

# A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA CIDADÃ POR MEIO DO TWITTER: O PAPEL DAS MÍDIAS DIGITAIS NA CPI DA COVID-19

*CITIZEN POLITICAL PARTICIPATION THROUGH TWITTER: THE ROLE OF  
DIGITAL MEDIA IN THE COVID-19 CPI*

**Rita de Cássia Santos Silva**

IFSULDEMINAS Campus Passos

rita.s98@hotmail.com

**Danilo Vizibeli**

IFSULDEMINAS Campus Passos

danilo.vizibeli@ifsuldeminas.edu.br

<https://orcid.org/0000-0002-4456-0216>

Recebido em: 24/05/2024.

Aprovado em: 27/05/2024.



DOI: 10.18406/2359-1269v11n42024434.

## Resumo

A Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da COVID-19 de 2021 despertou a participação cidadã em postagens no Twitter e no Instagram. Pretende-se discutir tal participação materializada em enunciados recortados do *corpus* de pesquisa constituído pelas notas taquigráficas das sessões da CPI e alguns perfis no Twitter. Procurou-se perceber e analisar os sentidos veiculados e a repercussão no trabalho dos(as) parlamentares, colocando a mídia digital como uma figura importante no debate público. As análises são fundamentadas na Teoria Crítica da Comunicação, tomando as redes sociais como produtos da indústria cultural que compõem uma esfera pública comunicativa que interfere na democracia. Os resultados apontam as redes sociais como responsáveis por atribuir ao cidadão uma participação dinâmica e inédita, que influenciou, por diversas vezes, senadores(as) na condução das sessões da CPI. Destaca-se, ainda, a necessidade de educar para a participação política através das mídias digitais e impulsioná-la.

**Palavras-chave:** Mídias; Política; Internet; Educação; Democracia digital.

## Abstract

The Parliamentary Commission of Inquiry (CPI) of the COVID-19 of 2021 aroused citizen participation in Twitter and Instagram posts. It is intended to discuss such participation materialized in clipped statements from the research corpus consisting of the CPI sessions' tachygraphic notes and some Twitter profiles. The commission sought to understand the meanings conveyed and the repercussions on the work of parliamentarians, placing the digital media as an important figure in the public debate. The analyses are based on the Critical Theory of Communication, taking social networks as products of the cultural industry that make up a communicative public sphere that interferes in democracy. The results point to the social networks as responsible for giving the citizen dynamic and unprecedented participation, which influenced, several times, senators in the conduction of the CPI sessions. It also highlights the need to educate for political participation through digital media and boost it.

**Keywords:** medias; politics; internet; education; digital democracy.

## Introdução

As mídias, sejam elas digitais ou não, tornaram-se cada vez mais presentes em nosso cotidiano e, conseqüentemente, a sua importância tem se alargado com o passar do tempo, atravessando e modificando nossas formas de comunicação, informação, aprendizado e relacionamentos. É importante

destacar que, mais recentemente, em virtude da Pandemia do Novo Coronavírus (SARS-Cov-2), cuja doença ficou conhecida como COVID-19, as mídias digitais têm ocupado lugar de primazia em nossas vidas. Segundo o jornal Folha de São Paulo (WIZIACK, SOPRANA, 2021), no início de março de 2021, em apenas três dias de quarentena, foi registrado um aumento de 40% no uso da internet banda larga fixa no Brasil, enquanto nas redes móveis esse aumento foi de 15%.

Para se informar, não é mais necessário ir até a banca adquirir um jornal impresso, mídia essa que, segundo pesquisa feita em 2019 pela Câmara dos Deputados (VALENTE, 2019), é consumida por apenas 8% dos(as) brasileiros(as). 50% da população se informa através dos canais de televisão e 79% através da rede social *WhatsApp*. Portanto, as mídias digitais, através da internet, são atualmente a maior fonte de informação.

Podemos inferir que uma das causas para isso, esteja relacionada à velocidade de transmissão e circulação dos fatos. A rede social *Tik Tok*, por exemplo, só permite publicar vídeos de, no máximo, 3 minutos. Segundo a Revista Exame (AGRELA, 2021), o Brasil é o segundo país que mais a utiliza, com 4,72 milhões de usuários, ficando atrás apenas da China, país onde o aplicativo foi originado. Ou seja, representam uma aceleração tanto na obtenção de informações, quanto no seu consumo. Acompanhando essa mudança, alguns jornais criaram *webstories*, que são infográficos pequenos, com textos curtos no formato de carrossel, assim como os *stories* da rede social *Instagram*.

