

CHATBOTS COMO INSTRUMENTOS DE ACCOUNTABILITY: Um estudo sobre o robô Beta Feminista ¹

CHATBOTS AS INSTRUMENTS OF ACCOUNTABILITY: An analysis of the Beta Feminista robot

Letícia Sabbatini ²

Resumo: Neste artigo, empreendemos uma análise acerca das estratégias comunicacionais online que, direcionadas à realização de pressão política, são organizadas e estimuladas pelo chatbot Beta Feminista. Nossas hipóteses sugerem que a) mais do que convocar os sujeitos à participação política, Beta atua como uma ferramenta informacional; b) o que pode, por sua vez, potencializar o seu objetivo principal. Empreendemos, à vista disso, uma análise de conteúdo das publicações de Beta no Facebook, o que nos permitiu compreender as funções dos seus posts, em termos de informar e/ou convocar à participação, além do seu engajamento e aproximações com outras organizações feministas e/ou com o Estado. Nosso objetivo principal foi compreender se o chatbot pode ser entendido como um instrumento de accountability. Para tanto, além da abordagem metodológica supracitada, revisamos algumas questões em torno da accountability e dos chatbots, concluindo que Beta Feminista pode ser considerada um mecanismo de accountability social, nos termos de Smulovitz e Peruzzotti (2000; 2003).

Palavras-Chave: Accountability. Chatbots. Participação política.

Abstract: On this article, we engage in an analysis about online communicational strategies that, directed to cause political pressure, are organized and stimulated by the chatbot Beta Feminista. Our hypothesis suggests that a) more than summon the subjects to political participation, Beta works like an informational tool; b) what can, by itself, potencialize the main goal. We engaged, because of that, an analysis of publications content of Beta on Facebook, that allowed us to comprehend the functions of posts, in terms of inform and/or call for participation, beyond the engagement and approximation with other feminists organizations and/or with the State. Our main goal is to comprehend if the chatbot could be understood as an instrument of accountability. Therefore, besides the already mentioned methodological approach, we revised some questions about the accountability and the chatbots, concluding that Beta Feminista could be considered a mechanism of social accountability, in terms of Smulovitz and Peruzzotti (2000; 2003).

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Democracia da 9ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (9ª COMPOLÍTICA), realizado em formato remoto, de 24 a 28 de maio de 2021.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). Bolsista pelo CNPq e pesquisadora associada ao Laboratório em Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração (coLAB/UFF). E-mail: leticiasabbatini@id.uff.br

write here the English version of your abstract, in italics, ranging from 10 to 15 lines. Use single space between the lines, font Arial, size 10.

Keywords: *Accountability. Chatbots. Political Participation*

1. Introdução

Propomos, neste artigo, algumas reflexões sobre as estratégias comunicacionais online que, direcionadas à mobilização política, são empreendidas pelo *chatbot* Beta Feminista (ONG Nossas). Ancorado no Facebook desde 2017, o robô informa e convoca os indivíduos à participação política, sobretudo no que diz respeito à realização de pressão coletiva mediante ao andamento de algumas pautas no Legislativo, Executivo e Judiciário. À vista disso, traçando uma análise de conteúdo das publicações do primeiro *chatbot* feminista do Brasil, procuramos destacá-las, pontuando funções e buscando compreender, assim, se Beta pode ser entendida como um instrumento de *accountability* política ao informar os cidadãos e organizar a sua mobilização em torno de diferentes ações do poder público.

Dessa maneira, as hipóteses a serem testadas neste trabalho sugerem que a) mais do que convocar os indivíduos à participação política, Beta atua como uma ferramenta midiática, informando-os constantemente, seja a partir de pesquisas e dados referentes às temáticas abordadas, seja por meio da atualização de informações acerca das decisões e posicionamentos públicos; b) essa estratégia, por sua vez, potencializa a atuação do *chatbot*, existindo, nesse sentido, uma relação diretamente proporcional entre o engajamento das publicações de Beta e a utilização de dados, pesquisas e links informativos que embasam seus posicionamentos.

