

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA POLÍTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA

NARA SARMANHO CUNHA

Novos usos da internet e a prática política:
representação e atividade parlamentar na era da comunicação política digital

Versão corrigida

São Paulo

2023

NARA SARMANHO CUNHA

Novos usos da internet e a prática política:

representação e atividade parlamentar na era da comunicação política digital

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política do Departamento de Ciência Política da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Ciência Política

Orientador: Prof. Dr. Glauco Peres da Silva

Versão corrigida

São Paulo

2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

Cunha, Nara Sarmanho

C972n Novos usos da internet e a prática política:
representação e atividade parlamentar na era da
comunicação política digital / Nara Sarmanho Cunha;
orientador Glauco Peres da Silva - São Paulo, 2023.
88 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas da Universidade de São
Paulo. Departamento de Ciência Política. Área de
concentração: Ciência Política.

1. Representação Política. 2. Internet. 3.
Congresso Nacional. 4. Tecnologia. I. Silva, Glauco
Peres da, orient. II. Título.

ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE

Termo de Anuência do (a) orientador (a)

Nome do (a) aluno (a): Nara Sarmanho Cunha

Data da defesa: 27/09/2023

Nome do Prof. (a) orientador (a): Glauco Peres da Silva

Nos termos da legislação vigente, declaro ESTAR CIENTE do conteúdo deste EXEMPLAR CORRIGIDO elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me plenamente favorável ao seu encaminhamento ao Sistema Janus e publicação no Portal Digital de Teses da USP.

São Paulo, 28/11/2023



(Assinatura do (a) orientador (a))

“De quando em quando tocava a matraca, reunia-se gente, e ele anunciava o que lhe incumbiam, — um remédio para sezões, umas terras lavradas, um soneto, um donativo eclesiástico, a melhor tesoura da vila, o mais belo discurso do ano, etc. O sistema tinha inconvenientes para a paz pública; mas era conservado pela grande energia de divulgação que possuía. Por exemplo, um dos vereadores, —aquele justamente que mais se opusera à criação da Casa Verde, —desfrutava a reputação de perfeito educador de cobras e macacos, e aliás nunca domesticara um só desses bichos; mas, tinha o cuidado de fazer trabalhar a matraca todos os meses. E dizem as crônicas que algumas pessoas afirmavam ter visto cascavéis dançando no peito do vereador; afirmação perfeitamente falsa, mas só devida à absoluta confiança no sistema. Verdade, verdade, nem todas as instituições do antigo regime mereciam o desprezo do nosso século.”

Machado de Assis, O Alienista

Agradecimentos

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a todas as pessoas e instituições que tornaram possível a realização desta dissertação de mestrado.

Gostaria de agradecer a Glauco pelas inúmeras leituras, conselhos e um acompanhamento tão minucioso desta pesquisa. Sua orientação meticulosa e encorajamento constante foram fundamentais para a conclusão deste trabalho.

Agradeço a meus pais, João e Aliete, por estarem sempre presentes ao longo desta caminhada. A Madalena, pela companhia constante. A Paulo Simas, por sempre bater à minha porta quando eu precisei. A Mariana e Matheus pelas constantes risadas ainda que os dias fossem cinzas.

A todas as amigas e amigos da Sanfran que seguiram me acompanhando e apoiando. Como é bom evoluir com vocês! Às amigas de Belém, que carrego sempre comigo. Ao LAUT, onde pela primeira vez consegui trabalhar com política e pesquisa - e perceber que gosto disso. Às colegas do Projeto Rio Doce, em especial ao grupo de trabalho sobre crianças e adolescentes. Obrigada por tornar o cotidiano, tão pesado, menos difícil. À Vetor Brasil e aos colegas da SEDUC - MT, por me apresentarem a paixão pelo setor público. Aos amigos de Cuiabá, em especial Victor, por tornarem a vida menos difícil tão longe de casa. Aos colegas de DCP e de monitoria. Aos monitorandos de Política III por mostrarem uma nova face da Ciência Política. A Julia Páteo, pela revisão atenta e companhia divertida. A todas as que se somaram a esta trajetória.

Por fim, quero expressar minha profunda gratidão a todos aqueles que leram etapas da minha pesquisa e cujas contribuições e insights forneceram a base para este estudo.

Cada um foi um pedaço muito importante deste quadro final e compuseram minha jornada de pesquisa e aprendizado. Não teria sido possível sem vocês. A todas, meu muito obrigada.

RESUMO

CUNHA, Nara Sarmanho. (2023). **Novos usos da internet e a prática política: representação e atividade parlamentar na era da comunicação política digital.** Dissertação de Mestrado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo

Esta dissertação de mestrado se debruça sobre a atividade parlamentar e internet, questionando-se como novas tecnologias de comunicação e redes sociais agregam valor aos trabalhos parlamentares e à representação política. Por meio de uma revisão da literatura, explora-se a relevância do tema e suas conexões com a literatura em ciência política e a relação entre representação e redes sociais. Para isso, investiga-se modelos teóricos para identificar as possíveis mudanças na representação parlamentar e quais as consequências encontradas em pesquisas empíricas realizadas, incluindo a discussão sobre comunicação política e instituições brasileiras.

Palavras-chave: Comunicação política, representação, tecnologia, Congresso Nacional, redes sociais

ABSTRACT

CUNHA, Nara Sarmanho. (2023). **New Uses of the Internet and Political Practice: Representation and Parliamentary Activity in the Era of Digital Political Communication.** Dissertação de Mestrado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

This master's thesis develops parliamentary activity and the internet, questioning how new media and social networks add value to parliamentary work and political representation. Through a literature review, the relevance of the topic is explored, along with its connections to political science literature and the relationship between representation and social networks. To achieve this, theoretical models are investigated to identify possible changes in parliamentary representation and the consequences found in empirical research, including a discussion on political communication and Brazilian institutions.

Keywords: Political communication, representation, technology, National Congress, social networks

SUMÁRIO

Introdução.....	8
1. A relevância do tema.....	14
2. A mudança no fiel da balança da representação: a chegada das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação.....	21
2.1 Bernard Manin e a conceitualização de Democracia de Audiências.....	21
2.1.1 Democracia de Audiências significa mais democracia?.....	28
2.2 Redes sociais e a mudança no espaço de formação da opinião pública - otimismo ou ceticismo?.....	31
2.3 TICs com um novo campo dentro da comunicação política.....	34
3. Internet e a atividade legislativa.....	40
3.1 Mudança institucional.....	41
3.2 Motivações.....	49
3.3 Comunicação de grupos minoritários - oposições e grupos marginalizados.....	51
3.4 Definição da agenda pública.....	54
3.5 Considerações finais do capítulo.....	56
4. Caso brasileiro / uma agenda de pesquisa sobre o tema.....	60
4.1 Padrões de uso de NTICs por parlamentares brasileiros.....	63
4.2 A personalização e o sistema político e eleitoral brasileiro.....	70
4.3 Considerações finais do capítulo.....	72
Considerações finais.....	75
Referências Bibliográficas:.....	78

Introdução

O campo da comunicação política como objeto de estudo ganhou tração no contexto brasileiro a partir das eleições de 1989, vencidas por Fernando Collor de Mello (MIGUEL e BIROLI, 2011). À época, Collor se elegeu mostrando um grande domínio da forma de se comunicar com grandes grupos de mídia e marketing, sabendo se utilizar dos recursos da televisão na corrida eleitoral. Isso lhe garantiu certa vantagem para a sua vitória, embora não tenha sido o único fator decisivo: sua candidatura contou com o apoio de grupos de mídia e do *establishment* político, que também foi atraído por sua abordagem. Porém, ao longo do mandato, o apoio desses mesmos grupos de mídia e dos atores políticos a Fernando Collor não se manteve. A mesma imprensa que o apoiou propagou uma visão diferente do então presidente ao longo do exercício da Presidência.

O uso e domínio dos meios de comunicação e sua linguagem podem ser determinantes nos rumos da vida pública, e, não só isso, andam lado a lado com o fazer político. Diferentes meios de comunicação são apropriados e utilizados de maneiras distintas por atores políticos, e podem ser decisivos para a vida política. Contudo, sua apropriação também acontece de forma diferenciada por diferentes grupos, que não partem do mesmo lugar e que não utilizam os mesmos recursos. Os autores apontam que as técnicas utilizadas por Collor de Mello posteriormente também passaram a ser dominadas pelo campo adversário e pelos demais agentes que concorriam às eleições, e o que então foi determinante passou a não ser um fator diferencial porque o campo havia sido nivelado. Há diferentes formas de usar um mesmo veículo de comunicação, que possuem suas próprias potencialidades e ritmo de apropriação.

Ainda, o caso da eleição de Collor demonstra que o uso da mídia não se restringiu a falar com o potencial eleitor: também serviu para se comunicar com outros atores políticos. Segundo os autores, a mídia possibilitou que outros políticos se envolvessem com a candidatura e conseguissem levá-la a outro patamar, uma vez que estava respaldada pela classe política. Contudo, isso aconteceu dentro de um desenho institucional e com constrações relacionadas a ele. Seja pelos agentes políticos que perceberam a vantagem que poderiam ganhar e que se engajaram na candidatura com outras formas de buscar votos, seja pelas regras do uso de televisão e campanhas eleitorais determinadas pela nova democracia que surgia, seja pelos eleitores que abraçaram essa nova forma de conexão, as instituições exerceram papel nessa relação.

O uso das ferramentas de comunicação de redes sociais pela classe política é relativamente recente, e ecoa o mesmo fenômeno de Collor de Mello. Sua utilização se

intensificou a partir das eleições de Barack Obama em 2008, quando o ex-presidente dos Estados Unidos conseguiu mobilizar eleitores e sua campanha tomou grandes proporções via plataformas digitais, que foram consideradas um diferencial na corrida contra John McCain. As eleições para o Parlamento Europeu em 2009 confirmaram a tendência para a comunidade internacional: a aliança entre plataformas digitais e política se solidificou.

No Brasil, a campanha de Marina Silva nas eleições presidenciais de 2014 é colocada como um marco sobre o assunto. Não apenas esta candidata, mas também seus concorrentes, como os mais votados Dilma Rousseff e Aécio Neves, usaram esse tipo de mídia para engajar seus eleitores e se comunicar com mais pessoas. Já em 2018, com a eleição de Jair Bolsonaro, o tema volta à baila, em razão do uso massificado desses instrumentos e o papel de peso que tiveram na campanha do presidente eleito, desbancando a televisão como o principal veículo de comunicação, papel que havia conquistado no país desde 1989 (Nicolau, 2020).

Um elemento a ser considerado na evolução do uso desse tipo de comunicação foi sua rápida evolução e penetração no cotidiano. Em 2005, três anos antes de Obama tomar as redes com seu “Yes we can!”, 68% da população dos Estados Unidos era usuária da internet; em 2015, esse valor era de 84%¹. Mas esses números refletem apenas a porção que usava a internet de alguma forma, seja e-mails, websites e redes sociais. Quanto a estas, em janeiro de 2023, estima-se que 72,5% da população do país esteve ativa em alguma rede social²; proporção muito maior do que os 7% de quando o Pew Research Center começou a monitorar a tendência de uso. No Brasil, existem mais de 131 milhões de usuários de contas e 46 horas gastas todos os meses nessas plataformas, nos tornando o terceiro país que mais usa redes sociais no mundo³. O que esses dados demonstram é uma população cada vez mais conectada, não apenas com acesso à internet, mas com seu uso cada vez mais entranhado no cotidiano.

Esse enraizamento na população aliado a alguns dos efeitos percebidos no cotidiano político faz com que o uso de novas mídias digitais seja um objeto de estudo singular por diversos fatores: sua rápida massificação e alterações que trouxe nas formas de comunicação, a velocidade com que novos espaços são criados, a ausência da mediação tradicional, a nova

¹ Dados de acordo com o Pew Research Center (PERRIN, Andrew. Social Media Usage: 2005-2015. **Pew Research Center**, outubro de 2015. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>. Acesso em: 20 jul. de 2023).

² DATA Reportal. Digital 2023: United States of America. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-united-states-of-america#:~:text=The%20USA%20was%20home%20to,percent%20of%20the%20total%20population>>. Acesso em: 20 jul. de 2023.

³ PODER360. Tendências de Social Media 2023. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/03/Tendencias-de-Social-Media-2023-1.pdf>. Acesso em: 20 jul. de 2023.

lógica algorítmica pautada pelo *big data*, as peculiaridades próprias da linguagem que usam e as distintas formas de se apropriar conforme cada indivíduo ou público.

Seu uso, portanto, traz consequências para a atividade política. Fronteiras cada vez mais borradas entre o público e o privado, novas possibilidades de representação, a criação de ambientes cada vez mais isolados entre si (e, portanto, mais polarizados), a possibilidade de contato constante entre representantes e representados e a possibilidade de contraposição a rivais políticos criando uma campanha permanente. Essas são novas questões que surgem em razão dessas novas plataformas, e que têm consequências também na forma de se fazer política offline.

Na atividade parlamentar, o engajamento nesse novo tipo de tecnologia também tem seus incentivos, inclusive fora do período eleitoral e no exercício dos mandatos. Em relação aos outros ambientes de comunicação disponíveis a esses atores, têm menos protocolos de *gatekeeping* (afinal, já não é mais necessário um espaço na edição do jornal do dia ou a anuência de alguma emissora de televisão para falar diretamente com sua audiência), maior espaço de acesso, maior tempo disponível (recurso praticamente ilimitado, especialmente em comparação com os cinco minutos diários do pequeno expediente da Câmara dos Deputados) e maior número de pessoas que podem potencialmente ser alcançadas, além de baixos custos financeiros: basta um celular com acesso à internet. É a partir destas reflexões, portanto, que se busca apresentar um trabalho sobre o uso de redes sociais por parlamentares no Brasil.

Contudo, apenas esses fatores não explicam por que é vantajoso para um parlamentar utilizar a internet como veículo de comunicação - são semelhantes àqueles presentes para as pessoas em geral, e mal chegam a explicar por que indivíduos comuns adotaram o uso de redes sociais de forma massiva. A decisão de possuir e utilizar uma conta em redes sociais pode ser vista como uma questão de alocação de recursos. Embora as redes sociais sejam gratuitas em termos de criação de conta e postagens, seu uso requer o investimento de dois recursos valiosos: o tempo pessoal e o tempo da equipe. A equipe de um político possui tempo limitado e precisa decidir como alocá-lo entre diversas atividades - caso decida por isso, inclui-se nessa conta a gestão das redes sociais. Caso o próprio parlamentar não esteja disposto a dedicar seu próprio tempo a esse propósito, será necessário designar outro membro da equipe para essa tarefa. No entanto, mesmo existindo um membro da equipe com a função exclusiva de dedicar-se às redes sociais, isso ainda mantém o desafio de se alocar adequadamente os recursos disponíveis. A contratação de mais funcionários poderia aumentar a capacidade da equipe, mas os orçamentos restritos podem impor limitações que exigem escolhas e concessões.

É assim na atividade política: recursos limitados, opções limitadas. Num estudo de 2021, pesquisadores chegaram à conclusão de que membros não-eleitos estavam menos presentes em redes sociais do que seus pares que chegaram aos mesmos cargos passando por eleições - é provável que os primeiros tenham percebido que os custos envolvidos na manutenção de uma conta ativa podem superar os benefícios potenciais quando a conexão com um eleitor não é necessária (GRAY, GUTIERREZ-MANNIX, 2021).

Essas questões têm como centro a atividade parlamentar e a conexão eleitoral e como elas interferem no uso de novas plataformas. Como é uma questão de representação, explorar este tema é explorar também como muda a forma como se pensa e se faz política (LESTON-BANDEIRA, 2012b). Entender como acontece a incorporação desses meios de comunicação à atividade política é uma questão de relevância: auxilia a entender o que políticos querem comunicar a seus eleitores, o espaço público em si, o fazer político e a incorporação de novos grupos ao processo político.

Seguindo a lógica de que o estudo sobre internet e política deve incorporar a literatura sobre as instituições de cada país (ANSTEAD E CHADWICK, 2008), coloca-se como dissertação a construção de um *framework* teórico que permita explorar a relação entre parlamentares e o uso de novas formas de comunicação, derivadas do uso de internet e redes sociais. O objetivo é organizar a literatura para mapear gargalos e ver como o campo pode avançar - trata-se de uma revisão da literatura que busca entender até onde a Ciência Política desenvolveu este assunto, focando na representação institucional e uso de internet.

Cabe aqui um breve parêntesis sobre o contexto de produção dessa pesquisa. Ela começou a ser elaborada no ano de 2020, no início da pandemia da COVID-19. Nesse contexto, o Legislativo ganhava grande relevância e, além da eleição de Jair Bolsonaro, havia um grande número de parlamentares eleitos e vinculados ao então presidente, o que a imprensa caracterizou como uma “onda antissistema”. Grande parte dessa renovação foi atribuída à campanha nas redes sociais, seja de Bolsonaro, seja dos novos parlamentares - cuja renovação não aconteceu apenas à direita, mas também à esquerda do espectro político.

No cenário pandêmico, a produção digital dos parlamentares pareceu se intensificar, acompanhando o cenário de lockdown. Mais do que apenas acontecer em plataformas próprias, os discursos, votações e discussões das Casas Legislativas passaram a acontecer pela internet. Com a CPI das fake news, os próprios parlamentares passaram a discutir o assunto, e ele continua ganhando tração até este ano - por exemplo, desde o início do terceiro mandato de Lula se discute como regular a produção e distribuição de fake news em período eleitoral. Os números estrondosos do parlamentar mais votado no país, com 1,47 milhões de votos, são

em grande parte atribuídos à sua atuação em redes sociais, onde defende pautas conservadoras⁴.

Essas notícias, anedotas e *momentum* político trazem um emaranhado de questões de relevância - como o meio está relacionado ao tipo de mensagem política, como a atuação do Executivo com o Legislativo pode ser afetada por organizações que controlam boa parte das plataformas em que as discussões políticas e a informação acontecem, qual o papel da desinformação nas eleições. Apesar disso, foram encontradas dificuldades para formular uma questão que conseguisse traduzir em um trabalho empírico, em razão da falta de um arcabouço teórico mais aprofundado sobre o assunto em que fosse possível articular uma questão relevante para a Ciência Política, especialmente para o campo de instituições políticas, e também para o campo de Comunicação Política. É desse jogo de tentativa e erro que essa pesquisa nasce com a seguinte pergunta: como o uso de internet e redes sociais altera a representação política institucional nos Parlamentos?

Portanto, por meio de uma revisão de literatura, essa pesquisa se estrutura da seguinte maneira. O primeiro capítulo aborda a relevância do tema para a literatura de ciência política. O segundo capítulo aborda, em sua primeira parte, a conceitualização da "Democracia de Audiências" proposta por Bernard Manin, descrevendo a transformação da democracia em três períodos - desde o Parlamentarismo até a Democracia de Audiências, destacando as mudanças na relação entre eleitores, políticos e o papel dos partidos políticos ao longo das diferentes fases e na transformação trazida pela digitalização e pelos meios de comunicação de massa, e o que isso significa para a democracia. Na segunda parte, aborda a divergência existente na literatura sobre as implicações políticas da adoção da internet como meio de comunicação, buscando compreender como a internet impacta a política contemporânea e a representação política.

Por sua vez, o terceiro capítulo parte da ideia de que o uso de redes sociais se tornou indispensável para políticos eleitos, para tratar de quais seriam os efeitos dessa tendência nas instituições em que esses representantes atuam, levando em conta como a personalização influencia as instituições políticas e como a tecnologia tem afetado a representação política. Já o capítulo quatro explora como os parlamentares brasileiros adotaram essas tecnologias, levantando questões sobre a relação entre partidos políticos, campanhas eleitorais e novas formas de representação política, além do impacto das Tecnologias de Informação e

⁴ TORRES, Diego. Quem é Nikolas Ferreira, o deputado federal mais votado do Brasil em 2022. Jota. outubro de 2022. Disponível em: <https://www.jota.info/eleicoes/quem-e-nikolas-ferreira-o-deputado-federal-mais-votado-do-brasil-em-2022-2710> Acesso em: 28 jul. de 2023.

Comunicação (TICs)⁵ na atividade legislativa. O foco desses dois últimos são principalmente estudos empíricos que tratam do assunto, buscando identificar até onde chegaram.

Dessa forma, esta dissertação busca articular essas três frentes em uma revisão da literatura. Propõe-se um balanço de até onde as pesquisas mapeadas no segundo capítulo conseguiram avançar, apresentando assim um novo balanço para a linha de pesquisa que trata do Brasil. Depois, é conduzida uma avaliação das vias pelas quais seria possível avançar na discussão sobre representação, Legislativo e internet.

⁵Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) são as tecnologias e métodos de comunicação que surgiram na Revolução da Informação. Desenvolvidas a partir dos anos 1970 e principalmente nos anos 1990, a grande maioria dessas tecnologias se caracteriza por acelerar a comunicação, promover interação horizontal e tornar o conteúdo da comunicação menos tangível fisicamente por meio da digitalização e de redes de comunicação (mediadas ou não por computadores) para a captura, transmissão e distribuição de informações (texto, imagens estáticas, vídeo e som).

1. A relevância do tema

No início dos anos 2000, a literatura sobre internet e representação trazia a expectativa de que, com a adoção de seu uso cada vez maior por grande parte da população, seriam sentidos efeitos na representação política e na democracia (WEARE, 2002). Numa perspectiva otimista, a internet mudaria a representação, reforçando os elos entre cidadãos e seus representantes. O fluxo de informações, mais eficiente e de diferentes fontes, permitindo que os eleitores tomassem decisões mais informadas, poderia por si só ser capaz de criar uma democracia melhorada e com vínculos mais estreitos entre os representados e a classe política (COLEMAN; TAYLOR; VAN DE DONK, 1999).

A mudança geracional e o acesso à web poderiam estar diretamente ligados: seria inevitável, com a web penetrando cada vez mais no dia a dia da população, que seus efeitos fossem sentidos nas instituições políticas. Essa variação seria diretamente proporcional - mais cidadãos conectados, mais mudanças produzidas no regime democrático, que caminharia para uma forma melhorada e mais participativa. Contudo, esse caminho não foi, necessariamente, aquele que a democracia seguiu. A realidade acabou se mostrando mais complexa, e a tecnologia foi absorvida de diferentes formas conforme o contexto.

Anstead e Chadwick (2008) tentaram responder quais os fatores que explicam o impacto que a internet tem no sistema político e eleitoral. Os autores apontaram que apenas o número de pessoas que usam a internet nos Estados Unidos não foi um dado suficiente para explicar por que a internet tem tanto impacto nas eleições do país, embora seus efeitos sejam sentidos por lá há bastante tempo, desde o início dos anos 2000. Ou seja, apenas a mudança geracional não foi suficiente para explicar as transformações que estavam acontecendo na política do país.

Para chegar à conclusão de que apenas o uso da internet e mudanças geracionais não eram capazes de explicar quais as consequências do uso de TICs, os autores compararam as instituições norte-americanas com a de um país que então tinha nível similar de acesso à internet, o Reino Unido. Os dois países não apresentavam, então, o mesmo comportamento. Os efeitos do uso das TICs não eram os mesmos nas duas democracias - apenas o grau de uso de internet por parte dos cidadãos não era capaz de explicar o seu impacto político. Portanto, para os autores, seria necessário procurar por outras explicações, em especial nas formas como se organizam os partidos e nas normas e regras do ambiente eleitoral - em outras palavras, nas instituições políticas. Novas formas de comunicação podem ter impactos diferentes conforme regras institucionais diferentes.

