



**Camarote virtual:
o debate público sobre a CPI da Covid no Twitter¹**

**Virtual stage:
the public debate about the “CPI da Covid” on Twitter**

Isabela Novelli Maciel²

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar como os perfis @desmentindoboço e @camarotedacpi, no site de redes sociais Twitter, repercutiram a CPI da Covid. Para isso, busca verificar que tipo de informação os perfis trouxeram sobre a comissão. A metodologia empenhada é a de análise de conteúdo, que permitiu observar que as contas fazem parte de um ambiente imerso na cibercultura, em que podem ser meios de comunicação e participar da esfera pública.

Palavras-chave: Comunicação; Redes Sociais; Twitter; Cibercultura; CPI da Covid.

Abstract: This article aims to investigate how the profiles @desmentindoboço and @camarotedacpi, on Twitter, reflected the “CPI da Covid”. To do so, it seeks to verify what kind of information the profiles brought about the commission. The methodology employed is that of content analysis, which allowed observing that the accounts are part of an environment immersed in cyberculture, in which they can be a media and participate in the public sphere.

Keywords: Communication; Social media; Twitter; Cyberculture; CPI da Covid.

¹ Esse artigo é resultado de uma pesquisa apresentada a IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. As discussões e o debate foram essenciais para o aprimoramento do estudo aqui apresentado.

² Estudante do 8º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero. E-mail: isabelanovellim@gmail.com



Introdução

A Comissão Parlamentar de Inquérito que analisaria ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da pandemia de Covid-19 no Brasil pelo Senado, ou CPI da Covid, foi instaurada em 27 de abril de 2021. Com ampla cobertura midiática em diversos meios de comunicação, os canais de televisão jornalísticos transmitiam ao vivo e quase sem cortes as longas sessões, que chegaram a durar mais de oito horas. A população que podia estava em casa, o que aumentou o número de espectadores da comissão. Isso possibilitou e destacou o papel dos sites de redes sociais no processo. O senador Renan Calheiros abriu espaço em seu Instagram para que os "internautas" mandassem perguntas para os próximos depoimentos, enquanto algumas contas de usuários no Twitter³ interagiam com os senadores e buscavam informações e materiais que poderiam ser analisados pela Comissão. Este episódio demonstra como os conteúdos produzidos nos sites de redes sociais podem se relacionar, dar visibilidade e permitir o engajamento popular com a política institucional.

A forma como a internet e os sites de rede sociais atuam na sociedade é tema de estudo de diversos autores ao longo das décadas, como Lemos (2004; 2005), Shirky (2012), Martino (2014) e Valente (2018), entre outros. É perceptível a evolução das pesquisas sobre o assunto: no início dos anos 2000, o foco era o caráter democrático que esses sites e a internet poderiam trazer para o debate público (GOMES; MAIA, 2008). É nesse período que surgem pesquisas sobre o papel dos sites de redes sociais em manifestações políticas, como as jornadas de junho de 2013 ou a primavera árabe (CASTELLS, 2013). Com a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, e de Jair Bolsonaro, no Brasil, surgiram trabalhos sobre a propagação de fake news e desinformação (RECUERO *et al*, 2021). Além disso, autores discutiram o papel do jornalismo no ambiente digital e as limitações dos sites de redes sociais como forma de acesso à informação (FOTIOS, 2016; RECUERO *et al*, 2017).

³ Em outubro de 2022, Elon Musk assumiu o controle da empresa Twitter e começou a promover mudanças na plataforma. O executivo passou a priorizar contas pagas e possibilitou a publicação de conteúdos mais longos. Em julho de 2023, Musk alterou o nome e o logo do site para X, alinhada a uma proposta de tornar o antigo Twitter em uma plataforma que será site de redes sociais, aplicativo de mensagens e um banco. Neste trabalho, adotamos a nomenclatura Twitter, mantendo o nome utilizado no período de estudo deste artigo.