Articularemos, nessa esteira, algumas discussões sobre o conceito de *accountability* (CAMPOS, 1990; O'DONNELL, 1998; PERUZZOTTI, 2006; PINHO; SACRAMENTO; 2009), apresentando tensões, reconhecendo que o seu aperfeiçoamento é fundamental para o ordenamento democrático e que a atuação

mediática, nesse processo, serve, dentre outros aspectos, à oferta de subsídios informacionais aos cidadãos, podendo potencializar a intervenção discursiva destes em torno do desempenho público. Em seguida, contemplando a relevância de veículos informacionais em processos de *accountability*, procuraremos adaptar esta atuação ao contexto contemporâneo de utilização de *chatbots*, tecnologias que, ao se inserirem em plataformas como o Facebook, facilitam a organização coletiva, incitam a conversação e possuem um forte potencial de persuasão e engajamento (DALE, 2016; PETTERS, 2019; ISCHEN et al., 2020).

Assim, no intento de alcançarmos os objetivos propostos, realizaremos uma análise de conteúdo partindo de um corpus composto por 300 publicações de Beta em sua página, no Facebook. A partir disso, poderemos melhor compreender as funções e objetivos das publicações do *chatbot* analisado, bem como o seu engajamento, a relação deste com a utilização de dados, pesquisas e links informativos e se Beta pode, afinal, ser entendida como um instrumento de *accountability* ao impulsionar, facilitar e estimular a organização coletiva em torno de decisões e posicionamentos públicos.

2. Accountability política: como delimitar?

A *accountability* – para a qual nos voltaremos nesta seção – configura um elemento importante no debate que, em torno das diferentes teorias democráticas contemporâneas, trata da relação entre participação e representação. Se, de um lado, a argumentação elitista tende a valorizar a representação, apontando, conforme explicita Held (1987), para o perigo de os cidadãos participarem ativamente das decisões políticas e restringindo seu envolvimento ao momento eleitoral (SCHUMPETER, 1942); de outro, a lógica republicana desloca o centro do debate das instituições representativas para a ideia de soberania popular, recuperando o caráter pedagógico da política e entendendo que as atividades participativas deveriam ocorrer de forma cotidiana a fim de superar alguns dos déficits da corrente elitista (PATEMAN, 1992).

Nessa esteira, há de se falar ainda no modelo deliberativo que, enquanto uma proposta alternativa às vertentes supracitadas, recupera e tensiona alguns elementos liberais e republicanos. Ainda que não seja uma corrente homogênea ou livre de lacunas³, conservando diferentes tensões e servindo como base para diversas agendas de pesquisa, este modelo pode ser caracterizado – ao nos basearmos em Habermas (1997)⁴ – pela institucionalização de debates e argumentações, de modo que os cidadãos possam discutir, argumentar e deliberar racionalmente em torno de problemas coletivos, não limitando-se a percebê-los, mas procurando influenciar, em diversos níveis, as decisões políticas em seu entorno (LAISNER, 2009).

Há, portanto, diferentemente da centralização do Estado defendida pela tradição liberal e do foco na sociedade civil proposto pela corrente republicana (LUBENOW, 2010), uma preocupação com a necessidade de as instituições do Estado se aproximarem mais da sociedade civil, estando, de algum modo, abertas às contribuições desta esfera (MARQUES, 2012). É a partir dessa busca por uma aproximação por meio da comunicação que podemos tratar da *accountability*, haja vista que, como retoma Marques (2008), esta constitui um dos princípios deste modelo teórico, a saber: 1) reciprocidade, relacionada ao trato respeitoso e igualitário dos cidadãos uns para com os outros; 2) publicidade, referente à transparência nas argumentações e justificativas 3) e, finalmente, *accountability*, que diz respeito, justamente, à responsabilização dos atores políticos a partir de sanções em diferentes níveis.

Olhando, então, de modo mais detido para a *accountability*, acreditamos que apontar as dificuldades de tradução do termo para o português já configura uma afirmativa conhecida (CAMPOS, 1990; PINHO; SACRAMENTO, 2009), mas indicar o quão espinhoso constitui o trabalho de definir este conceito ainda se faz necessário.

³ Nessa esteira, muitas das críticas partem do entendimento de que não seria possível pensarmos, como propõe inicialmente a perspectiva habermasiana, em uma esfera pública universalizada e delineada de maneira igualitária, haja vista os contornos desiguais e as relações de poder que compõem a sociedade (FRASER, 1990).