São as instituições que oferecem benefícios e incentivos distintos para sua utilização por candidatos a cargos políticos e por pessoas que já estão no poder. Elas podem atuar como catalisadoras de recursos, como anticatalisadoras ou até mesmo barreiras para que se consiga algo (ANSTEAD, CHADWICK, 2008). Partindo-se do pressuposto de que os atores utilizam os recursos disponíveis para tomarem suas decisões visando aumentar seus ganhos - de uma perspectiva de que agem racionalmente, portanto - a relação entre internet e as instituições de cada país são dialéticas: o uso de uma interfere na outra, quando o assunto são seus fins políticos.

Os novos usos de plataformas digitais pela elite política e seus eleitores têm relevância do ponto de vista da representação e do impacto no sistema político e eleitoral, que também apresentam condicionantes nesses efeitos. Nesse sentido, a relevância em se explorar essa relação é um campo a ser desbravado. O campo de estudo de tecnologia e representação continua sendo um espaço em que, dadas as constantes mudanças, a literatura tem a avançar (ZITTEL, 2003; ANSTEAD, CHADWICK, 2008; BRAGA, ROCHA, VIEIRA, 2021).

É possível imaginar alguns usos de TICs que permitam entender sua interferência na democracia, e por que a Ciência Política deve se ocupar de entender este assunto. O primeiro deles é simples: elas permitem que um eleitor se comunique diretamente e muito mais facilmente com um representante eleito - e que, por sua vez, essa elite política consiga interagir com as pessoas que as conduziram até os seus postos.

O relacionamento entre o Parlamento e os cidadãos é uma das áreas menos exploradas nos estudos legislativos, numa tendência histórica na disciplina (LESTON-BANDEIRA, 2012b). Apesar disso, é uma dimensão essencial para que se possa entender o papel de Parlamentos. Num contexto em que se renovam as formas de comunicação com o surgimento de novas mídias, de forma aparentemente contraditória, e crescem a desconfiança e apatia por parte dos cidadãos pela política, este objeto ganha especial relevância.

Dessa forma, a relação real da representação com os cidadãos tenderia a ser abordada pelos estudos legislativos apenas como um resultado indireto do que seriam as outras funções principais do Parlamento, ou como uma consequência da relação do Congresso com o governo e/ou os partidos; seria algo secundário e escanteado pela disciplina. De maneira geral, ela aponta, o estudo do Parlamento tem se preocupado principalmente com a questão do poder: quanto poder a instituição possui, qual é sua capacidade de influenciá-lo e quem são os principais atores que o moldam.

Apenas mais recentemente, no início dos anos 2000, começaram a surgir estudos sobre os detalhes da relação entre o Parlamento e os cidadãos. O que teria catapultado esta agenda

foi o desenvolvimento simultâneo do discurso sobre o desengajamento político e a expansão de formas alternativas de democracia participativa, com o foco se deslocando para a relação entre o parlamento e os cidadãos. Estes deixaram de ser considerados uma massa invisível que apenas recebia os resultados gerais das funções principais do Parlamento, passando a serem vistos como atores ativos em uma relação com os Legisladores; essa mudança ocorreu com os cidadãos passando de receptores de resultados para cidadãos como iniciadores de contribuições em uma relação fundamental (LESTON-BANDEIRA, 2012a).

Desse modo, a interação entre representantes e seus representados é, por definição, um dos principais objetos da disciplina da Ciência Política - ainda que pouco explorado pela disciplina. Partindo de uma linha de análise distinta, que ainda foca principalmente no representante político, mas buscando também tratar dessa relação, ainda nos anos 1970, Fenno (1977) apontou a necessidade que então existia para a pesquisa em Ciência Política se voltar para a relação com a sua *constituency*, isto é, seus eleitores e potenciais eleitores em seu distrito.

O argumento de Fenno foi trazido em um momento em que as pesquisas na área focavam majoritariamente nos trabalhos legislativos localizados no espaço do Parlamento - no contexto do autor, a cidade de Washington e o que lá se fazia. Então, a agenda de pesquisa que buscava entender o laço político-eleitora não era prioridade; a relação entre parlamentar e quem o elegia entrava na disciplina como um interesse derivado, menor, apenas para jogar luz em alguns comportamentos que aconteciam durante o trabalho principal e que realmente importava - assim como, anos depois, Leston-Bandeira apontou que era a tendência dos estudos legislativos. Contudo, Fenno frisa, compreender o que um representante entende enquanto sua *constituency* e quais as consequências disso para seu comportamento do legislador é um eixo de pesquisa relevante: um político reage ao que ele vê como seus eleitores, e isso pauta seu trabalho no cotidiano da vida política.

A *constituency* de cada parlamentar, sob a ótica do autor, não é um bloco homogêneo. Seja nos Estados Unidos rural ou naquele dos grandes centros urbanos, cada parlamentar e cada grupo de eleitores tem uma relação distinta, embora na ótica do autor existissem alguns padrões e similaridades. Existiam os cidadãos que iam participar integralmente de campanhas, tomando chá com um político, enquanto existiam aqueles que apenas compareciam às urnas nas eleições. Cada um desses ramos nutria expectativas distintas em relação à atuação daquele parlamentar, buscando informações e devolvendo estímulos diferentes.

Assim, *constituencies* merecem ser investigadas, e uma nova forma de organização deste vínculo, como aquela que se estabelece com o uso de TICs, requer atenção. Por

exemplo, as novas mídias são capazes de trazer uma relação mais informal e mais próxima (COLEMAN, MOSS, 2008). Indo além, não apenas a internet poderia ser capaz de reformar vínculos já existentes, mas poderia permitir o desenvolvimento de um tipo específico de representação política (NORTON, 2007; ZITTEL, 2003).

Mas isso não é o único impacto que se pode pensar sobre o uso de TICs dentro da política. A relação que existe entre eleitores e aqueles que interagem com um político eleito usando novos meios de comunicação não é de sobreposição. Quem acessa as redes de determinado político não necessariamente são as mesmas pessoas que estão localizadas geograficamente no seu distrito eleitoral.

A internet permite que pessoas em qualquer lugar do mundo entrem em contato direto com um político; o que eles veiculam e o que recebem nessas redes não se restringe aos interesses de onde recebem votos. O uso da internet muda a relação entre cidadãos e representantes. Isso torna a relação entre uso de redes sociais pela classe política mais nebulosa - se não para compreender o que motiva um parlamentar, para elucidar quais as consequências dos usos dessas plataformas.

Apenas a relação com a *constituency* não explica, em sua totalidade, as consequências da adoção desse tipo de ferramenta pelos mandatos. A discrepância entre o público nas redes e aquele nos distritos eleitorais adiciona alguns elementos à discussão, como a tensão entre a representação geograficamente localizada em contraposição a interesses nacionais, que alteram o fluxo de informações que levam um determinado parlamentar à tomada de decisões dentro da sua atividade cotidiana. Há uma diferença nos estímulos que chegam para que um político consiga tomar sua decisão.

Leston-Bandeira (2012b) aponta que o acesso a uma grande audiência, de todas as localidades, possibilita que parlamentares adicionem ao seu processo de tomada de decisão a voz desses cidadãos, somando às de suas *constituencies* e, além disso, ao que diz o seu partido. A relevância reside no fato de que gera uma mudança nos *inputs* que um parlamentar recebe para que tome suas decisões; ou seja, muda a forma como a representação acontece. Em outras palavras, ela possibilita que mais vozes sejam ouvidas e é uma maneira mais fácil de que sejam processadas pelos representantes, que muitas vezes precisavam do partido para compreender os cenários e guiá-los na tomada de decisão. Assim, surgem questões relacionadas à contraposição entre território e representação: se um parlamentar precisa apenas dos votos que lhe são geograficamente determinados, qual o interesse de um parlamentar em ouvir e responder outras vozes seria uma questão interessante e, especialmente, como isso afetaria a democracia.

Apenas responder que TICs permitem baixos custos na comunicação entre parlamentares e sua *constituency* talvez consiga explicar o porquê de tomar essa decisão - é uma forma de comunicação de fato amplamente utilizada, hoje, pelos eleitores - mas não consegue explicar quais as consequências para o sistema político e eleitoral, e quais os diferentes vínculos e expectativas que se formam a partir de uma nova forma de comunicação.

Voltando à discussão sobre Anstead e Chadwick (2008), pode-se buscar entender a influência de diferentes sistemas políticos sobre os modos de apropriação e uso das tecnologias digitais dentro da política. Seguindo esta linha de pesquisa, em estudo sobre o uso de redes por parlamentares brasileiros, Braga, Rocha e Vieira (2021) chegam à conclusão de que a presença *on-line* dos representantes reflete padrões *off-line* de incentivos e condicionantes institucionais, ainda que não haja uma relação de sincronia perfeita. Por isso, na pesquisa sobre política comparada em geral, as peculiaridades da comunicação *on-line* aliadas ao contexto institucional do país são um flanco a ser explorado (ZITTEL, 2003; ANSTEAD E CHADWICK, 2008; BRAGA, ROCHA, VIEIRA, 2021).

Para tentar explicar como a comunicação tecnológica aconteceria na vida política, Zittel (2003), por exemplo, apresentou dois modelos teóricos sobre o uso de internet em democracias. O primeiro seria pautado no interesse de parlamentares em se manter em constante comunicação com seus eleitores, de forma a saber de seus interesses políticos e deliberar de maneira conjunta. A ideia de fundo é que a democracia se tornaria mais participativa, já que eleitores seriam munidos de mais voz, e a comunicação seria interativa. O segundo modelo de Zittel se contrapõe a este, sendo marcado pela disciplina e coesão partidária. A diferença entre ambos é que, no primeiro caso, quem filtraria os novos estímulos, o ponto de ligação entre os dois sistemas seriam os políticos. Já no segundo caso, quem faria este papel seria o próprio sistema político.

Se a incorporação dos novos meios se desse a partir de seu primeiro modelo, o resultado seria uma maior personalização da política; afinal, os eleitores estariam em contato direto com os membros do parlamento (MPs) que elegeram. Contudo, se fosse feita a partir do esquema 2, o resultado seria apenas o reforço de padrões de comunicação política existentes no contexto constitucional, já que as instituições condicionariam a absorção de informações.

Esse ponto é de importância porque o uso de novas tecnologias não necessariamente é incorporado de forma a trazer um padrão de comunicação que seja pessoalizado, entre parlamentar e a sua *constituency*, mas pode também incorporar elementos que já existem e são dados pelo arranjo institucional; não é apenas o MP em si que poderia se beneficiar deste tipo de contato.

Contudo, o próprio Zittel chegou à conclusão de que seus modelos não davam conta de explicar a incorporação de TICs pelo sistema político. De acordo com ele, seu sistema de incorporação a partir do contexto constitucional não consegue explicar quais as variáveis do sistema político que de fato seriam responsáveis por incorporar as mudanças.

Dessa forma, do ponto de vista institucional, um caminho seria se aprofundar em um tópico mencionado anteriormente - o papel dos partidos políticos. O uso de novas plataformas digitais de comunicação não é relevante apenas para falar com a própria *constituency*, mas também pode ser utilizado de outras formas e se obter outro tipo de vantagem, uma vez que pode atingir públicos maiores que os eleitores de um parlamentar.

Assim, uma consequência é que elas alteram a forma como os *inputs* dos assuntos de relevância nacional são recebidos, mudando a relação com o partido político. O partido costumava ser a principal e mais rápida fonte para esse tipo de informação, indicando posicionamentos e posturas frente a assuntos que eram de interesse além do distrito eleitoral dos candidatos.

A internet muda esse jogo, permitindo que mensagens dos interessados cheguem diretamente aos parlamentares. Assim, antes o alinhamento partidário era mais fácil de ser conquistado, uma vez que as próprias organizações forneciam as informações e direcionamentos. O uso de plataformas adiciona elementos para um novo sopesamento de interesses, mudando a relação de lealdade entre parlamentar e partido, já que aquele ganha mais elementos para tomar sua decisão (LESTON-BANDEIRA, 2012b).

Esse não é o único modo em que a relação entre parlamentar e partido se altera com os meios digitais de comunicação. Este *lócus* de comunicação permite que um parlamentar, que quer ser conhecido e cultivar um número maior de votos (partindo-se do pressuposto de que queira sua reeleição), consiga projetar a sua imagem da forma que escolher. Os custos da produção de conteúdo são baixos, em comparação com períodos em que se dependia da máquina partidária e da mídia tradicional. Assim, ele consegue ganhar maior relevância que não necessariamente está vinculada ao seu partido e ao seu crescimento dentro da burocracia; ou ainda pode ressaltar o caráter personalista vinculado a figuras midiáticas, que vem de fora e buscam converter sua popularidade em capital político, por exemplo.

O uso de TICs é relevante para se pensar representação e pode ser estudado sob a ótica das instituições políticas. Apesar disso, não fornecem, por si só, elementos suficientes para entender como essa relação se altera. Assim, comunicação política e as instituições políticas não são vistos como campos de estudos separados, mas conjuntamente. Se havia um otimismo inicial sobre o impacto positivo da internet na representação política e na democracia, a

realidade complexa revelou que a influência das novas tecnologias varia conforme as instituições e as regras do jogo político de cada contexto.

2. A mudança no fiel da balança da representação: a chegada das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

O uso das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação tem sido um objeto de estudo relativamente recente no campo da Ciência Política. No entanto, as questões levantadas por essas tecnologias - como maior fluxo de informações entre políticos e cidadãos, maiores possibilidades de vínculo de personalização entre representantes e representados novos - são objeto de investigação da teoria sobre democracia há bastante tempo.

Nesta seção, pretende-se apresentar a teoria de Bernard Manin sobre as metamorfoses da democracia - basicamente, como o mundo ao redor se altera e a democracia representativa se adapta e se transforma junto com ele, impulsionada principalmente por mudanças na informação e na relação com os representantes políticos. Ainda, busca-se explorar como certos fenômenos relacionados às TICs têm consequências para a teoria da democracia e para as instituições políticas, particularmente no que se refere à relação entre as pessoas e essas instituições.

Em seguida, abordaremos de forma mais aprofundada o tema de o que torna a internet, e mais especificamente redes sociais, algo diferente e que muda o ecossistema da democracia, fornecendo novos incentivos que impulsionam a forma como os agentes políticos se comportam.

2.1 Bernard Manin e a conceitualização de Democracia de Audiências

O objetivo desta seção é fornecer uma compreensão clara dos princípios da democracia de Bernard Manin (1994, 1997) como uma abordagem analítica para o estudo da democracia representativa. Em particular, vamos explorar a Democracia de Audiências, que seria a fase atual da democracia representativa - num agravamento dos processos descritos pelo autor. No contexto atual dos meios de comunicação, essa forma de democracia é intensificada e transformada, representando um fenômeno novo cujas implicações não estão completamente abordadas pelo trabalho. No entanto, a abordagem de Manin continua sendo uma estrutura analítica útil e atual.

Bernard Manin desenvolveu uma tipologia da democracia representativa, identificando elementos que diferenciam e caracterizam três fases desse sistema: Parlamentarismo, Democracia de Partidos e Democracia de Audiências. Para diferenciá-las e conceituá-las, o autor parte de princípios básicos que definem e regem a democracia como um todo, incluindo

(i) eleições periódicas em intervalos regulares, (ii) independência dos representantes políticos, (iii) liberdade de opinião pública e (iv) tomada de decisões políticas após debates.

Em um primeiro momento, cabe discutir como o autor aborda a relação entre eleitores e seus representantes em cada um desses cenários. No Parlamentarismo, conforme Manin descreve, essa relação era pessoal: o cidadão votava em um representante de sua confiança pessoal, considerando-o o indivíduo e sua reputação pessoal. Essa relação não se baseava necessariamente em questões políticas, mas se desenvolvia de um modo mais pessoal, em relacionamentos particulares: o candidato desperta confiança devido à sua personalidade, não por suas conexões com outros representantes ou organizações políticas.

Os representantes mantinham relações diretas e contato frequente com seus eleitores, estabelecendo laços que iam além do âmbito político. Assim, as eleições no sistema representativo eram concebidas como um meio de eleger pessoas em quem os cidadãos confiavam como indivíduos, com base em vínculos pessoais e de natureza privada. Esse tipo de vínculo tinha um caráter pessoal, e as eleições não eram competitivas politicamente, e sim decididas por recursos prévios que os atores políticos detinham. Qualidades como a personalidade, a riqueza ou a ocupação se traduziam em capital político e faziam com que os representantes se destacassem na comunidade. Esse sistema de representação era elitista, selecionando uma elite em particular para o poder: pessoas notáveis que faziam parte de uma elite social.

Além disso, os representantes possuem independência – são livres para votar de acordo com sua consciência e seu julgamento pessoal, não sendo necessário transmitir uma vontade política que existisse fora das paredes do Parlamento. Por isso, o Parlamento era visto como um local de deliberação no sentido pleno da palavra, onde se definiam as posições por meio das discussões que lá aconteciam e que permitiam que os participantes chegassem a consensos por meio de argumentação – e esse era um princípio que então vigorava.

Já a opinião pública não necessariamente encontrava sua expressão por meio do voto. Um primeiro motivo para isso seria a restrição do sufrágio, mas não apenas isso: se era o vínculo de confiança entre parlamentar e eleitor que regia as eleições, a expressão da opinião pública por meio da liberdade de expressão poderia revelar visões e preferências diferentes, mas isso acontecia fora do processo eleitoral e não necessariamente intervinha nos trabalhos e discussões que aconteciam dentro do Parlamento. Assim, Manin evoca como metáfora uma imagem espacial, podendo existir um corte horizontal entre a vontade no Parlamento e sua vontade expressa no espaço público.

Na fase da Democracia de Partidos, essa relação se transforma por causa do aumento do tamanho do eleitorado causado pela extensão do sufrágio. Os eleitores passam a votar em programas partidários, que são mais fundamentados em relações de classe e cultura do que em relações pessoais. Isso não significa necessariamente que os eleitores estejam motivados por medidas políticas específicas, mas sim que têm um vínculo, identificação e pertencimento aos partidos. O objeto de confiança muda, deixando de ser a pessoa física do representante para se tornar o partido político. Essa mudança, com o fim do vínculo pessoal entre eleitorado e representante, foi então interpretada como uma crise na democracia representativa.

Já o caráter elitista na escolha de representantes não é eliminado, na visão de Manin. No entanto, há uma mudança de foco: em vez de selecionar notáveis da comunidade, a escolha recai sobre aqueles que possuem maior habilidade e conhecimento dos meandros da burocracia partidária. O partido é dominado por elites “desproletarizadas” que perderam a marca distintiva da classe operária e que já não mais podem ser identificados como membros da classe operária. Essas elites, no entanto, ascendem a posições de poder a partir de qualidades e talentos especiais, notadamente o ativismo e a capacidade de organização.

Para Manin, a estabilidade eleitoral comprova esse vínculo entre eleitorado e partido ao invés de pessoas, já os eleitores tendem a escolher como candidatos aqueles que pertencem à mesma organização, face uma longa lista de opções. As preferências partidárias não se estendem apenas ao vínculo estabelecido em uma determinada eleição: existe um padrão de comportamento eleitoral em que os filhos tendem a votar de forma semelhante aos pais, e os residentes de uma região mantêm uma preferência pelo mesmo partido ao longo de várias décadas.

O fenômeno da estabilidade eleitoral é amplamente influenciado pelas preferências políticas determinadas por fatores socioeconômicos. Assim, em democracias de partido, as divisões eleitorais espelham clivagens de classe. Nos países onde um dos principais partidos foi formado com a clara intenção de ser a representação política da classe operária, essa relação se torna especialmente evidente, embora o autor afirme que pode ser observada em todas as nações democráticas desde meados do século XIX. Os arquétipos dos partidos de massa seriam os partidos socialistas ou social-democratas, se apresentando como a consolidação do núcleo organizacional das democracias representativas. Por isso, nos países onde estes partidos são fortes se teria a forma mais pura de representação em que se observa as lealdades partidárias estáveis.

Já quanto à independência dos representantes, em prol da governabilidade e para evitar confrontos violentos, o campo majoritário precisa estabelecer um acordo com a minoria, para

que a democracia de partido funcione de forma eficaz. Aceitar o princípio da conciliação política é crucial para os interesses de antagonistas políticas, pois não há uma resolução automática de conflitos na esfera social. Os partidos social-democratas chegaram ao poder e apenas se mantiveram nele ao abraçar a conciliação, historicamente, formando coalizões.

O autor aponta que é justamente essa formação de coalizões e compromissos que impedem, num regime como este, o cumprimento de todos os projetos partidários. Líderes partidários aderem à plataforma e programas políticos em geral, enquanto mantêm a liberdade para negociar quando no governo. A democracia de partido preserva uma independência relativa para os representantes em comparação com os sistemas parlamentares, uma vez que as decisões são tomadas coletivamente pelo partido e pelas suas lideranças. O julgamento dos representantes é limitado por uma orientação geral, em vez de seguir exclusivamente sua própria discricção.

Já o espaço público e de opinião no geral seria amplamente politizado, com os partidos organizando eleições, manifestações de rua e conteúdo nos jornais, estruturando esse espaço de acordo com as divisões partidárias. O autor atribui a essa segmentação da opinião pública, com os cidadãos (em especial aqueles mais bem informados), um fator que contribui para a estabilidade de opinião política, uma vez que as pessoas teriam acesso a opiniões politicamente orientadas e assim delimitadas.

Nessa configuração, os debates e deliberações perdem espaço. O Parlamento deixa de ser um fórum de discussões, já que a disciplina partidária comanda o voto – inclusive impedindo que deputados mudem de opinião após debates e fixando as posições de cada político (conforme a posição, se faz parte da minoria e maioria) em diferentes votações, por causa da disciplina partidária. O Parlamento deixa de ser um lugar onde se pode chegar a um consenso a partir de discussões – cada político sabe qual é a sua decisão antes dos debates, e para Manin as sessões teriam um caráter apenas de formato legal.

De maneira geral, a discussão sobre os princípios da democracia nessas duas formas, antes de nos fornecer sistemas estanques, nos demonstra como o espaço público de debate político e outras garantias da democracia representativa estão interligados entre si. Discussão de ideias no espaço do Parlamento e a função prática que exercem estão ligadas com a disciplina partidária, que também se relaciona com o mundo fora das paredes de Congressos, onde o vínculo da representação toma forma. Essa relação imbricada se torna ainda mais complexa no que o autor chama de Democracia de Audiências⁶.

⁶ Outro nome dado conforme a tradução dos textos de Manin é “democracia de público” ou “democracia de públicos”.

A partir dos anos 1970, as preferências políticas deixam de ser explicadas principalmente por fatores como classe social e comunidade cultural dos eleitores, como na Democracia de Partidos. Os resultados eleitorais começam a variar, mesmo quando as condições de status social ou histórico cultural permanecem inalteradas - elas deixam de ser bons preditores dos resultados eleitorais, e torna-se preciso buscar uma nova explicação para as dinâmicas da política. O processo de escolha dos representantes (o vínculo entre eleitores e eleitos) começa a passar por outra mudança.

O autor atribui isso à personalização da escolha eleitoral - os eleitores voltam a escolher seus representantes com base em fatores individuais dos representantes, em detrimento da plataforma partidária. Haveria, de certa forma, o foco na personalidade dos candidatos e políticos que era próprio do Parlamentarismo. Há nova mudança na elite política: a burocracia partidária da Democracia de Partidos é substituída por comunicadores que dominam as qualidades técnicas dessa forma de mídia.

