se manifestaram a favor ou contrariamente à sua instalação; e durante a sua atividade, entre 27 de abril de 2021 e 05 de novembro de 2021, para identificar menções e comentários de parlamentares às contas mencionadas acima ou acontecimentos publicados por elas que tiveram impacto, direto ou indireto, dentro dos andamentos da Comissão Parlamentar de Inquérito a partir das palavras-chaves “internauta”, “. Com isso, cruzei alguns tweets com discursos a fim de testar a hipótese de participação direta nos trabalhos da Comissão.

O terceiro método para a produção deste trabalho foi a análise de reportagens publicadas na mídia especialmente no período inicial da CPI, em maio, a fim de complementar os dados sobre o funcionamento da Comissão.

Por fim, mas não menos importante, foi utilizada observação participante, uma vez que estive presente ativamente no processo de investigação da CPI como voluntário. Além disso, realizei uma entrevista no dia 10 de agosto com um(a) integrante da assessoria parlamentar de um dos membros, reproduzida de forma anônima neste artigo, a fim de obter informações que não eram de conhecimento até aqui.

ATIVISMO POLÍTICO DIGITAL NO BRASIL

O uso da internet no Brasil

Com a democratização da internet a partir dos anos 90 e 2000, surgiram plataformas para comunicação que iam além dos tradicionais e-mails. Podemos citar, por exemplo, o *ICQ Messenger* e o *MSN Messenger*, ambos muito famosos no Brasil. Com o crescimento do Google, que investia pesadamente na sua plataforma de envio de e-mails *Gmail*, também houve um número significativo de usuários do Google Talk no país.

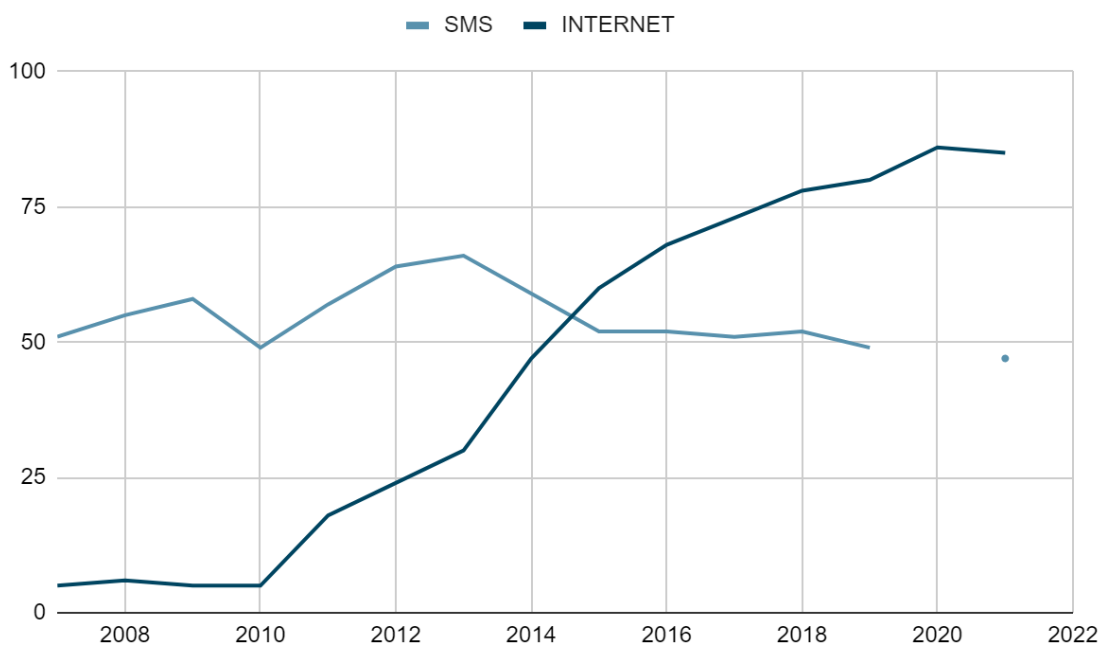
Segundo dados do site InfoMoney (2007) o custo do SMS no país era, em média, R\$ 0,35 por mensagem em 2007. Naquela época, de acordo com a Lei nº 11.498, o salário-mínimo no país era R\$ 380 (trezentos e oitenta reais), em valores nominais. Ou seja, para enviar uma única mensagem e para um único destinatário, um brasileiro gastava, em média, 0,09% do seu salário para se comunicar. É neste contexto que os mensageiros instantâneos gratuitos foram importantes para aumentar o acesso à comunicação entre pessoas no Brasil, em especial um aplicativo: o WhatsApp.

O WhatsApp surgiu em 2009, nos Estados Unidos, por Jan Koum e Brian Acton, com a proposta de competir diretamente com o envio de mensagens SMS. Entretanto, como o envio desse tipo de mensagem era gratuito nos Estados Unidos, o aplicativo acabou crescendo mais no exterior do que no país de origem.

A pesquisa TIC Domicílios, realizada anualmente desde 2005 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), tem o objetivo de mapear o acesso às tecnologias de informação e comunicação nos domicílios urbanos e rurais do país e as suas formas de uso.

Ao analisar os dados de 2007 a 2012, percebemos que há um aumento no número de brasileiros que passam a utilizar o celular para navegar na internet (ver Figura 1). Esse percentual sai de 5% entre os anos de 2007 e 2010 e vai para 24% em 2012, um crescimento de 380% em praticamente dois anos. Já os brasileiros que afirmam usar o celular para enviar SMS eram 49% em 2010, indo para 64% em 2012: um crescimento de pouco mais de 30%.

Gráfico 3 – Percentual de brasileiros que usam o celular para enviar SMS ou para navegar na internet¹



¹ Entre os anos de 2007 e 2012, a pesquisa TIC Domicílios mapeou o envio de mensagens de texto SMS e o uso da internet nos aparelhos celulares. A partir de 2013, a pesquisa passou a trazer mais detalhes, apontando para quais atividades os indivíduos utilizavam internet nos celulares (acessar redes sociais, e-mail, páginas ou sites de internet, buscar informações, usar mapas ou baixar aplicativos). A partir de 2014, passam a questionar se os usuários utilizam a internet para o envio de mensagens instantâneas.

Sem dúvida, o aumento no uso da internet no país nos últimos anos teve relação direta com o aumento da venda de smartphones. Ou seja, podemos entender que, ao longo dos anos mais recentes, a internet passou a fazer parte do cotidiano diário dos brasileiros. Com o aumento nos números de usuários utilizando a rede mundial de computadores no país, aumentou, também, o total de brasileiros que se interessam e se engajam diretamente por política nas mídias sociais. De acordo com uma pesquisa do Instituto DataSenado (2019), 45% dos entrevistados afirmaram ter decidido o voto levando em consideração informações vistas em redes sociais, sendo que a principal fonte de informação dos brasileiros, hoje, é o WhatsApp.

Twitter como plataforma de debate político

Embora tenha sido criado com o intuito de ser um *microblog*, o Twitter, surgido em 2006, rapidamente ganhou notoriedade pelas pessoas e passou a ser uma ferramenta de trabalho pelos políticos. Por suas características de construir uma rede e formar conexões, podemos entendê-lo como uma rede social. E foi com Barack Obama, 44º presidente dos Estados Unidos, que tivemos a primeira experiência em larga escala do uso das redes sociais como plataforma para engajamento político e para disseminação das informações pelos políticos. (THE DRUM, 2016)

Senador do pequeno estado de Illinois, Obama rapidamente ganhou notoriedade nas redes sociais digitais, que ainda estavam começando a caminhar naquela época, e, graças à sua estratégia de campanha digital, conseguiu não apenas arrecadação de dinheiro, mas também a criação de uma grande rede de voluntários, que eram bombardeados digitalmente a todo instante com vídeos, mensagens de texto e e-mails, conforme apontado por Aaker e Chang (2009):

“Em termos de números, externamente, a campanha de Obama conseguiu angariar 5 milhões de apoiantes em 15 redes sociais diferentes, desde o Facebook ao MySpace. Em novembro de 2008, Obama tinha aproximadamente 2,5 milhões (algumas fontes dizem até 3,2 milhões) de apoiadores no Facebook, superando o oponente republicano John McCain em quase quatro vezes. Em termos de Twitter, Obama tinha mais de 115.000 seguidores, mais de 23 vezes os de John McCain. Em termos de seguidores e cliques do YouTube, as pessoas gastaram 14 milhões de horas assistindo a

² Este trabalho cruzou as informações “mensagem de SMS” e “uso de internet” de 2007 a 2012, “mensagem de sms” e “uso de redes sociais” em 2013 e “mensagem de sms” e “mensagens pela internet ou mensagens instantâneas” a partir de 2014.

vídeos relacionados à campanha de Obama no YouTube, com 50 milhões de espectadores no total. Isso foi quatro vezes o número de espectadores de McCain no YouTube. Além dessas novas mídias, a campanha de Obama alavancou totalmente outras tecnologias, como e-mail e mensagens de texto. A campanha enviou um total de 1 bilhão de e-mails internos. Eles enviaram de 8.000 a 10.000 mensagens de e-mail exclusivas direcionadas a segmentos específicos de sua forte lista de e-mail de 13 milhões de membros, com assuntos variando de estado e residência a problemas e histórico de doações”.