Entretanto, para além disso, a internet possibilita também diferentes formas de participação social e de construções democráticas. Podemos citar as consultas públicas que são realizadas por diversos órgãos públicos através da internet e as mobilizações populares que são feitas ao se “levantar” *hashtags* nas redes sociais. Entre esses exemplos, merecem destaque as participações envolvidas na Comissão Parlamentar de Inquérito da COVID-19, em que usuários de internet, de forma espontânea, recolheram e divulgaram informações nas redes sociais dos(as) senadores(as), além de publicarem, em tempo real, notícias sobre *fake news*, que foram levadas à Comissão pelos(as) seus próprios(as) membros. Essas publicações se deram principalmente no *Twitter* e no *Instagram*. Neste trabalho, o *corpus* da pesquisa, é composto por

alguns perfis do *Twitter*, que serão apresentados na análise, e as notas taquigráficas das sessões da CPI disponíveis no site do Senado Federal.

O objetivo geral deste trabalho é discutir a participação política cidadã, por meio de pessoas comuns da sociedade civil, materializada em enunciados recortados do *corpus*. Como objetivo específico procurou-se perceber os sentidos veiculados e a repercussão no trabalho dos(as) parlamentares, colocando a mídia digital como uma figura importante no debate público.

Como fundamentação teórica do estudo, parte-se da Teoria Crítica da Comunicação, advinda da Escola de Frankfurt, tomando as redes sociais como produtos da indústria cultural que compõem uma esfera pública comunicativa que interfere na democracia.

## **As ferramentas da indústria cultural como meio de participação política**

A internet constitui um espaço favorável para a comunicação e é capaz de romper barreiras ao possibilitar que um indivíduo se coloque em contato com outro que esteja do outro lado do mundo. Isso se dá por vários motivos: por possuir uma quantidade enorme de informações disponíveis; por possibilitar que pessoas de diferentes grupos e classes sociais interajam; entre muitas outras conveniências. Por isso, ela se tornou também um ambiente profícuo para o exercício da democracia através de discussões políticas.

A democracia digital refere-se à experiência da internet e de dispositivos que lhe são compatíveis, todos eles voltados para o incremento das potencialidades de participação civil na condução dos negócios públicos (GOMES, 2005). Dessa importância, cresce a necessidade de educar para as mídias, porque, assim como posto por Temer e Tondato (2008), as mídias não são, por si só, um espaço de exercício da cidadania. É preciso educar e criar uma cultura para que elas o sejam.

As mídias estão no ambiente educativo e fora dele e educam de forma intencional e não intencional, podem e são utilizadas para influenciar hábitos de consumo, manipular opiniões e até mesmo mudar os rumos políticos do país.

As mídias de massa, baseadas na publicidade comercial, precisam de audiências desavisadas, distraídas, embevecidas pelas aventuras dos heróis das ficções ou embaladas por informações fragmentadas, prontas a aceitar sem pensar os argumentos de mensagens publicitárias animadas, coloridas, envolventes (BÉVORT, BELLONI, 2009, p. 1095).

Mais uma vez, reforça-se então a necessidade de educar para a democracia digital. A abundância de meios e chances não formará, *per si*, uma cultura da participação política (GOMES, 2005, p. 221).

A Teoria Crítica da Comunicação é uma corrente desenvolvida pela Escola de Frankfurt. Ela faz uma crítica aos meios de comunicação de massa, na medida em que, alienam os sujeitos nos seus processos de interação. Um dos seus principais conceitos é o de indústria cultural, que seria a transformação das produções culturais em artigos reproduzíveis e consumíveis. Trazendo a Teoria Crítica para os dias atuais, é possível afirmar que as redes sociais da internet fazem parte da indústria cultural, ou seja, são produzidas para contribuir com as estratégias de manipulação e controle social.