Com o uso de novos canais para a comunicação, com a massificação da televisão e do rádio, a natureza da relação entre representados e seus representantes se alterou. Esses meios possibilitam a comunicação direta entre candidatos e eleitores, sem que partidos necessariamente intermediassem essa relação, que era a forma como isso acontecia anteriormente. Não mais era preciso passar pelo crivo dos meios de comunicação partidários, como jornais ou panfletos políticos próprios, e não mais era preciso apenas falar em nome de um partido político na grande imprensa. Ainda existiam diversas barreiras - como o tempo disponível, os recursos financeiros - mas agora os eleitores podiam ver e ouvir dentro de casa o seu representante, falando com eles e em nome de si mesmo.

Para o autor, o caráter elitista da representação novamente se mantém - o que muda é a forma como as elites políticas são selecionadas e chegam aos espaços de poder. Não seria necessário falar em crise de representação apenas com base nessa mudança na forma de escolha da elite política. A democracia representativa já havia mudado anteriormente. Nessa nova transição, mais uma vez, teria acontecido apenas uma quebra de paradigma na escolha das elites políticas - não se vota mais em um programa partidário, como no caso da Democracia de Partidos, mas em pessoas, escolhidas principalmente com base em como aparecem na mídia.

Um fator adicional que contribui para a mudança no foco da Democracia de Partidos é o aumento e diversificação das atividades governamentais. Isso resulta na impossibilidade de um programa partidário ser conciso e acessível à maioria das pessoas, assim como impossibilita que um político faça promessas detalhadas. A complexidade crescente do

ambiente de trabalho dos políticos eleitos torna pouco prático se ater rigidamente ao que foi dito durante as campanhas eleitorais. Essa transformação progressiva faz com que os programas partidários percam a relevância que possuíam em uma fase anterior.

No entanto, a questão não se limita apenas aos políticos, pois os eleitores também passam a considerar mais importante votar em alguém em quem confiem pessoalmente, em vez de simplesmente seguir um programa partidário. Em um contexto cada vez mais difícil de compreender, depositar confiança em um representante pode ser mais atraente do que se manter constantemente informado e escolher entre diversas opções programáticas.

Manin defende que um indício dessa mudança de foco reside na dinâmica das eleições para o Executivo, especialmente as eleições presidenciais. O enfoque nessas campanhas exerce uma influência que se estende às campanhas para o Legislativo e outras eleições menores. Nota-se uma crescente tendência de concentração no indivíduo que concorre à presidência, o que destaca a relação em detrimento dos partidos. Nesse contexto, os partidos acabam sendo relegados a servirem como instrumentos a serviço de um líder, embora ainda desempenhem um papel significativo.

A personalização em si - votar em uma pessoa antes de um partido ou plataforma política - não é um fenômeno que nasce com o uso de meios de comunicação de massa por políticos. Desde antes desses fenômenos, pessoas votavam em políticos por características pessoais, como sua altura ou sua robustez. Nunca houve um período em que pessoas votassem em alguém puramente por suas ideias, dissociadas do indivíduo que as emite. Não existe um discurso político puro, que seja separado de seu emissor (MIGUEL, 2002). Contudo, esse processo se intensificou após a década de 1970.

Assim, conforme observado, a forma como a escolha eleitoral acontece está em transformação. As decisões dos eleitores passam a ser tomadas em cada eleição, de forma responsiva, em oposição a uma estabilidade anteriormente ancorada principalmente na cultura ou classe social. Isso indica que as escolhas eleitorais correspondem mais a uma resposta ao contexto eleitoral específico do momento do que uma expressão direta da vontade dos eleitores. Portanto, a identificação desses eleitores está em constante mudança, que acontece de forma cada vez mais rápida.

Nesse tipo de cenário político, as estratégias precisam mudar rapidamente. Durante as eleições, os candidatos têm a liberdade de escolher o que desejam apresentar ou o que pretendem espelhar. Assim, optam por estratégias que explorem as clivagens populacionais já existentes, como diferenças culturais ou socioeconômicas. Se antes os partidos políticos já exploravam essas mesmas diferenças, o que muda em relação a este cenário é que, agora, o

político eleito tem muito mais iniciativa para escolher qual divisão deseja mobilizar, precisando identificar aquela que mais envolverá seu eleitorado.

Manin propõe que os políticos não têm total autonomia sobre os assuntos e as escolhas que podem tomar na esfera política - não podem inventá-los totalmente, uma vez que as diferenças já estão enraizadas na sociedade antes que um determinado candidato a traga à tona, e a escolha de uma abordagem que o eleitorado não concorde pode lhe custar votos, ao passo que também deve escolher uma divisão que de fato mobilize a sociedade e em que seja bem-sucedido em explorá-la. Na Democracia de Partidos, os políticos já sabem quais as clivagens que dividem o eleitorado, que se preocupa fundamentalmente com questões relacionadas à classe. Na de Audiências, se ganha em autonomia - afinal, existe a possibilidade de que uma gama muito maior de temas seja explorada.

Contudo, existe o custo de encontrar divisões e posicionamentos que correspondam às principais preocupações do eleitorado - e isso não está dado de antemão. Após essa escolha, cabe à audiência responder à clivagem proposta e ao político decidir os rumos que pode tomar. Ao eleitor cabe apenas reagir a essa escolha que lhe é apresentada, enquanto ao político cabe escolher qual o assunto que lhe rende mais votos e explorá-lo. Essa reação ocorre por meio do voto, conferindo-lhe um caráter muito mais reativo. Em um governo representativo, o voto é em parte uma resposta aos termos apresentados. Quando os termos refletem a realidade social, o eleitorado parece ser a fonte, mas reage com seu voto. "Democracia do público" surge quando os termos resultam de ações políticas relativamente independentes.

O nome Democracia de Audiências foi uma escolha de Manin - a ideia é que o eleitorado responde a políticos num palanque, num show. O palco é a política e o eleitorado é seu público. Manin coloca que há uma mudança da elite política pela celebração do poder ocular. Agora o aspecto oral e participativo é substituído pela aparição em público. Há uma dinâmica dialógica, em que a proposta vem de cima e o eleitorado reage; não estão em pé de igualdade, com os primeiros tendo maior autonomia. Outros candidatos, outros políticos, propõem novas clivagens e divisões. Esse espetáculo não é coordenado, e os atores são diversos, relacionando-se entre si e escolhendo quais as segmentações são mais úteis e aquelas às quais os eleitores mais reagem para explorar.

Portanto, cabe ainda falar da qualidade do que é apresentado na arena política e eleitoral. São discutidas imagens, cada vez mais apresentadas de maneira simples e esquemática, já que as pessoas não podem assimilar todas as diferenças das medidas adotadas. É uma maneira de resolver o problema dos custos da informação, que gera como efeito colateral uma crise dos programas partidários e, portanto, dos partidos políticos.

Ainda, os canais de comunicação com a opinião pública são politicamente neutros, isto é, não têm uma base partidária. Razões econômicas e tecnológicas causaram o declínio da imprensa de opinião. Atualmente, Manin aponta, os partidos políticos não são proprietários de jornais de grande circulação e o rádio e a televisão não têm oficialmente uma orientação partidária.

O resultado dessa neutralização da mídia em relação às clivagens partidárias é que as pessoas recebem as mesmas informações sobre um dado assunto, a despeito de suas preferências políticas - em contraposição a um momento em que recebiam esta informação conforme os partidos a que estavam associadas ou culturalmente mais próximas. Os assuntos que são pauta na imprensa não necessariamente são recebidos de maneira "objetiva" e sem distorções, assim como não são veiculados dessa forma. Contudo, isso quer dizer que são percebidos de maneira relativamente uniforme através do amplo espectro das preferências políticas. Quando grande parte da imprensa se encontra sob controle dos partidos (como acontece na democracia de partido), as pessoas escolhem sua fonte de informação de acordo com suas inclinações partidárias; os fatos ou os assuntos são percebidos pela ótica do partido em que votam, e, principalmente, é muito clara a carga política e ideológica do que é pautado.

Da teoria de Manin, extrai-se que a relação de representação e, mais do que isso, da natureza da própria democracia representativa é indissociável da relação com os meios de comunicação de massa. Eles influem diretamente no ambiente público do debate e na escolha das novas elites políticas.

2.1.1 Democracia de Audiências significa mais democracia?

Manin deixa claro que apenas dizer que houve mudança na forma de escolha da elite política não quer, necessariamente, dizer que haja uma crise na democracia. Contudo, essa transição entre modelos de democracia, para autores como Urbinati, significou também o declínio do poder das pessoas (URBINATI, 2006). Essa seção busca demonstrar que, se por um lado a teoria do autor não trata de crise da democracia apenas porque o modo de escolha dos representantes mudou, há um aumento no gap entre políticos e seus representados. A partir principalmente de Urbinati (2006, 2013, 2016), esta seção busca trazer outros pontos de vista sobre a teoria de Manin. Partindo da metáfora da política como palco de Manin, Miguel (2002) aponta que:

Não se trata de negar as imperfeições da democracia formal, que se caracteriza, de fato, pela limitação da participação política popular. Mas a distinção entre bastidores e palco merece ser relativizada. Em primeiro lugar, a passividade política da 'massa' não se trata de um dado 'da natureza', como quer a tradição do pensamento elitista. Ela precisa ser produzida. (...) Como a produção da apatia é imperfeita, a massa

irrompe, de tempos em tempos no jogo político, ou seja, a platéia invade o palco e tumultua aquilo que fora acertado nos bastidores.

(Miguel, 2002, p. 161)

É sobre esse espaço, as circunstâncias em que o povo interrompe o espetáculo e invade o palco, ou o fazer democrático que, em diálogo com Manin, Urbinati apresenta dois fatores que levariam a uma crise da democracia, levando em consideração uma atualização do contexto. O primeiro seria a mudança na ligação partidária com a representação e participação; o segundo, a escalada da desigualdade econômica, que muda quem tem acesso à voz na esfera política. Esses dois fatores modificaram a esfera pública de discussão e formação de opinião em razão de impactos de diversas ordens.

O espaço público e de discussão proporcionado pelos meios de comunicação em massa está diretamente ligado à essência de uma democracia: a manutenção de um fórum público e da formação de opinião como um bem público em si. A autora traz que o uso em larga escala da televisão mudou essa relação, já que a produção e proliferação da informação fica concentrada em um pequeno grupo de pessoas. Para a autora (Manin e Urbinati, 2016), falar de informação é importante já que

A informação é muito importante em um sistema no qual o aspecto indireto e a mediação são cruciais, onde todos os dados são recebidos na forma de informações elaboradas ou digeridas e nada é de primeira mão ou cara a cara. Não temos nenhum instrumento para fazer um julgamento competente sem depender da mídia. É verdade, então, que a questão do dinheiro privado nas campanhas, da independência da mídia e do pluralismo são problemas genuínos, uma vez que eles podem colocar em risco a possibilidade de participação equânime no sistema.

(Manin e Urbinati, 2016, p.148)

Esse argumento gira em torno de quem consegue de fato participar do debate público. A participação estaria ameaçada num momento em que há um grande fluxo de informações - mas a produção é concentrada nas mãos de poucos e, portanto, o debate não é necessariamente livre. Essa visão não é uniforme, ou pelo menos tem alguns contrapesos, como a defesa de alguns teóricos de que a quantidade de informações traz a política para mais perto das pessoas e desmistifica líderes, o que pode ser um avanço para a prática democrática (Miguel, 2002).

Os cidadãos devem ter não apenas oportunidades significativas para se informar, mas também para formar opiniões e debater (Urbinati, 2013). Esse ponto é muito significativo da abordagem da autora: os direitos iguais dos cidadãos para uma divisão igualitária na determinação da vontade política devem caminhar junto não somente com as oportunidades significativas de se informar, mas também para formar, expressar, dar voz às suas ideias e dar a elas um estatuto público e de influência. A desfiguração dessa característica da democracia é um dos pilares que Urbinati usa para caracterizar uma crise democrática (junto com o declínio da participação eleitoral e a mudança no papel dos partidos).

Para Miguel (2002), a mídia não é o único fator que conta para o capital político, justamente porque os agentes políticos de carreiras mais tradicionais podem colocar limites à sua influência, inclusive de maneira simbólica, diminuindo os representantes que ascendem à carreira graças à visibilidade por esses meios. Além disso, existem desigualdades no acesso à aparição nos meios tradicionais entre os membros da elite política; os partidos (especialmente os mais fortes) conseguiam também restringir acesso aos meios de comunicação, e fazer com que tivessem sua influência mais restrita. Apesar disso, a relação com os meios de comunicação em massa continuava sendo exigida no campo político.

Desta maneira, a literatura sobre internet e redes sociais segue em sentido semelhante, operando com conceitos explorados em Manin. Na parte eleitoral, associar a pessoa ao fazer político rende votos e a internet é uma continuidade deste processo. Plataformas de mídia social fazem parte de um movimento contínuo e de longo prazo, com a comunicação política focando cada vez mais nas personalidades e características pessoais dos políticos, singularidade presente na maioria das democracias. Surge uma demanda em relação à classe política de que não apenas sua imagem pública deva ser moldada, mas de que também compartilhem mais aspectos pessoais e que antes eram lidos como privados.

A internet altera essa equação. O acesso à comunicação para um grande público é menos custoso para os indivíduos, que ficam menos dependentes das decisões ou da estrutura partidária. Essa relação é importante e entra na esteira da discussão sobre os meios de comunicação de massa e seus efeitos sobre as instituições. Assim, no processo da Democracia de Audiências, a internet contribui para a personalização da política, uma vez que partidos vão perdendo a relevância quando comparados aos indivíduos que fazem parte da elite política. Nesse sentido, altera-se a relação entre público e privado, o que é de ordem pessoal e o que pertence ao espaço público.

Há mudança nas formas de acesso a essa comunicação midiática, tanto para os representantes quanto para seus eleitores. Esses espaços são locais onde são expostas as visões de mundo e programas políticos e partidários; onde são discutidas questões importantes para a vida pública e que as impactam diretamente; onde as pessoas se conectam e onde se informam. Discutir como a digitalização interfere na vida política é discutir também a representação democrática, e a relação de novos sujeitos que não eram incorporados aos processos antigos.

2.2 Redes sociais e a mudança no espaço de formação da opinião pública - otimismo ou ceticismo?

Há uma discordância quanto às ramificações políticas da adoção da internet enquanto meio de comunicação. Haveria duas principais linhas que teorizam quais seriam as consequências de sua adoção em massa. A primeira seria uma tradição, na linha do cyber otimismo: ia na direção de ver novas mídias digitais como um avanço, que iria transformar a democracia liberal em e-democracia. A internet conseguiria proporcionar a estrutura para abrigar novas formas de democracia que não eram possíveis até então, graças a possibilidades maiores de interação, inclusive entre cidadãos e seus representantes. O resultado final seriam sistemas de democracia mais diretos e representativos.

Outra linha da ciência política ia na direção oposta, a do cyber ceticismo: as novas estruturas iriam apenas reforçar as estruturas existentes dos governos. A base do argumento é que as democracias mais estabelecidas se alicerçam em partidos políticos, que são quem intermediam a relação entre os políticos individualmente e os cidadãos. Assim, esses atores iriam controlar o uso da internet de forma a manter sua posição.

Desse modo, a evolução da pesquisa sobre a deliberação online apresenta ondas de entusiasmo e ceticismo (CHADWICK, 2009). Embora tenha surgido uma abordagem mais equilibrada e baseada em evidências, a realidade da deliberação online não correspondeu às expectativas iniciais daqueles mais otimistas em termos de quantidade, qualidade e impacto no comportamento político e nos resultados das políticas. O conceito de esfera pública, popularizado por Habermas, desempenha um papel significativo no estudo da deliberação online, e a internet é vista como um meio potencial para fomentar a e-democracia. No entanto, persistem desafios, como baixas taxas de participação e resistência por parte das instituições estabelecidas, o que dificulta a realização de uma esfera pública deliberativa online verdadeiramente vibrante e impactante. Em geral, alcançar todo o potencial da deliberação online é uma tarefa complexa.

Como o uso dessas ferramentas não se restringe apenas à época de eleições pelos atores políticos, compreendendo também os períodos de execução dos mandatos políticos, ou, de maneira geral, seu uso por instituições e agentes governamentais, começou a se pensar em seus efeitos de maneira mais direcionada aos mandatos parlamentares, e o que aconteceria com a presença de políticos na internet. Rossetto, Carreiro e Reis (2015), por exemplo, abordam o uso do Facebook como uma plataforma que permite diversos usos de interesse político: a divulgação das informações de governo, em campanhas eleitorais e em ações que visam ao objetivo político no geral.

A principal vantagem para as autoras seria não apenas a comunicação em tempo imediato, mas também a possibilidade dessa conexão fluir e se solidificar no cotidiano das pessoas. O argumento é que haveria um ganho democrático nisso, já que existiria maior participação dos cidadãos nas decisões políticas - a presença de seus representantes on-line abriria portas para que a discussão acontecesse nesses locais. A política deixaria de ser um assunto discutido em espaços restritos ao fazer político e profissional, como as assembleias e câmaras legislativas, passando a chegar até onde as pessoas estão reunidas, sendo um assunto mais orgânico e misturado a tantos outros que têm lugar em um mesmo feed sem que o único objeto em discussão seja a política em si. Isso naturalizaria a atividade política no cotidiano. Há uma mescla entre os diversos assuntos que chegam aos usuários. A informação estar neste *locus* faria com que o assunto política fosse mais natural (ROSSETTO, 2018) - uma característica da relação entre os espaços digitais de convivência, como tratado acima, e a informação política.

Desse ponto de vista, não seria interessante apenas para a classe política a adoção da comunicação por este tipo de plataforma, mas também dos cidadãos no exercício da representação. Seu uso permitiria a possibilidade de acesso direto aos seus representantes e ao Estado, ampliando o leque de possibilidades para fiscalização e influência da classe política na tomada de decisões (MARQUES, AQUINO, MIOLA, 2014; ARAÚJO, TRAVIESO-RODRÍGUEZ, SANTOS, 2017). Já a elite política, por meio do uso de novas plataformas, ganha poder de mobilização, criação de novas estratégias e a possibilidade de sondar diretamente as opiniões dos cidadãos (BENNET, IYENGAR, 2008). Numa era em que as necessidades de relacionamento entre políticos e cidadãos vão além da transparência, seria necessário que compartilhassem os mesmos espaços de comunicação com seu público; enquanto os espaços tradicionais são vistos como cada vez mais excludentes, esse tipo de experiência reúne os dois mundos da representação (COLEMAN, 2005).

É importante destacar que essa relação entre comunicação e representação também não é nova dentro da literatura em ciência política. Retomando Fenno (1977), por exemplo, já se havia proposto que cada *constituency* é uma *constituency*. O que as redes sociais e plataformas digitais permitem é que essa comunicação seja exercida de maneira mais frequente e explorada de novas formas. Se no trabalho de Fenno o deslocamento entre a Capital e o distrito eleitoral era algo necessário para que essa comunicação acontecesse, o mundo digital permite que esse vínculo seja muito mais estreito - ao menos em termos de tempo e frequência.

Isso é de interesse uma vez que permite seu uso para identificar o que deve ser defendido em plenário, quais os projetos de lei a serem propostos, a agenda em geral. Existem exercícios concretos desse poder da internet na mudança da representação, como o Movimento 5 Estrelas, partido italiano que funciona à base de uma democracia direta e digital (D'ALIMONTE, 2019)⁷. Isso é algo procurado pelos representantes porque, embora estejam sempre buscando atender à sua *constituency*, os representantes muitas vezes sabem muito pouco do que sua base eleitoral deseja. Assim, a relação com a tecnologia influencia radicalmente a forma como os representantes interagem com seus (potenciais) eleitores (PARKER, 2018).

Assim, o uso dessas plataformas é relevante a partir da mudança na forma como se dá o vínculo entre representantes e representados. Mas essa mudança não se dá apenas por causa do ambiente em si; é uma relação constantemente dialógica. Parlamentares também passam a pautar os assuntos de maneira diferente a partir desses veículos. Almeida (2014, p. 15) coloca que:

O esforço parlamentar de tentar maximizar seus votos (aumentar o número de eleitores que o elegerão). Desse ponto de vista, o uso das novas mídias sociais - Facebook e Twitter - pode ser estratégico para parlamentares, já que possibilita que o parlamentar exponha ideias de forma livre e irrestrita, e que mantenha sua campanha eleitoral 24 horas por dia, publicizando suas ações e projetos, testando sua popularidade e possíveis pontos problemáticos e incompreendidos de sua atuação.

Assim, por muito tempo, os estudos sobre internet e política, num viés cyber otimista, repousaram sobre as potencialidades de novas formas de representação, organização, participação e fortalecimento da democracia que não necessariamente se concretizaram. Isso aconteceu: de fato as plataformas de redes sociais desempenharam papel importante em eventos contra sistemas autoritários, como a Primavera Árabe, e existem experiências testando novas formas de aprimoramento da representação e internet⁸. Contudo, a relação entre tecnologia e democracia tem sido vista com maior ceticismo especialmente desde a ascensão da extrema-direita ao poder em diversos países e de eventos como o *Brexit* e a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, em 2016, marcados por ataques antidemocráticos aos adversários políticos com novas estratégias no campo on-line como a disseminação de fake news (O'HARA, STEVENS, 2015; GOMES, DOURADO, 2019).

⁷ Reitera-se que não necessariamente esta mudança na representação se traduz em um ganho democrático. O mesmo Movimento 5 Estrelas é caracterizado também pela tomada de decisões sobre políticas de imigração que são consideradas de extrema-direita (D'ALIMONTE, 2019).

⁸ No caso brasileiro, existe, por exemplo, o portal e-Democracia, que busca ampliar a participação dos cidadãos no processo legislativo. Ver <<https://edemocracia.camara.leg.br/>>. Acesso em 20/10/2022.

Da mesma forma, Miguel (2002) aponta que essas visões sobre deliberação e espaço público emulam as diferenças apresentadas no caso dos meios de comunicação de massa e seu impacto na política. Para fins de uma agenda que possibilite entender os campos da Ciência Política e da Comunicação, Miguel (2002) propõe que se leve em consideração que, nos estudos sobre mídia, influência não significa dominação, pois os efeitos do envolvimento da mídia são diversos e sujeitos a forças contrárias e complexidades que desafiam interpretações simplistas.

Um aspecto chave é o impacto diferencial da mídia sobre os atores políticos. A extensão dessa influência varia com base na posição de um agente no campo político e na posse de capital simbólico. Estudos mostram que quem conta com capital político limitado depende mais da exposição midiática, enquanto aqueles com popularidade baseada na mídia podem enfrentar desafios para alcançar posições políticas significativas. Além disso, a associação da mídia com objetivos econômicos complica ainda mais a relação, com apoio financeiro para campanhas, lobby corporativo e influências recíprocas entre políticas econômicas e políticas sociais.

Compreender a intrincada rede de influências entre a mídia, o campo político e o econômico requer observação perspicaz e evitar simplificações. Ao reconhecer as complexidades e a interação entre essas esferas, podemos obter uma compreensão mais profunda da dinâmica que molda a política moderna.

2.3 TICs com um novo campo dentro da comunicação política

Nesta seção, busca-se demonstrar por que os novos usos da internet se apresentam como um campo novo a ser explorado dentro da comunicação política. Essas características estão dentro do que Manin chama de liberdade de opinião pública, uma vez que o lócus onde essas opiniões são formadas se altera diretamente por causa dos usos de redes sociais.