Após o sucesso de Barack Obama nas redes sociais, foi Donald Trump que decidiu seguir a mesma estratégia. Entretanto, diferentemente da campanha do democrata, a do republicano foi mais beneficiada pela divulgação de desinformação nas redes.

Enquanto governava, Donald Trump usou o Twitter como uma das suas principais plataformas de comunicação política. Era através do *microblog*/rede social que o ex-presidente americano engajava sua base de apoiadores, dava comunicados oficiais em primeira mão e criticava integrantes ou militantes da oposição. Foi pelo Twitter, inclusive, que contas de oposição foram criadas e utilizadas para fiscalizar o governo Trump. Foi neste momento que surgiu a “*Trump Regrets*” que, pouco tempo depois, influenciou a criação de contas no Brasil para a fiscalização do governo de Jair Bolsonaro, presidente que também fazia questão de estar atuante nas redes sociais. Esse é o caso das contas @tesoureiros e @bolsoregrets, mencionadas em vários momentos deste trabalho.

Essa rede social também é arduamente utilizada por outros outros chefes de Estado e de Governo e ministros das Relações Exteriores de países para o exercício da diplomacia, dando mais ferramentas para comunicados céleres e de importância nacional. (GONÇALVES e ASSIS, 2019)

Mas não é só por políticos que o Twitter vem sendo utilizado. A apropriação política de redes sociais tem sido elemento recorrente e o ativismo digital na plataforma vem sendo registrado já há algum tempo, como nas eleições presidenciais do Irã, em 2009 (BATISTA, 2012). Num contexto de um país que estava sob censura estatal e onde as informações sobre os protestos que ocorreram após as eleições não eram obtidas com facilidade, foi a plataforma, interpretada “como uma organização capaz de proporcionar ao indivíduo a experiência de manifestar-se para o mundo e tornar visível seus anseios, sejam individuais, sociais ou políticos” (SCHIECK, 2009), que levou a discussão à escala internacional.

Um outro ponto que faz com que o Twitter seja uma plataforma acessível ao debate político é o uso de *hashtags*, popularizadas através da rede social e,

posteriormente, exportadas para outras. Capazes de aglutinar o debate em torno de um assunto, as *hashtags* são importantes para mobilização e ativismo, vide inúmeros “tuitaços”, manifestações coordenadas feitas sobre determinado assunto e geralmente como prática de ativismo digital. Como destacam Von Bülow e Dias (2019):

“O ativismo de *hashtag* mobiliza um conjunto potencialmente muito diferente de atores a partir de fronteiras delimitadas pela menção a palavras-chave que remetem a um objetivo comum, sem pressupor processos sustentáveis de formação de identidade coletiva (ainda que estes possam ocorrer). Além disso, como veremos na análise empírica, é uma comunicação assíncronica, que forma estruturas de redes hierárquicas, não apenas porque refletem as assimetrias de poder entre os atores dentro e fora do Twitter, mas também porque são impactadas pelas possibilidades de interação dadas em ambientes digitais”.

A DESMOBILIZAÇÃO DO ATIVISMO ANALÓGICO E A ASCENSÃO DO ATIVISMO DIGITAL DURANTE A PANDEMIA

Para analisar as mudanças trazidas pela pandemia, é importante colocá-las em seu contexto (VON BÜLOW, 2020). Como apresentado anteriormente, as desigualdades no acesso às plataformas digitais torna o processo de apropriação dessas ferramentas mais difícil. E, segundo, a dificuldade de impor políticas de controle à doença nas camadas mais pobres faz com que elas sejam sentidas por mais tempo e de formas mais duras (VON BÜLOW, 2020).

Precisamos entender, primeiro, que a pandemia chega ao Brasil num contexto de polarização política pré-existente, com autoridades públicas defendendo políticas negacionistas. É neste contexto que o ativismo digital torna-se ainda mais importante para enfrentar a pandemia, mobilizar-se contra a desinformação e preencher um vazio deixado pelo Estado brasileiro (VON BÜLOW, 2020).

Com a emergência global de saúde pública pela pandemia de Covid-19, por todo o país surgiram inúmeras iniciativas de atuação onde havia uma lacuna governamental, especialmente nas periferias das grandes cidades. Como cita Fonseca (2021), algumas se dedicaram à arrecadação e distribuição de alimentos, materiais de higiene e limpeza, outras se esforçaram na realização de apoio psicológico e acolhimento de pessoas em situação de vulnerabilidade. Enquanto alguns coletivos já existiam, outros foram criados no contexto da pandemia e eram formados em sua maioria por jovens que utilizavam as redes sociais para a produção de conteúdo e disseminação da informação (FONSECA, 2021).

Páginas na internet, em especial no Twitter, também foram responsáveis por fazer uma campanha maciça de conscientização acerca da emergência de saúde global e da utilização de máscaras do tipo PFF2 (ou padrão N95, como é chamada nos EUA), consideradas mais seguras contra a Covid-19. É o caso de perfis como “PFF Para Todos”, “Qual Máscara?”, e “Estoque PFF”, que, além de divulgar locais e estoque de máscaras desse modelo, também realizavam campanhas para que internautas postassem fotos usando as tais máscaras. Podemos relacionar, inclusive, às estratégias de ativismo digital, como detalha Castañeda (2016), em que uma ação entre usuários de uma rede, com o uso de tecnologia, culmina em uma rede solidária em prol de algo que beneficie o interesse público.

Como explica De Paula (2022, p.71), “os perfis PFF Para Todos e Qual Máscara reproduziram dados com rigor científico contando com redes de apoio que incluíram desde divulgadores científicos até influenciadores participantes de reality shows”. De Paula (2022, p.70) também conclui que a utilização de práticas de ativismo digital foi explícita, possibilitando a difusão de informações seguras em contraponto ao negacionismo explícito apoiado pelo Governo Federal.

CPI DA PANDEMIA

Mobilização para a instalação: campanhas, abaixo-assinados, etc

No dia 18 de janeiro de 2021, o senador Randolfe Rodrigues (Rede-AP) apresentou o requerimento para a instalação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento à pandemia da COVID-19. Segundo a sua assessoria, 30 senadores assinaram o requerimento, que precisava de pelo menos 27 assinaturas. O requerimento foi protocolado no dia 4 de fevereiro, segundo dados da Agência Senado (2021).

Após protocolar o pedido da CPI da Pandemia, uma nova etapa surgiu: a pressão para a instalação pelo presidente do Senado, Rodrigo Pacheco (PSD-MG). Por mais de dois meses, os senadores pressionaram, em discursos no Plenário e nas redes sociais, pela sua instalação.

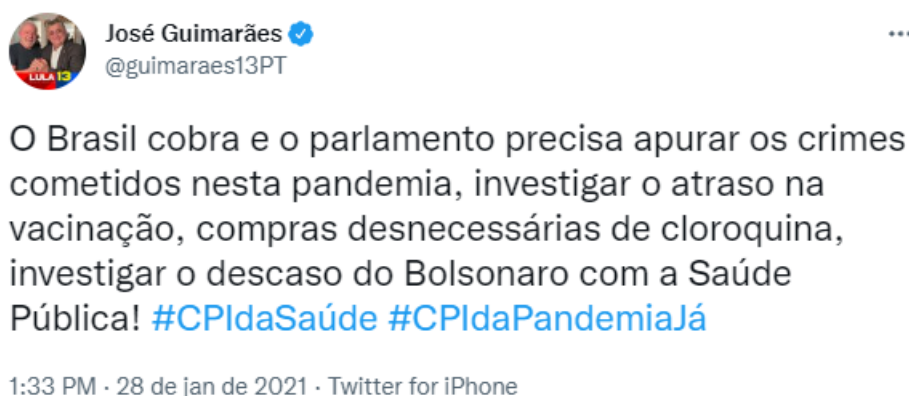
Entre os dias 01 de fevereiro de 2021, data em que tem início o ano legislativo, e o dia 12 de abril de 2021, véspera da instalação da comissão, 18 senadores - ou seja, 22,2% do total de parlamentares do Senado - haviam se manifestado publicamente favoráveis à instalação da CPI da Pandemia em discursos no Plenário.