Esta pesquisa tem como objetivo analisar como os perfis @desmentindoboço e @camarotedacpi, no site de redes sociais Twitter, repercutiram a Comissão Parlamentar de Inquérito - CPI da Covid. Para isso, busca verificar que tipo de informação os perfis trouxeram sobre a comissão. A metodologia empenhada é a de análise de conteúdo. Uma primeira observação dos perfis possibilitou a identificação e, a partir disso, a seleção de convergências e divergências nas publicações encontradas. Em seguida, foram reconhecidos padrões no próprio campo de estudo que permitiram a construção das categorias de análise.

1. Os sites de redes sociais e a comunicação na contemporaneidade

Para Raquel Recuero (2017), o que chamamos cotidianamente de redes sociais são sites de redes sociais. Twitter, Instagram ou Facebook, por exemplo, seriam ferramentas que auxiliam na formação de redes sociais entre atores, ou “estruturas complexas de relações com outros atores” (RECUERO, 2017, p. 9). Essas conexões entre pessoas existem tanto online quanto offline, porém, é na internet e nos sites em que elas são amplificadas e aparecem em larga escala (RECUERO, 2017).

Somado a essa característica de nossas relações sociais atualmente, André Lemos (2005) descreve que vivemos em condição de cibercultura e esta é baseada em “três ‘leis’ fundadoras: a liberação do pólo da emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais” (LEMOS, 2005, p. 1). Todos podem produzir conteúdo, tudo está conectado e em constante mudança.

A internet, então, se torna uma nova ferramenta comunicacional, permitindo a superação dos meios de comunicação tradicionais, transformando todos em produtores de conteúdo e receptores, eliminando as barreiras “tradicionais” que existiam para o chamado “público”. Uma nova forma de comunicação em que atores compartilham conteúdo para sites de redes sociais expandidas. O cenário atual se caracteriza por

uma relação sem intermediários entre a esfera civil e a esfera política, bloqueando as influências da esfera econômica e, sobretudo, das indústrias do entretenimento, da cultura e da informação de massa, que nesse momento controlam o fluxo da informação política (GOMES; MAIA, 2008, p. 5).



Os sites de redes sociais, nesse sentido, expandem as redes sociais preexistentes e possibilitam a criação de novas relações. Um produtor de conteúdo, antes da internet limitado a alcançar um grupo pequeno de atores sociais, caso não tivesse um canal de televisão ou um jornal de grande porte, consegue, na internet, atingir um público mais amplo, se conectar com pessoas sem barreiras geográficas e com menos concorrência com grandes grupos de comunicação.

Ou seja, vivemos em uma cultura onde todos produzem e recebem informações, onde qualquer um pode criar algo, “remixar”, sem as barreiras das noções de criador e obra original. É possível, por exemplo, transformar cenas de uma sessão da CPI em um vídeo curto, de forma a montar um resumo do que aconteceu naquele dia.

As contas a serem analisadas funcionam como meios de comunicação, que podem incitar o debate fora da plataforma, como foi o caso da CPI. Assim como o meio de comunicação tradicional que

Na contemporaneidade (...) finda por ser o lugar, ocasião e meio mediante o qual aquilo que se quer que se torne opinião pública deve circular para obter assentimento dos privados. Não é um meio de debate do qual se espera emergir uma opinião, mas um meio de circulação de opiniões estabelecidas às quais se espera uma adesão, o mais amplamente possível, de um público reduzido a uma massa chamada de tempos em tempos a realizar decisões ‘plebiscitárias’ (GOMES; MAIA, p. 49, 2008).

Nesse sentido, elas forneceriam informações sobre o processo da CPI (@camarotedacpi) e promoveriam um meio de participação direta na política (@desmentindobojo). Como meios de comunicação, os perfis passam a ser também um intermediário entre a esfera civil e a esfera política, permitindo, inclusive, um “Estado que consulta os cidadãos pela rede para averiguar a sua opinião a respeito de temas da agenda pública e até, eventualmente, para a formação da agenda pública” (GOMES, p. 6, 2005), assim como Renan Calheiros pediu aos internautas que enviassem perguntas, de forma a pautar as reuniões da CPI.

Com a internet, portanto, a notícia não provém, somente, da imprensa tradicional, mas pode “penetrar na consciência pública por outros meios”, segundo Clay Shirky. A notícia “deixa



de ser uma prerrogativa institucional para ser parte de um ecossistema de comunicações, ocupado por uma mistura de organizações formais, coletivos informais e indivíduos” (SHIRKY, p. 60, 2012).