Dentro deste trabalho, identificam-se quatro dessas características: a lógica de campanha permanente; transformação da mediação tradicional e protocolos de *gatekeeping*; o murismo de conteúdos e opiniões em que colocam seus usuários; e o elevado grau de individualização a que estes estão submetidos.

i) Lógica de campanha permanente

Um dos aspectos que as diferem e colocam como um campo específico é o fato de que seu uso não se dá apenas em período eleitoral, como acontece com o horário eleitoral gratuito na televisão, mas pode seguir ao longo do mandato com uma lógica de campanha permanente; seu uso por parlamentares nos moldes de uma campanha - técnicas de marketing e

engajamento, inclusive com a presença dos inimigos políticos que precisam ser derrotados - não necessariamente precisam existir apenas em época de eleições. É uma evolução da ideia de “campanha eleitoral 24 horas por dia”.

Uma vez que os novos usos da internet propiciam aos parlamentares espaços de conexão constante, o tempo da política que era restrito às campanhas eleitorais se estende ao longo do exercício da legislatura ou do mandato, com o uso de estratégias de midiaticização da atividade política e da comunicação por esses atores, sempre contraposta a uma lógica de rivalidade e de adversários (BARROS et al., 2021). É importante destacar que isso se dá em um contexto de desgaste de partidos e das instituições no geral. Para Coleman (2005, p. 181),

A chamada campanha permanente, na qual governar e fazer campanha estão fundidos em um relacionamento contínuo, passou a caracterizar a política representativa. Enquanto os representantes contratuais entravam em um relacionamento com os eleitores com base em propostas e obrigações, os representantes permanentes tendem a ser reativos e reflexivos, dependentes do monitoramento e adaptação à opinião pública.

ii) Transformação da mediação tradicional e protocolos de *gatekeeping*

Também não é necessário que haja a mediação tradicional - como a seleção de jornais ou partidos políticos, como acontece nas propagandas eleitorais veiculadas na televisão - para que alguém consiga falar e ter seu espaço. Além disso, as redes permitem que haja comunicação constante, ou na medida que os produtores de conteúdo consigam produzi-las; quem decide a frequência das mensagens veiculadas são os próprios usuários. É uma mudança nos protocolos de *gatekeeping*. Isso não quer dizer que não haja mediação: ela é feita pelas próprias plataformas e seus algoritmos.

A forma como esses espaços virtuais são desenhados pode amplificar certo tipo de mensagem ou estratégia comunicativa, em um tipo de mediação diferente daquela que se pensava tradicionalmente. A mediação por grandes grupos de mídia ou pelos meios de comunicação partidária aqui é substituída por outra. A informação não é mais filtrada por um terceiro agente, e sua publicação e divulgação parte do próprio indivíduo. Este é produtor e vetor do próprio conteúdo, e o número cada vez maior de usuários permite que haja um grande público potencial para cada mensagem. Isso subverte outros protocolos de *gatekeeping* em que o acesso ao público ficava nas mãos de outra pessoa.

Contudo, a não existência de meios tradicionais de *gatekeeping* não quer dizer que não existam outras vias de impedir que todo conteúdo viralize ou que chegue a um número grande de pessoas - por mais que assim se intencione. As ferramentas de busca, por exemplo, exercem essa nova função, em contraposição a um tempo em que se previa que a internet seria um espaço livre (O'HARA, STEVENS, 2015; ZITTEL, 2003). Além desses mecanismos,

também há os algoritmos das plataformas, mecanismos de inteligência artificial (IA) que distribuem ou regulam o conteúdo a ser visto pelos usuários. A mediação feita por IA, num universo de comunicação massiva, tem consequências.

iii) Murismo de conteúdos e opiniões em que colocam seus usuários

Algoritmos tendem a entregar determinado tipo de conteúdo para determinados usuários; funcionam com uma personalização do espaço das redes virtuais. Essa dinâmica tende a criar comunidades de usuários isoladas, as chamadas “bolhas”. Um dos efeitos da mediação por algoritmos é a tendência de se criar bolhas ou câmaras de eco, que leva um universo particular e único de informações a cada um dos usuários (BARROS et al, 2021, GOMES, 2019).

iv) Alto grau de personalização

Por fim, o grande foco das redes é o indivíduo e, por isso, há um alto grau de individualização e personalização. Como visto, a moderação de conteúdo por IA entrega conteúdos personalizados; além disso, a cultura de compartilhamento foca em informações privadas, como selfies e exposição de preferências pessoais (MIGUEL, MEIRELES, 2021).

Esse traço da internet se relaciona ao argumento de Coleman (2005) sobre autenticidade e representação. Na política pós-televisão, impulsionada por elementos tecnológicas como filmadoras e por canais ao vivo e num processo que bebe de fontes com reality shows e uso constante de internet, as normas tradicionais de deferência presentes nas relações presentes na política enfraqueceram e abriram espaço para uma exaltação da experiência pessoal.

Um exemplo fornecido pelo autor é o programa de televisão Big Brother, em que o público constrói uma relação com os participantes baseada na identificação pessoal e buscando “autenticidade”, isto é, que falem, pensem e se comportem com base nas pessoas que estão assistindo. O público espera algo similar dos representantes, uma identidade semelhante, que não será alcançada pela própria natureza da representação política; não existe uma identidade óbvia e sobreposta entre representante e representado, o que resulta no processo constante de julgamento da audiência (aqui, os eleitores).

O argumento ressoa aquele trazido por Manin, da política como palco e os eleitores no público. Em Coleman, a distância entre classe política e eleitores se traduz numa piora da representação democrática: ao não se identificarem, os cidadãos passam a não se ver ou terem a sensação de não serem entendidos por seus representantes. Uma resposta a essa sensação, de estar fora da esfera pública da comunicação, poderiam então ser os blogs, websites pessoais, cujo uso crescia na época, falando de política. Seria uma tentativa de se tornar relevante e

presente num mundo onde as palavras privadas não são reconhecidas, articulando um discurso político que iria além do que o discurso político tradicional permitia.

Dentro do cenário descrito, líderes populistas tendem a adotar um estilo de comunicação caracterizado por simplificação, emotividade e negatividade nas redes sociais. O ambiente *on-line* favorece esse tipo de comunicação de diversas formas: o ideal de massa e antielitismo populista combina com a comunicação pela internet, as câmaras de eco proporcionam oportunidades para excluir o Outro e as características do estilo populista, como simplificação e emocionalização se ajustam à economia de atenção proporcionada pela Internet (ENGESSER, FAWZI, LARSSON, 2017). Ademais, a comunicação direta entre líderes políticos e seus apoiadores intensifica a natureza pessoal de seus relacionamentos. Isso é exemplificado por mensagens dos líderes que exploram seus estilos de vida, emoções, habilidades e atividades profissionais. O modelo de comunicação eleitoral híbrida, que une plataformas digitais e mídia tradicional, facilitou a interação direta entre candidatos e eleitores, permitindo que líderes anteriormente excluídos de canais convencionais, como televisão, rádio e jornais, participem ativamente da criação de conteúdo e despertem interesse eleitoral. Consequentemente, a integração de redes sociais e mensagens móveis nas estratégias dos candidatos fomenta um maior senso de intimidade e identificação pessoal e política com os eleitores, oferecendo um modelo de comunicação contemporâneo e vantajoso que depende menos de canais tradicionais e seus guardiões (ERNST et al., 2017, apud. MUNDIM, VASCONCELLOS, OKADO, 2022).

Como forma de concluir essa discussão, trazemos alguns pontos levantados por Miguel e Meireles (2021), sobre como o uso que tem sido feito da internet borra as fronteiras então estabelecidas entre o privado e o que é público. Essa discussão é de relevância para este trabalho porque, para a política, o que é privado e o que é público acabam conformando os campos entre o que é visto como político e o que não o é. Nas palavras de Papacharissi (2015, p. 23), citado pelos autores, a internet é “um espaço híbrido que ofusca o que é público e o que é privado, o que é cívico ou baseado em consumo, o que é coletivo e o que é pessoal”. Portanto, a internet é um mesmo espaço onde se consome cultura, se faz compras, onde se informa, onde acontece atividade econômica.

No mesmo sentido, Gomes e Dourado (2019) colocam que redes sociais são ambientes digitais de convivência. Portanto, não são espaços onde circulam apenas informações: também circulam identidades e afetos. Essa multiplicidade de atividades, de formas de se criar conexões, publicar e consumir conteúdo, são algo novo no campo da comunicação. Contudo, Miguel e Meireles (2021) apontam que, embora se trate de um fenômeno novo, há reforço das

desigualdades e assimetrias que existem fora do mundo digital; a tecnologia não é neutra, e é moldada de acordo com discursos profundamente políticos e hegemônicos (LESSIG, 1999, apud. COLEMAN, 2005). Como exemplo, o Facebook e o Whatsapp são mais acessados por pessoas de determinada operadora porque elas têm dados livres para entrarem nesses aplicativos, enquanto a franquia de internet não cobre a navegabilidade em outros sites ou *apps*. Portanto, a internet acaba se tornando também um espaço controlado por grandes corporações e grupos cujo principal interesse não é a solidificação da democracia, mimetizando as desigualdades que existem offline.

Nesse sentido, a mesma ausência da mediação que possibilitou a veiculação de mensagens pró-democracia que não encontravam outros espaços onde poderiam ser veiculadas também possibilitou que líderes e ideólogos à extrema-direita veiculassem mensagens autoritárias ou que não encontravam público no *mainstream* (BOBBA, 2019; GOMES, DOURADO, 2019; ROCHA, 2019). Para Barros et al. (2021), a lógica de redes ativa paixões e afetos, especialmente por requerer a mobilização de conteúdos em larga escala que alcancem um número maior de pessoas. Isso intensifica o uso de novas estratégias de comunicação por políticos, como o uso de fake news, discurso de ódio (inclusive direcionado a adversários políticos), ferramentas de vigilância e a criação de “bolhas” (especialmente com a criação de um murismo de isolamento dos usuários e de afinamento ideológico entre as pessoas).

Não só o alcance possível é amplo, como a própria intencionalidade do emissor pode não ser determinante no número de pessoas que são atingidas por determinado conteúdo, o que influencia na própria percepção dos usuários sobre o que devem ou não compartilhar e quantas pessoas atingem suas mensagens (MIGUEL, MEIRELES, 2021).

De acordo com O’Hara e Stevens (2015), essa criação de bolhas e conteúdo direcionado tende a ampliar e reforçar os preconceitos de cada um, uma vez que as pessoas tendem a ouvir apenas posições similares; há um incentivo para que isso aconteça, uma vez que as mesmas mensagens chegam às mesmas pessoas e grupos. Esse mecanismo acaba estimulando a manutenção dos conflitos que antes costumavam ser restritos apenas aos períodos eleitorais.

Ainda no universo de *big data*, Estados e corporações rastreiam a comunicação que acontece na internet - inclusive o que seria a princípio enviado e percebido como privado (como e-mails e mensagens em aplicativos) (MIGUEL, MEIRELES, 2021). Não se trata apenas da compilação dos dados, mas também o seu uso de forma massiva e que traz consequências para a vida política. O uso dos dados dos usuários foi feito sem o

consentimento destes durante as eleições para presidente nos Estados Unidos em 2016, ano da eleição de Donald Trump. Nem se sabe até que ponto a própria plataforma envolvida, o Facebook, estava ciente do uso das informações (MIGUEL, MEIRELES, 2021). Portanto, aliados aos algoritmos das próprias plataformas, existe o uso dos dados para conseguir direcionar conteúdo aos usuários. Novamente isso reverbera nas câmaras de eco, uma vez que o que se consome nas redes é cada vez mais individualizado e menos parte de uma mesma experiência coletiva.

Retomando a questão da demarcação entre o público e o privado, de Meireles e Miguel (2021), e a localização espacial que deixa de determinar o que é cada uma dessas esferas, é importante destacar que não se trata apenas do espaço físico, mas também temporal. A conexão à internet não se dá apenas em determinado momento - por meio de smartphones, ela acontece o tempo todo e com todo tipo de conteúdo sendo compartilhado e veiculado (MEIRELES, MIGUEL, 2021; GOMES, 2019).

Assim, pela sua presença constante no cotidiano, o uso desses dispositivos e plataformas altera a forma como se faz a transição da comunicação privada para o espaço público. Comentários privados que são gravados, por exemplo, podem ser publicados a qualquer momento, inclusive sem o consentimento das pessoas envolvidas. Também, para os autores, acaba existindo um descompasso temporal na veiculação das mensagens. Não apenas elas podem ser registradas a qualquer momento e em qualquer lugar, como também podem ser resgatadas em qualquer momento no futuro.

Sobretudo, esse uso constante demonstra a relevância de estudo sobre o assunto, uma vez que este passa a ser um dos principais meios de comunicação e com alta penetração na vida política. Desta forma, o capítulo a seguir entra mais nos meandros entre internet e Legislativo.

3. Internet e a atividade legislativa

Investigando o que motiva um político a utilizar redes sociais, Gray e Gutierrez-Mannix (2021) analisaram o uso do Twitter por Procuradores Gerais dos Estados Unidos, um cargo em âmbito estadual⁹. No país, esse tipo de cargo vem ganhando importância e tem diferentes modos de seleção - podem ou não serem eleitos para exercerem a função, o que varia conforme o estado. Essa posição é, ao mesmo tempo, técnica (Procuradores-Gerais lideram os advogados governamentais de uma carreira de muito prestígio) e político-partidária, com reverberações na esfera política; portanto, devem equilibrar objetivos políticos-ideológicos e competência administrativa (NAAG, 2020 e BAKER, 1992, apud. GRAY E GUTIERREZ-MANNIX, 2021).

Essas singularidades na seleção e na carreira tornaram a investigação nos modos de uso de redes sociais desses servidores propícia. Descobriu-se que a conexão eleitoral é um fator importante no uso de TICs por esses servidores e, além disso, o que melhor explica a opção de um agente público utilizar ou não plataformas de internet. Procuradores-Gerais que foram eleitos têm maior probabilidade de possuir e usar uma conta no Twitter, atingindo o auge no seu uso durante o período eleitoral e caindo bruscamente depois. Além disso, os autores também encontraram evidências de que Procuradores-Gerais em estados com eleições utilizam mais tuítes automatizados, indicando uma abordagem mais pensada e estratégica das redes sociais.

Para os autores, isso significa que os políticos possuem a noção de que precisam interagir com seus eleitores em potencial. Não apenas os Procuradores Gerais que foram eleitos têm maior probabilidade de terem contas no Twitter, como também há uma associação consistente entre ter sido eleito e tuitar mais. Além disso, esses servidores usam o Twitter de maneira diferente: têm mais interações do que aqueles que não foram eleitos e têm mais postagens automatizadas, planejadas e que chamam mais atenção dos usuários. Por fim, os resultados dos autores também são verdadeiros para outro cargo, o de Secretários de Estado, o que fortalece sua proposição principal: as instituições eleitorais promovem o uso do Twitter por autoridades executivas, resultando em uma maior comunicação com os cidadãos.

Os achados desse estudo colaboram para a percepção de que, para cargos eleitos, o uso de redes sociais e internet tem se tornado incontornável. Apesar disso, dentro dos estudos legislativos, ainda se sabe relativamente pouco sobre as implicações desse uso para a

⁹ *General attorney* no original.

representação política e para as instituições políticas no geral, sobretudo para o Legislativo e suas funções – em especial qual o valor que trouxeram para os trabalhos legislativos.

O que este capítulo procura investigar é quais os efeitos nas instituições das quais esses representantes fazem parte. O norte é a questão da personalização, que é explorada em grande parte dos estudos sobre o assunto, em diálogo com as possibilidades oferecidas por novos modos de comunicação.

A personalização em contraposição aos partidos – um processo em que os indivíduos da política tomam o protagonismo em detrimento de partidos, gabinetes e parlamentos (BALMAS, SCHAEFER, 2016 apud BRAGA, ROCHA, VIEIRA, 2021) – é um extenso debate dentro da literatura. Retomando Manin (1997), essa é uma questão que vem não apenas com a internet, mas com a metamorfose que a democracia passou a partir da alteração do espaço público. Na Democracia de Partidos, o principal foro de discussão das questões políticas, de identificação entre cidadão e instituição e centralizador das demandas, é, como o nome indica, o partido político. Na Democracia de Audiências, esse foco muda: agora são os indivíduos que estão no centro e viram o polo da representação política.

De maneira geral, neste capítulo, o debate parte de modelos teóricos de representação e testes no começo do uso de internet, e avança junto com a tecnologia, dando um salto a partir de modelos que permitem verificar grandes porções de dados. Assim, são investigadas questões sobre modelos de representação, quais os usos de TICs feitas por parlamentares e, por fim, as alterações na agenda política que a incorporação desse tipo de tecnologia indica.

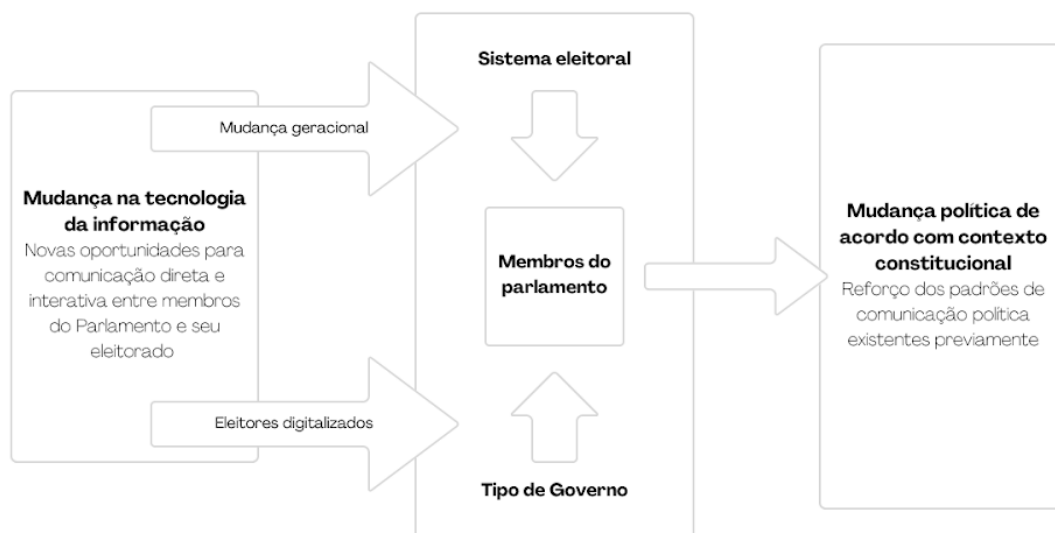
3.1 Mudança institucional

Esta seção busca explorar a tensão entre personalização e os sistemas políticos - como regras constitucionais e do sistema eleitoral, assim como a interação entre estruturas institucionais, dinâmicas partidárias e escolhas individuais na configuração do uso da tecnologia na política.

Em trabalho seminal para este campo, Zittel (2003) parte do pressuposto de que, a depender da via em que a incorporação da tecnologia aconteceria, o resultado seria maior personalização (modelo tecnológico) ou reforço do sistema constitucional (modelo constitucional) - a personalização aqui vai no sentido de mudança do ambiente institucional, portanto, se contrapondo aos partidos e demais instâncias de representação. A tecnologia traria mudanças, e sua incorporação e consequências para a política dependeria da escolha tomada pelos atores com os recursos disponíveis naquele momento. Portanto, estabilidade e

mudança, nessa visão, não são fatores mutuamente excludentes, mas sim o fruto das escolhas dos atores políticos.

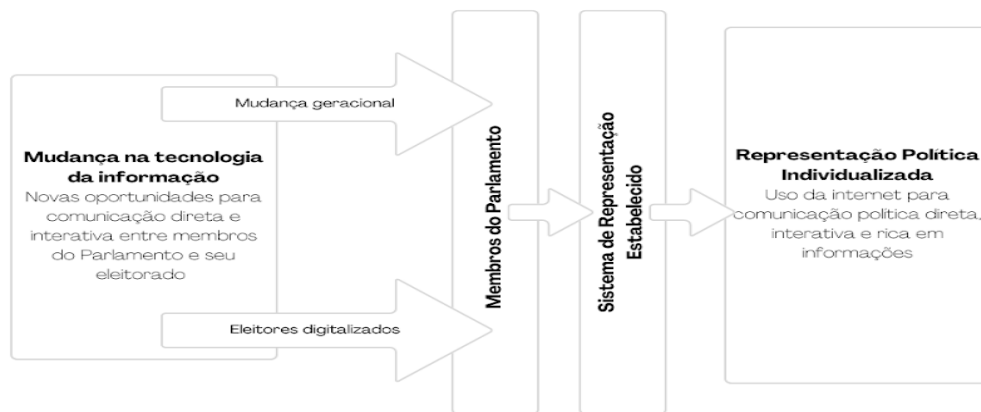
Fluxograma 1 – Modelo tecnológico de Zittel



Fonte: Zittel (2003)

O modelo tecnológico elaborado por Zittel coloca que a mudança na tecnologia seria capaz de proporcionar novas oportunidades de interação entre políticos e cidadãos; seria escolha diretamente dos políticos, enquanto indivíduos, sua adoção. Ainda, as mudanças geracionais e nos eleitores, fazendo com que todos se integrassem mais ao mundo digital, fariam com que os representantes adotassem a estratégia de comunicação e interação, driblando os seus partidos e resultando num sistema de representação mais direta, mais individualizada. O *responsible party government* seria uma estratégia política desafiada pela internet, que aqui se tornaria o centro da comunicação. Embora não haja um diagnóstico de valor, necessariamente, esse prognóstico poderia ser bem-visto pela ótica da democracia: a representação seria mais direta e pautada por um foro coletivo de discussões e interações mais próximas entre representante e representados.

Fluxograma 2 – Modelo constitucional de Zittel



Fonte: Zittel (2003)

Já o modelo constitucional encara o modelo de governo como uma estratégia política que deriva de diversas instituições as quais determinam as escolhas dos representantes políticos quanto à sua forma de atuação e representação. Portanto, o que faz com que as estruturas do governo partidário se alterem é a mudança na moldura institucional. Para Zittel, o que influencia o modelo de governo partidário é principalmente a forma de escolha nas eleições, como lista fechada (que incentiva partidos coesos e disciplinados) ou aberta, além do sistema de governo. As configurações particulares de instituições é que determinam a disciplina e coesão de partidos: com sistemas de governo presidencialista baseados em escolhas majoritárias, eles iriam encorajar seus parlamentares a explorar o potencial tecnológico da internet para se comunicar com seus eleitores. O uso da internet aqui reforçaria a posição dos partidos da comunicação, seu papel de entregar a coesão e os programas de políticas públicas. A internet não iria redefinir as relações de representação, mas sim fortalecer o que já existia.

O resultado da pesquisa de Zittel é que, ao avaliar os efeitos do uso na internet nos Estados Unidos, na Alemanha e na Suécia, houve evidências de que sua incorporação acontecia por meio do modelo institucional, com os efeitos das mudanças tecnológicas sendo contrabalançados pelas estruturas constitucionais estabelecidas a partir das escolhas dos atores institucionais. As mudanças tecnológicas no contexto da pesquisa foram mediadas pelos atores institucionais, produzindo assim resultados nas instituições.

Apesar disso, em dois desses três países, também houve evidências de que o efeito geracional aconteceu – pessoas passaram a usar mais a tecnologia integrada à política, e a principal explicação era a idade. Ademais, nenhum dos dois modelos conseguiu explicar bem alguns padrões de comportamento em casos concretos. Para o autor, deveriam ser considerados outros atores que não estavam integrados ao seu modelo constitucional, além de

fatores culturais e da sociedade, especialmente em relação ao modo como se relacionam com o governo e os partidos; o modelo constitucional parecia ser muito simplificado.