Entre todos os discursos, o senador Eduardo Girão (PODEMOS-CE), que era contrário à instalação nos moldes do requerimento apresentado por Randolfe Rodrigues, liderava o total de menções à CPI no Plenário. Empatado com ele estava Jorge Kajuru (PODEMOS-GO), que, ao lado do senador Alessandro Vieira (CIDADANIA-SE), acionou o Supremo Tribunal Federal para conseguir dar início aos trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito.

A participação dos perfis monitorados neste trabalho não foi tão intensa no processo de mobilização para a instalação dos trabalhos da Comissão, por mais que tenha ocorrido uma estratégia digital para pressionar pelo início dos seus trabalhos. A *hashtag* #CPIdaPandemiaJá, uma das que deram vazão ao movimento digital pela CPI, não foi mencionada em nenhum momento pelos perfis @jairmearrependi, @tesoureiros, @camarotedacpi, @desmentindoboço e @bolsoregrets, mas sim por outras entidades e influenciadores nas redes sociais.

A primeira publicação da *hashtag* #CPIdaPandemiaJá, um dos mecanismos de cyberativismo para o início das investigações, veio no dia 28 de janeiro de 2021 pelo então deputado federal José Guimarães (PT/CE), conforme Figura 1.

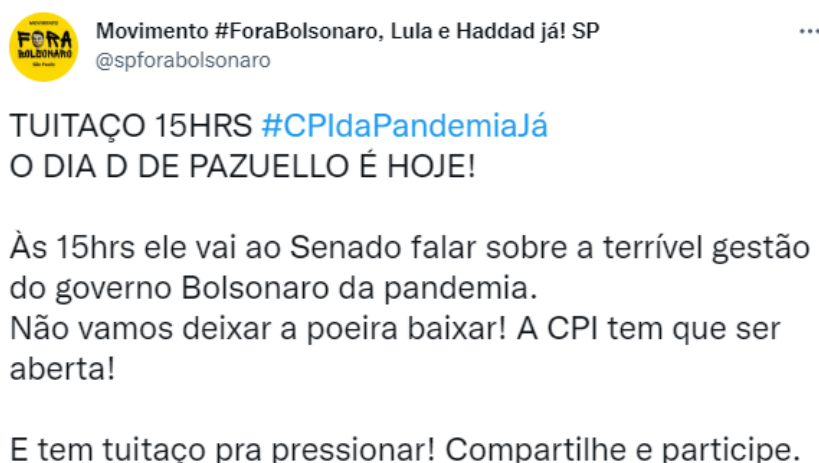
Figura 1 – Tweet publicado pelo Deputado Federal José Guimarães (PT) em 28 de janeiro de 2021



Fonte: <https://twitter.com/guimaraes13PT/status/1354830026710126595>. Acesso em 2 de novembro de 2022.

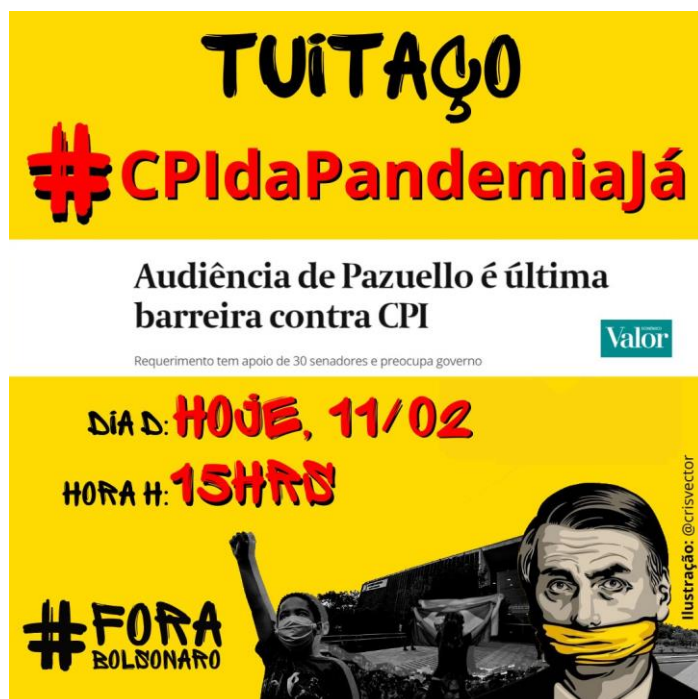
Um primeiro “tuitaço” foi registrado no dia 11 de fevereiro de 2021. Naquele dia, o perfil @spforabolsonaro engajou seus seguidores a publicar mensagens sobre o tema, conforme Figuras X, anexas abaixo. O movimento foi repercutido por dois membros do Movimento Acredito, Thiago Sussekind (@ThiagoSussekind) e Marco Martins (@MarcoMartinsSP).

Figura 2 – Tweet publicado pelo Movimento #ForaBolsonaro São Paulo em 11 de fevereiro de 2021



Fonte: <https://twitter.com/spforabolsonaro/status/1359878817746210820>. Acesso em 13 de novembro de 2022.

Figura 3 – Anexo do tweet publicado pelo Movimento #ForaBolsonaro São Paulo em 11 de fevereiro de 2021



Fonte: <https://twitter.com/spforabolsonaro/status/1359878817746210820>. Acesso em 13 de novembro de 2022.

Logo após a publicação de Guimarães e o primeiro tuitaço, mobilizado por uma página crítica ao presidente Jair Bolsonaro e influenciadores da oposição no Twitter, entidades da sociedade civil transformaram a *hashtag* em uma campanha para a instalação

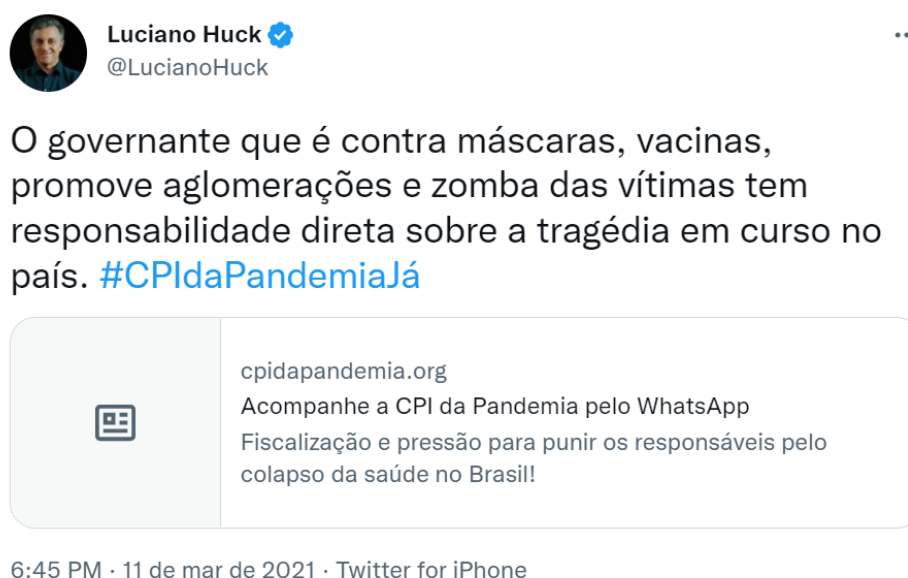
da Comissão Parlamentar de Inquérito. Liderada por movimentos de renovação, como Acredito, Agora!, Extremos Não, Vem Pra Rua e Livres, e institutos como Igarapé, Legisla Brasil e Alana, o movimento “CPI da Pandemia Já” passou a ganhar tração nas redes com apoio de figuras públicas, como Luciano Huck e Priscila Cruz, conforme Figuras Y e Z.

Figura 4 – Página inicial do website cpidapandemia.org



Fonte: Website cpidapandemia.org.

Figura 5 – Tweet publicado pelo apresentador Luciano Huck em 11 de março de 2021



Fonte: <https://twitter.com/LucianoHuck/status/1370128782519115781>. Acesso em 2 de novembro de 2022.

Figura 6 – Tweet publicado por Priscila Cruz em 10 de março de 2021



Fonte: <https://twitter.com/PriscilaFCruz/status/1369802257483653123>. Acesso em 2 de novembro de 2022.