⁴ Reconhecendo as modificações empreendidas em torno do foco teórico do autor, sobretudo no que diz respeito à complexidade da esfera pública, e compreendendo que não é o objetivo deste artigo realizar um aprofundamento da obra habermasiana, voltamo-nos aos trabalhos empreendidos a partir de *Direito e democracia: entre facticidade e validade* (1997) para apresentarmos uma breve contextualização.

Isso porque, como afirmam Rocha (2011) e Mainwaring (2003), qualquer investigação em torno da *accountability* precisa admiti-la como fluida, heterogênea e interligada ao seu próprio contexto. Nessa esteira, algumas concepções se fazem basilares para compreendermos a variedade de abordagens acerca deste conceito e ainda a maneira como pretendemos considerá-lo neste trabalho.

Uma destas foi desenvolvida pelo conselho científico do Clad (2000), que entende a *accountability* como relacionada à obrigação, por parte de um ator político, de prestar contas, quando necessário, aos respectivos órgãos de controle e/ou à sociedade civil. De forma similar, Abrúcio e Loureiro (2004, p.81) definem a *accountability* como a adoção de “mecanismos institucionais por meio dos quais os governantes são constrangidos a responder, ininterruptamente, por seus atos ou omissões perante os governados”.

Outra concepção – talvez a mais clássica ao tratarmos deste conceito – reside na proposta classificatória de O'Donnel (1998), que aponta para a existência de duas grandes formas de *accountability*: a horizontal e a vertical. Assim, enquanto a primeira estaria relacionada à atuação de agências fiscalizadoras⁵ que, em rede, possuem poder legal e autonomia para a realização de sanções com relação aos atores estatais; a segunda volta-se, sobretudo ao período eleitoral, compreendendo ações que, de forma individual ou coletiva, são empreendidas pela sociedade civil. Em suma, como resume Rocha (2011), a *accountability* horizontal é exercida por agências internas ao Estado, enquanto a vertical configura ações políticas dos atores sociais.

Ainda que esta concepção encontre ressonância em diversas investigações, como em Pinho e Sacramento (2009), também foram ressaltadas algumas lacunas, que dizem respeito, por exemplo, à prioridade que O'Donnel incute à participação eleitoral, ao tratar da *accountability* vertical, embora também leve em consideração outros caminhos possíveis (SCHMITTER, 2004). Mainwaring (2003) é outro crítico da tipologia de O'Donnel, apontando para uma problemática referente às nomenclaturas

⁵ O'Donnel (1998, p.43) pontua que estas agências são aquelas associadas ao Legislativo, Executivo e Judiciário, mas, nas poliarquias contemporâneas também correspondem a “várias agências de supervisão, como os ombudsmen e as instâncias responsáveis pela fiscalização das prestações de contas”.

utilizadas, substituindo, então, as adjetivações “horizontal” e “vertical” por, respectivamente, intraestatal e eleitoral.

Nesse sentido, embora não concordemos com esta perspectiva por considerá-la demasiadamente estreita no que diz respeito à participação civil⁶, Mainwaring (2003) traz uma relevante contribuição ao destacar algumas áreas nas quais a literatura acerca da *accountability* apresenta tensões e divergências. Tendo isso em vista e considerando, dentro da referida divisão, apenas os pontos que nos auxiliarão a compor este trabalho, apresentaremos brevemente quatro das divergências teóricas identificadas por Mainwaring e recuperadas também por Ceneviva (2006).

A primeira – relacionada à abrangência do conceito, isto é, a quais mecanismos podem ser inseridos no escopo da *accountability* – é formada por autores, como Kenney (2003) e o próprio Mainwaring (2003), que defendem uma perspectiva mais estreita, considerando apenas dispositivos institucionalizados; além de pesquisas que desconsideram a origem do mecanismo, desde que seja incutida alguma sanção (KEOHANE, 2002); e aquelas que consideram qualquer atividade de monitoramento (PAUL, 2002). Em um segundo nível de divergências é tensionado aquilo que será monitorado, havendo, então, os defensores de que o objeto da *accountability* deve constituir apenas violações legais (O'DONNEL, 1998); ou, além disso, abranger ainda desavenças políticas (MAINWARING, 2003); e, em um nível mais amplo, levar em conta o comportamento dos atores políticos (ABRÚCIO; LOUREIRO, 2005).