Para seguir nessa discussão e aprofundá-la, buscando pensar em outros modelos de representação, NORTON (2007) propõe quatro modelos de atuação parlamentar e uso de TICs - tradicional, partidário, representativo e de tribuna.

O modelo tradicional enfatiza a rejeição do uso da internet para se comunicar, seja por falta de conhecimento ou relutância em aproveitar seu potencial. O modelo partidário sugere que as TICs são usadas para reforçar a dominação do partido político, transmitindo a mensagem do partido eletronicamente, enquanto a comunicação entre políticos e cidadãos permanece passiva e unidirecional - os cidadãos são os destinatários do material disponível via TICs.

Já o modelo representativo destaca o papel dos parlamentares como representantes independentes, usando as TICs para divulgar suas opiniões e mobilizar apoio, potencialmente contornando o controle partidário. Por fim, o modelo de tribuna vê os parlamentares como a voz do povo, agindo com base nas opiniões de seus eleitores; ele age motivado pelos cidadãos. Esse modelo está alinhado ao uso das TICs para obter opiniões dos eleitores de maneira estruturada e direta, o que não era possível no passado.

No Reino Unido, onde Norton testou seus modelos em 2007, analisando e-mails e websites, quase não havia parlamentares seguindo o modelo tradicional - a maioria havia aderido aos TICs. O modelo partidário, por sua vez, se mostrou amplamente apoiado pelos dados, mostrando que os deputados usam a internet para complementar e reforçar a promoção de si e de seus partidos aos eleitores, através de websites que disponibilizam material regularmente - ainda que fosse igual, ou semelhante, àquele distribuído em papel.

O modelo representativo, em que o parlamentar buscava se diferenciar de seus colegas e partido político, não encontrou muita adesão nesta pesquisa, já que a maioria dos parlamentares rebeldes não usava TICs, mesmo que fossem recém-eleitos. Apesar disso, alguns poucos deles usavam seus websites para indicar suas posições dissidentes, ainda que um número ainda menor explorasse interatividade com o público. Por fim, ao testar o modelo delegado, Norton encontrou poucas evidências de que os parlamentares utilizassem a tecnologia para captar a visão de seus eleitores, especialmente de modo a sistematizá-la, influenciando seu comportamento. Assim, os pesquisadores envolvidos constataram que apenas os sites de parlamentares mais proeminentes atraíram um número significativo de comentários dos visitantes - somente dois, os de um ministro sênior, David Miliband, e de um então proeminente membro do partido Conservador, Boris Johnson.

Para o pesquisador, a utilização inovadora da Internet no contexto parlamentar se concentra principalmente no nível institucional; o site do Parlamento passou por uma reformulação em 2006, sendo atualizado para se tornar mais amigável ao usuário. O uso mais inovador da Internet ocorre por meio de consultas online, principalmente pelos comitês parlamentares, que fazem uso de fóruns virtuais. Assim, o Parlamento se destaca por adotar uma abordagem mais inovadora em relação à Internet em comparação com a maioria dos parlamentares individuais. Embora tenha se engajado tardiamente, a instituição buscou compensar o tempo perdido, desenvolvendo uma abordagem coordenada para aproveitar o potencial da Internet.

No contexto em questão, o modelo que melhor se encaixou com o uso feito da Internet pelos parlamentares é o modelo partidário. Os parlamentares a utilizavam para promover suas próprias causas e as de seus partidos, como uma extensão daquilo que já faziam, o que vai de encontro à percepção de alguns estudos de que a internet é um recurso a mais disponível, mas também apenas um recurso a mais nos gabinetes. Os representantes utilizavam TICs para realizar discursos, divulgar comunicados de imprensa e disponibilizar detalhes da agenda dos parlamentares aos cidadãos.

Dessa forma, poucos parlamentares rejeitavam o uso de internet ou buscavam utilizá-la para fortalecer um status independente, descobrindo as opiniões coletivas de seus eleitores. Contudo, cabe destacar a situação de Boris Johnson, um dos parlamentares cuja atuação de destaque no sentido de se mostrar um dissidente na internet, engajando com o modelo representativo, viria a ganhar ainda mais proeminência no cenário do Reino Unido, tornando-se primeiro-ministro mais de uma década depois da publicação de Norton em 2007, mas com atuação on-line diferenciada de seus pares desde muito cedo.

Para o autor, ainda, o maior potencial para o uso inovador da Internet estaria no âmbito institucional do próprio Parlamento, com um site que oferece informações de forma central e acessível, concentrando informações sobre as atividades dos parlamentares, para além dos sites próprios dos parlamentares.

Contudo, como o autor demonstra, alocar recursos públicos para os próprios sites dos parlamentares nem sempre foi popular, tendo sido considerado por muitos como favorecimento dos incumbentes. Mais do que isso, uma vez que o estudo foca principalmente em websites, pode-se pensar se o cenário não muda com a adoção de redes sociais, que incentivam uma descentralização maior desse tipo de plataforma.

É possível ver indicativos de mudança na representação com o desenvolvimento do uso da internet. Em estudo sobre se o uso de internet consegue alterar a representação para

além das regras estabelecidas constitucionalmente, e que ditavam as regras do jogo político, Leston-Bandeira (2012b) investigou o caso português, por meio de entrevistas e análise de websites dos parlamentares.

Em Portugal, o sistema eleitoral de lista fechada e proporcional, com centralização partidária, não tem muitos incentivos à personalização. Os partidos são o foco da representação, e são eles que fazem o intermédio entre parlamentares e cidadãos. As oportunidades de contato entre esses dois grupos são poucas. A Constituição do país determina que os partidos são os principais agentes da democracia, legitimando o sistema de representação e determinando a maior parte dos recursos, com poderes específicos.

O sistema eleitoral, por ser de lista fechada e proporcional, reforça o poder e a centralidade partidária, sendo assim desde 1975. Partidos determinam quem vai para o Parlamento e quem pode ser eleito, sendo que a centralidade partidária também segue nas regras do órgão. No caso português, o objeto de representação não é a *constituency* - isto é, um parlamentar eleito não representa diretamente uma porção fracionada do território. A nação como um todo é o objeto de representação. Existem distritos eleitorais, mas essa divisão é só administrativa; coibida pelo sistema institucional, a representação baseada na *constituency* é considerada inconstitucional. Portanto, os cidadãos lidam diretamente com os partidos caso queiram contatar seus representantes, ou para tratar daquilo que é objeto da representação - os políticos, os indivíduos representantes, têm poucas oportunidades e são pouco procurados para esse tipo de contato.

Em outro estudo, sobre os efeitos da geografia eleitoral e representação, Schürmann e Stier (2023) investigam como o sistema eleitoral fornece incentivos para a representação de suas *constituencies* no Facebook e no Twitter. As autoras partem do pressuposto de que redes sociais são como diferentes caminhos para a atuação parlamentar - cada uma delas contém uma audiência específica e mecanismos próprios de interação (BOSSETTA, 2018; STIER et al. 2018, apud SCHÜRMAN, STIER, 2023) e, portanto, podem ofuscar, com causas específicas de cada contexto, as variações institucionais presentes em cada sistema eleitoral. O que buscaram investigar foi se a atividade parlamentar era diferente no conteúdo dos posts - isto é, se eram ou não direcionados a suas *constituencies*. A hipótese investigada era se parlamentares eleitos por lista aberta, em contraposição àqueles eleitos por lista fechada, se dirigiam mais a sua *constituency*, usando referências geográficas (como o nome das municipalidades e cidades de determinada região) e regionalizadas (com termos linguísticos que se referem a questões regionais).

Os resultados apontam que políticos eleitos costumam abordar suas *constituencies* até duas vezes mais do que aqueles que foram eleitos por lista fechada, conclusão que está de acordo com outros estudos. Assim, os achados indicam que, embora existam as particularidades das redes sociais, os fatores institucionais, como o sistema eleitoral, ainda são fortes em determinar o comportamento dos membros do Legislativo. As pesquisadoras optaram por analisar o período da legislatura e apontam que, no período eleitoral, essas diferenças comportamentais podem ser ainda mais demarcadas e amplificadas. Como os incentivos para candidatos diretos usarem as mídias sociais para campanhas locais são mais fortes durante as eleições, as diferenças entre os modos de mandato devem ser ainda mais pronunciadas em tempos mais contenciosos.

As autoras também apontam que este campo de pesquisa ainda permite entender como representantes em diferentes sistemas eleitorais usam redes sociais para a representação política, e a responsividade e conexão entre parlamentar e eleitores, em especial se e como as novas tecnologias de comunicação podem fortalecer a responsividade política.

Outro estudo de Leston-Bandeira (2012), que avalia a presença on-line do parlamento e de grupos partidários, concluiu que houve mudanças na forma como a representação acontece no país, proporcionada pelo surgimento de novas formas de comunicação. As novas mídias deram aos membros do Parlamento mais espaço para se comunicar com seu eleitorado, possibilitando um modelo de representação mais individual e com base na *constituency*. Por exemplo, embora haja vedação pela Constituição, existem parlamentares - então, especialmente os de menor poder e espaço - utilizando o espaço *online* para se dirigem diretamente às suas *constituencies*.

Portanto, a pesquisa da autora demonstrou que houve mudanças graças a um novo contexto informacional, com a emergência de um modelo de representação em que os parlamentares agem como *trustee* de seus eleitores e conseguem contornar seus partidos, sendo alavancado graças a novas formas de comunicação. Assim, pode-se dizer que o canal de comunicação direta que a internet proporciona é um novo fenômeno que possibilita mudanças no modelo de representação, mesmo em lugares onde o sistema eleitoral ou o arranjo legislativo não incentiva a personalização. Não é apenas esse tipo de incentivos que motiva a escolha por este tipo de comunicação, mas ele cria novas opções e cursos de ação para os atores. Não são apenas processos antigos que são reiterados, mas é uma mudança na forma da representação parlamentar - nesse contexto, o uso de TICs se mostrou uma nova variável para a representação política.

Por fim, a autora ainda analisou o impacto e tipo de uso da internet em Parlamentos (LESTON-BANDEIRA, 2007; BERNARDES, LESTON-BANDEIRA, 2016). Embora quase todos os Parlamentos tenham websites próprios, introduzir TICs nessas instituições é algo difícil - mudanças no tipo de comunicação enfrentam barreiras por causa do alto grau de visibilidade desse órgão, por serem instâncias coletivas e com alto grau de responsabilidade em suas decisões. Mais do que isso, os Parlamentos carecem de uma voz institucional coletiva claramente identificável (LESTON-BANDEIRA, 2007). Esse é um campo relativamente pouco explorado quando se trata de representação e TICs - Parlamentos e internet não são tão explorados quanto a atuação de parlamentares individualmente na rede. Então, a autora apontou para a necessidade de explorar questões como a imagem do Parlamento e do trabalho parlamentar.

Em trabalho posterior, junto com Bernardes, as autoras investigam os websites dos Parlamentos do Reino Unido e da Câmara dos Deputados no Brasil - instituições que são vistas com desconfiança pela população, embora também tenham passado por reformas no mesmo período (BERNARDES, LESTON-BANDEIRA, 2016). Ambos os websites apresentam muitas informações, e a plataforma brasileira em especial oferece muitas oportunidades de engajamento. As autoras atribuem isso ao contexto da construção da democracia brasileira. As duas instituições estão comprometidas com a propagação de informações para os cidadãos, o que é visto como um caminho para maior *accountability*, para melhorar o conhecimento sobre os processos parlamentares e, conseqüentemente, aprimorar a imagem pública e os níveis de confiança nesses órgãos. As autoras apontam que:

Isso se deve em parte a uma tensão entre as concepções de democracia representativa e democracia participativa; a articulação entre esses diferentes tipos de democracia ainda tem um longo caminho a percorrer para ser resolvida, embora os parlamentos estejam lentamente introduzindo ferramentas participativas. Do ponto de vista da democracia liberal, os membros do parlamento são os representantes de seus eleitores, algo que podem alcançar por meio de diversos meios. A disseminação de informações sobre o mandato deles é importante para a responsabilidade pública. No entanto, o aumento dos níveis de participação direta dos cidadãos no próprio processo parlamentar pode ser visto como questionando a legitimidade representativa dos membros do parlamento. Por outro lado, aqueles que promovem ferramentas de democracia participativa veem isso como um mecanismo importante para enriquecer a representação e a relação entre eleitores e políticos. Como afirmou o Relatório Mundial sobre e-Parlamentos: "Enquanto é positivo que os Parlamentos possam usar a tecnologia para informar os cidadãos sobre o trabalho da instituição, é igualmente importante que eles usem a tecnologia para ouvir o que os cidadãos têm a dizer. Talvez ainda mais importante. Dessa forma, os parlamentos podem garantir que o uso das novas ferramentas de comunicação realmente envolva o público em um diálogo produtivo que promova a participação cidadã no processo político" (Centro Global para TIC, 2012, p. 205). O engajamento com o parlamento, portanto, não é apenas um meio de melhorar a imagem pública das instituições, mas também uma estratégia para aprimorar a própria democracia. (BERNARDES, LESTON-BANDEIRA, 2016, p. 96, tradução nossa)

Assim, não necessariamente a introdução de novas tecnologias se traduz em maior participação - ou que a voz dos cidadãos está sendo incorporado aos processos de decisão que acontecem nas paredes dos órgãos legislativos.

3.2 Motivações

Essa seção foca na análise das motivações, atitudes e comportamentos dos políticos em relação ao uso de plataformas online, investigando qual o valor que percebem e a sua incorporação. Há, no geral, uma relutância e assimilação desigual das redes sociais pelos parlamentares; isso contrasta com seu envolvimento com a mídia tradicional. Além disso, existem discrepâncias entre as motivações, muitas vezes idealistas, apresentadas pelos políticos para sua presença online e aquilo que na prática se observa: estratégias de marketing personalizadas e hibridização das esferas pública e privada.

A maior parte do campo de estudos legislativos ainda não focou em quais seriam os motivos e atitudes por trás das atividades online - isto é, quais seriam suas motivações “ocultas”, para além do conteúdo das postagens propriamente dito (TENSCHER, 2014). Analisando a Alemanha e a Áustria, países cujas condições institucionais são de democracias estáveis, multipartidárias, parlamentaristas e com um modelo de mídia focado em organizações democráticas, Tenscher conclui que, para os parlamentares desses países, utilizar redes sociais e a internet para a comunicação era um peso, um fardo, não algo simples ou já incorporado com facilidade no dia a dia das Casas Legislativas. Esse achado vai ao encontro de Norton (2007): parlamentares não necessariamente veem em novas tecnologias potencial de inovação na representação, e tampouco aderem de maneira uniforme a TICs. Essa situação, em que há relutância para adotar uma forma de comunicação em potencial com o eleitorado, ia na contramão da relação com demais meios de comunicação em massa (como os jornais e a televisão) que exigiam muito menos dos representantes do que novas tecnologias.

Assim, nesse contexto, meios digitais de comunicação não eram vistos como algo que inauguraria uma nova era dentro da política e da democracia, como uma ferramenta que aproximaria políticos e seus eleitores; era só mais uma demanda dentro de uma gama de atividades de trabalho já realizadas por um mandato parlamentar. Tenscher alega que sua incorporação por diferentes grupos parlamentares se deu marcada por desigualdades, tanto de sua assimilação pelos políticos quanto pelo seu eleitorado - notoriamente diferenças geracionais.

Mais do que isso, pode-se falar que a visão no potencial desse uso é incorporada de maneira diferente para cada parlamentar: assim, se muitos consideram que seu uso pode

ampliar os horizontes da democracia representativa, pouco se nota disso na resposta aos *surveys* analisados pelo autor, na forma e naquilo que incorporam do uso de TICs para se comunicar com aqueles que representam. Cabe destacar que isso se mantém mesmo com formas de interação que não websites - embora as redes sociais ofereçam muitas mais oportunidades para interação com os apoiadores, isso é raramente observado (THEOCHARIS, LOWE, 2016).

Deduz-se disso que, embora vejam que a internet pode ser uma via de acesso para uma maior representação política ou para uma democracia de maior qualidade, com um potencial novo de deliberação, os parlamentares não fazem, dentro de seus mandatos, uso desses atributos; ou, pelo menos, não percebem essa mudança na sua forma de atuação.

Ainda nessa temática, de forma semelhante, Enli e Skogerbø (2013) se debruçaram sobre a questão de como e por que políticos noruegueses usavam Facebook e Twitter em suas campanhas, motivadas pela questão da personalização da política. A partir de entrevistas e análise dos posts, as pesquisadoras puderam entender a diferença entre o que os políticos diziam ser sua motivação para estar nessas redes e, de fato, o que estava acontecendo. Segundo elas, os políticos apresentam motivações muito idealistas no diálogo democrático, mas em prática isso pouco acontecia. Poucos dos representantes pesquisados se engajaram em conversas nas redes, especialmente depois das eleições - outro achado é que o foco principal é, justamente, a mobilização eleitoral, com candidatos menores se valendo mais das redes do que aqueles que tinham mais recursos.

Já quanto ao marketing e o que, de fato, acontecia nas redes, os parlamentares tinham uma visão de sua motivação que correspondia ao uso de meios digitais. Contudo, esse marketing era pessoalizado, envolvendo exposição da vida privada, num processo que as autoras chamam de hibridização das esferas pública e privada.

Antes de ser algo exclusivo possibilitado apenas por TICs, as autoras apontam que é um processo que acontece desde a televisão (ENLI, SKOGERBØ, 2013)¹⁰; por isso, apostam na sua durabilidade. No contexto em questão, em que os partidos políticos são fortes e atraem mais eleitores do que os candidatos em si, essa ferramenta não precisava ser tão utilizada.

¹⁰ Em trabalho sobre personalização da política e *talk shows*, Van Zoonen e Holtz-Bacha (2000) apontam que esses tipo de programa televisivo faz com que políticos sejam capazes de mobilizar potenciais eleitores não apenas por meio da sua imagem, o que seria o esperado numa atração voltada majoritariamente ao entretenimento, mas também através do discurso político. É apenas uma demonstração de como essas esferas acabam se mesclando no discurso público.

3.3 Comunicação de grupos minoritários - oposições e grupos marginalizados

Esta seção busca explorar como a dinâmica da comunicação por meio das redes sociais influencia a representação política e a expressão de opiniões divergentes por parte dos políticos. Destaca-se o impacto das redes sociais na comunicação política e o potencial que elas possuem para os políticos amplificarem a mensagem de seus partidos ou expressarem visões discordantes.

Buscando solucionar a questão de como mídias sociais mudam de fato a forma como políticos se comunicam com seus eleitores, ou quais as novas oportunidades que elas oferecem, Silva e Proksch (2023) analisam se e como o uso de redes sociais por políticos é diferente da comunicação que acontece nos espaços do Parlamento, tendo como objeto de estudo o *Bundestag* alemão entre 2017 e 2020.

Os autores optaram por investigar a dicotomia entre união de partidos políticos e sua desunião. Como norte da pesquisa, partiram do pressuposto de que em sistemas parlamentares com partidos fortes existiriam incentivos intrínsecos para defender a linha do partido, pois o sucesso eleitoral de seu partido melhora suas próprias perspectivas de reeleição. Portanto, no caso da existência de partidos centralizadores, o Twitter serviria como um canal para compartilharem a mesma mensagem que fazem em outras arenas, o que os autores chamam de mecanismo de amplificação; seria semelhante ao modelo partidário de Norton (2007). Esse tipo de amplificação pode ocorrer quando parlamentares abordam temas já discutidos em determinados espaços, intensificando a ênfase do assunto e ajustando os tópicos em que se concentram, de acordo com diferentes públicos.

A outra opção apresentada seria o caso de parlamentares que utilizam redes como um canal substituto/novo de comunicação política, contornando restrições partidárias e institucionais, personalizando a mensagem que passam - inclusive em desacordo com a linha partidária. Nesse caso, as redes sociais têm o efeito de substituição. Como visto no capítulo 1, redes sociais têm o efeito de permitir a expressão de opiniões com a sensação de estar livre de restrições; para os autores, isso poderia levar os políticos a expressarem opiniões mais próximas do que seriam suas verdadeiras preferências de fato, já que podem contornar, com as redes sociais, os líderes partidários e a mídia tradicional (que não daria automaticamente espaço para qualquer político, especialmente para aqueles do segundo escalão).

Analisando a posição de parlamentares quanto à integração europeia em discursos parlamentares e tweets dos representantes, os autores descobriram que as redes sociais desempenham um papel tanto na amplificação das posições partidárias quanto como, através do mecanismo de substituição, uma plataforma para que os representantes pudessem se

expressar em desacordo com seus partidos. Assim, os dados apresentados sugerem que o Twitter é capaz de oferecer uma alternativa promissora para que representantes expressem suas opiniões discordantes quando se sentem limitados nos ambientes parlamentares.

Existem mesmo casos em que, na tribuna do Parlamento, os dissidentes expressam opiniões distintas daquelas que compartilham no Twitter; isso poderia indicar a possibilidade de existir autocensura no ambiente parlamentar, na presença dos pares políticos ou de um tipo de público distinto do que aquele presente nas redes. Para os autores, as posições dos parlamentares exibidas no Twitter podem ser uma correspondência mais próxima de suas preferências "verdadeiras" do que aquelas obtidas a partir dos discursos parlamentares, em que os controles partidários influenciam se e como os parlamentares falam.

Além disso, o estudo descobriu que os dados no Twitter eram uma medida útil para auferir as preferências dos parlamentares em relação à Europa, assunto útil já que muitas vezes essas impressões chegavam a ser semanais ou mesmo diárias. A integração europeia foi escolhida na pesquisa por três motivos: a crescente importância nas campanhas políticas nacionais, o potencial de divisões internas dentro dos partidos (especialmente durante crises, causando o surgimento de partidos desafiadores e eurocéticos); e, por último, porque a integração europeia é uma área em que os líderes da Executiva Nacional dos partidos dominam a formulação de políticas, limitando o poder dos parlamentos nacionais e resultando em uma comunicação dos deputados principalmente focada em tomar posições. Portanto, de maneira geral, o assunto da integração europeia é interessante para ser abordado por representantes em redes sociais não apenas pela sua importância, mas porque este é um espaço em que, mesmo se alguém for parte uma minoria política - mesmo dentro de seu partido - consegue se expressar com menores riscos de sofrer consequências negativas por seus pares e atraindo parte do eleitorado.

Isso tem outro reflexo para o caso de minorias políticas. Em estudo sobre como representantes utilizavam o Twitter para discutir a pandemia de COVID-19, as autoras (EVANS, CLARK, 2023) levantaram a questão de saber como as mulheres membros do Congresso moldaram sua discussão sobre a pandemia - ou seja, se gênero impacta na forma como se conduz o debate público nessa rede social ou não.

As autoras partiram do seguinte pressuposto: como elites políticas se comunicam é importante porque as pessoas dependem dessas referências para conseguir informações confiáveis, especialmente num contexto como a pandemia do Coronavírus. A pesquisa demonstrou diferenças significativas conforme o gênero, não só na frequência, mas também no enquadramento dos tweets sobre COVID-19 feitos pelas membras e membros do

Congresso. As legisladoras do gênero feminino publicaram tuítes sobre a pandemia mais frequentemente. Além disso, também tinham maior probabilidade de abordar assuntos associados às "questões femininas" no contexto da pandemia do coronavírus, como cuidados com crianças, educação e pobreza.