Outros dois momentos que foram fundamentais para a instalação da CPI foram a morte do senador Major Olímpio (PSL/SP), quando agentes políticos ficaram bem sentidos com a perda de um colega de trabalho, e a internação de outros senadores pela doença, como Alessandro Vieira (na época no Cidadania e, atualmente, no PSDB) e Lasier Martins (Podemos). De acordo com o Valor Econômico, a morte de Major Olímpio elevou o clima de insatisfação do Parlamento com o Palácio do Planalto, além de levar parlamentares a cogitar travar pautas governistas que não tivessem relação direta com a crise da COVID-19. Por fim, a CPI foi finalmente instalada no dia 13 de abril, quando o presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, fez a leitura do requerimento.

Twitter como principal plataforma de engajamento e repercussão

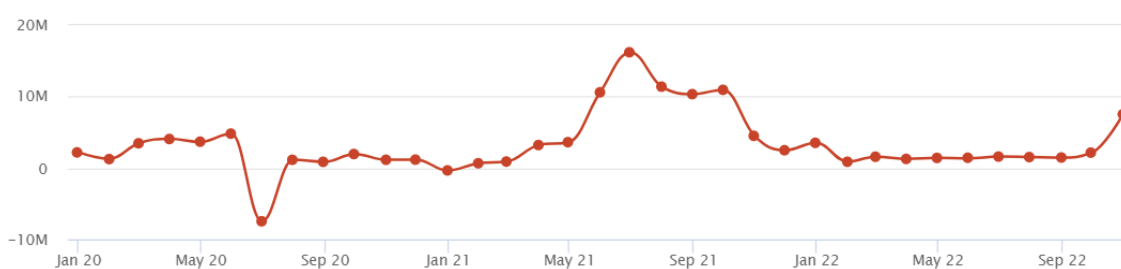
Com o início da investigação sobre a atuação do governo federal em relação à pandemia, usuários do Twitter passaram a acompanhar diariamente os trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito, que costumam atrair a cobertura da imprensa e, conseqüentemente, estar entre os principais assuntos das rodas de debate político na sociedade. A da Pandemia não fugiu da regra e, segundo os números de audiência, foi um fenômeno.

De acordo com o portal Notícias da TV (2021), a TV Senado mais do que dobrou a sua audiência entre os meses de abril e maio de 2021: a emissora saiu de 0,011 pontos do Ibope em abril para 0,028 até o dia 19 de maio. Quem também cresceu na audiência foram os canais de notícia. A Globo News, canal de notícias do Grupo Globo, passou a liderar entre os canais de televisão por assinatura ao longo do mês de maio após a instalação da Comissão Parlamentar de Inquérito no dia 4 de maio e viu sua maior audiência no depoimento de Eduardo Pazuello, general do Exército que exerceu o cargo

de ministro da Saúde do governo Bolsonaro entre os meses de maio de 2020 e março de 2021.

Os números da CPI também foram positivos no YouTube, onde a TV Senado transmite ao vivo os principais conteúdos do Senado Federal. De acordo com o *SocialBlade*, um site gratuito que presta o serviço de rastreamento de estatísticas e análises de mídias sociais, o canal da TV legislativa na rede social de vídeos do Google teve seu pico de inscrições no mês de maio de 2021, exatamente quando os trabalhos da investigação começaram.

Gráfico 4 – Número de visualizações da TV Senado no YouTube



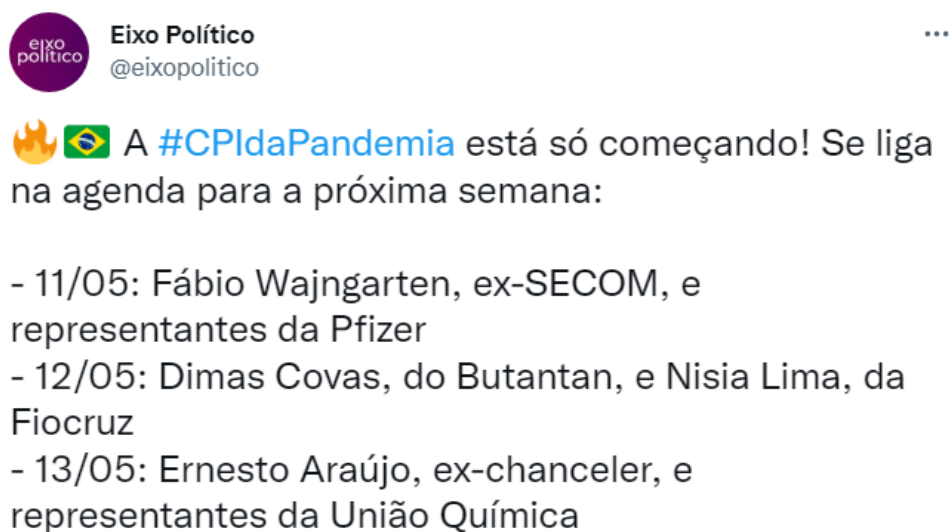
Fonte: SocialBlade

Foi também em maio de 2021 que a Comissão teve os seus primeiros depoimentos e quando a TV Senado conseguiu o maior número de visualizações da sua história. Levando em consideração novamente o levantamento feito pelo site *SocialBlade*, a TV da câmara alta do Parlamento brasileiro teve 16.208.175 visualizações neste mês, um crescimento de 52,9% comparado a abril e de 1.009% comparado aos doze meses anteriores.

A CPI da Pandemia, entretanto, nos mostra a relação de um novo mecanismo, as redes sociais, como participação no processo decisório. Foi através dessas plataformas que internautas se (1) mobilizavam, através de *tweets* e “calendários” para engajar o público; (2) acompanhavam, em postagens em tempo real do que estava acontecendo naquele momento; (3) interagiam, mencionando parlamentares e o corpo técnico da CPI; e (4) comentavam com outros internautas.

No dia 5 de maio de 2021, o perfil @eixopolitico³ divulgou um “Calendário da CPI”, que contava com os nomes dos primeiros depoentes na Comissão Parlamentar de Inquérito.

Figura 7 – Tweet publicado por Eixo Político em 10 de março de 2021



Fonte: <https://twitter.com/eixopolitico/status/1390033492294111241>. Acesso em 5 de novembro de 2022.

Figura 8 – Anexo do tweet publicado por Eixo Político em 10 de março de 2021



³ Criado em junho de 2020 como “Eleições EUA” para cobrir as eleições americanas, o Eixo Político ganhou esse nome em janeiro de 2021, quando passou a cobrir mais ativamente a política brasileira.

Fonte: <https://twitter.com/eixopolitico/status/1390033492294111241>. Acesso em 5 de novembro de 2022.

A tática foi adotada pelo perfil @jairmearrependi⁴, que passou a divulgar repetidamente o calendário da “CPIpalooza”, uma brincadeira relacionando a CPI ao festival Lollapalooza, mostrando que houve uma espetacularização da política durante os trabalhos da CPI da Pandemia e compartilhado pelos senadores Randolfe Rodrigues (REDE-AP) e Humberto Costa (PT-PE) no livro “A Política contra o Vírus”, lançado em 2022:

“Quando recebemos os primeiros folders com a escalação dos depoentes na comissão como se fossem cartazes de um festival de música, com linguagem política bem-humorada e disruptiva, produzidos pelo perfil @jairmearrependi no Twitter, percebemos que o interesse pela CPI tinha ensejado uma rede de comunicação, de pressão, de colaboração política expressa em memes, gifs, montagens – elementos novos para nós dois, que atuamos em comissões parlamentares de inquérito desde o começo de nossas carreiras políticas, num tempo em que não existiam reality shows e a política tampouco era acompanhada como se fosse um produto midiático dessa natureza”. (RODRIGUES & COSTA, 2022)

Figura 9 – Agenda da CPI da Pandemia com referências a um festival de música



Fonte: @jairmearrependi no Twitter

O meme do “CPIpalooza” rapidamente pegou no gosto dos internautas, chamando atenção até mesmo de parlamentares governistas, como é o caso do deputado federal Eduardo Bolsonaro (na época, no PSL-SP), que debochou do meme na intenção

⁴ Nascido em 2018, inicialmente para compilar postagens de pessoas que haviam se arrependido de votar em Jair Bolsonaro, o perfil rapidamente ganhou notoriedade no debate político no Twitter por realizar o acompanhamento do governo Bolsonaro e checar ações, falas e atos do presidente e de seus apoiadores.

de elogiar a participação dos ex-ministros Ernesto Araújo, das Relações Exteriores, e Eduardo Pazuello, da Saúde.

Figura 10 – Tweet publicado pelo Deputado Eduardo Bolsonaro em 19 de maio de 2021



Fonte: <https://twitter.com/BolsonaroSP/status/1395103121026789378>. Acesso em 13 de novembro de 2022.