Estudos mais recentes, porém, alertam que a internet e os sites de redes sociais não podem ser vistos somente pela perspectiva de aumento de liberdade de expressão. Primo (2013, p. 17) reconhece que a produção e distribuição de conteúdo online foi apropriada pelo mercado que “percebeu que poderia incorporar a colaboração online em suas estratégias informacionais, promocionais e de venda”. Ou seja, a ausência de divisão entre produtores e consumidores de conteúdo, que auxiliou movimentos sociais com fins comunitários, também favoreceu “a retransmissão (retweets) de mensagens de grandes instituições midiáticas, como também de jornalistas e artistas dessas empresas” (PRIMO, 2013, p. 20).

Assim como foram utilizados como formas de comunicação sem o intermédio dos meios de comunicação tradicionais, os sites de redes sociais serviram, mais recentemente, como meio para a disseminação de fake news (RECUERO; GRUZD, 2019). Além disso, Lemos (2023, p. 11) alerta que a internet é “dominada pela lógica das performances algorítmica e da dataficação que passam a captar, tratar e distribuir informações customizadas sobre a para cada usuário”, o que limita o alcance de informações como as disseminadas pelos perfis que serão analisados neste trabalho, como será mais bem discutido na sexta parte deste artigo.

2. O Twitter como ‘esfera pública’

Os objetos de estudo deste artigo, além de funcionarem como meios de comunicação, também fariam parte de uma esfera pública possibilitada pelo site de redes sociais Twitter, já que elas seriam “ao mesmo tempo, a ocasião e a condição em que se gera a opinião pública” (GOMES; MAIA, 2008, p. 41).

Ou seja, o Twitter se instaura como um local de discussão de ideias e de formação de uma opinião sobre os mais diversos tópicos. Ao publicarem nesse espaço, as contas @camaortedacpi e @desmentindoboço trazem à tona um tema de interesse público e colocam informações no site de redes sociais para que a população possa, de alguma forma, pensar sobre o que está acontecendo, debater e por fim formar uma opinião sobre o assunto.



Os perfis apresentam ao cidadão o acesso à informação sobre a política e permitem que ele faça parte do debate público, de modo a dar “meios para participação nas instituições e forma de fazer pressão nelas (“voto, afiliação, comparecimento a eventos políticos”) e oportunidade de estar em uma esfera civil e por meio dela ter acesso a esfera pública, de modo que seja possível influenciar ações políticas (GOMES; MAIA, 2008, p. 294).

Apesar de o Twitter ter características de uma esfera pública, são necessárias ressalvas. O site de rede sociais promove sim uma discussão pública e formação de opinião sem o intermédio de veículos de comunicação tradicionais, mas é preciso levar em conta que não é um espaço em que todos tem o mesmo poder ou alcance para atingir todos os atores sociais de forma igualitária. Como será apresentado no próximo tópico, os perfis analisados se apropriam ao máximo das vantagens do Twitter como um espaço com menos intermediários entre a informação e o público, abarcando um número de pessoas muito maior do que os conteúdos fossem disponibilizados no mundo offline. @camarotedacpi e @desmentindoboço transmitem informação política e possibilitam a formação de uma opinião pública, mas, como meios de comunicação, não realizam debates.

3. Camarote virtual: os casos de @camarotedacpi e @desmentindoboço

Ao analisarmos como perfis no site de redes sociais Twitter narraram a CPI da Covid, é preciso conhecer um pouco sobre as contas @camarotedacpi e @desmentindoboço.

3.1 O perfil @camarotedacpi

No mesmo mês em que foi aberta a CPI da Covid, surgia o perfil @camarotedacpi (Fig. 1), no dia 26 de abril de 2021. Com 104,7 mil seguidores atualmente, o propósito da conta foi evidenciado desde a primeira postagem: acompanhar os depoimentos que ocorriam na CPI da Covid, por meios de *threads*⁴, atualizadas ao vivo e curadoria de notícias sobre o assunto.