Essa questão é importante porque mulheres adaptam sua comunicação em ambientes como o Parlamento, uma vez que traços tidos como masculinos são priorizados em detrimento de traços considerados femininos; é uma estratégia que joga com a identidade de gênero num ambiente masculinizado, com mudanças na performance conforme o ambiente. Contudo, de acordo com a literatura levantada pelas autoras (EVANS, CORDOVA, SIPOLE 2014; EVANS, CLARK 2016 apud. EVANS, CLARK, 2023), mulheres também escolhem se diferenciar estrategicamente de seus colegas masculinos, utilizando especialmente as redes sociais para isso. Dessa forma, mulheres demonstram níveis mais altos de engajamento ao discutir questões, incluindo "femininas", em plataformas como o Twitter. Essas descobertas indicam uma interação complexa entre questões de gênero, comunicação e estratégia eleitoral.

De maneira geral, as congressistas discutem a pandemia de COVID-19 destacando os efeitos desproporcionais que ela teve sobre as mulheres; para as autoras, se servidores eleitos deixarem de reconhecer os efeitos de gênero da pandemia - como as dificuldades com cuidados infantis, impactos na força de trabalho e restrições aos direitos reprodutivos -, então há pouca esperança de que o governo esteja abordando essas preocupações. As pesquisadoras encontraram evidências de que existe uma divisão de gênero tanto na frequência quanto na abordagem da questão no Twitter, que provavelmente continuará moldando a forma como o público pensa sobre a pandemia e como as elites respondem a ela. Sugere-se que trabalhos futuros examinem a relação entre comunicação e a legislação proposta, considerado várias formas de comunicação - especialmente a relação entre o que dizem e aquilo que propõem e buscam alcançar nas Casas.

Além disso, é importante examinar se as diferenças observadas na comunicação sobre a pandemia se estendem a outras formas de comunicação oficial, como boletins informativos, e-mails, postagens no Facebook e comunicados de imprensa. Compreender a relação entre as discussões online e as estratégias de comunicação mais amplas é crucial. Também é essencial analisar a natureza da legislação relacionada ao COVID-19 ao longo do tempo e o destaque dado às questões que afetam as mulheres. Essas investigações fornecem insights sobre o bem-estar das mulheres durante e após a pandemia, além de nossa compreensão da representação substancial das mulheres no Congresso.

Nesse caso, as estratégias para abordar o assunto de gênero e efeitos da pandemia da COVID-19 interferem na representação política de grupos marginalizados. Não se trata apenas de algo visando estratégias eleitorais ou de sinalização para o eleitor, enquanto o Parlamento pode tomar diferentes medidas, como no caso dos eurocéticos apresentado acima. No trabalho aqui discutido, efeitos práticos são exercidos a partir do que essas parlamentares falam.

3.4 Definição da agenda pública

O problema do poder de agenda é aqui abordado, pois ajuda a entender o seguinte elemento da representação: quais são os problemas aos quais os políticos prestam atenção? Como os meios de comunicação podem influenciar na agenda pública e determinar aquilo que vai ser implementado pelos governos?

TICs criaram novos sistemas de mídia híbridos - que compreendem a mídia tradicional e redes sociais - capazes de aumentar o número, a diversidade e os tipos de atores potencialmente aptos a moldar o discurso político e a agenda (CHADWICK, 2017; JUNGHERR et al., 2019, apud. GILARDI et al., 2022). Para tratar do poder de agenda e mídia, Skogerbø e Krumsvki (2015) investigaram campanhas eleitorais, especificamente eleições locais na Noruega em 2011. O foco do estudo era a interação entre redes sociais e a mídia tradicional (o que as autoras chamam de “intermedial agenda setting”), analisando as estratégias utilizadas por políticos locais para definir a agenda nesses dois meios.

As autoras concluíram que redes sociais não tiveram impacto no jornalismo local, o que indicaria que são pouco utilizadas como fonte para a redação das notícias. Apesar disso, o uso de TICs era eficiente para se comunicar com os eleitores. Ademais, a relação próxima entre os partidos, seus candidatos e a mídia local poderia explicar o porquê de as redes sociais não serem uma fonte interessante para os jornalistas nesse contexto - os partidos maiores criavam histórias. As condições nas quais esse tipo de relação acontece importa, especialmente fatores como o tamanho das eleições (o que influencia na proximidade entre os candidatos, jornalistas e veículos de mídia) e a força dos partidos políticos.

Esse tipo de pesquisa ganha novos contornos com o uso de métodos de pesquisa que permitem a análise de grandes quantidades de dados. Barberá et al. (2019) objetivou responder à questão de se os políticos respondem ao público e quem lidera e quem segue o processo de formação de agenda, com foco na dinâmica no Twitter. Os pesquisadores utilizaram análise temporal das mensagens dos representantes e do público e métodos para prever a relação entre eles, dividindo os usuários em três tipos: simpatizantes dos legisladores

ou seus partidos¹¹, pessoas que são especialmente interessadas em política e uma amostra aleatória de usuários. Em seus resultados, concluem que representantes são mais propensos a seguir do que liderar a discussão de questões públicas. Contudo, a resposta dos representantes reforça a polarização política e a desigualdade. Legisladores têm mais probabilidade de mudar seu comportamento após mudanças na atenção dos apoiadores do partido, o que os autores esperavam com base na literatura, assim como também respondem mais aos assuntos que são prioridade dos cidadãos atentos em relação àqueles que têm menor interesse em política. O que contrariou uma das hipóteses dos autores é que foram encontradas poucas evidências de que políticos seguem as prioridades do público em geral. Para os pesquisadores, isso também tem relação com o ambiente híbrido de mídias, já que a mídia tradicional também tenderia a cobrir mais os temas que são de interesse dos simpatizantes dos partidos no geral.

Também analisando o papel de diferentes mídias na definição da agenda política e com um *corpus* maior de dados do que era possível quando Skogerbø e Krumsvki se debruçaram sobre as eleições locais norueguesas¹², Gilardi et al. (2022) se propuseram a olhar para um contexto nacional - no caso, das eleições suíças - para responder à pergunta de qual é o papel das redes sociais na definição da agenda política. Os pesquisadores examinaram, por meio de Machine Learning, 2,78 milhões de artigos publicados em 84 jornais, 6.500 tweets postados em contas oficiais de partidos e 210.000 tweets postados por políticos em suas próprias contas, de janeiro de 2018 a dezembro de 2019. O foco eram as conexões entre três tipos de agenda: a da mídia tradicional, a das redes sociais de partidos e as de políticos.

Os autores consideraram as influências mútuas entre as agendas e descobriram que cada agenda influencia a outra praticamente na mesma extensão, salvo uma exceção: a questão ambiental. Nesse caso, a agenda das mídias sociais dos partidos é mais preditiva da agenda da mídia tradicional. Isso quer dizer que, neste caso em específico, os partidos são capazes de pautar a agenda pública. Para os pesquisadores, uma hipótese que pode explicar isso são as campanhas de *advocacy* em relação a este assunto. Isso é um aspecto sensível da representação: como grupos organizados conseguem pautar a agenda pública.

¹¹ No original, *Partisan*.

¹² Um breve parêntese é que esta agenda de pesquisa apresenta, com o uso de novos métodos de análise de grande quantidade de dados, uma alavanca para entender mais sobre a relação entre políticos, seu eleitorado e redes sociais. Um obstáculo são as próprias plataformas, que colocam cada vez mais barreiras para pesquisadores e obscurecem seus algoritmos. Um exemplo é que em 2023 o Twitter começou a cobrar pelo acesso a sua API de pesquisas (NC STATE, **Social media researchers take note: Twitter begins charging for API access**. Fevereiro, 2023. Disponível em: <<https://www.lib.ncsu.edu/news/main-news/social-media-researchers-take-note-twitter-begins-charging-api-access>>. Acesso em 10 ago. 2023).

De maneira geral, esses estudos tratam como redes sociais, websites e um sistema de mídia híbrida impactam no discurso político e na definição da agenda pública, afetando a relação entre políticos e os cidadãos. O foco é a importância dos fatores institucionais e do potencial dos atores para moldar a agenda política num novo tipo de ambiente.

Em outro aspecto da agenda, a propriedade sobre os assuntos públicos¹³ (ou seja, a associação entre o assunto abordado na pauta pública e o partido político) foi abordada por Enders, Gainous e Wagner (2022). Investigando por que as pessoas relacionam um assunto com determinado partido estadunidense - como impostos, que são mais abordados pelos Republicanos, e educação pública pelos Democratas -, articulam que não é só uma questão de ênfase, mas de como os membros discutem os assuntos que determinam essa associação; seria uma combinação entre conteúdo e a forma como os temas são abordados pelos políticos de cada partido.

Assim, os pesquisadores descobriram que políticos, no geral, debatem os mesmos assuntos. Democratas e Republicanos discutiram as mesmas coisas, independente de fatores como raça, gênero ou se já possuíam um cargo ou não. O que foi encontrado de diferente é a forma como esses assuntos foram abordados. A carga emocional dos temas abordados, salvo exceções como impostos e votação, foi distinta. Membros de cada partido utilizavam emoções distintas em cada tópico, o que traz implicações para a polarização política.

3.5 Considerações finais do capítulo

Partiu-se de Zittel (2003), que propôs uma moldura para entender a incorporação da tecnologia pelos membros do Parlamento e as instituições. Nenhum de seus modelos deu conta de explicar a realidade de então, carecendo de complexidade - apesar disso, foi abordado aqui porque ilustram bem as bases e problemas que estarão presentes no restante da literatura, fazendo discernimento entre o que se chamou de efeitos geracionais e incorporação por parlamentares individualmente e a absorção institucional de novas formas de comunicação. A literatura evoluiu e amplificou a gama de modelos teóricos, buscando entender também como parlamentares individualmente - e não só o Legislativo como um todo - conseguiram absorver a tecnologia, apontando num estágio inicial a ascensão de líderes políticos como Boris Johnson a partir do uso de TICs (NORTON, 2007).

Constatou-se que o sistema eleitoral tem influência no comportamento parlamentar em redes sociais. Indica-se que os políticos eleitos por sistema de lista aberta têm chances

¹³ *Issue ownership* no original.

maiores de se dirigirem às suas *constituencies*, em comparação àqueles eleitos por lista fechada. Isso indica que o potencial da internet para alterar a representação dos cidadãos além das regras constitucionais e seus partidos pode variar dependendo do contexto eleitoral.

Ademais, se objetivou analisar motivações, atitudes e comportamentos da classe política concernentes a plataformas on-line, em especial redes sociais. De maneira geral, políticos não adotaram de maneira uniforme esse meio de comunicação - muitos parecem ser relutantes em utilizá-lo ou em ver seu potencial, principalmente em comparação a meios mais tradicionais. Isso pode ser considerado um reflexo do que Zittel considerou como mudança geracional; com o passar do tempo, as pessoas em geral e os políticos em particular utilizariam com maior facilidade a tecnologia no seu dia a dia. Além disso, é também um reflexo dos altos custos na incorporação de TICs para um mandato parlamentar.

Redes sociais também impactam a política na medida em que fornecem um canal para que políticos expressem visões dissidentes. Isso é válido para minorias parlamentares, como a oposição política, e contém uma segunda camada, que são os efeitos para grupos marginalizados no Parlamento. O espaço para ideias que não são aceitas dentro do *mainstream* político favorece a disseminação e fortalecimento das ideias dessas minorias. Por fim, explorou-se o poder de agenda e a influência na representação. Investigaram-se quais os assuntos que políticos priorizam e como redes sociais e a mídia tradicional moldam a agenda pública e de governo. Frisa-se que não são apenas TICs que exercem influência sobre a agenda, e sim diversos atores, que a constroem utilizando um ecossistema composto por diversas mídias.

É importante assinalar alguns pontos a partir desse breve panorama. Em primeiro lugar, as diferentes possibilidades de personalização que as redes oferecem, e os múltiplos sentidos que essa expressão ou conceito acaba recebendo. Se a tendência à personalização é clara em diferentes contextos institucionais, desde o sistema português em que há uma grande distância entre os parlamentares enquanto indivíduos até o sistema estadunidense, em que os parlamentares estão em contato direto com sua *constituency*. Esse efeito é mais sentido especialmente à medida que o tempo passa e acontecem mudanças geracionais e tecnológicas; contudo, não se pode dizer que o termo está sendo utilizado sempre com o mesmo sentido - ou que produza os mesmos efeitos nas instituições.

Um primeiro sentido possível para a personalização seria a mescla entre as esferas pública e privada, do ofício e da vida dos representantes. Um segundo seria a possibilidade de contornar os partidos e publicizar posições minoritárias. Ainda há o que se compreender sobre a relação entre essas posturas e a conexão eleitoral - mas há uma tendência que comprova

seus resultados, especialmente entre representantes do chamado baixo clero, que não recebem suficiente atenção, voz nas decisões ou recursos dos seus partidos.

Uma terceira categoria, híbrida, fica por conta da questão de parlamentares pertencendo a grupos marginalizados. Embora não se trate de personalizar o debate no sentido de trazer a audiência para si, também contornam-se as restrições impostas por instituições e vocalizam-se as questões para outros públicos. É uma diferença material mais do que formal. Isso também deve ser levado em consideração a partir do potencial de grupos organizados, em parceria com o Legislativo, conseguirem pautar a agenda pública com o uso de internet. Há uma fronteira ainda pouco explorada por essa literatura, que diz respeito ao potencial de movimentos sociais, grupos organizados e minorias políticas conseguirem pautar uma agenda alinhada com sua representação substantiva para dentro das instituições políticas a partir do uso de TICs.

Em segundo lugar, nota-se uma diferenciação entre aquilo que dizem os políticos e aquilo que, de fato, consegue-se atingir com o uso de internet. O potencial de participação, nas pesquisas apresentadas, não foi absorvido pelas instituições, no sentido de que muito pouco é retido pelos parlamentares, e de que as mobilizações para se utilizar a internet são feitas visando períodos eleitorais. Dentro dos trabalhos parlamentares, o uso de internet é feito muito mais para divulgação dos políticos, e mesmo a interação costuma ser automatizada e visando visibilidade. Isso coloca a questão de como entender a participação dentro dessas redes - e se esse fenômeno de fato acontece. Mesmo nos websites dos Parlamentos, por mais que existam recursos para a participação, o foco é muito maior na disseminação das informações, o que indica que o papel dos cidadãos ainda é uma segunda dimensão explorada na representação e TICs. Retoma-se a metáfora da Democracia de Audiências, em que cidadãos são a audiência que responde àquilo que acontece no palco, agora estendido, da política.

Em terceiro lugar, as consequências institucionais do uso de TICs ainda são pouco exploradas, embora existam sinalizações de que membros do Legislativo utilizam esses recursos conforme os incentivos presentes na arena eleitoral. Apesar disso, uma maior personalização, no sentido de diminuir o papel dos partidos políticos e aumentar o contato entre parlamentar e eleitorado, parece ser o aspecto mais aproveitado por parlamentares - e tornando possível até mesmo contornar as regras constitucionais, o que indica que a internet pode alterar as instituições.

Com isso, um caminho é explorar mais quais poderiam ser os incentivos que vêm da seara eleitoral e dos trabalhos legislativos, para ampliar e avançar no que já se sabe a partir

destes trabalhos. Assim, o próximo capítulo visa jogar luz nessa agenda de pesquisa a partir do caso brasileiro.

4. Caso brasileiro / uma agenda de pesquisa sobre o tema

De maneira geral, para tratar do caso brasileiro, a eleição de Jair Bolsonaro se mostra incontornável, uma vez que foi marcada por uma divergência em relação ao padrão das disputas nacionais no Brasil desde 1985, após a redemocratização (MUNDIM, VASCONCELLOS, OKADO, 2022).

Bolsonaro saiu para a presidência concorrendo pelo Partido Social Liberal (PSL), um partido pequeno que então contava com apenas um assento na Câmara dos Deputados e que, de acordo com as regras eleitorais brasileiras, não contava com os recursos do "Fundo Partidário" ou com tempo gratuito de propaganda em televisão e rádio. A campanha de Bolsonaro foi marcada pelo uso de NTICs como nova forma de trocar informação, contornando os meios de comunicação tradicionais e transformando a troca entre candidatos e seus eleitores.

Como visto no capítulo 1, utilizar redes sociais e internet não é algo novo em si, estando presente nas campanhas para a presidência pelo menos desde 2010. Mas Jair Bolsonaro ganhou fama e destaque com o uso dessa tecnologia, se consolidando como outsider político e construindo sua popularidade. Desde quando era deputado do “baixo clero”, o futuro presidencial utilizava esses veículos para expressar ideias radicais e extremistas, especialmente se comparadas às ideias propagadas pela esquerda da época (ALMEIDA, GUARNIERI, 2020; ALMEIDA, 2019; ANDERSON, 2019; ARAÚJO, PRIOR, 2020 apud MUNDIM, VASCONCELLOS, OKADO, 2022).

No estudo sobre a campanha política de Bolsonaro em 2018, MUNDIM, VASCONCELLOS, OKADO, 2022) destacam que o contexto do pleito foi marcado por uma transformação nos meios de comunicação. Enquanto a presença das TICs já existia em 2010, oito anos depois elas se tornaram mais dinâmicas. Isso permitiu que um grande número de pessoas se informasse sobre política sem depender dos meios de comunicação tradicionais, utilizando plataformas como Facebook, Twitter, YouTube e WhatsApp.

Usando dados do Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB), os autores analisaram a vitória de Bolsonaro, com o objetivo de entender como as redes sociais, juntamente com fatores políticos, econômicos e sociais, influenciaram as decisões dos eleitores. Eles descobriram que o uso das redes sociais era um bom indicador para o voto em Bolsonaro. Indivíduos que utilizavam essas plataformas digitais tinham o dobro da probabilidade de votar no ex-presidente, um fator tão significativo quanto ser evangélico ou politicamente conservador e antipluralista.

Assim, os pesquisadores concluíram que as TICs conseguem alcançar de maneira mais sutil o eleitorado, explicando sua eficácia na política. Elas são capazes de alcançar pessoas com pouco interesse político ou desiludidas com as instituições. Bolsonaro aproveitou esse cenário, dirigindo-se a um eleitorado conservador e desconfiado dos partidos tradicionais, usando as redes sociais e serviços de mensagens instantâneas para transmitir sua mensagem.

Para explicar como Bolsonaro conseguiu conquistar esse eleitorado, os autores exploraram a relação entre redes sociais e personalização. A identificação pessoal e o engajamento nas redes influenciam os movimentos políticos, o que abre espaço para candidaturas populistas, à medida que os laços convencionais com as instituições são remodelados, enquanto um movimento online coeso é formado. Esse movimento se baseia em autenticidade fabricada e uma simulação de conexão diária entre o eleitor e o candidato. Em essência, a personalização, o engajamento direto e as redes descentralizadas redefiniram a política, moldando o apoio aos candidatos e influenciando o discurso populista. Portanto, o debate sobre o uso de novas redes no Brasil abarca questões democráticas amplas, como populismo, autoritarismo e qualidade da democracia, não ficando restrito à conexão eleitoral.

É evidente que o uso de redes sociais e serviços de mensagens instantâneas móveis foi crucial para Bolsonaro. Eles serviram como um meio eficaz de comunicação e informação entre os eleitores conservadores e aqueles que se opunham às práticas tradicionais, os quais buscavam um representante fora do alcance da mídia tradicional antes de 2018 (MUNDIM, VASCONCELLOS, OKADO, 2022). Assim, a extensa base de seguidores que Bolsonaro conquistou nas redes sociais deu substância à sua candidatura, permitindo-lhe competir desde o início da campanha. Além disso, junto com o WhatsApp, essas plataformas também se revelaram ferramentas de campanha eficazes para apresentar suas propostas, lançar ataques negativos contra seus oponentes e mitigar os efeitos de ataques recebidos durante a disputa eleitoral (MUNDIM, VASCONCELLOS, OKADO, 2022).

Embora esse debate seja sobre as eleições presidenciais, esse tipo de recurso pode ser utilizado por parlamentares não apenas durante campanhas, mas durante a atividade legislativa - cabe destacar que naquele ano houve uma renovação de 47,3% na Câmara, a maior desde a redemocratização. Já o número de cadeiras do PSL saltou de oito deputados para 52, dos quais 47 não haviam ocupado assentos na casa. Além de suscitar a questão de qual a participação das NTICS nessa campanha, no outro lado da moeda, surgem também questões sobre qual a relação entre partidos políticos, campanha eleitorais - afinal, no PSL, todos pertenciam à mesma legenda que o Presidente eleito - e novas formas de representação política e conexão eleitoral, que vão além deste pleito em específico.

Em 2017, a porcentagem de deputados que utilizava o Facebook era de 97,9%, enquanto o número de senadores utilizando a plataforma era de 100% (VIEIRA, 2017). A tabela abaixo apresenta os dados do uso de redes para os parlamentares do país:

Tabela 1 – Frequência do uso de redes sociais por parlamentares brasileiros

	Deputados		Senadores	
	N	%	N	%
E-mail	513	100	79	97,5
Website	376	73,3	70	86,4
Facebook	502	97,9	81	100
Twitter	436	85	80	98,8
YouTUBE	115	22,4	72	88,9
Instagram	341	66,5	56	69,1
Outras	49	9,6	9	11,1

Fonte: Vieira (2017).

Manter a atividade em redes sociais é um recurso que faz parte da atividade parlamentar também - é algo que exige custos, e sua mobilização acontece porque se espera algum benefício. Assim, saindo do contexto específico da legislatura de 2018, é possível dizer que as mídias sociais têm participação maior na eleição de candidatos e nos mandatos eleitos. Os efeitos dessa participação sobre o cenário político nacional é que continuam uma questão – assim como o que levou esses meios a ganharem a relevância que hoje possuem.

O que norteia essa linha de pesquisa, como se verá, são questões que mobilizam a literatura sobre comunicação política. São também, em grande medida, aquelas que rondam pesquisas sobre a forma de funcionamento das instituições políticas: o papel dos partidos políticos, qual o peso da figura do político e de seu partido para o eleitor e como acontece a conexão eleitoral são objeto dessa agenda de pesquisa desde o pós-1988.

A seguir, apresentaremos trabalhos que aliam o uso de redes sociais, atividade legislativa e instituições brasileiras. Na seção seguinte, exploraremos, seguindo principalmente Freitas e Guarnieri (2018), as ondas da literatura neoinstitucionalista brasileira sobre partidos, de forma a ilustrar quais os flancos que ainda estão abertos para que se possa avançar nessa agenda de pesquisa, buscando tratar não apenas de partidos políticos como de

outras possibilidades abertas na área de representação. Nas considerações finais deste capítulo, buscaremos demonstrar como essas duas agendas de pesquisa podem ser conciliadas de forma a conseguirmos avançar tanto no que entendemos sobre mídias sociais quanto no que entendemos sobre as nossas instituições.

4.1 Padrões de uso de NTICs por parlamentares brasileiros

Como ponto de partida, exploramos como a literatura interpreta os incentivos dados pelo sistema eleitoral brasileiro para a personalização, especialmente a partir do sistema de lista aberta. Isso é relevante porque, como visto no capítulo 1, a internet também fornece incentivos para isso, ao dar mais poderes para o parlamentar se apresentar e interagir contornando seu partido político ou mesmo o Parlamento.

Um exemplo de trabalho que incorporou os elementos das instituições brasileiras à pesquisa sobre os padrões de comunicação via novas mídias digitais é o de Braga, Rocha e Vieira (2021). Como fator para explorar a influência das condições institucionais, os autores adotaram o grau de personalização em perspectiva comparada, baseados em Carey e Shugart (1995), que categorizam os países a partir de características de seu sistema político e eleitoral, para analisar cada país - numa amostra que abrangia de forma crescente do grau de personalização Espanha, Reino Unido, Bélgica, Brasil e Estados Unidos.