O primeiro contato público de um parlamentar com alguma das contas mapeadas neste trabalho ocorreu no dia 4 de maio de 2021. Foi neste dia que o senador Randolfe Rodrigues, da Rede, respondeu uma postagem do perfil @jairmearrependi, que sugeria que o ministro da Economia, Paulo Guedes, fosse convidado à CPI para explicar por que 40 milhões de testes mensais de covid que ele disse ter negociado nunca foram distribuídos. Essa informação bate com o que levantaram Marisa von Bülow e Rebecca Neaera Abers (2022), que conseguiram entrevistar uma das fontes relacionadas e que confirmou que a aproximação entre os dois só surgiu após o tweet e por uma mensagem privada enviada pelo senador ao perfil.

Logo após a primeira aproximação com Randolfe, “Jairme”, como gosta de ser chamada a conta anônima, passou a ser contatada por outros senadores. O perfil

misterioso, inclusive, foi o mais mencionado diretamente pelos integrantes da CPI durante seus trabalhos, segundo mapeamento deste trabalho: 58 vezes, sendo 35 delas pelo presidente da comissão, Omar Aziz, e 16 pelo vice-presidente, o senador da Rede Sustentabilidade.

Tabela 2 – Número de menções dos senadores da CPI às contas de Twitter monitoradas

	jairme arrependi	tesoureiros	camarotedacpi	desmentindo bozo	bolsoregrets
Alessandro Vieira	4	4	3	1	0
Eduardo Braga	0	0	0	0	0
Eliziane Gama ⁵	0	2	1	0	0
Humberto Costa	1	8	3	1	1
Marcos Rogério	0	0	0	1	0
Omar Aziz	35	18	1	1	7
Randolfe Rodrigues	16	12	11	0	3
Renan Calheiros	0	1	0	0	0
Rogério Carvalho	2	4	2	6	0
Total geral	58	49	21	10	11

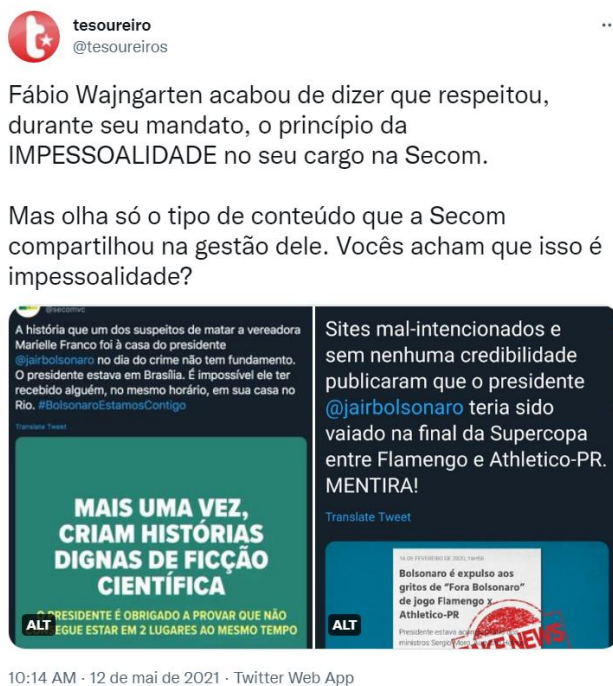
Fonte: Elaboração do autor.

O primeiro momento de grande visibilidade da participação de internautas na CPI se deu no dia 12 de maio de 2021, durante o depoimento de Fábio Wajngarten, ex-secretário de Comunicação da Presidência da República, que acabou caindo em diversas contradições, que foram expostas por perfis no Twitter. De acordo com as notas taquigráficas do Senado Federal, a reunião começou às 9h24 da manhã e o testemunho às 10h04. Cerca de 4 minutos depois, Wajngarten afirmou ter agido “dentro dos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, sempre privilegiando o fim público”. Cerca de 6 minutos depois, às 10h14, segundo dados do próprio tweet, o

⁵ A senadora Eliziane Gama não era membro oficial da CPI da Pandemia, mas era atuante e estava presente em quase todas as reuniões, sendo peça-chave, inclusive, para os trabalhos da Comissão. Por isso, este trabalho achou relevante destacar suas menções às contas no Twitter.

perfil @tesoureiros publicou a primeira correção a uma informação levantada pelo ex-secretário.

Figura 11 – Tweet publicado por Tesoureiros em 12 de maio de 2021



Fonte: <https://twitter.com/tesoureiros/status/1392468316413890564>. Acesso em 12 de novembro de 2022

O perfil anônimo não só corrige Wajngarten, como também marca quatro senadores, sendo dois deles integrantes da mesa diretora e o relator que viria a elaborar o relatório final dos trabalhos investigativos. Em outro momento, comemora o fato de ter tido sua pergunta repercutida pelo senador Rogério Carvalho (PT).

Figura 12 – Tweet publicado por Tesoureiros em 12 de maio de 2021



Fonte: <https://twitter.com/tesoureiros/status/1392468667821174785>. Acesso em 12 de novembro de 2022

Figura 13 – Tweet publicado por Tesoureiros em 12 de maio de 2021



tesoureiro
@tesoueiros

...

Sugeri este questionamento aos senadores. O @SenadorRogerio o explorou muito bem. Obrigado, senador.

5:48 PM · 12 de mai de 2021 · Twitter Web App

Fonte: <https://twitter.com/tesoueiros/status/1392582462484668424>. Acesso em 12 de novembro de 2022

Em outro momento, o senador Tasso Jereissati (PSDB-CE) questiona Wajngarten se ele teria participado da criação ou coordenação da campanha “O Brasil Não Pode Parar”, em março de 2020, que exigia que o país não deveria parar durante a pandemia da COVID-19.

“Saiu um vídeo, difundido por vários ministros, chamado “O Brasil não pode parar”. Esse vídeo, inspirado até numa campanha feita pelo Presidente, pelo Prefeito de Milão, que causou um desastre epidemiológico lá em Milão, esse vídeo circulou a tal ponto que o Ministro Luís Eduardo Barroso emitiu um parecer proibindo a distribuição desse vídeo, para suspender a contratação e veiculação de qualquer campanha que contrariaria recomendações científicas no controle da Covid-19. O Ministro ressaltou que a OMS e o próprio Ministério da Saúde recomendavam a adoção de medidas de distanciamento social. No entanto, esse vídeo circulou. Foi à revelia... [...] É essa a minha pergunta: isto foi vindo da Secretaria de Comunicação, que V. Exa. (Falha no áudio.) ... exercia cargo chefe?”. (SENADO FEDERAL, 2021)

O ex-secretário de Comunicação da Presidência da República rapidamente tratou de negar participação na peça.

De fato, eu me recorro de um vídeo circulando, “O Brasil não pode parar”, eu não tenho certeza se ele é de autoria, de assinatura da Secom. Eu não sei se ele foi feito dentro da estrutura ou por algum... E circulou de forma orgânica. Eu não tenho essa certeza, posso confirmar para o senhor. O que eu tenho absoluta convicção: pelo meu controle aqui na planilha, em março, o Ministério da Saúde fez uma campanha, protocolos e orientações, informações sobre prevenção, transmissão, com 232 milhões de impactos, 476 mil. E uma campanha, Senador, pro bono em que a Secom conseguiu... Ela foi produzida e veiculada pro bono no valor de R\$600 mil, em março, a que o senhor se refere. E cabe mencionar aqui, Senador, que eu fiquei fora o mês de março inteiro, acometido pela Covid. Os 26 dias de março eu fiquei fora.” (SENADO FEDERAL, 2021)

Logo após a fala de Wajngarten, o perfil @jairmearrepndi publicou um tweet mostrando uma videoconferência pelo Instagram entre Wajngarten e Eduardo Bolsonaro, deputado federal e filho do presidente da República, mostrando que, de casa, ele “trabalhava normal, inclusive com a Secom e aprovando campanhas. ELE MENTIU NA CPI!!!!”. O tweet de Jaime foi reproduzido minutos depois na audiência pelo senador Rogério Carvalho (PT-SE).