⁴ Série de *tweets*, ou publicações no site de redes sociais Twitter, de um mesmo perfil que abordam o mesmo tema.



Figura 1 - Perfil @camarotedacpi no dia 05/06/22



Fonte: Disponível em: <https://twitter.com/camarotedacpi>. Acesso em: 5 jun. 2022.

3.2 O perfil @desmentindoboço

O perfil @desmentindoboço foi criado em 2 de janeiro de 2021 e teve como primeira postagem um vídeo, que combinava falas da *live*⁵ semanal do presidente Jair Bolsonaro, em 30 de dezembro de 2020, e matérias jornalísticas, com o intuito de provar que a declaração do governante era falsa e mentirosa. O *tweet*, acompanhado pela *hashtag*⁶ #BolsonaroMentiu, dava o tom para as publicações que viriam a seguir.

O intuito do perfil, que atualmente conta com 316,8 mil seguidores, seria, desde a sua criação, de desmentir falas do presidente, como evidenciado pela sua descrição: “‘E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará’”. Desmentindo o Presidente da República. Também estamos no Instagram, Telegram, TikTok e no Youtube” (Fig. 2).

⁵ Termo do inglês *live*, que quer dizer ao vivo. Se refere a transmissões ao vivo, normalmente em vídeo, feitas pela internet.

⁶ Expressão utilizada na internet para indicar uma palavra-chave antecedida pelo símbolo #. Em inglês, o símbolo # tem como nome *hash* e *tag* pode ser traduzido como etiqueta, rótulo ou identificador. A junção de ambos demonstra o uso da expressão online.



Figura 2 - Perfil @desmentindoboza



Fonte: Disponível em: <https://twitter.com/desmentindoboza>. Acesso em: 5 jun. 2022.

4. Informação por meio de textos, vídeos e *hashtags*

Para verificar que tipo de informação os perfis trouxeram sobre a CPI e analisar o discurso utilizado pelas contas, será empregado como referência 32 postagens feitas no período em que a comissão estava em vigor, de ambos os perfis. Buscou-se selecionar mensagens que evidenciassem o diferencial de cada um dos perfis, sendo *threads* descrevendo as sessões para @camarotedacpi e vídeos desmentindo informações proferidas pelos depoentes para @desmentindoboza, além de amostras da interação dos objetos de estudo com senadores envolvidos com a comissão parlamentar de inquérito.

Outro fator para a escolha foram datas importantes para a investigação da comissão: (1) 19 e 20 de maio de 2021, dias do depoimento de Eduardo Pazuello, ex-ministro da saúde que ficou no cargo de 16 de setembro de 2020 a 23 de março de 2021; (2) 7 de julho de 2021, sessão com Roberto Dias, ex-diretor do Departamento de Logística (DLOG) do Ministério da Saúde, que foi preso e seu depoimento teve uma das maiores visualizações dentre as transmissões das sessões na TV Senado.

A partir disso, foram identificadas algumas recorrências em ambos os perfis e, por meio delas, classificamos os *tweets* selecionados em algumas categorias (Quadro 1):



Quadro 1 - Categorias de análise para os *tweets*

Categorias	Descrição
Chamada para ação (CA)	Mensagens que contêm textos voltados ao público, pedindo a participação no impulsionamento de <i>hashtags</i> , por exemplo.
Vídeo (V)	Vídeos que acompanham os <i>tweets</i> .
Interação (I)	Respostas às mensagens de senadores que participaram da CPI.
Citação (C)	Quando há menção a algum perfil (ex: “Vamos espalhar a palavra do @desmentindobozo”).
<i>Hashtag</i> (H)	Uso de <i>hashtags</i> (ex: #CPIdaCovid).
<i>Thread</i> (T)	Sequência de <i>tweets</i> .

Fonte: elaborado pela autora (2023).

Após a identificação de categorias, foi possível perceber quantas postagens (Quadro 2) de cada uma das contas se encaixa nas classificações apresentadas acima, o que mostra as diferenças entre @camarotedacpi e @desmentindobozo.