As autoras partem desse contexto de americanização da política - especificamente da americanização da comunicação política, muito relacionado à sua profissionalização e empregos de técnicas de marketing político durante o período eleitoral. Assim, exploram uma lacuna sobre o uso desses padrões de comunicação e estratégias fora deste período, no funcionamento regular da democracia e das legislaturas. Dessa forma, analisam qual seria o padrão de uso das tecnologias digitais por parlamentares dos Estados Unidos durante as legislaturas, e se outros países replicariam esta mesma fórmula, utilizando uma investigação em política comparada para analisar a influência no uso da tecnologia nos diferentes contextos sociopolíticos.

O que entendem por americanização da política é o emprego de técnicas de marketing político muito sofisticadas e de técnicas de comunicação muito utilizadas no contexto do país norte-americano e, no contexto das NTICs, padrões de comunicação, integração e mobilização reproduzidos pelas campanhas e atuação política lá, onde seu uso e inovação acontecem primeiro e de maneira maciça - e, segundo os achados da pesquisa, continuam sendo os líderes dessa tendência.

Segundo os dados apresentados, nos EUA, o uso de internet (websites e mídias sociais mais importantes) é feito por todos os deputados, enquanto nos outros países há graus distintos no seu uso. As autoras averiguaram que a personalização do sistema eleitoral influencia na apropriação e uso das tecnologias digitais: o menos pessoalizado deles, o caso espanhol, exhibe 28,4% na média da frequência de uso das mídias mais importantes, contrastando com 86,8% dos EUA e 74,6% do caso brasileiro.

Portanto, os dois países que adotam uma abordagem de representação mais personalizada e focada nos candidatos, Estados Unidos e Brasil, mostrariam uma propensão maior a utilizar a internet neste recorte do que aqueles que têm um sistema eleitoral considerado menos personalizado. Nesses últimos, observa-se uma maior presença de elites políticas que são menos receptivas a uma interação direta e informal com os cidadãos, mesmo nos aspectos mais básicos; portanto, as autoras consideram que redes sociais seriam uma forma de se conseguir interagir diretamente com os parlamentares.

Mas, olhando mais a fundo, apenas o grau de personalização do sistema eleitoral não é capaz de explicar alguns achados. Ao analisar a forma das postagens das plataformas, os autores partem da seguinte hipótese: em contextos mais personalizados as plataformas de parlamentares seriam mais voltadas para exibição da personalidade/figura do político e *constituency service* (prerrogativa de assistir seus eleitores) do que da simbologia partidária; já em contextos em que o foco seria o partido político, ou um comportamento menos individualista, haveria um uso mais partidarizado e voltado para políticas públicas no geral.

Apesar disso, embora estejam num contexto em que o sistema eleitoral fornece menos incentivo à personalização, cerca de 70% dos deputados espanhóis fazem uso personalizado dos seus websites, não se vinculando a seus partidos políticos nessas plataformas. Isso é um grau mais alto do que no caso brasileiro, em que boa parte dos deputados se associa à legenda partidária: cerca de 50% dos deputados o faz. Se no caso espanhol é possível afirmar que os dados apontam para uma tendência de que a tecnologia permite agregar algo que vai além do que as características institucionais os permitiam agregar anteriormente, no caso brasileiro não necessariamente esses dados correspondem ao que se esperava com base na classificação de personalização do sistema – pelo menos nesse campo os deputados brasileiros parecem levar em considerável importância suas legendas partidárias. A hipótese levantada pelos pesquisadores para explicar esse dado é que o PT exibia índices maiores de dependência na sua trajetória política, o que foi levantado por Marengo e Serna, 1997 (apud. BRAGA, ROCHA, VIEIRA, 2021). Na segunda seção deste capítulo, investigam-se outras explicações para esse fenômeno, especialmente relacionadas ao peso dos partidos políticos brasileiros -

diferentes correntes da literatura atribuem a capacidade de coordenação política desses atores de maneiras distintas.

Em outro estudo, Amaral e Pinho (2018) se propuseram a examinar as diversas formas com que os parlamentares brasileiros utilizavam o Twitter, antes, durante e após as eleições, e qual a relação desse uso com os resultados eleitorais, analisando principalmente a presença na rede (e, além disso, fatores como número de seguidores e publicações).

Os autores apontam que candidatos com pretensões eleitorais publicaram mais e eram mais referenciados, ao passo que aqueles que não concorriam utilizavam menos a rede. Candidatos à reeleição utilizaram a plataforma para promover diretamente suas campanhas, divulgando slogans e número de votação e ganhando popularidade ao longo do pleito. Há ainda uma diferença entre aqueles que não concorriam naquelas eleições: senadores no meio de seus mandatos continuaram sendo ativos nas redes sociais, enquanto os deputados que estavam prestes a encerrar seus mandatos e não concorriam publicaram bem menos e eram menos populares. Esses resultados indicam que os políticos estão usando o Twitter de maneira pragmática para conquistar votos, sendo um importante incentivo na arena eleitoral. Os autores atribuíram estes resultados a um comportamento individualista e personalista das campanhas brasileiras, causado pela baixa institucionalização dos partidos políticos (MAINWARING, 2001/2001; TEIXEIRA, 2004 apud. AMARAL, PINHO, 2018).

Já em trabalho que analisou o contexto brasileiro em perspectiva comparada, Vieira (2017) se debruçou sobre o uso de redes sociais por parlamentares no Brasil, Chile e Uruguai. Para classificar o uso de tecnologias digitais nesses países, a autora tomou por base também o índice de personalização de Carey e Shurgart (1995). A classificação da personalização em cada país se apresentou da seguinte forma, em grau crescente de personalização: Uruguai, Chile e Brasil.

Nos achados da pesquisa, as características individuais - como idade, gênero e profissão - desempenharam um papel mais significativo na compreensão da apropriação do Facebook pelos deputados brasileiros e, em menor medida, pelos deputados chilenos. No entanto, no caso do Uruguai, não se pode afirmar que essas qualidades dos representantes seja um fator determinante para o uso dessa rede social; nota-se que as características individuais dos parlamentares uruguaios têm pouca ou nenhuma influência na adesão e no uso das plataformas de internet, incluindo o Facebook.

Ainda, para Vieira, os dados encontrados demonstram que a personalização do sistema eleitoral tem um impacto significativo na forma como as tecnologias digitais são adotadas. Existe uma associação entre os sistemas eleitorais, o uso das plataformas digitais e o

Facebook: no Brasil, onde o sistema eleitoral apresenta um maior incentivo à personalização e à centralização na imagem dos representantes, os parlamentares demonstraram uma adesão e frequência elevadas no uso das tecnologias digitais. No Chile, a apropriação e uso das plataformas da internet foram considerados moderadamente altos, o que a autora correlaciona com uma maior força dos partidos políticos, que não encorajariam os parlamentares chilenos a adotarem individualmente as tecnologias digitais. Já no Uruguai, onde o sistema de representação é baseado em lista fechada e os partidos são fortes e coesos, há menos incentivo para a adoção individual das plataformas da internet.

A autora afirma que o modo de uso das TICs por parte dos parlamentares brasileiros ocorre de forma individual, sem a necessidade de mediação partidária. O Chile também se aproxima desse modelo, embora os incentivos para o uso individualizado das plataformas de internet sejam menores do que na comparação com o Brasil. Por outro lado, o Uruguai representa o oposto. A forma de apropriação das TICs pelos representantes de lá indicaria que partidos políticos e outras instituições desempenham um papel mais importante no processo de mediação política. Consequentemente, o estímulo para a apropriação individualizada das tecnologias digitais é minimizado em face dos interesses coletivos e partidários. Nesse caso, a usabilidade institucionalizada da internet é mais incentivada, o que pode resultar em um distanciamento entre os cidadãos e seus representantes (CERVI, 2012, apud VIEIRA, 2017).

Portanto, a autora considera que o uso de internet levaria a uma maior apropriação entre representante e representados. Ainda, ela chegou à conclusão de que a personalização é o fator mais eficaz para explicar como os representantes usam as plataformas, em detrimento da inclusão digital e do grau de confiança no sistema político dos países.

Mapeando as motivações e as práticas dos congressistas nas plataformas de internet e mídias sociais, Barros et al. (2021) analisaram as estratégias adotadas em diversas redes (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, WhatsApp, Telegram e LinkedIn) por meio de *surveys* respondidos pelos assessores parlamentares. A maioria dos parlamentares tem equipes que adotam estratégias distintas para cada rede social - 65% deles. Isso indica que fatores geracionais podem estar presentes, além de outras questões como letramento digital. Também é um indício de que uma atuação especializada em redes não é vista como essencial para uma boa parte dos parlamentares e ajuda a dimensionar o peso desse recurso político.

Mais do que servir como uma via de contornar os atores da mídia tradicional ou os atores dos partidos políticos, redes sociais também podem servir, no caso brasileiro, para driblar canais institucionais do Congresso, como a TV Câmara - mais de 36% do conteúdo disponibilizado no YouTube é relacionado a atividades que acontecem dentro da casa, como

sessões do Plenário e pronunciamentos. Já as duas redes de compartilhamento de mensagens privadas são preferidas ao Twitter - isso denota que os gabinetes estão mais ocupados em fornecer informações segmentadas, propaganda política e notícias selecionadas, o que é favorecido por essa rede. É, novamente, uma escolha que prioriza o espaço privado em detrimento de outro coletivo. Destaca-se que o Telegram é o espaço em que se favorece a comunicação com lideranças partidárias, assessores e políticos de outros níveis da Federação; redes sociais também fornecem uma outra forma da elite política se comunicar.

Os autores frisam que a atuação pessoal dos congressistas e a agenda de suas bases eleitorais são o foco de divulgação nas redes; o principal propósito das TICs seria criar a própria marca pessoal do parlamentar. Isso seria mais um indício de individualização dos mandatos em detrimento das instituições políticas. Os parlamentares buscariam se dissociar do Congresso e de seu partido político, não divulgando pautas legislativas ou debates na Casa.

Em outro trabalho, dessa vez relacionado com a formação de agenda, Almeida (2017) verificou que as postagens nas redes sociais dos deputados federais desempenham um papel importante na indução de debates e no engajamento dos cidadãos. O foco dessa análise é especialmente de uma base mobilizada nas redes sociais (nesse caso, no Facebook) desses representantes, o que a autora chama de *ciber-base*. Contudo, nem sempre os parlamentares reconhecem a importância desse mecanismo de agendamento e dessa base para seus mandatos; da mesma forma, nem sempre a participação se traduz em interação entre representante e *ciber-base*.

Para a autora, essa base localizada na internet está interessada em um certo tipo de agendamento, chamado de agendamento por alarme de incêndio - ou seja, chamando a atenção para determinados tópicos ou questões, criando um senso de urgência ou alarme entre os usuários on-line. Essa forma de agendamento envolve um certo tipo de mobilização da *ciber-base*, que direciona o foco das discussões para assuntos específicos, muitas vezes com a utilização de declarações provocativas ou chamativas. Muitas vezes, esse tipo de postagem da *ciber-base* não está relacionado à publicação principal feita pelo perfil do representante. Assim, as pessoas trazem certas pautas mesmo em postagens que não estão diretamente relacionadas aos assuntos que gostariam de abordar. Para Nascimento (2017, apud ALMEIDA, 2017), esse movimento indica um desejo por maior participação e interação por parte da *ciber-base*.

Ainda, afirma-se que este agendamento de informações nas páginas dos parlamentares tem o potencial de diminuir o déficit de participação vivido pelos legisladores no sistema político brasileiro. O estímulo dado pelos deputados, o espaço e incentivo oferecidos são

fatores determinantes para o engajamento dos cidadãos em suas páginas. Alguns parlamentares já compreenderam o potencial desse mecanismo e o utilizam de maneira consistente, o que traria benefícios tanto para eles quanto para a base. No entanto, para a autora, a maioria dos parlamentares ainda não percebeu completamente as oportunidades de comunicação robustas oferecidas pelas mídias sociais, especialmente o Facebook.

Outro trabalho, de Araújo, Travieso-Rodríguez e Santos (2017), aborda a análise de comportamento político online, incluindo estratégias de comunicação e categorização de participação política em mídias sociais, com foco em comentários de parlamentares brasileiros no Facebook. Focou-se na participação política através de conversas e narrativas de engajamento cívico, como *accountability* e posicionamento do eleitorado. Com metodologia qualitativa, o estudo abordou poucos perfis parlamentares, mas algumas premissas teóricas e conclusões são interessantes para este trabalho.

Os autores consideram comentários no Facebook como formas mais diretas de diálogo, indo além de simples interações como curtir ou compartilhar. Para eles, comentar envolve uma contribuição ativa para a conversa e é uma participação mais substancial, permitindo aos usuários se posicionar sobre a política em si. Nessa categoria, estão englobadas mensagens que refletem as escolhas dos usuários, que podem incluir aprovação, apoio, crítica a terceiros e opiniões sobre conteúdos. Grande parte dos indivíduos comentando em páginas de políticos à época buscava se posicionar em relação a uma medida política de um congressista (45,3%) ou buscar *accountability* (25,8%); em terceiro lugar (21,8%), apareciam aqueles que buscavam demonstrar a adesão em relação ao agente político.

A premissa teórica é de que o Facebook fornece uma nova forma de mediação política e participação democrática:

Mídias sociais como o Facebook possibilitam ao cidadão, além de obter informação sobre questões relativas ao mandato de um parlamentar ou conhecer as propostas de um determinado candidato em período eleitoral, o poder de se engajar no debate político e na prática participativa democrática, tendo uma formação diferenciada sobre as questões políticas de seu interesse.

(ARAÚJO, TRAVIESO-RODRIGUES e SANTOS, 2017, p. 208)

Observa-se que essa visão contrasta com a de Mundim, Vasconcellos e Okado (2022), apresentada no início deste capítulo, para quem a possibilidade desse vínculo, na forma em que acontece, enfraquece a democracia, por não se basear numa conexão real e sim numa simulação de conexão e de autenticidade no vínculo eleitoral; também trazem ecos das visões cyber-otimistas e pessimistas presentes no capítulo 1. Fica claro o desejo de participação política por parte dos eleitores; o que precisa ser definido são as consequências dessa forma de mobilização para a democracia.

Por fim, em outro trabalho, Almeida et al. (2020) buscaram identificar as atividades dos parlamentares nas redes e a relação entre eles e sua *ciber-base* que vai além da *constituency*. As autoras chegaram à conclusão de que essa base e os parlamentares utilizam as redes de diferentes formas, interagindo de diferentes maneiras - não há uma relação direta entre engajamento da base on-line e interação dos parlamentares, sendo que poucos utilizam as plataformas para interação ou de forma a indicar uma maior participação política. À época em que os dados foram levantados, apenas dois parlamentares possuíam um alto índice de uso dessas plataformas: Jean Wyllys e Jair Bolsonaro, sendo que este último foi o deputado que mais conseguiu mobilizar os usuários. Grande parte dos parlamentares não utilizava muito suas páginas, e tampouco havia uma base nelas presente.

Assim, dois destes trabalhos trataram de como o grau de personalização do sistema brasileiro de Carey e Shugart (1995), pensando principalmente na descentralização proposta na lista aberta, se relaciona diretamente com o uso de tecnologia por parlamentares no Brasil. Referências à personalização e consideração do sistema institucional brasileiro como incentivador desta forma de representação se fazem presentes em grande parte destes trabalhos. De outro lado, também apresentam como o comportamento parlamentar nas redes de fato é personalista - não se trata apenas de uma característica do sistema político, mas também de um incentivo das plataformas.

Dessa maneira, vale abordar os incentivos oferecidos pelo sistema brasileiro para a personalização e qual o papel dos partidos políticos nas instituições do país. Os dois últimos trabalhos servem para se pensar como, com novos incentivos para a formação de agenda, o uso de TICs pode alterar a relação entre os parlamentares e seu modo de atuação.

Essa literatura demonstra que há um avanço significativo no mapeamento de padrões de uso de TICs por parlamentares brasileiros, inclusive na relação com seus eleitores. O flanco a ser explorado é como o sistema político e eleitoral brasileiro condiciona esse uso - e, em outra via, como esse uso é capaz de alterar as instituições. Apenas a personalização não é capaz de explicar, como também já foi sistematizado. Voltando aos esquemas de representação de Zittel, para entender o efeito do uso da tecnologia na representação, é preciso estabelecer quais as condicionantes. Como a literatura institucional sobre o assunto tem evoluído desde a Constituição de 1988, pretendemos, na próxima seção, analisar quais poderiam ser os caminhos a serem trilhados.

4.2 A personalização e o sistema político e eleitoral brasileiro

Neste trecho, buscamos fazer uma retomada da literatura sobre a personalização, partidos políticos e as instituições políticas no Brasil, focando em como ela interfere nos trabalhos legislativos e na arena eleitoral. Essa discussão importa porque, se a personalização é afetada pelas redes sociais (ou se ela que interfere na apropriação desse uso de tecnologia), é necessário entender como isso acontece - quais os aspectos em que seus efeitos são mais sentidos e como o uso de NTICs pode alterá-los ou não.

A literatura institucionalista do país se debruça sobre esse tema há algum tempo; a partir daqui, pretende-se fazer uma breve retomada desses trabalhos. Antes de se propor a fazer uma revisão exaustiva da literatura sobre personalismo e conexão eleitoral do Brasil, o objetivo é demonstrar como a personalização, o sistema eleitoral e a atividade legislativa são há muito alvo de debate na literatura de ciência política no país, apresentando uma gama de nuances.

Na década de 90, trabalhos como o de Ames (1995) e de Carey e Shugart (1995) apontaram que o grau de personalismo do sistema eleitoral brasileiro poderia determinar a forma como candidatos são escolhidos pelos eleitores. Não apenas isso, esse argumento também revelava que isso teria efeitos no modo como acontece a atividade parlamentar.

Ames (1995) se debruça sobre a questão de como as pessoas escolheriam seus candidatos no Brasil, a partir do sistema de lista aberta. O autor reflete sobre a questão de como parlamentares eleitos poderiam fidelizar sua base eleitoral e conquistar votos. O argumento é que os representantes teriam fortes incentivos para adotar estratégias eleitorais direcionadas apenas para os distritos onde são eleitos, tendo menos para adotar uma atuação centralizada e voltada ao cenário nacional.

Carey e Shugart (1995), de maneira semelhante, apontam que o sistema brasileiro oferece muitos incentivos para que os legisladores cultivem o voto pessoal e sua própria reputação individual, em detrimento da de colegas do mesmo partido. Para os autores, as instituições do país incentivam os parlamentares a perseguirem esse tipo de conexão com seus eleitores – individualizada e voltada no cultivo de um vínculo direto com a própria base eleitoral. Parte da literatura vai adiante, afirmando que esse laço pode ser desenvolvido através de projetos clientelistas (COX e MCCUBBINS, 2001; SHUGART, 2005, apud NICOLAU, 2002).

Nesse sentido, Nicolau (2006) destaca o impacto da lista aberta na competição interna dentro dos partidos: os candidatos mais votados de um determinado partido ou coligação são

aqueles que são eleitos pela via majoritária, o que levaria os candidatos a buscarem por mais votos do que outros supostos aliados dentro do mesmo partido para que possam ocupar uma cadeira. Esse estímulo à competição intrapartidária seria mais um elemento a levar ao enfraquecimento da figura do partido político, em contraposição a um efeito da lista fechada que seria o de estimular a competição entre os partidos políticos. Além disso, para o eleitor, o candidato seria mais importante do que o partido; uma das evidências apresentadas são os poucos votos em legendas partidárias em comparação àqueles direcionados a um candidato específico (NICOLAU, 2006).

Esses incentivos à competição intrapartidária e enfraquecimento dos partidos políticos são evocados em diversos momentos na literatura vista na seção anterior, especialmente para explicar os padrões de uso dos parlamentares brasileiros, bastante elevado, voltado à figura do parlamentar e que se intensifica em período eleitoral. Nesse sentido, abre-se espaço para compreender melhor qual o papel de outros agentes, como colegas de partido e outras autoridades políticas, que são trabalhados dentro das redes - afinal, parlamentares também utilizam essas plataformas para sinalizar posicionamentos a seu eleitorado, além de se comunicar diretamente com a elite política.

Além disso, para Freitas e Guarnieri (2018), essa abordagem da literatura institucionalista foca no efeito imediato da lista aberta - se o eleitor é quem escolhe a figura eleita dentro dos candidatos da lista, isso significa que as lideranças partidárias não têm o controle para determiná-los. Esse reflexo de enfraquecimento aconteceria especialmente nas lideranças a nível nacional, já que apenas a eleição para a Presidência acontece nessa esfera; as eleições para outros cargos acontecem a nível municipal e estadual. Além disso, parlamentares têm interesses em cooperar com seus colegas, líderes partidários e com o Executivo que detém amplos poderes legislativos e diversos recursos.

Dessa forma, segundo os autores, essa literatura destaca a influência limitada das lideranças sobre os recursos disponíveis. Além disso, enfoca na conexão frágil entre partidos e cidadãos, que não seriam socialmente enraizados na vida política nacional. Diante dessa realidade, os partidos políticos teriam uma capacidade reduzida de coordenar tanto a esfera eleitoral quanto a esfera legislativa. Os parlamentares reagiriam exclusivamente aos estímulos vindos da arena eleitoral. Se não houvesse coordenação e seleção dos candidatos nesse momento, parlamentares não se comportariam de maneira coesa, focando em enviar políticas diretamente nos seus redutos eleitorais e na própria reputação com vistas às próximas eleições.

Dessa maneira, o ponto dos autores é que existem incentivos no sistema brasileiro para que a conexão eleitoral seja cultivada de maneira personalizada, especialmente em função do sistema de lista aberta. Mas partidos detém diversos recursos e são capazes de coordenar a ação política nos trabalhos legislativos (Freitas e Guarnieri, 2018). A questão que resta em aberto para a literatura, que se divide em dois eixos a partir da pergunta de quem seria o principal detentor dos recursos, e é o foco do processo: se são os partidos ou o Executivo. No primeiro caso, os partidos estão no centro e coordenariam o processo e condicionariam a atuação do Executivo. No segundo caso, a distribuição de recursos para os parlamentares não passaria pelos partidos, que não teriam recursos o suficiente para centralizar o processo, e seriam feitas diretamente com os indivíduos, focados em levar recursos para suas bases.

Numa terceira fase, a literatura começa a superar esse paradoxo entre partidos fracos na arena eleitoral e fortes na arena do Legislativo (Freitas, Guarnieri, 2018). A personalização, a ênfase em si mesmo e na própria eleição, não é a única via possível para um candidato. Existem recursos no sistema eleitoral para que os parlamentares se associem ao Executivo e a seus respectivos partidos, capazes de apresentar certa coordenação nesse aspecto.

Como exemplo, para um parlamentar, estar associado a partidos que são conhecidos - inclusive por terem ocupado a presidência, como é o caso de PT e PSDB - significa maiores chances de serem eleitos (MESQUITA, 2016, apud CHEIBUB, SIN, 2020). Além disso, a competição intrapartidária tem efeitos distintos do que se esperaria inicialmente - candidatos tendem a não disputar votos entre seus colegas, cada qual estabelecendo sua própria relação dentro dos distritos (CHEIBUB, SIN, 2020). Isso oferece uma relação para que eles também reforcem seus partidos e este vínculo.

No caso do uso de TICs, é relevante ter essa capacidade dos partidos e dos agentes políticos em mente para elaborar uma moldura teórica que consiga explicar como a absorção das tecnologias aconteceu no país. Mais do que isso, compreender como este incentivo altera a balança institucional pode auxiliar a explicar o comportamento dos atores e pode ser uma peça de quebra-cabeça importante do funcionamento das instituições brasileiras.