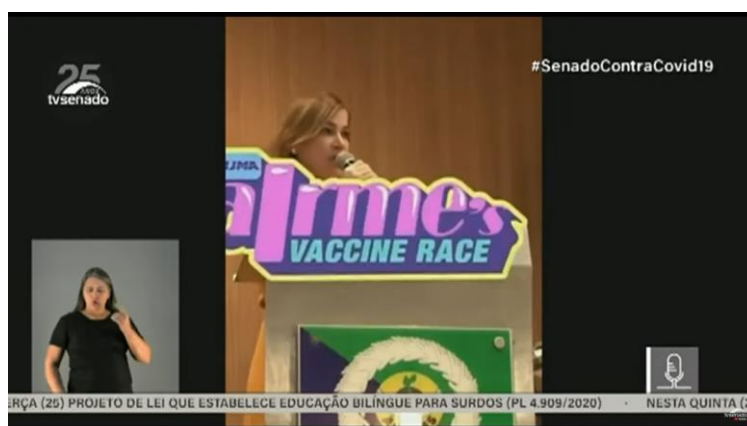
Figura 14 – Senador Rogério Carvalho (PT) exibe vídeo publicado por @jairmearrependi



Fonte: TV Senado

Além das informações levantadas por “Jairme” vídeos produzidos pela conta também foram reproduzidos durante os depoimentos da CPI, conforme Figuras 14 e 15.

Figura 15 – CPI exibe vídeo publicado por @jairmearrependi no Twitter



Fonte: TV Senado

Poucos dias antes, no depoimento de Luiz Henrique Mandetta, ex-ministro da Saúde, a população se deparou com a informação de que o presidente da República e seu governo tinham um “assessoramento paralelo” para planejar o combate à COVID-19, conforme transcrito pelo portal do Senado Federal (2021):

“Olha, Senador, eu, por exemplo, **testemunhei várias vezes reunião de ministros em que o filho do Presidente, que é Vereador no Rio de Janeiro, estava sentado atrás tomando as notas da reunião. Eles tinham constantemente reuniões com esses grupos dentro da Presidência. O** Ministro da Saúde é um ministro que é convocado pelo Presidente para conversar, ele é chamado para conversar, ele é chamado para prestar as suas explicações. Eu estive dentro do Palácio do Planalto quando fui informado, após uma reunião, que era para eu subir para o terceiro andar porque tinha lá uma reunião de vários ministros e médicos que iam propor esse negócio de cloroquina, que nunca eu havia conhecido. **Quer dizer, ele tinha um**

assessoramento paralelo. Nesse dia, havia sobre a mesa, por exemplo, um papel não timbrado de um decreto presidencial para que fosse sugerido, daquela reunião, que se mudasse a bula da cloroquina na Anvisa, colocando na bula a indicação de cloroquina para coronavírus. E foi, inclusive, o próprio Presidente da Anvisa Barra Torres, que estava lá, que falou: "Isso não". E o Ministro Jorge Ramos falou: "Não, não, isso daqui não é nada da lavra daqui. Isso é uma sugestão". Mas é uma sugestão de alguém. Alguém pensou e se deu ao trabalho de botar aquilo num formato de decreto. Então, por essas questões indiretas – de: "Ah, está tendo uma reunião com outros médicos, com outras pessoas, com outros auxiliares..." –, eu imagino que ele construiu fora do Ministério da Saúde alguns aconselhamentos que o levaram para essas tomadas de decisões que ele as teve, mas eu não saberia lhe nominar a cada uma delas." (SENADO FEDERAL, 2021)

A expressão “gabinete paralelo” passou a ser utilizada a partir deste dia e, com a extensa cobertura da imprensa sobre os trabalhos da comissão, novos fatos passaram a surgir, como vídeos que indicavam que o então assessor da presidência da República, o advogado Arthur Weintraub, teria coordenado um grupo de aconselhamento ao presidente e de reuniões do que seria esse aconselhamento paralelo. Ambos os vídeos foram apuração do jornalista Sam Pancher e foram divulgados pelo portal Metrópolis primeiro no Twitter, reafirmando, mais uma vez, a importância desta rede social para o engajamento e o andamento da comissão.

Outro perfil presente no acompanhamento da Comissão foi o @camarotedacpi⁶, criado um dia antes do início dos trabalhos. Além de ter uma linguagem acessível sobre o funcionamento do Legislativo, o “Camarote”, como era popularmente chamado, fazia um acompanhamento em tempo real do que estava acontecendo em formato de *threads*, ou seja, uma série de *tweets* que formavam uma sequência, como uma linha do tempo. Além de informar, tinha papel de fiscalização da atuação parlamentar, das investigações e, assim como @tesoureiros, de fact-checking das falas dos depoentes.

Figura 16 – *Thread* publicada por Camarote da CPI em 25 de junho de 2021 para detalhar os trabalhos da CPI da Pandemia

⁶ O nome “Camarote da CPI” ficou tão popular entre as pessoas mais próximas da CPI que, em determinado momento, um grupo de pessoas que influenciavam no debate público no Telegram, aplicativo de mensagens, recebeu esse nome. Discorro sobre ele ao longo deste trabalho.



Fonte: <https://twitter.com/camarotedacpi/status/1408490926578843654>. Acesso em 14 de novembro de 2022.

O papel de “Camarote” não era apenas informar ou acompanhar, mas também participar, conforme Figura 17. Assim como as outras contas, integrantes do “Camarote” também dialogavam nas redes com os senadores a fim de enviar informações e atuar como um player do ativismo digital.

Figura 17 – Camarote da CPI responde Randolfe Rodrigues, que passa a seguir o perfil



Fonte: <https://twitter.com/camarotedacpi/status/1390804059314085892> e <https://twitter.com/randolfeap/status/1390806335638360067>. Acesso em 14 de novembro de 2022.

Quem também esteve presente no debate e nas mobilizações da CPI da Pandemia foi @desmentindobojo. O perfil, responsável por fazer checagem de falas de Jair Bolsonaro e seus aliados, colaborou de forma ativa no levantamento de vídeos que foram veiculados dentro da comissão. Entre os exemplos estão:

Figura 18 – Tweet publicado por Desmentindo Bolsonaro em 22 de junho de 2021 destaca vídeos produzidos pela página e exibidos na CPI da Pandemia



Desmentindo Bolsonaro
@desmentindoboizo



3 VEZES DO DESMENTINDO NO TELÃO DA CPI
MOSTRANDO OS ABSURDOS DO OSMAR TERRA!

ESSE É O NOSSO MOMENTO! #CPIdaCovid

ALÔ TADEU SCHMIDT.
PODEMOS PEDIR MÚSICA?

#DesmentindoNoTelaoDaCPI



11:45 AM · 22 de jun de 2021 · Twitter Web App

Fonte: <https://twitter.com/desmentindoboizo/status/1407349141815054347>. Acesso em 14 de novembro de 2022.

“Os voluntários online apoiaram os servidores da CPI em três momentos diferentes. Primeiro, estabeleceram uma dinâmica de preparação para o interrogatório de testemunhas que envolveu a construção coletiva de um documento online. Reunidos muitas vezes em menos de um dia, os documentos identificavam os problemas relacionados a cada testemunha, construíam uma linha do tempo de fatos relevantes e pontos-chave, sugeriam perguntas a serem feitas e pesquisavam na Internet postagens excluídas que ajudariam a contestar suas mentiras”. (ABERS e VON BULOW, 2022)

Com base na pesquisa realizada, podemos constatar que o Twitter foi o lócus fundamental das principais interações entre senadores e o público que acompanhava os andamentos dos trabalhos. Um dos senadores mais engajados nas redes sociais, Randolfe Rodrigues, viu sua conta no Twitter atingir o seu pico até então no crescimento de seguidores em maio de 2021, o mês em que tivemos as primeiras audiências das investigações. O parlamentar da REDE só foi superar os números do primeiro mês da CPI em outubro de 2022, durante as eleições presidenciais. Randolfe foi um dos coordenadores da campanha de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) à Presidência da

República. Os dados utilizados aqui são novamente do *SocialBlade*, site especializado em acompanhamento digital, e estão ilustrados no Gráfico 5, abaixo.

Gráfico 5 – Crescimento do número de seguidores do senador Randolfe Rodrigues ao longo dos meses



Fonte: SocialBlade

No dia 21 de outubro de 2021, Jair Bolsonaro realizou sua tradicional live de quinta-feira. Naquele dia, o presidente da República acabou relacionando a vacina da COVID-19 à Aids. “Relatórios oficiais do governo do Reino Unido sugerem que os totalmente vacinados estão desenvolvendo a Síndrome de Imunodeficiência Adquirida (Aids) muito mais rápido que o previsto”, disse. Sabendo que sua fala não era verdade, o presidente logo tratou de se justificar: “não vou ler aqui porque posso ter problemas com a minha live”.

A fala foi captada por Matheus Agostin (@matheusagostin), que repercutiu na mesma hora no Twitter. Rapidamente, a declaração de Bolsonaro foi rechaçada por políticos, pesquisadores, cientistas, médicos, e vários outros grupos. Renan Calheiros, relator da comissão, tinha apresentado seu relatório no dia anterior, uma quarta-feira. Como a repercussão foi tão grande, inclusive entre a comunidade científica internacional e com o vídeo sendo retirado do ar pelas principais plataformas de vídeo, o senador fez questão de incluir o fato em um novo relatório, que foi votado na semana seguinte, e solicitando investigação por parte da Procuradoria-Geral da República e Supremo Tribunal Federal.