À vista disso, a capacidade de realizar sanções direta ou indiretamente também se apresenta como um ponto de divergências mapeado por Mainwaring (2003), havendo, assim, aqueles que consideram apenas sanções institucionais, diretivas e formalizadas (ELSTER, 1999); sanções indiretas, como propõe Mainwaring (2003); ou ainda simbólicas, como sugerem Peruzzotti (2006) e Smulovitz e Peruzzotti (2000; 2003). Por último, levamos em conta a tensão em torno de quais atores podem ser considerados como agentes da *accountability* (MAINWARING, 2003). Nesse ponto, há de se considerar investigações que, partindo de uma perspectiva mais estreita, entendem que apenas atores institucionais podem ocupar esse papel (KENNEY,

⁶ Diversas críticas já foram empreendidas à noção de *accountability* eleitoral, como em Przeworski, Stokes e Manin (1999).

2003); assim como teóricos que partem de uma lógica de que outros atores, como organizações e grupos da sociedade civil, podem ser entendidos como agentes da *accountability* (PERUZZOTTI, 2006; SMULOVITZ; PERUZZOTTI 2000; 2003)

Nesse sentido, importa-nos, neste trabalho, considerarmos, sobretudo, as contribuições de Smulovitz e Peruzzotti (2000; 2003), que apontam para a existência da *accountability* social, partindo de um posicionamento mais amplo e menos institucionalizado, como explícito a partir das afiliações citadas acima. O conceito de *accountability* social foi criado pelos referidos autores tendo em vista iniciativas da sociedade civil como um todo, uma vez que grande parte dos estudos desenvolvidos até o momento – ao direcionarem-se a questões institucionais, como as eleições, o sistema de pesos e contrapesos ou ainda a separação entre os poderes estatais – ignora uma série de propostas que visam a fiscalização cotidiana de atores políticos por parte, por exemplo, dos cidadãos, da mídia e de organizações ativistas.

Entendido por Smulovitz e Peruzzotti (2003) como uma forma de *accountability* vertical, o conceito acrescenta à argumentação de O'Donnel (1998) ao defender que o momento eleitoral, embora relevante, não esgota as possibilidades de responsabilização dos atores políticos. Assim, a *accountability* social pode, por exemplo, ser exercida por um veículo midiático que consegue ativar formas de sanção simbólica contra determinado ator político, o que pode tanto ativar órgãos de regulação legal, quanto, por si só, impor danos relacionados à reputação do sujeito exposto.

Compartilhando de um pensamento similar, Bonner (2009) indica que além do que Smulovitz e Peruzzotti (2000) consideram – e que ele entende como uma *accountability* social reativa – é possível observarmos sua faceta preventiva. Esta, por sua vez, estaria relacionada ao estímulo ao debate público a partir da disseminação de informações confiáveis, o que seria capaz, em alguma medida, de construir novos quadros de sentidos sobre questões políticas, possibilitando que os cidadãos modifiquem o seu pensamento sobre a aceitabilidade de certas ações públicas e construam, a partir disso, determinadas opiniões em torno do comportamento de atores políticos.

Ao adotarmos as contribuições de Bonner (2009) e Smulovitz e Peruzzotti (2000; 2003), faz-se necessário pontuarmos que, nessa equação, veículos midiáticos se configuram enquanto importantes agentes, tendo em vista sua capacidade de atribuir visibilidade em torno, por exemplo, das ações do Estado ou da conduta dos atores políticos, exigindo que estes agentes justifiquem suas ações, influenciando a atuação de órgãos de regulação ou ainda infligindo danos à imagem dos envolvidos perante a opinião pública (OJALA et al., 2019; JACOBS; SCHILLEMANS, 2016). Nesse sentido, cabe reforçarmos que, para além da mídia tradicional cumprir, em alguma medida, este papel, veículos mais alternativos, bem como aqueles desenvolvidos por organizações ativistas e coletivos, também podem estar envolvidos nestes processos de responsabilização, uma vez que, não raro, utilizam plataformas de mídias sociais, conexões móveis, sites e até robôs para influenciarem o debate público e responsabilizarem diferentes atores políticos.