Quadro 2 - Quantidade de publicações de ambas as contas em cada uma das categorias determinadas

Categorias	@camarotedacpi (16 <i>tweets</i>)	@desmentindobozo (16 <i>tweets</i>)
Citação (C)	4	0
Chamada para ação (CA)	2	0
Interação (I)	3	4
<i>Thread</i> (T)	4	0
Chamada para ação (CA)/Vídeo (V)	1	0
Citação (C)/Chamada para ação (CA)	1	0
<i>Hashtag</i> (H)/Vídeo (V)	0	3
Citação (C)/ <i>Hashtag</i> (H)/Vídeo (V)	0	6
Citação (C)/Interação (I)/ <i>Hashtag</i> (H)	1	0
Chamada para ação (CA)/ <i>Hashtag</i> (H)/Vídeo (V)	0	1
Interação (I)/ <i>Hashtag</i> (H)/Vídeo (V)	0	1
Citação (C)/Chamada para ação (CA)/ <i>Hashtag</i> (H)/Vídeo (V)	0	1

Fonte: elaborado pela autora (2023).



A conta @camarotedacpi se diferencia por fazer uso de *threads*, ou “fios”, para relatar falas e acontecimentos de cada sessão da comissão. Dos 16 *tweets* selecionados, 4 se encaixavam nessa categoria. Essas mensagens reuniam, além do texto, links para outras notícias, prints de outros *tweets*, citação aos senadores e *hashtags*. Na Figura 3 está exposto um exemplo das *threads* feitas pelo perfil, que começavam chamando o público para a sessão que estava iniciando, no caso utilizando a *hashtag* #CPIdaPandemia, e nos *tweets* seguintes relatando ações e falas da comissão. O segundo *tweet*, por exemplo, mostra que Omar Aziz parabenizou o senador Humberto Costa, que é citado na mensagem do @camarotedacpi.

Outra *thread* é exposta na Figura 4, dessa vez com informações sobre o ex-ministro da saúde, Eduardo Pazuello, que iria depor no dia seguinte à postagem, 19 de maio de 2021. Para mostrar as ações do general durante a permanência no cargo, o perfil utiliza links para notícias e um print de *tweets* do presidente Jair Bolsonaro.



Disponível em: <https://twitter.com/camarotedacpi/status/1412755601361453056>. Acesso em: 5 jun. 2022.



Figura 4 - Thread @camarotedacpi



Disponível em: <https://twitter.com/camarotedacpi/status/1394843107980677121>. Acesso em: 5 jun. 2022.

Enquanto isso, dos 16 tweets do perfil @desmentindoboço, seis se destacaram por apresentarem uma combinação de vídeo, citação aos senadores e *hashtags*. Na Figura 5, é possível perceber uma das estruturas utilizadas pelo perfil. Um vídeo curto, de 1 minuto e 23 segundos, editado de forma a compilar falas do ministro Ernesto Araújo, que, de alguma forma, desmentem o testemunho dado por ele durante sessão da CPI. A mensagem também se propõe a chamar e interagir com o senador Renan Calheiros, pedindo para que ele veja o vídeo. Tudo isso vinculado e organizado (SHIRKY, 2012) por meio das *hashtags* #CPIdaCovid e #DesmentindoIdiota.



Figura 5 - Tweet @desmentindoboza



Disponível em: <https://twitter.com/desmentindoboza/status/1394645630748876802>. Acesso em: 5 jun. 2022.

Apesar de apresentarem abordagens diferentes, as duas contas apresentaram, juntas, 11 *tweets* que contêm interação e citações com senadores e outros perfis que faziam a cobertura da CPI. A Figura 6 exemplifica isso. No primeiro *tweet* a conta @desmentindoboza agradece o impulsionamento do hashtag #OsmarTerraNaCPI, que visava sinalizar aos senadores que o público gostaria um depoimento do deputado na comissão, e informa, por meio de uma citação do perfil de Humberto Costa, que o senador abriu um requerimento para convocar Terra. Nota-se também a utilização da hashtag #CPIdaPandemia.

No segundo *tweet*, o senador Rogério Carvalho reforça a informação de que o requerimento foi aberto, ao passo que no terceiro *tweet* @desmentindoboza agradece a atenção dos senadores.