“No dia 21 de outubro do corrente ano, o Presidente Jair Bolsonaro, mesmo depois da apresentação da primeira versão deste Relatório Final aos membros da CPI e ao País, chegou ao absurdo de sugerir, em sua live semanal, que as vacinas contra covid podem acelerar o surgimento da aids, citando notícia falsa sobre relatório supostamente proveniente do Reino Unido. **A afirmação publicamente repudiada por várias instituições, como a Associação Médica Brasileira (AMB) e a Sociedade Brasileira de Imunologia (SBI)³⁶¹, e as plataformas Facebook e YouTube removeram o vídeo de seu banco de dados, em razão da evidente propagação de fake news.** Tal episódio reforça a decisão do Presidente da República de continuar propagando informações falsas, em sua campanha anti-vacina deletéria para a população brasileira. Por esse motivo, entre os encaminhamentos deste relatório, estará a

solicitação à Advocacia-Geral do Senado, para que represente ao STF e ao Procurador-Geral da República, a fim de que promovam a responsabilização do Presidente da República e maneje a ADVOSF as devidas ações cautelares para pleitear a imediata interrupção da continuidade delitiva, garantindo a ordem pública e o resultado útil de eventual futuro processo, por meio da determinação do afastamento do Presidente de todas as redes sociais, para a proteção da população brasileira”. (COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO DA PANDEMIA, 2021, p. 693)

Do Twitter para o “analogico”: o dossiê que auxiliou os senadores

Este trabalho tem a intenção de destacar a participação dos internautas na CPI da Pandemia, com destaque para o Twitter. O debate e as ações políticas, por vezes, acabam transcendendo o ambiente digital e caindo, novamente, no analógico. É o que ocorreu com Thiago Sussekund, membro do movimento Acredito.

Figura 19 – Tweet publicado por Thiago Sússekund em 26 de maio de 2021



Fonte: <https://twitter.com/ThiagoSussekund/status/1397546560410501124>. Acesso em 13 de novembro de 2022.

No final de maio de 2021, o estudante de direito publicou nas redes e na imprensa um dossiê destacando como o Governo Federal teria contribuído para o avanço da pandemia no Brasil. Com mais de 150 páginas, o documento destacava boicotes às medidas de proteção, relatava a estratégia da imunidade de rebanho defendida por alguns apoiadores de Bolsonaro, ressaltava a tragédia no Amazonas, e evidenciava as estratégias de sabotagem para a compra de vacinas. O intitulado dossiê, por fim, foi entregue aos senadores e mencionado pelo relator, senador Renan Calheiros, no relatório final da Comissão Parlamentar de Inquérito.

Figura 20 – *Thread* publicada por Thiago Sússekund em 30 de maio de 2021



12:25 PM · 30 de mai de 2021 · Twitter for iPhone

Fonte: <https://twitter.com/ThiagoSussekund/status/1399024106704605192>. Acesso em 13 de novembro de 2021.

Thiago produziu o documento, a princípio, para ser algo que auxiliasse os senadores, evidenciando o papel do governo federal nas ações que tenham contribuído para o avanço da doença no país. Entretanto, o material do documento acabou tomando

as redes e foi transformado em *thread* no Twitter, repercutindo num ambiente que já debatia e estava cada vez mais engajado na CPI.

Além do Twitter: grupos no Telegram e caixa de perguntas no Instagram

As interações entre senadores e seus assessores e os internautas não se dava apenas no Twitter. No Relatório Final da CPI, o relator Renan Calheiros (MDB-AL) agradece a participação de colaboradores voluntários através de um grupo de Telegram.

“Abaixo, são apresentadas fake news publicadas por esses veículos ao longo da pandemia. Para isso, contou-se com a colaboração dos internautas que fizeram denúncias e também com a valiosa contribuição dos integrantes e colaboradores voluntários do grupo de Telegram Camarote da CPI.” (COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO DA PANDEMIA, 2021, p. 789)

Em uma entrevista realizada para a produção deste trabalho, um dos servidores envolvidos diretamente nas investigações apontou como funcionava o relacionamento entre assessores e sociedade civil. O que aparentava ser apenas um grupo de mensagens se tornou uma central de levantamento de dados e de compartilhamento de informação.

“O diferencial para todas as outras CPIs que já tivemos no Brasil é que foi um assunto que entrou na casa de todo mundo. Todo mundo perdeu alguém para a COVID, conhece alguém, que perdeu a família inteira, etc. A gente via as notícias de Manaus, com as pessoas com falta de ar, então foi uma coisa que pegou muito fortemente em toda a sociedade brasileira. Então, como era um assunto que entrou na casa das pessoas, acho que as pessoas ficaram mais atentas e quiseram trabalhar”. (ENTREVISTA X)

A criação do grupo veio através de um contato da conta @tesoureiros nos primeiros dias de investigação com Randolfe Rodrigues (REDE-AP), que rapidamente repassou à sua equipe a demanda surgida nas redes sociais. Reportagem do Núcleo Jornalismo (2021), iniciativa que cobre o impacto das redes sociais nas vidas das pessoas, apontou que o grupo era composto por voluntários organizados e que faziam um trabalho minucioso de arquivamento de postagens, vídeos e declarações sobre diversos personagens e apoiadores do governo.

Em entrevista ao portal Metrôpoles (2021), o perfil @tesoureiros classificou o grupo como: “um grupo de amigos que se conheceram nas redes e, em sua maioria, ainda não tiveram a oportunidade de se encontrar pessoalmente. Começamos o contato pelo Twitter e fomos fazendo grupos no Telegram. A gente se coordena, pois vemos que, quando juntamos nossas vozes no mesmo discurso, a coisa pega mais tração”.

Na noite do dia 18 de maio de 2021, Renan Calheiros abriu um diálogo diferente com seus eleitores. Através do Instagram, rede social pouco utilizada nos trabalhos da comissão, o senador questionou: “o que você gostaria de perguntar ao ex-ministro Eduardo Pazuello?”.

Figura 21 – Senador Renan Calheiros divulga caixa de perguntas no Instagram



Fonte: @renancalheiros no Instagram.

A postagem foi um sucesso. Segundo dados do Estadão (2021), o post do senador teve 25 mil compartilhamentos na rede social e ele acabou recebendo 28.353 perguntas de internautas. Em postagem no dia seguinte, o senador postou que separou algumas perguntas para fazer na oitiva do ex-ministro da Saúde. “A participação de todos é muito importante”, comentou, destacando o processo de participação social na CPI da Pandemia, como mostrado até aqui.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Twitter criou um espaço de discussão política que cruza as fronteiras entre sociedade civil, cidadãos e representantes eleitos. Saímos do cenário em que pessoas debatiam política apenas na rua, nos bares e comércios e fomos para um ambiente digital onde a discussão se dá 24 horas por dia, 7 dias por semana. As redes não param e nem as interações. Hoje, graças à facilidade da internet, um cidadão da Coreia do Sul consegue acompanhar em tempo real o que está acontecendo do outro lado do país em apenas 280 caracteres. E, além disso, um grupo que não tem contato com o mundo digital é afetado diretamente pela dinâmica das redes.

“Em outras palavras, o uso das mídias sociais como forma de comunicação influencia o processo de empoderamento político dos cidadãos e vice-versa. O acesso às mídias sociais leva a uma nova relação entre cidadãos e eleitos, em que o discurso ocorre de forma mais livre, permitindo maior envolvimento na governança democrática.” (MORPEAU, 2011, p.2)⁷

Com a rede social mapeada, internautas passaram a escrever, ditar, influenciar, participar, e engajar de forma mais ativa e instantânea sobre um determinado fato político. Representantes eleitos passaram a utilizar cada vez mais o espaço, assim como profissionais da imprensa. De acordo com dados do Pew Research Center (2022), o Twitter é a rede social mais acessada por jornalistas norte-americanos. Enquanto 69% deles afirmam usar como ferramenta de trabalho e para obter informação, apenas 13% da população dos Estados Unidos diz se informar pela rede - quase 1/3 o percentual do Facebook, que é 31%.