As redes sociais mais populares, como *Instagram*, *Whatsapp*, *TikTok*, *Twitter* e *Facebook*, estão repletas de conteúdos que se disseminam rapidamente. Esses materiais são reproduzidos exaustivamente pelos usuários que, através de ferramentas das próprias redes sociais, conseguem fazê-lo sem que seja necessário possuir habilidades específicas em edição de vídeo, por exemplo, ainda que precisem saber utilizar as próprias plataformas. No *Instagram* e no *TikTok*, por exemplo, é possível encontrar diversos vídeos de dublagens. Para reproduzir um deles, basta selecionar o áudio disponível na plataforma e gravar um vídeo. Em segundos, é possível produzir a cópia de um conteúdo.

Com recursos como esses, as redes sociais facilitam e estimulam o consumo e a reprodução em massa de materiais que, na maioria das vezes, não exigem nenhum tipo de reflexão ou questionamento.

O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação; não por sua estrutura temática – que desmorona na medida em que exige o pensamento – mas através de sinais. Toda ligação lógica que

pressupõe um esforço intelectual é escrupulosamente evitada. Os desenvolvimentos devem resultar tanto quanto possível da situação imediatamente anterior, e não da ideia do todo. (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 113).

Essa simplificação colabora para o empobrecimento cultural e para a divulgação e manutenção de padrões.

A indústria cultural realizou maldosamente o homem como ser genérico. Cada um é tão somente aquilo mediante o que pode substituir todos os outros: ele é fungível, um mero exemplar. Ele próprio, enquanto indivíduo, é o absolutamente substituível, o puro nada, e é isso mesmo que ele vem a perceber quando perde com o tempo a semelhança. (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 120).

O indivíduo autônomo, consciente de seus fins, está em extinção, em desaparecimento (MATOS, 1995, p.55). Estes usuários, cada vez mais reprodutores e passivos das redes sociais, são também cidadãos e eleitores. Para a Teoria Crítica, a indústria cultural produz sujeitos alienados, que questionam pouco e aceitam com facilidade o que lhes é imposto. Um reflexo atual desse movimento são as *fakes news*, as notícias falsas, que são amplamente compartilhadas sem que se faça nenhum tipo de verificação prévia.

Em vista disso, recentemente o conceito de alfabetização foi ampliado. Segundo a Unesco (2016), aqueles que se consideram alfabetizados, no sentido antigo de saber escrever, podem não saber como as mídias influenciam a liberdade de expressão, o desenvolvimento, a democracia, a boa governança e a percepção dos eventos que afetam seus cotidianos. As mídias precisam ser colocadas em uma perspectiva crítica, em que se pesem os interesses econômicos, sociais e políticos que estão por trás dos meios.

Portanto, um conceito mais recente de alfabetização abrange também essa leitura crítica. As competências adquiridas pela alfabetização midiática e informacional podem equipar os cidadãos com habilidades de raciocínio crítico, permitindo que eles demandem serviços de alta qualidade das mídias e de outros provedores de informação (UNESCO, 2013).

Assim como trazido por Murdock (1973 apud SIQUEIRA, 2008, p. 1055), os educadores devem principalmente se perguntar o que seus alunos fazem com os materiais midiáticos e não somente o que esses materiais fazem com os

alunos. Portanto, a escola constitui espaço privilegiado para que as novas mídias sejam colocadas em uma perspectiva crítica, explorando suas nuances, enquanto meio de mensagens moldadas por interesses econômicos, sociais e políticos, mas também seus benefícios, utilizando-a como ferramenta para desenvolver competências como autonomia e criticidade e, principalmente, como ferramenta de expressão e participação social.

Diante do desafio em desenvolver competências que permitam às crianças uma atitude crítica e exigente com a mídia, é fundamental que diversos atores – governo, representantes da sociedade, escolas, veículos de mídia, universidades – se unam para estabelecer políticas públicas que reconheçam na educação midiática suas vertentes interdisciplinares (SPINELLI; SANTOS, 2019, p.49).

Na década passada, David Buckingham (2010) defendia que a escola podia desempenhar um papel proativo, ao apresentar tanto perspectivas críticas quanto oportunidades de participação em relação às novas mídias. Entretanto, podemos afirmar que esta já não é mais uma ação antecipatória, mas sim uma necessidade premente, um imperativo.