É o que ocorre, por exemplo, com grupos voltados ao ativismo ambiental, que utilizam as plataformas de mídias sociais para mobilizar e disseminar pautas específicas direcionadas à defesa dos direitos e da cultura indígena e à preservação do meio ambiente, denunciando ações estatais e empreendendo diferentes críticas ao comportamento de atores políticos no que diz respeito a essas pautas (FONSECA, 2014). Há ainda uma série de articulações inseridas no campo de ação feminista que podem ser visualizadas sob a ótica da *accountability* social, como as hashtags e campanhas que, carregando, comumente, um tom denunciativo e catártico, são propostas por organizações não governamentais e coletivos com fins de protesto em torno, por exemplo, de uma decisão do legislativo ou após um comportamento sexista por parte de algum ator político (ALVAREZ, 2014). Estas mobilizações implicam, portanto, possibilidades de sanção simbólica – relacionada à imagem dos envolvidos, por exemplo – ou ainda podem gerar sanções mais diretas por parte de órgãos reguladores que, frente ao clima de reivindicação e protesto, iniciam investigações diversas.

Levando isso em consideração, gostaríamos de propor um olhar que se volte a estas questões de modo a focalizar a possibilidade de utilização de *chatbots* como instrumentos de *accountability*. Estas tecnologias que, como veremos, facilitam, ao

serem inseridas em plataformas como o Facebook, a organização coletiva, possuindo um forte potencial de persuasão e engajamento (PETTERS, 2019; ISCHEN et al., 2020), inserem-se em uma relação dialética com a política: se a partir de suas funcionalidades, os *chatbots* permitem uma série de apropriações políticas, estes artefatos tecnológicos também são alterados na medida em que são inseridos em contextos de ativismo. Na próxima seção, então, apresentaremos os robôs conversacionais, pontuando funcionalidades, características e usos políticos para, em seguida, focalizarmos, por meio de uma análise do robô Beta Feminista, na sua utilização como um instrumento de *accountability*.

3. Chatbots políticos

Os *chatbots* – enquanto artefatos tecnológicos situados no campo da Inteligência Artificial (IA) – são softwares de interação automatizada que buscam reproduzir aspectos e características do comportamento humano, ancorando-se, à vista disso, no cruzamento entre cognição, neurociência, linguística e computação, a fim de tornar a conversação mais verossímil e factível (FRYER; CARPENTER, 2006; RUSSEL; NORVING, 2009; PETTERS, 2019). Enquanto um tipo de robô, os chatbots diferenciam-se, como indica o próprio termo, pelo seu aspecto conversacional; o que faz com que esta tecnologia se insira muito bem em nosso cotidiano, uma vez que a conversação em si configura uma forma básica de interação (GOFFMAN, 2011).

Popularizados no Brasil a partir de 2016, com a abertura da plataforma Messenger, no Facebook, os robôs conversacionais interagem por meio de mensagens automatizadas nas quais o interlocutor humano pode ter “a ilusão de que o robô tem o domínio dos sentidos do que está sendo conversado” (FRÖLICH; SOARES, 2018, p.8). Esse processo, vale dizer, varia de acordo com o modo como o *chatbot* funciona, existindo, então, desde robôs conversacionais mais sofisticados até aqueles cujo desempenho é mais rudimentar e básico. Mnasri (2019), nesse sentido, aponta que os *chatbots* podem ser ancorados em uma estrutura simples, realizando apenas tarefas básicas; ou ainda podem ser previamente alimentados a partir de regras fixas

inseridas em um roteiro prévio um pouco mais complexo. Há também os *chatbots* mais avançados que, utilizando técnicas de *Machine Learning*, conseguem aprender a cada interação com humanos, demonstrando uma certa evolução ao longo do tempo (FRYER; CARPENTER, 2006; CALADO, 2016; PETTERS, 2019).

Ainda que tenham se popularizado em 2016, os *chatbots* não são uma tecnologia recente. Pelo contrário, o primeiro robô conversacional do qual temos registro foi Eliza, desenvolvida em 1966 pelo cientista da computação Joseph Weizenbaum. Antes disso, na década de 1950, Alan Turing propôs o famoso Teste de Turing, fornecendo as bases para idealizarmos uma comunicação virtual entre humanos e máquinas, na qual estas performam, a partir da conversação, aspectos humanizados (LIMA, 2014). Essa questão nos explicita, à vista disso, como os artefatos tecnológicos também são socialmente construídos, já que o seu desenvolvimento não é formado por uma trajetória linear de sucesso, estando presentes nessa equação tanto fatores técnicos quanto culturais.