A CPI da Pandemia contou com intensa participação da sociedade, com destaque para internautas anônimos e indivíduos. Pessoas que, de acordo com reportagem do site Núcleo, fizeram um “trabalho minucioso de arquivamento de postagens, vídeos e declarações sobre diversos personagens e apoiadores do governo” que durou muitos meses, como contou a responsável pelo perfil @jairmearrependi: “Eu tinha o entendimento de que tudo que o governo faz -- postagem de rede social, lacradinha que não se dá importância -- pode não parecer, mas é documento. Agora está mais do que provado que é documento”.

⁷ Tradução do autor. Original: “In other words, the use of social media as a form of communication has an influence on the process of political empowering citizens and vice versa. Access to the social media leads to a new relationship between citizens and elected officials, in which discourse occurs more freely, allowing more involvement in democratic governance”.

De fato, o governo de Jair Bolsonaro deixou rastros nas redes sociais e os perfis da internet, impulsionados pelo sentimento de raiva e impotência durante a pandemia, se uniram em torno das investigações da Comissão do Senado Federal. Essa aliança entre anônimos e assessores, internautas e parlamentares, fez com que a CPI da Pandemia atingisse tamanho sucesso. A ampla utilização de repertórios e estratégias associadas às práticas de ativismo digital, que é uma forma de mobilização pela internet na busca de um bem comum, foi explícita, seja em redes públicas ou em conversas privadas com assessores e senadores, e foi consolidada como um exemplo de participação popular na política brasileira, como destacado pelo senador Alessandro Vieira em um voto em separado apresentado à CPI:

“Registre-se que a gravidade dos fatos e a tecnologia das redes sociais fez desta CPI a mais vista da história, como uma consequência extremamente positiva: diversos atores da sociedade atuaram na checagem de informações, no encaminhamento de denúncias e na disseminação da verdade dos fatos. Uma bela demonstração prática de cidadania ativa, engajada e comprometida com o interesse público”. (VIEIRA, 2021, p.5)

Este estudo contribui com o aprofundamento do debate sobre ativismo digital durante a pandemia, assim como o uso do Twitter como plataforma de participação democrática para além dos mecanismos já existentes.

BIBLIOGRAFIA

ABERS, R. N.; ROSSI, F. M.; & VON BÜLOW, M. State–society relations in uncertain times: Social movement strategies, ideational contestation and the pandemic in Brazil and Argentina. *International Political Science Review*, 42(3), 333–349, 2021.

ABERS, Rebecca Neaera; VON BÜLOW, Marisa. *Denialism and Populism: Two Sides of a Coin in Jair Bolsonaro's Brazil*. Cambridge University Press, Cambridge, 2022.

BATISTA, Jandré Corrêa. *Apropriações ativistas em sites de redes sociais: cartografia das ações coletivas no twitter*. 2012. 150 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

BRASIL. [Constituição (1988)]. *Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988*.

CASTAÑEDA, Marcelo. Midiativismo: Tecnologias, práticas e contextos nas lutas no Rio de Janeiro. 30ª Reunião da ABA, v. 3, 2016.

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO DA PANDEMIA. Relatório Final. Senado Federal, Brasília, 2021.

DE PAULA, Thayla Beatriz de Maria Souza. “Brasil, proteja tua cara!”: Estratégias e repertórios em prol da máscara tipo PFF no Twitter. Universidade de Brasília, Brasília, 2022.

FONSECA, Mariana de Souza. Pega a visão: quadros interpretativos dos coletivos de comunicação das periferias na pandemia de COVID-19. 2021. 160 f., il. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

GONÇALVES, Fernanda Cristina Nanci Izidro; ASSIS, Marcella Germano de. Twiplomacy: a ascensão de Donald Trump em 140 caracteres. Revista Conjuntura Austral, Porto Alegre, v. 10, n. 49, p. 42-61. 2019.

MORPEAU, Ashleigh. Twitter and Political and Civic Engagement: Is There a Relationship?. Scholars Archive, 2011. Disponível em: https://scholarsarchive.library.albany.edu/honorscollege_pos/7/. Acesso em: 03 nov. 2022.

RODRIGUES, R.; COSTA, H. A política contra o vírus. 1ª Edição (se houver). Brasil: Companhia das Letras, 2022.

SENADO FEDERAL. Notas taquigráficas da 7ª Reunião da Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia, no dia 12/05/2021. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9985>. Acesso em: 06 nov. 2022.

VIEIRA, Alessandro. CPI da Pandemia. Descobertas, possíveis responsáveis e sugestões de aperfeiçoamento legislativo. Senado Federal, Brasília, 2021.

VON BÜLOW, M.; DIAS, T. O ativismo de hashtags contra e a favor do impeachment de Dilma Rousseff. Revista Crítica de Ciências Sociais, (120), 5-32, 2019.

VON BÜLOW, Marisa. “Os impactos da pandemia no ativismo digital”, Relatório de Pesquisa # 02, Repositório de Iniciativas da Sociedade Civil contra a Pandemia, Brasília, 2020.

NOTÍCIAS

ANDRADE, Vinícius. CPI da Covid mais do que dobra ibope da TV Senado; GloboNews lidera na TV paga. Notícias da TV, [S. l.], p. 1, 21 maio 2021. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/cpi-da-covid-mais-do-que-dobra-ibope-da-tv-senado-globonews-lidera-na-tv-paga-57845>. Acesso em: 13 nov. 2022.

BBC NEWS. WhatsApp: por que EUA usam pouco o aplicativo de mensagens mais popular do mundo. BBC News, [S. l.], p. 1, 7 out. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-58824874>. Acesso em: 12 out. 2022.

CARONE, Carlos; ALCÂNTARA, Manoela. Perfis contra Bolsonaro no Twitter pautam senadores na CPI da Covid. Metrôpoles, [S. l.], p. 1, 27 mai. 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/perfis-contra-bolsonaro-no-twitter-pautam-senadores-na-cpi-da-covid>. Acesso em: 4 nov. 2022.

FERRAZ, Adriana. BBB da CPI: ‘Rede paralela’ de informações abastece senadores na CPI da Covid. Estadão, [S. l.], p. 1, 24 maio 2021. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bbb-da-cpi-rede-paralela-de-informacoes-abastece-senadores-na-cpi-da-covid,70003724884>. Acesso em: 13 nov. 2022.

HOLANDA, Marianna. Renan recebe mais de 28 mil sugestões de perguntas de internautas a Pazuello. Estadão, [S. l.], p. 1, 20 maio de 2021. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/coluna-do-estadao/renan-recebe-mais-de-28-mil-sugestoes-de-perguntas-de-internautas-a-pazuello/>. Acesso em: 07 de novembro de 2022.

INFOMONEY. Brasil tem uma das maiores taxas para envio de SMS no mundo. InfoMoney, [S. l.], p. 1, 14 jun. 2007. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/consumo/brasil-tem-uma-das-maiores-taxas-para-envio-de-sms-no-mundo/>. Acesso em: 15 set. 2022.

JURKOWITZ, Mark; GOTTFRIED, Jeffrey. Twitter is the go-to social media site for U.S. journalists, but not for the public. Pew Research Center, [S. l.], p. 1, 27 jun. 2022. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2022/06/27/twitter-is-the-go-to-social-media-site-for-u-s-journalists-but-not-for-the-public/>. Acesso em: 14 nov. 2022.

MARTINS, Laís; SPAGNUOLO, Sérgio; MORETTI, Juliene. Por dentro dos grupos que fornecem informações para a oposição na cpi da pandemia. Núcleo Jornalismo, [S. l.], p. 1, 20 mai. 2021. Disponível em: <https://nucleo.jor.br/reportagem/2021-05-20-cpi-pandemia-grupos-redes/>. Acesso em: 13 set. 2022.

NATELINHA. GloboNews lidera audiência com CPI da Covid-19; saiba mais. NaTelinha, [S. l.], p. 1, 25 maio 2021. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2021/05/25/globonews-lidera-audiencia-com-cpi-da-covid-19-saiba-mais-164438.php>. Acesso em: 13 nov. 2022.

SENADO NOTÍCIAS. Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado. Senado Notícias, [S. l.], p. 1, 12 dez. 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em: 12 out. 2022.

THE DRUM. 2008: Barack Obama embraces the power of social media in election. The Drum, [S. l.], p. 1, 31 mar. 2016. Disponível em: <https://www.thedrum.com/news/2016/06/23/marketing-moment-84-barack-obama-embraces-power-social-media-2008-election>. Acesso em: 13 nov. 2022.

TRUFFI, Renan; LIMA, Vandson. Cresce a pressão por CPI da pandemia após morte do senador Major Olimpio. Valor Investe, [S. l.], p. 1, 22 março 2021. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2021/03/22/cresce-a-pressao-por-cpi-da-pandemia-apos-morte-do-senador-major-olimpio.ghtml>. Acesso em: 6 de nov. 2022.