Constantemente, os usuários do *Twitter* se mobilizam para que alguns termos entrem nos *trending topics* do site. Os *trending topics* nada mais são do que os assuntos mais comentados no momento, ou seja, se muitos usuários estão falando sobre a CPI, o termo ganha um destaque do lado direito do site, para que todos os usuários vejam. Inicialmente pode-se pensar nisto como uma ferramenta sem grandes possibilidades, mas as *hashtags* do *Twitter* são um exemplo otimista de que, mesmo os recursos mais alinhados com os objetivos da indústria cultural, podem ser utilizados de formas mais inusitadas.

Em 2020, o Ministério da Educação realizou uma pesquisa para decidir sobre o adiamento do Exame Nacional do Ensino Médio, por conta da pandemia da Covid-19. Entretanto, o resultado da pesquisa não foi respeitado e decidiu-se que a prova seria realizada em janeiro de 2021, ainda no auge da pandemia. Os estudantes de todo o país se manifestaram através das redes sociais, principalmente do *Twitter*, com a *hashtag* #AdiaEnem. Apesar de não ter alcançado seu objetivo, o movimento alcançou os *trending topics*, conquistou a aderência de internautas de forma geral, mobilizando artistas e influenciadores

e virou assunto nacional. Além disso, foi um espaço em que os estudantes puderam se reunir e se organizar coletivamente.

A mobilização em torno da Comissão Parlamentar de Inquérito da COVID-19, juntamente com a campanha Adia Enem, reforçam essa demanda e o potencial que as novas mídias trazem para uma participação política digital. Entretanto, sendo produtos da indústria cultural, as redes sociais são meios de comunicação de massa e também são usadas para reforçar interesses e seguem padrões, que muitas vezes sequer percebemos que podem ser alterados. Logo, a participação política através das redes sociais também pode seguir essa conformação, quando não refletida ou questionada.

### **Metodologia e análise de dados**

A pesquisa apresenta uma abordagem qualitativa na medida em que busca perceber os sentidos veiculados nas mídias digitais a respeito da CPI da COVID-19 e a sua repercussão no trabalho dos(as) parlamentares, a partir de uma metodologia de análise documental.

Os documentos de análise foram as notas taquigráficas dos depoimentos prestados na Comissão Parlamentar de Inquérito da COVID-19, instaurada pelo Senado Federal, composta por 11 senadores(as) titulares e 7 suplentes e presidida pelo senador Omar Aziz. A CPI foi instalada em 27 de abril de 2021 e tinha seu prazo final marcado para 07 de agosto, mas foi prorrogada até 05 de novembro de 2021.

A finalidade principal da Comissão era apurar a atuação, ou a falta dela, do Governo Federal no enfrentamento da Pandemia da COVID-19 no Brasil. As notas taquigráficas, que são os registros de todas as falas e acontecimentos de uma Comissão Parlamentar de Inquérito, foram disponibilizadas no site do Senado Federal, distribuídas em 19 tomos.

Realizou-se um levantamento nas notas taquigráficas para identificar a frequência com que foram mencionados – seja por depoentes ou por inquiridores(as) –, três termos que interessam para a nossa discussão: a palavra *internet* foi mencionada 127 vezes; o termo *internauta* 91 vezes e a palavra *Twitter* teve 58 menções. Esses números nos mostram que há um

entrelaçamento evidente entre os atores políticos deste caso e os usuários da internet. É importante destacar que em todas as 91 vezes que a palavra *internauta* foi mencionada, fazia-se relação direta com as contribuições dos usuários das redes sociais.

Os três termos acima mencionados foram selecionados tendo em vista que se buscava identificar a participação da esfera civil na CPI através da internet e especialmente da rede social *Twitter*.

O *Twitter* é uma rede de comunicação em formato de *microblog*, que possibilita enviar mensagens de até 280 caracteres, bem como vídeos, fotos e links. Segundo levantamento da Sala de Democracia Digital (2021), da Fundação Getúlio Vargas, entre os dias 10 e 20 de maio de 2021, a CPI da COVID-19 gerou mais de 10 milhões de postagens no *Twitter*. Depoimentos como o de Eduardo Pazuello, ex-ministro da Saúde; Fábio Wajngarten, ex-secretário de Comunicação, e Ernesto Araújo, ex-ministro das Relações Exteriores, geraram, cada um, mais de 1 milhão de tuítes.