4.3 Considerações finais do capítulo

As duas agendas aqui apresentadas, sobre comunicação política e as instituições legislativas, estão preocupadas em grande parcela com os mesmos problemas - em entender qual o papel dos políticos enquanto indivíduos e qual o papel das outras instâncias de

representação, em especial os partidos políticos. Contudo, utilizam enfoques e pontos de partida teóricos diferentes.

A literatura sobre comunicação política utiliza principalmente os incentivos à personalização presentes no sistema eleitoral brasileiro para explicar os resultados encontrados em seus trabalhos. Os elevados índices da atividade parlamentar nas redes, os padrões de uso próximo ao período eleitoral e a relação de marketing pessoal que os políticos têm com as redes são achados dessa literatura que apresentam correlação com esses fatores.

Já a institucionalista está preocupada em entender qual o papel da personalização no sistema eleitoral e legislativo - quais os limites de atuação de cada ator político, quais os recursos disponíveis para cada um e como eles são colocados na mesa. Partidos políticos, agentes de outros poderes e instâncias possuem recursos de interesse para parlamentares e candidatos. Compreender essa interação é o objeto de interesse desse campo de pesquisa.

Antes de serem posições antagônicas, ambas podem avançar conjuntamente. Se a internet alterou o Congresso brasileiro e a balança dos recursos disponíveis para cada ator - afinal, TICs oferecem incentivos para a personalização e um vínculo eleitoral que deixa o partido político em segundo plano -, a literatura em comunicação política demonstra não apenas a relevância do estudo da área, mas como TICs são capazes de explicar e, além disso, mudar o comportamento parlamentar. Resta explicar de que maneira esse recurso é capaz de alterar a paisagem política, antes de apenas ser explicado pelo sistema institucional.

Assim, com base no que se viu até aqui, é possível explorar três flancos que ainda não foram cobertos por pesquisas sobre mídias sociais e política: a relação entre os partidos políticos e os parlamentares, incluindo com seus colegas de partido; entre os atores de diferentes poderes políticos, em especial do Executivo e do Legislativo; e o que está sendo alterado na forma como a representação acontece de maneira geral. Nos dois primeiros casos, é uma análise de como as instituições condicionam a comunicação; no último, a relação se inverte, e são os efeitos da comunicação política sobre a mudança política.

No que tange o primeiro tópico, até este momento, a literatura sobre redes sociais e instituições políticas brasileiras se debruça sobre o grau de personalização do sistema eleitoral brasileiro. De fato, há diversos incentivos para que os candidatos atraiam a atenção para si, mas isso não implica a total obliteração dos partidos. Esses dados aparecem em Braga et al. (2021) quando se verifica, por exemplo, que há uma forte correlação entre partido político e websites de parlamentares.

Mais do que isso, é possível pensar nos diferentes estímulos que surgem para a personalização. Como visto no capítulo 1, essa tendência não é algo novo que surge na

política com a intensificação do processo do uso de redes - todavia, ela pode causar uma aceleração nesse processo. Por exemplo, se Cheibub e Sin (2020) apontam que os candidatos buscam diferentes *constituencies*, não apenas geograficamente, mas também com outras características distintas, pode-se perguntar se essas características se alteram com novos mecanismos de campanha eleitoral. Muda-se a relação de causa e efeito: é apenas o grau de personalização do sistema eleitoral que determina padrões de usos de NTICs, mas o uso dessas ferramentas também é capaz de alterar o sistema político.

O segundo tópico pode ser exemplificado pela eleição de Jair Bolsonaro em 2018, aliada à renovação do Congresso Nacional impulsionada por partidos de direita. Há a possibilidade de se pensar em como o uso de TICs permite a associação entre candidatos políticos de poderes diferentes, ou quais os limites da tecnologia face a outros recursos institucionais. Além disso, nos trabalhos legislativos, os partidos políticos e o Executivo têm recursos para constranger os deputados a agir cooperativamente. Com um novo recurso, que permite contornar obstáculos para a comunicação direta com a *constituency*, esses incentivos permanecem os mesmos? Os parlamentares se comportarão da mesma forma? São perguntas relevantes, especialmente ante as constantes mudanças na forma como acontece o diálogo entre o Legislativo e o Executivo.

Por fim, é curioso como em Araújo, Travieso-Rodríguez e Santos (2017), o uso de comentários no Facebook e a movimentação nas páginas de políticos evoca efeitos distintos daqueles que MUNDIM, VASCONCELLOS, OKADO (2022). No primeiro caso, esse mecanismo é visto como algo que pode incentivar a participação e democratização; no segundo, é instrumentalizado pelo populismo político. Isso demonstra que a tecnologia em si não é capaz de causar um ou outro fenômeno, mas sim o seu uso pelas instituições políticas e pela sociedade. Ainda há muito o que entender em como esses mecanismos alteram o fazer político e a democracia.

Considerações finais

Esta pesquisa se debruçou sobre a pergunta de como internet e redes sociais agregam valor aos trabalhos parlamentares e à representação política. Uma tarefa difícil, mas que ganhou maior relevância especialmente no período em que esta dissertação começou a ser pensada - a recente eleição de Jair Bolsonaro e a pandemia da COVID 19 trouxeram novos contornos à questão. O Legislativo ganhou proeminência, a sua forma de atuação mudou, e a presença on-line dos deputados e senadores estava no centro das discussões. Esta pesquisa se debruçou sobre um pequeno ponto de um panorama complexo, buscando elucidar as questões teóricas que norteiam a representação e que explicam como ela se altera com a internet.

No primeiro capítulo, frisou-se a relevância do tema. Já no segundo focou-se na relação entre representação e redes sociais - as transformações na democracia representativa relacionadas à forma como o laço entre representantes e representados, a qualidade da democracia e quais os novos elementos que TICs apresentam para mudar este quadro. O terceiro capítulo apresentou modelos teóricos para mapear estas mudanças e as consequências encontradas em pesquisas empíricas. Por fim, o quarto capítulo trouxe a literatura brasileira e como conjugar a discussão sobre comunicação política e instituições do país.

Uma discussão relevante é que as consequências da internet e redes sociais não são um debate inteiramente novo ou desconhecido para o campo da ciência política; são antes o aprofundamento de tendências que já vinham sendo discutidas pela disciplina, como demonstrou a discussão sobre metamorfoses da democracia. Porém, há novos incentivos na mesa, e não está totalmente claro as consequências que apresentam para a forma como a representação acontece. Para a discussão avançar, entender o papel dos agentes institucionais e como se relacionam com os cidadãos é fundamental. TICs não fornecem apenas uma consequência para seu uso: não são elas em si que pioram a democracia, ou fornecem maior participação popular; isso precisa da mediação dos atores políticos e da sociedade.

A discussão sobre cyber-otimismo e cyber-ceticismo demonstra isso: o mesmo meio de comunicação e suas potencialidades podem ser vistos como algo que melhora ou piora a representação; mas é uma combinação entre eles e a forma como os agentes usam que define isso. Apesar disso, se notam efeitos negativos para a democracia, em especial ao se considerar que se trata de um espaço público regulado por agentes privados. A apropriação também acontece de maneira diferente por agentes à esquerda ou à direita do espectro político, e parece ser mais favorável para políticos populistas. Resta delimitar qual o papel das redes na ascensão desse tipo de discurso - quais as constrições que são apresentadas pelos agentes políticos, que inibem ou possibilitam seu avanço.

Uma possibilidade para compreender o efeito do fenômeno na representação é o retorno às categorias apresentadas por Manin - as eleições periódicas em intervalos regulares, a independência dos representantes políticos, liberdade de opinião pública e tomada de decisões políticas após debates. Elas fornecem bons pontos que podem ser avaliados pela literatura: como a conexão eleitoral acontece, como parlamentares tomam decisões e as restrições apresentadas pela sua base e por outros atores políticos, como a arena pública se relaciona com parlamentares eleitos e qual o papel das discussões políticas. Essas questões são de interesse da literatura, e essa categorização pode apresentar maneiras mais claras de entender como a representação política é afetada.

Nesse sentido, quando este trabalho começou a ser elaborado, pensou-se que seria encontrada uma via para entender como a representação política mudou. A mudança teria sido geracional ou institucional? Não parece ter sido apenas uma ou outra, mas de múltiplas formas.

Apesar disso, há um fio comum nas pesquisas empíricas: é a contraposição entre personalização e outras instâncias de representação, que apresenta forte correlação com uso de TICs. Essa tendência está mapeada; além de qual o sentido de personalização em cada uma das pesquisas, resta entender quais as consequências dessa forma de relacionamento para diferentes searas, em especial o Parlamento e os partidos políticos, saindo do uso individual e passando para as consequências para a representação em si. O ponto de partida deste trabalho é que a literatura sobre instituições e sobre comunicação política caminhavam em separado, uma tendência que não é recente (MIGUEL, 2002). De fato, isso acontece - mas existem pontos em comum.

A literatura em comunicação política poderia se beneficiar com incorporação de novas descobertas feitas pela literatura institucionalista, em especial os limites à personalização que as instituições colocam e os incentivos para a cooperação dos agentes políticos. Por outro lado, a literatura em Ciência Política não pode ignorar o papel cada vez maior que o uso de TICs apresenta. No Legislativo, viu-se que é cada vez mais intenso e ocupa grande parte dos trabalhos parlamentares; que é capaz de alterar a agenda política; que a conexão eleitoral mudou.

Conjugar esses dois campos permite compreender o que é causado pelas redes sociais e o que é efeito do sistema político. O atual contexto político brasileiro e mundial apresenta imensos desafios para a democracia, e redes sociais são constantemente responsabilizadas pela ascensão do populismo. Antes disso, porém, foram vistas como as responsáveis pela queda de líderes autoritários e grandes revoltas populares contra regimes autocráticos.

Compreender como as instituições absorvem essa nova ferramenta, nas diversas maneiras em que isso vem acontecendo, é uma forma de entender a paisagem política que se altera tão velozmente a nossos olhos.

Referências Bibliográficas:

ALMEIDA, Helga do Nascimento de. Análise dos usos das NTICs pelos parlamentares brasileiros: Um estudo sobre o Facebook e o Twitter pelos deputados federais brasileiros em 2013. **Encontro Nacional da ANPOCS**, v. 38, p. 1-30, 2014.

ALMEIDA, Helga do Nascimento de. **Representantes, representados e mídias sociais: mapeando o mecanismo de agendamento informacional**. 2017. Tese (Doutorado em Ciência Política). Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2017.

ALMEIDA, Helga do Nascimento de; PEREIRA, Marcus Abílio Gomes; FERREIRA, Maria Alice Silveira; QUINTÃO, Thales Torres. “Tamo junto?” Parlamentares e mídias sociais: uma tipologia dos padrões de atuação de deputados federais no facebook. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 23, 2020. DOI: 10.5216/sec.v23i.59035. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fcs/article/view/59035>. Acesso em: 08/08/2023.

AMARAL, Marcelo Santos; PINHO, José Antonio Gomes de. Eleições Parlamentares no Brasil: O Uso do Twitter na Busca por Votos. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, p. 466-486, 2018.

AMES, Barry. Electoral rules, constituency pressures, and pork barrel: bases of voting in the Brazilian Congress. **The Journal of politics**, v. 57, n. 2, p. 324-343, 1995.

ANSTEAD, Nick; CHADWICK, Andrew. Parties, election campaigning, and the Internet: Toward a comparative institutional approach. In: **CHADWICK, Andrew; HOWARD, Philip (orgs). Routledge handbook of internet politics**. London: Routledge, 2008. p. 56-71.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; TRAVIESO-RODRÍGUEZ, Crispulo; SANTOS, Sarah Rúbia de Oliveira. Comunicação e Participação Política no Facebook: análise dos comentários em páginas de parlamentares brasileiros. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 27, n. 2, p. 279-290, 2017.

BARBER, Benjamin. Three scenarios for the future of technology and strong democracy. **Political Science Quarterly**, v. 113, n. 4, p. 573-589, 1998.

BARBERÁ, Pablo; CASAS, Andreu; NAGLER, Jonathan; EGAN, Patrick; BONNEAU, Richard; JOST, John; TUCKER, Joshua. Who leads? Who follows? Measuring issue attention and agenda setting by legislators and the mass public using social media data. **American Political Science Review**, v. 113, n. 4, p. 883-901, 2019.

BARROS, Antonio Teixeira; BERNARDES, Cristiane Brum; RODRIGUES, Malena Rehbein. Atuação parlamentar virtual: as estratégias dos deputados federais em seus websites. **E-Legis**, v. 6, p. 18-42, 2015.

BARROS, Antonio Teixeira; BERNARDES, Cristiane Brum; FARIA, Cristiano Ferri Soares; BUSANELLO, Elisabete. Presença parlamentar nas mídias sociais: a estruturação dos mandatos digitais na Câmara dos Deputados. **Revista de Informação Legislativa**, v. 58, n. 232, p. 57-86, 2021.

- BENNETT, W. Lance; IYENGAR, Shanto. A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. **Journal of communication**, v. 58, n. 4, p. 707-731, 2008.
- BERGHEL, Hal. Malice domestic: The Cambridge analytica dystopia. **Computer**, v. 51, n. 05, p. 84-89, 2018.
- BERNARDES, Cristiane Brum; LESTON-BANDEIRA, Cristina. Information vs Engagement in parliamentary websites—a case study of Brazil and the UK. **Revista de Sociologia e Política**, v. 24, p. 91-107, 2016.
- BOBBA, Giuliano. Social media populism: features and ‘likeability’ of Lega Nord communication on Facebook. **European Political Science**, v. 18, n. 1, p. 11-23, 2019.
- BOSSETTA, Michael. The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 US election. **Journalism & mass communication quarterly**, v. 95, n. 2, p. 471-496, 2018.
- BRAGA, Sérgio Soares; ROCHA, Leonardo Caetano; VIEIRA, Fabricia Almeida. “Americanização” da representação política virtual? Um estudo comparado das estratégias de comunicação digital por parlamentares de diferentes sistemas políticos. **RIEL — Revista Ibero-Americana De Estudos Legislativos**, n. 05, p. 38-61, 2021.
- CAREY, John M.; SHUGART, Matthew Soberg. Incentives to cultivate a personal vote: A rank ordering of electoral formulas. **Electoral studies**, v. 14, n. 4, p. 417-439, 1995.
- CHADWICK, Andrew. **The hybrid media system: Politics and power**. Oxford: Oxford University Press, 2017.
- CHADWICK, Andrew. **Internet politics: States, citizens, and new communication technologies**. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- CHADWICK, Andrew. Web 2.0: New challenges for the study of e-democracy in an era of informational exuberance. **ISJLP**, v. 5, p. 9, 2009.
- CHEIBUB, José Antonio; SIN, Gisela. Preference vote and intra-party competition in open list PR systems. **Journal of Theoretical Politics**, v. 32, n. 1, p. 70-95, 2020.
- COLEMAN, Stephen; MOSS, Giles. Governing at a distance—politicians in the blogosphere. **Information Polity**, v. 13, n. 1-2, p. 7-20, 2008.
- COLEMAN, Stephen. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age. **New media & society**, v. 7, n. 2, p. 177-198, 2005.
- COLEMAN, Stephen; TAYLOR, John A.; VAN DE DONK, Wim. Parliament in the Age of the Internet. **Parliamentary affairs**, v. 52, n. 3, p. 365-370, 1999.
- D'ALIMONTE, Roberto. How the populists won in Italy. **Journal of Democracy**, v. 30, n. 1, p. 114-127, 2019.

DATA Reportal. **Digital 2023**: United States of America. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-united-states-of-america#:~:text=The%20USA%20was%20home%20to,percent%20of%20the%20total%20population>>. Acesso em: 20 jul. de 2023.

ENDERS, Adam M.; GAINOUS, Jason; WAGNER, Kevin M. Say it again with feeling: Issue ownership and candidate communication using Twitter. **Social Science Quarterly**, v. 103, n. 4, p. 959-974, 2022.

ENLI, Gunn Sara; SKOGERBØ, Eli. Personalized campaigns in party-centred politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. **Information, communication & society**, v. 16, n. 5, p. 757-774, 2013.

EVANS, Heather K.; CLARK, Jennifer Hayes. Gender and attention to and framing of COVID-19 in congressional tweets. **Social Science Quarterly**, v. 104, n. 3, p. 248-257, 2023.

FENNO, Richard F. US House members in their constituencies: An exploration. **American Political Science Review**, v. 71, n. 3, p. 883-917, 1977.

FREITAS, A.; GUARNIERI, F. Neoinstitucionalismo na pós-Constituição de 1988 e as duas visões sobre os partidos políticos no Brasil. **HOLLANDA, C. et al (org). A Constituição de**, v. 88, 2018.

GILARDI, Fabrizio; GESSLER, Theresa; KUBLI, Mael; MULLER, Stefan. Social media and political agenda setting. **Political Communication**, v. 39, n. 1, p. 39-60, 2022.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019.

GRAY, Thomas R.; GUTIERREZ-MANNIX, Carlos. Twitter and the electoral connection. **Social Science Quarterly**, v. 102, n. 6, p. 2881-2893, 2021.

LESTON-BANDEIRA, Cristina. The impact of the internet on parliaments: a legislative studies framework. **Parliamentary Affairs**, v. 60, n. 4, p. 655-674, 2007.

LESTON-BANDEIRA, Cristina. Studying the relationship between Parliament and citizens. **The Journal of Legislative Studies**, v. 18, n. 3-4, p. 265-274, 2012a.

LESTON-BANDEIRA, Cristina. Towards a trustee model? Parliamentary representation in the internet era: the Portuguese case. **Parliamentary Affairs**, v. 65, n. 2, p. 425-447, 2012b.

LIMONGI, Fernando; FIGUEIREDO, Argelina. Bases institucionais do presidencialismo de coalizão. **Lua Nova: revista de cultura e política**, p. 81-106, 1998.

MANIN, Bernard. A democracia do público reconsiderada. **Novos estudos CEBRAP**, p. 115-127, 2013.

MANIN, Bernard. The metamorphoses of representative government. **Economy and Society**, v. 23, n. 2, p. 133-171, 1994.

MANIN, Bernard. **The principles of representative government**. Cambridge University Press, 1997.

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. **Revista Brasileira de Ciência Política**, p. 201-225, 2014.

MIGUEL, Luis Felipe; MEIRELES, Adriana Veloso. O fim da velha divisão? Público e privado na era da internet. **Tempo Social**, v. 33, p. 311-329, 2021.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, p. 155-184, 2002.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Meios de comunicação de massa e eleições no Brasil: a influência simples à interação complexa. **Revista USP**, n. 90, p. 74-83, 2011.

MUNDIM, Pedro Santos; VASCONCELLOS, Fábio; OKADO, Lucas. Redes Sociais e Aplicativos de Troca de Mensagens Instantâneas na Eleição de Jair Bolsonaro como Presidente do Brasil em 2018. **Dados**, v. 66, 2022.

NICOLAU, Jairo. Como controlar o representante?: Considerações sobre as eleições para a Câmara dos Deputados no Brasil. **Dados**, v. 45, p. 219-236, 2002.

NICOLAU, Jairo. **O Brasil dobrou à direita: uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018**. São Paulo: Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2020.

NICOLAU, Jairo. O sistema eleitoral de lista aberta no Brasil. **Dados**, v. 49, p. 689-720, 2006.

NORTON, Philip. Four models of political representation: British MPs and the use of ICT. **The Journal of Legislative Studies**, v. 13, n. 3, p. 354-369, 2007.

O'HARA, Kieron; STEVENS, David. Echo chambers and online radicalism: Assessing the Internet's complicity in violent extremism. **Policy & Internet**, v. 7, n. 4, p. 401-422, 2015.

PARKER, David CW. Following Fenno: Learning from Senate Candidates in the Age of Social Media and Party Polarization. **The Forum**. De Gruyter, p. 145-170, 2018.

PERRIN, Andrew. Social Media Usage: 2005-2015. **Pew Research Center**, outubro de 2015. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>. Acesso em: 20 jul. de 2023.

PODER360. **Tendências de Social Media 2023**. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/03/Tendencias-de-Social-Media-2023-1.pdf>. Acesso em: 20 jul. de 2023.

ROCHA, Camila. **“Menos Marx, mais Mises”**: uma gênese da nova direita brasileira (2006-2018). 2019. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

ROSSETTO, Graça Nascimento; CARREIRO, Rodrigo; REIS, Lucas. Conversação política no facebook: um estudo sobre a crise da água no Brasil”. **Anais do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política**, n.5, Compolitica, Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2015.

ROSSETTO, Graça Penha Nascimento. Fazendo política no Twitter: como os efeitos estimados das mensagens influenciam as ações e os usos da plataforma. **Compolítica**, v. 8, n. 1, p. 97-122, 2018.

SCHÜRMAN, Lennart; STIER, Sebastian. Who Represents the Constituency? Online Political Communication by Members of Parliament in the German Mixed-Member Electoral System. **Legislative Studies Quarterly**, v. 48, n. 1, p. 219-234, 2023.

SILVA, Bruno Castanho; PROKSCH, Sven-Oliver. Politicians unleashed? Political communication on Twitter and in parliament in Western Europe. **Political science research and methods**, v. 10, n. 4, p. 776-792, 2022.

SKOGERBØ, Eli; KRUMSVIK, Arne H. Newspapers, Facebook and Twitter: Intermedial agenda setting in local election campaigns. **Journalism Practice**, v. 9, n. 3, p. 350-366, 2015.

TENSCHER, Jens. MPs and the Internet—an empirically based typology. **The Journal of Legislative Studies**, v. 20, n. 3, p. 305-320, 2014.

THEOCHARIS, Yannis; LOWE, Will. Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment. **Information, Communication & Society**, v. 19, n. 10, p. 1465-1486, 2016.

TORRES, Diego. Quem é Nikolas Ferreira, o deputado federal mais votado do Brasil em 2022. **Jota**. outubro de 2022. Disponível em: <https://www.jota.info/eleicoes/quem-e-nikolas-ferreira-o-deputado-federal-mais-votado-do-brasil-em-2022-27102022> Acesso em: 28 jul. de 2023.

URBINATI, Nadia. Crise e metamorfoses da democracia. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 28, p. 05-16, 2013.

URBINATI, Nadia; MANIN, Bernard. A democracia representativa é realmente democrática?. Entrevista concedida a Helène Landemorre. **DoisPontos**, v. 13, n. 2, 2016.

URBINATI, Nadia. O que torna a representação democrática?. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, p. 191-228, 2006.

VAN ZOONEN, Liesbet; HOLTZ-BACHA, Christina. Personalisation in Dutch and German politics: The case of talk show. **Javnost-the public**, v. 7, n. 2, p. 45-56, 2000.

VIEIRA, Fabrícia Almeida. **Parlamentares e internet: uma análise comparada do perfil de uso das tecnologias digitais por deputados federais e senadores do Brasil, Chile e Uruguai**. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

WEARE, Christopher. The Internet and democracy: The causal links between technology and politics. **International Journal of Public Administration**, v. 25, n. 5, p. 659-691, 2002.

ZITTEL, Thomas. Lost in technology? Political parties and the online campaigns of constituency candidates in Germany's mixed member electoral system. **Journal of Information Technology & Politics**, v. 6, n. 3-4, p. 298-311, 2009.

ZITTEL, Thomas. Political representation in the networked society: the Americanisation of European systems of responsible party government?. **The Journal of Legislative Studies**, v. 9, n. 3, p. 32-53, 2003.