Figura 6 – Tweet @desmentindobo



Disponível em: <https://twitter.com/desmentindobo/status/1390002976442437638>. Acesso em: 5 jun. 2022.

Na Figura 7 também é possível ver a interação. Dessa vez, @camarotedacpi responde a uma mensagem do senador Renan Calheiros, afirmando que possuem informações que podem ser úteis para análise da comissão.

Figura 7 – Tweet @camarotedacpi



Disponível em: <https://twitter.com/camarotedacpi/status/1390804059314085892>. Acesso em: 5 jun. 2022.



5. Análise conceitual dos Camarotes Virtuais @camarotedacpi e @desmentindoboza

Pela análise das postagens que compõem a amostra, nota-se que, embora tenham formas diferentes de apresentar o que estava sendo discutido pelos senadores, ambos trouxeram conteúdo capaz de incidir no debate público sobre o tema. Enquanto @camarotedacpi formulava *threads* com declarações e os principais acontecimentos da comissão ao vivo, além de formar uma rede de links para outros portais de informações sobre os mesmos acontecimentos, @desmentindoboza foi responsável por ajudar, de alguma forma, os senadores durante a investigação, coletando dados e desmentindo falas dos depoentes da CPI.

A partir disso, a pesquisa buscou pensar os perfis e o ambiente em que estavam colocados, envolvidos na cibercultura e participantes de uma esfera pública. @camarotedacpi e @desmentindoboza, nesse sentido, são pensados como meios de comunicação na internet.

Embora tenhamos discutido o possível caráter democrático de acesso à informação que esses perfis, dentro da internet, proporcionaram para a população, faz-se necessário avaliar algumas ponderações em meio às qualidades. O primeiro, de acordo com Gomes e Maia (2008), seria que a inclusão de todos os cidadãos, para que a internet fosse realmente uma ferramenta mais democrática e de mais fácil acesso, não está completa. Além disso, os autores destacam que, mesmo que todos estivessem incluídos e com a possibilidade de acessar toda a informação disponível para a participação no debate, não é possível garantir que haverá interesse na imensa quantidade de informação disponível na internet.

Segundo Gomes e Maia (idem, p. 332), “Mesmo quando o acesso à internet é possível, muitas pessoas não têm tempo, capacidades técnicas ou motivação para fazer uso dos recursos oferecidos pela *web*”, ao que podemos deduzir que, por exemplo, as informações disponíveis sobre a CPI ficariam restritas a um público que gosta e pesquisa sobre a política, mesmo que a ferramenta utilizada para propagar informação, o site de redes sociais Twitter, possa ter facilitado o acesso a elas.

Outro impedimento para o acesso universal às informações disponíveis na internet seriam o que Shirky (2012) chama de “Redes de Mundo Pequeno”, que atuam como filtros de informação, na medida em que o receptor, na maioria das vezes, somente receberia informação que seria de interesse de pessoas próximas na internet:



Quanto mais amigos seus se importarem com determinada informação - sejam mexericos, vagas de emprego ou uma nova música de que eles gostem -, mais provável que você também ouça falar dela. O corolário é também verdadeiro: coisas que não despertam interesse em nenhum dos seus amigos ou nos amigos deles provavelmente não vão chegar a você (SHIRKY, p. 188, 2012).

Essa rede tornaria ainda mais difícil que alguém que não se interessa por política e que não tenha amigos que se interessem, acesse informações sobre a CPI, mesmo que tudo esteja acessível para todos que possuem internet.

Além disso, não podemos garantir, como descrito anteriormente, que a informação sobre a CPI da Covid, vai chegar para todos, devido à estrutura das redes. Primo (2011) afirma que, apesar de a mídia tradicional não monopolizar mais a atenção das pessoas, existem grupos, como perfis com quantidades altas de seguidores ou “líderes de opinião” nas plataformas que assumiram o mesmo papel. Tal explicação pode se aplicar aos perfis analisados, @camarotedacpi e @desmentindoboço. Isso se insere dentro de uma lógica de “câmaras de eco”, como estudou Mariana Valente, que são “os ‘filtros bolha’, que limitam os conteúdos a que uma pessoa tem acesso, em plataformas regidas por algoritmos, a posições mais próximas às suas” (2018, p. 8). Ou seja, não é possível garantir que o conteúdo produzido sobre a CPI da Covid alcançou pessoas de fora de uma “bolha” interessada em política, aquelas que não tinham informações sobre o assunto, ou se permaneceu circulando para pessoas que já acompanhavam os acontecimentos relatados pela comissão.