No decorrer da análise, buscou-se atentar para todas as participações diretas e indiretas dos internautas, do início ao fim da Comissão Parlamentar de Inquérito da COVID-19. Por participação direta entende-se o envio de materiais por estes aos parlamentares e como participação indireta entende-se todas as menções feitas aos internautas.

### **As redes na Comissão Parlamentar de Inquérito da COVID-19**

A Comissão Parlamentar de Inquérito da COVID-19 ocorreu entre os meses de abril e novembro de 2021 e, ao longo de seu primeiro mês, foram registradas quase doze milhões de publicações relacionadas no *Twitter*, segundo pesquisa levantada pela consultoria Bites (CPI, 2021).

Analisando essa mobilização, pode-se perceber que a rede social foi utilizada não apenas para mobilizações, mas também se tornou um meio de comunicação direta com representantes do poder público, então, conseqüentemente, podemos questionar e refletir seu papel como uma ferramenta de participação política.

Durante a CPI da COVID 19, as redes sociais foram ferramentas para que diversos usuários pressionassem os(as) senadores(as), mas também para ajudá-los com perguntas aos investigados e, principalmente, oferecendo provas para que os(as) senadores(as) pudessem confrontar as alegações dos depoentes. Neste sentido, vale aqui destacarmos cinco contas do *Twitter*: @tesoureiros; @gabineteocio; @jairmearrependi; @desmentindoboço e @camarotedacpi. Segundo reportagem do jornal Metrôpoles (CARONE, ALCANTARA, 2021), essas contas formavam um grupo coordenado para alimentar a CPI com informações.

No principal documento da CPI, o relatório final, apresentado pelo senador e relator Renan Calheiros, constam *prints* dessas e de outras páginas do *Twitter*, que também colaboraram com materiais, além de uma menção de agradecimento em que se destaca a contribuição na denúncia de *fake news*. Mais de 100 reportagens, notícias e postagens em redes sociais relatadas no documento são resultado destas denúncias.

O termo *fake news* ganhou destaque recentemente e foi, inclusive, eleito como a palavra do ano de 2017 pela editora Harper Collins (BBC, 2017). Em tradução livre, a editora define o termo como informações falsas, ou informações verdadeiras, mas utilizadas fora de contexto e para atingir determinados fins, muitas vezes sensacionalistas, disseminadas sob a forma de reportagens ou diversas outras publicações impressas ou digitais.

Para exemplificar, no dia de seu depoimento à CPI, o ex-ministro Eduardo Pazuello afirmou que o aplicativo TrateCov não havia sido colocado no ar oficialmente, mas, sim, por um hacker. O aplicativo recomendava o tratamento precoce, com uma combinação de medicamentos que, até o momento, se comprovaram ineficazes e por vezes prejudiciais, e a plataforma havia sido lançada teoricamente para profissionais de Saúde de Manaus, mas o acesso era livre para qualquer pessoa com acesso à internet.

O usuário @jairmearrependi publicou uma reportagem da TV Brasil, rede de televisão estatal, em que era anunciado o lançamento do aplicativo, comprovando sua oficialidade. Posteriormente, uma auditoria do Tribunal de Contas da União comprovou que não houve ataque hacker na plataforma

(BRASIL, 2021). Comprovava-se então que a informação fornecida pelo ex-ministro estava equivocada.

No dia 6 de julho de 2021, data em que depôs a servidora do Ministério da Saúde, Célia Regina de Oliveira, o usuário @desmentindoboza enviou um vídeo que foi exibido posteriormente na CPI, pelo Senador Randolfe Rodrigues. Abaixo, temos um recorte da postagem do vídeo e também do agradecimento que o usuário faz ao senador, pela exibição:

Figura 1 – Tweet de @desmentindoboza



Fonte: Página @desmentindoboza no Twitter

Podemos encaixar este movimento no que Luís Mauro Sá Martino denomina inteligência coletiva:

O vínculo entre diversas competências, ideias e conhecimentos, articulado na interação virtual entre indivíduos no ciberespaço. As comunidades do ciberespaço constituem-se na troca constante de conhecimento que circulam, são modificados, reconstruídos, aumentados e editados de acordo com as demandas específicas de uma determinada situação. (MARTINO, 2014, p.44)

O *Instagram*, que é uma rede primordialmente de compartilhamento de fotos e vídeos, também foi utilizada na CPI e de maneira bastante inusitada. O senador Renan Calheiros utilizou a função “caixinha de perguntas” da rede para que os internautas enviassem questionamentos a serem feitos para o ex-ministro da saúde, Eduardo Pazuello.