Ambos, por sua vez, devem ser considerados na medida em que permitem que uma determinada tecnologia – como os *chatbots* – possua um quadro de usos bastante amplo, sendo continuamente modificada a partir destes (NOSENGO, 2008). Assim, se os robôs conversacionais foram desenvolvidos, inicialmente, em uma conjuntura na qual o foco consistia em compreender se as máquinas poderiam demonstrar comportamento inteligente, sua popularização se dá a partir do momento em que a utilização destes *bots* converge com outros fatores, como, por exemplo, a emergência das plataformas de mensagens instantâneas (DALE, 2016).

Podemos evocar, nessa esteira, dados do *Mapa do Ecossistema Brasileiro de Bots 2020* que apontam para a existência de cerca de 24 mil *chatbots* ativos no país, o que representa um aumento de 68% em relação aos dados captados em 2019⁷. Frente a este crescimento, não raro esbarramos com esta tecnologia em nosso cotidiano, seja ao finalizarmos uma compra ou ainda ao realizarmos uma reclamação sobre um serviço que nos foi prestado. Ao observarmos ainda os milhares de participantes do

⁷ Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/mapa-do-ecossistema-brasileiro-de-bots-2020/>. Acesso em 31/03/2021.

*Bots Brazil Awards 2019*⁸ ou ao nos debruçarmos de maneira exploratória sobre o campo dos *chatbots* no país, vemos a presença destes robôs, sobretudo, em um contexto privado relacionado, por exemplo, ao setor bancário e às grandes redes varejistas, além de constar também em propostas educativas relacionadas ao aprendizado a partir de máquinas.

Contudo, compondo o quadro sociotécnico desta tecnologia, ressaltamos que usos políticos também podem ser pensados ao tratarmos de *chatbots*. Androutsopoulou e colaboradores (2018) afirmam que, após se popularizarem mundialmente no setor comercial, os *chatbots* foram incorporados por agências governamentais para assumirem tarefas nas áreas de saúde, segurança pública e tributação, por exemplo; o que vai de encontro ainda a um levantamento produzido, em 2017, pelo *Harvard Ash Center Technology & Democracy Fellow*⁹, que sugere que IAs, como os *chatbots*, podem ser empregadas a fim de solucionar problemas democráticos, como o distanciamento entre representantes e representados (MEHR et al., 2017).

No Brasil, robôs conversacionais já foram implementados, por exemplo, pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE)¹⁰, a fim de fornecer informações acerca do funcionamento das eleições. De modo similar, Van Noordt e Misuraca (2019) apontam para a utilização de *chatbots*, por parte de órgãos estatais da Letônia, Viena e Bonn, como uma maneira alternativa de incrementar a prestação de serviços públicos, sobretudo no que diz respeito à entrega de informação aos cidadãos e à instauração de mecanismos de transparência.

Dessa maneira, Jones e Jones (2019) também observam o potencial político dos *chatbots* – caminhando, assim, em uma perspectiva similar a de Androutsopoulou et al. (2018), que se direcionam ao entendimento de como estas tecnologias podem atuar como um canal conversacional entre cidadãos e governo. A diferença, contudo, reside no fato de que Jones e Jones (2019) observam este potencial a partir de uma

⁸ Para ter acesso aos participantes e suas respectivas categorias: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PCKZN6aV07rQwnz4KgSKjCLuuu9TYq-Y6zxoWJuDqKI/edit#gid=836186599>. Acesso em 31/03/2021.

⁹ Disponível em: https://ash.harvard.edu/files/ash/files/artificial_intelligence_for_citizen_services.pdf. Acesso em 31/03/2021.

¹⁰ Fonte: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Setembro/conheca-o-2018tira-duvidas-no-whatsapp2019-assistente-virtual-da-justica-eleitoral>. Acesso em 31/03/2021.

atuação que, embora focalize o aspecto conversacional no trato de questões políticas, não se insere em um contexto governamental, haja vista que analisam o uso de *chatbots* por parte da mídia e o seu impacto na constituição da opinião pública.