O monopólio da atenção e as câmaras de eco são apenas duas características da forma como os sites de redes sociais são projetadas, baseadas em algoritmos e regulações. Essas plataformas fazem parte da infraestrutura da vida contemporânea, que constituem uma rede de rastreamento de dados e controle por parte das empresas de tecnologia (TECNOLOGIA NO BRASIL 2020-2030, 2021). Basicamente, o Twitter como esfera pública apresentado no artigo seria controlado por uma infraestrutura privada, o que alteraria o que pensamos ser a internet: um lugar onde todos podem publicar, produzir conteúdo e acessar informações, sem as barreiras que existiam anteriormente.



Considerações finais

Deste modo, seria possível inferir como conclusão que tais plataformas colaboram para a ampliação do acesso a informações sobre a CPI da Covid cujo acesso, sem o site de redes sociais Twitter, ficaria dependente da assinatura de jornais e planos de televisão. Não podemos pensar a internet e os sites de redes sociais como exclusivamente bons e de caráter democrático, como se não tivessem barreiras, assim como a comunicação tradicional. Porém, também não podemos excluir os benefícios que a comunicação por meio dessas plataformas proporciona a uma audiência diversa e de larga escala, que poderia não ser atingida se dependêssemos somente do offline. Ainda assim, não podemos desconsiderar os problemas que a comunicação na internet tem apresentado, como os vieses algorítmicos.

As ponderações feitas são necessárias para apontar alguns limites desta suposta democratização. O olhar para estas ambivalências constitui uma atitude de pesquisa para pensar as relações entre sociedade e democracia construídas nesse ambiente.

REFERÊNCIAS

- CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- FOTIOS, Ricardo. Gatekeeping e Gatewatching: diálogos da participação do público na construção do jornalismo online. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2016, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0960-1.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.
- GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia: problemas & perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.
- GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos, Rio Grande do Sul, VII(3): 214-222, set./dez. 2005. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6394/3537>. Acesso em: 3 abr. 2022.
- LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 9. ed. Porto Alegre: Sulina, 2023.



LEMOS, André. **Ciber-cultura-remix**. 2005. [s.l.: s.n.]. Mostra “Cinético Digital”, São Paulo, Centro Itaú Cultural, 2005. Disponível em: <https://facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>. Acesso em 05 mai. 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

PRIMO, Alex. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, Porto Alegre, n. 25, p. 144-161, 2011. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/24309>. Acesso em: 16 out. 2022.

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: Alex Primo. (org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 13-32.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais online**. Salvador: Edufba, 2017.

RECUERO, Raquel da Cunha; ZAGO, Gabriela da Silva; SOARES, Felipe Bonow. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Compós, 2017. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/166193/001047200.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 22 mar. 2022.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia**, São Paulo, n. 41, p. 31-47, maio 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvxxg4btPzLYdxXk77rGrmJS/?lang=pt#>. Acesso em: 13 ago. 2023.

RECUERO, Raquel *et al.* Polarização, Hiperpartidarismo e Câmaras de Eco: Como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter. **Revista Contracampo**, v. 40, n. 1, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611>. Acesso em: 13 ago. 2023.

SHIRKY, Clay. **Lá Vem Todo Mundo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

TECNOLOGIA NO BRASIL 2020-2030. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (3 h 9 min). Publicado pelo canal Ação Educativa. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BaF-zEAUnVU&t=6s>. Acesso em: 13 ago. 2022.

VALENTE, Mariana. Internet e Censura: Quem fala, quem ouve, e quem define a verdade na era digital?. **Revista Concinnitas**, ano 19, n. 33, dez. 2018. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/concinnitas/article/viewFile/39852/27926>. Acesso em: 16 out. 2022.