Segundo Maria da Graça Setton (2011), a utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação oferece aos jovens oportunidades de escreverem, lerem e criarem linguagens, então seriam espaços legítimos de criação de sentidos e de uma cultura jovem. Um exemplo disto, é o calendário “Cpipalooza” criado mensalmente pelo usuário do *twitter* @jairmearrependi, para divulgar os depoentes ou, como eles denominavam, as atrações do mês. O calendário faz uma referência ao evento Lolapalooza, um festival de música com público primordialmente jovem.

Figura 2 – Calendário CPIPALOOZA



Fonte: Página @Jairmearrependi no Twitter

Nesse sentido, podemos afirmar que nos deparamos com o processo de formação de um tipo de participação política, em que, através da internet, a esfera civil tem a capacidade de, não apenas se informar, mas também ser fonte de informação e de se comunicar diretamente com os representantes do poder público, bem como de influenciar suas decisões. Para Wilson Gomes, a internet pode assegurar dois dos requisitos principais para o jogo democrático: informação política atualizada e oportunidade de interação (2005).

No site Democracia e Direitos Fundamentais (2021), o criador do perfil anônimo no *Twitter* @tesoueirosdojair relata o seu sentimento em relação à participação na CPI da COVID-19:

Até aquele momento, eu era apenas um cidadão que reclamava do governo na internet. A partir dali me dei conta que, através das redes sociais, eu tinha a oportunidade de participar ativamente do debate político nacional. A ocasião possibilitou que eu começasse a me aproximar de ativistas, produtores de conteúdo, políticos e jornalistas de grandes veículos de mídia. (DEMOCRACIA E DIREITOS FUNDAMENTAIS, 2021)

A internet se constitui como um espaço em que a comunicação pode ser exercida, de fato, de forma multilateral, mas essa colaboração mútua só pode ocorrer a partir de interesses de ambas as partes.

Os(as) senadores(as) envolvidos com a CPI buscavam apoio público para alcançar visibilidade, resultados e efetividade, então a participação civil foi bem quista e desejada. Para atrair a atenção dos mais jovens, o senador Randolfe Rodrigues chegou a “viralizar” na já mencionada rede social *Tik Tok*, com vídeos curtos mostrando os bastidores da CPI (WERNECK, 2021).

Em diversos momentos da Comissão, o senador Renan Calheiros cita os internautas, as provas e perguntas enviadas pelas redes sociais e os agradece. Os registros das sessões da CPI são reunidos em notas taquigráficas, onde ficam registradas todas as falas e ocorrências importantes. Nessas notas, consegue-se encontrar indícios dessa proximidade entre senadores(as) e usuários do *Twitter*. Por vezes, os senadores e senadoras eram interrompidos por assessores(as), mesmo no meio de uma fala, para que as contribuições de internautas viessem à tona.

A pessoa por trás do perfil Tesoureiros do Jair fazia uma espécie de documentação de *fake news* e enviava diretamente aos senadores. Abaixo, temos um exemplo desse trabalho, com uma reunião de notícias falsas propagadas pelo presidente da FUNAG, fundação ligada ao Itamaraty, que foram mencionadas pelo Senador Rogério de Carvalho, em questionamento ao ex-chanceler Ernesto Araújo.

Figura 3 – Contribuição de @Tesoureiros

Aparelhamento ideológico da FUNAG - 27

18/09/2020

**IMPORTANTE:** Durante palestra, presidente da FUNAG recomenda o site Estudos Nacionais.

Esse site aqui:



Fonte: Página @Tesoureiros no Twitter

No Tomo 18 das Atas da Comissão é possível encontrar um trecho em que o Senador Renan Calheiros, relator da Comissão, interrompe a fala do Senador Izalci Lucas para informar que os internautas enviaram novas informações sobre o Ministério da Saúde.

Essa participação tão ativa dos internautas foi, inclusive, o mote para uma discussão em que alguns senadores se colocaram contra essa contribuição. No Tomo 15 se encontram os registros das falas em que os senadores aliados ao governo insinuam que os internautas teriam acesso a documentos sigilosos da Comissão.

Por outro lado, é importante mencionar que nem sempre essa participação será suficientemente organizada e/ou qualificada. Neste caso, por exemplo, a urgência em trazer para a Comissão os fatos reunidos por internautas poderia levar os(as) parlamentares a cometerem erros. É importante observar também que a transmissão ao vivo das sessões, junto com a visibilidade e mobilização alcançadas pela CPI, influenciam os parlamentares de forma que não podemos avaliar. Tomemos como exemplo o início da transmissão das sessões do Supremo Tribunal Federal pela TV Justiça, que interferiu na fundamentação dos votos dos ministros e, conseqüentemente, na duração das sessões.

Portanto, é preciso reconhecer que muitos fatores complexificam e limitam a democracia digital, o que não significa que não se deva analisá-la e explorá-la.

## **Considerações Finais**

Para os cidadãos, a internet pode se converter em uma possibilidade de estar em contato direto com os políticos e de perceber que a sua participação tem efetividade. Entretanto, este movimento não é intuitivo, mas precisa ser ensinado e incentivado.

É necessário formar para a utilização consciente das mídias, em que se tenham elucidados os objetivos e implicações éticas do consumo e da produção envolvidas neste uso. Quem é competente em informação consegue ter um posicionamento crítico, identifica as fontes que são confiáveis e as necessidades informacionais de sua comunidade (LEMOS, OLIVEIRA, 2020). Mas, para além disso, é preciso explorar seus benefícios e seu potencial como ferramenta para desenvolver competências, como autonomia e criticidade, e ainda para utilizá-las como ferramentas de expressão e participação social.

Neste caso, a mídia cumpre o papel de corretivo para a assimetria natural da informação entre governantes e governados (UNESCO, 2010).

É preciso abrir espaço para que a participação política digital seja discutida e analisada, gerando novas percepções a respeito disso e encorajando sua utilização como meio de democracia digital, numa perspectiva de educação progressista e transformadora. As mídias podem e devem constituir um importante meio de exercício da democracia e do desenvolvimento individual e social. Contudo, por mais que a internet ofereça oportunidades inéditas de participação na esfera política, elas só serão aproveitadas se houver uma cultura disposta a acolhê-las (GOMES, 2005).

Dessa forma, a educação para as mídias não se restringe mais em ensinar a fazer a sua leitura crítica, mas também compreende ensinar a se apropriar delas como ferramenta de participação social. Essa abordagem pedagógica colabora para um debate mais informado e complexo sobre os meios de comunicação e isto, em longo prazo, contribui com a nossa democracia.

A participação dos internautas, termo repetido exaustivamente pelo senador Renan Calheiros, teve um papel de destaque na Comissão Parlamentar de Inquérito da COVID-19 e demonstra a capacidade das redes sociais de subverterem os interesses da indústria cultural e ultrapassarem o seu padrão de utilização. A internet oferece numerosos meios para a expressão política e um determinado número de alternativas que podem influenciar os agentes da esfera política (GOMES, 2005, p.220).

## Referências

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: \_\_\_\_\_. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

AGRELA, Lucas. Brasil é segundo país que mais usa TikTok no mundo. **Revista Exame**, 28 set. de 2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/brasil-e-segundo-pais-que-mais-usa-tiktok-no-mundo/>. Acesso em 14 fev. 2022

BEVÓRT, Evelyne; BELLONI, Maria Luiza. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. **Educação e Sociedade**, Campinas, vol. 30, n. 109, p. 1081-1102, set./dez 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2021.

BRASIL. Tribunal de Contas da União. Acórdão nº 1.780/2021. Plenário. Relator: Vital do Rêgo. Sessão de 28/07/2021. Disponível em: <https://pesquisa.apps.tcu.gov.br/#/redireciona/acordao-completo/%22ACORDAO-COMPLETO-2493482%22> . Acesso em: 11 abr. 2021.

BUCKINGHAM, David. Cultura digital, educação midiática e o lugar da escolarização. **Educ. Real.**, Porto Alegre, v. 35, n. 3, p. 37-58, set./dez., 2010.

CARONE, C., ALCÂNTARA, M. Perfis contra Bolsonaro no Twitter pautam senadores na CPI da Covid. **Metrópoles**, 27 mai. 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/perfis-contrabolsonaro-no-twitter-pautam-senadores-na-cpi-da-covid>. Acesso em 14 fev. 2022.

CPI gera quase 12 milhões de publicações no Twitter. **Carta Capital**, 30 mai. de 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/cpi-gera-quase-12-milhoes-de-publicacoes-no-twitter/>. Acesso em 13 jun. 2021

DEMOCRACIA E DIREITOS FUNDAMENTAIS. **Ativismo digital e democracia nas redes**: atuação dos “internautas” na CPI da Covid. Disponível em: <https://direitosfundamentais.org.br/ativismo-digital-e-democracia-nas-redes-atuacao-dos-internautas-na-cpi-da-covid/>. Acesso em 7 fev. 2022

‘FAKE NEWS’ é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. **BBC**. 02 nov. De 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695#orb-banner>>. Acesso em 13 jun. 2021

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v. VIII, n. 3, 2005, p. 214-222.

LEMOS, A., OLIVEIRA, F. Fake News e WhatsApp: um estudo da percepção do efeito em terceiros. **Revista Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, v. 42, n. 1, p. 193 – 227, jan-abril 2020.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MATOS, Olgária C. F. **A Escola de Frankfurt**: luzes e sombras do Iluminismo. 3. ed. São Paulo: Moderna, 1995.

SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 22, dezembro 2003, p. 23-32.

SALA DE DEMOCRACIA DIGITAL. **Agitado pela base de apoio ao governo, debate sobre a CPI da Covid no Twitter contabiliza mais de 10 milhões de menções.** Disponível em: <https://observademocraciadigital.org/posts/agitado-pela-base-de-apoio-ao-governo-debate-sobre-a-cpi-da-covid-no-twitter-contabiliza-mais-de-10-milhoes-de-mencoes/>. Acesso em 19 abr. 2021.

SETTON, Maria da Graça. **Mídia e educação.** São Paulo: Contexto, 2011.

SILVERSTONE, Roger. Mediação. In: SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2005.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. Saberes necessários da educação midiática na era da desinformação. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 3, dez. 2019, p. 45-61. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38112/22326>>. Acesso em 13 de jun. 2021.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; TONDATO, Marcia Perencin. Mídia e cidadania: uma relação na perspectiva histórica. **Revista Inter-Ação.** Goiânia, v. 34, n. 1, p. 75-88, jan-jun. 2009. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/interacao/article/view/6555>>. Acesso em 13 jun. 2021.

UNESCO. **Alfabetização midiática e informacional:** currículo para formação de professores. Brasília: Unesco, 2013. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/images/0022/002204/220418por.pdf>>. Acesso em 19 jun. 2021.

\_\_\_\_\_. **Alfabetização midiática e informacional:** diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília: UNESCO-UFTM, 2016. Disponível em: <<https://www.cgi.br/publicacao/alfabetizacao-midiatica-e-informacional-diretrizes-para-a-formulacao-de-politicas-e-estrategias/>>. Acesso em 18 jun. 2021.

\_\_\_\_\_. **Indicadores de desenvolvimento da mídia:** marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. 2010. Disponível em: <[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102\\_por](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_por)>. Acesso em 13 jun. 2021.

VALENTE, Jonas. WhatsApp é principal fonte de informação do brasileiro, diz pesquisa. **Agência Brasil**, Brasília, 10 dez. de 2017. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>>. Acesso em 16 jan. 2022.

WERNECK, Natasha. Senador viraliza no Tik Tok com bastidores da CPI da COVID. **Estadão de Minas**, 13 jun. de 2021. Disponível em: <[https://em.com.br/app/noticia/politica/2021/06/13/interna\\_politica,1276309/senador-viraliza-no-tik-tok-com-bastidores-da-cpi-da-covid.shtml](https://em.com.br/app/noticia/politica/2021/06/13/interna_politica,1276309/senador-viraliza-no-tik-tok-com-bastidores-da-cpi-da-covid.shtml)>. Acesso em 7 fev. de 2022

WIZIACK, J., SOPRANA, P. Em três dias de quarentena consumo das redes de telefonia subiu 40%. **Folha de São Paulo**, 19 mar. De 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/em-tres-dias-de-quarentena-consumo-das-redes-de-telefonia-subiu-40.shtml>>. Acesso em 13 jun. de 2021.