Esse caminho é similar aquele percorrido neste trabalho, uma vez que o objeto desta pesquisa não foi desenvolvido no âmbito institucional da política, mas como uma estratégia midiática ativista. Nessa esteira, Toupin e Couture (2020), defendendo a apropriação de *chatbots* para fins ativistas, sobretudo, no que diz respeito aos feminismos, afirmam que esta tecnologia pode ser utilizada, por exemplo, para combater a misoginia online a partir da disseminação de informações. Utilização similar é observada por Petters (2019) e Daemon e Sabbatini (2020) ao voltarem-se para *chatbots* que, de maneira persuasiva e hiper-real, procuram conscientizar e informar sobre a pornografia de vingança.

A estas possibilidades, somamos, a título de ilustração, a capacidade de detecção de informações fraudulentas e falaciosas ou ainda o potencial de realização de um diagnóstico da opinião pública acerca de determinado assunto político (Center for Public Impact, 2017). Como apontam, nessa esteira, Toupin e Couture (2020), estes artefatos tecnológicos também podem servir à realização de pressão pública a atores políticos, buscando, em alguma medida, a sua responsabilização. É nesse sentido, então, que procuramos avançar neste trabalho, dedicado à análise do *chatbot* Beta Feminista que, enquanto uma ferramenta de ativismo, atua simplificando, organizando e incitando a participação política da população em questões relacionadas aos direitos das mulheres brasileiras, sobretudo a partir da realização de pressão pública sob atores do Legislativo, Judiciário e Executivo. Pensando nisso e reforçando nosso intento de compreender se Beta pode, afinal, ser considerada como um instrumento de *accountability*, apresentaremos os caminhos metodológicos adotados.

4. Metodologia

Para empreendermos esta análise e explicarmos o percurso metodológico adotado, faz-se necessário, primeiramente, uma apresentação mais apurada acerca do objeto investigado. Trata-se do *chatbot* Beta Feminista, desenvolvido em 2017 pelo

Nossas, “uma rede de ativismo que defende a democracia, articulando pessoas, compartilhando metodologias e desenvolvendo tecnologias para a mobilização”¹¹. Beta, que é o primeiro chatbot feminista do país, tem o objetivo central de monitorar medidas, projetos de lei e decisões que, tomadas no interior do Estado, podem, de algum modo, ameaçar os direitos das mulheres brasileiras.

Assim, o robô – que está disponível no Facebook, onde interage tanto por meio de uma página pública, quanto a partir do Facebook Messenger – atua procurando influenciar atores políticos por meio da organização de milhares de indivíduos convocados a assinarem petições, enviarem e-mails de modo massivo, dentre outras abordagens. Desde 2017, Beta já esteve envolvida em mobilizações em torno do Estatuto do Nascituro¹², da PEC 29¹³, do Escola Sem Partido¹⁴ ou ainda da PEC 181¹⁵. Além disso, o robô também disponibiliza uma série de dados e informações acerca das questões abordadas, divulgando, por exemplo, links informativos e pesquisas sobre os direitos sexuais e reprodutivos ou ainda compartilhando atualizações sobre o andamento das pautas monitoradas e sobre o seu próprio desempenho em mobilizações anteriores.

Levando isso em consideração e reforçando nosso objetivo principal de compreender se Beta pode ser considerada como um instrumento de *accountability*, empreendemos uma análise de conteúdo qualitativa de suas publicações no Facebook, procurando identificar padrões e ausências em sua atuação (BAUER; GASKEL, 2017). Assim, entendendo que uma análise de dados qualitativa é composta, no que diz respeito ao papel do analista, pelos atos de detectar, explorar,

¹¹ Fonte: <https://www.beta.org.br/#block-5845>. Acesso em 20/04/2021.

¹² Disponível em:

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=6527522A1B7C82A0A54DB2D798E9C406.node1?codteor=447598&filename=Avulso+-PL+478/2007. Acesso em 01/05/2021.

¹³ Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/120152>. Acesso em: 01/05/2021.

¹⁴ Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=606722>. Acesso em 01/05/2021.

¹⁵ Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2075449>. Acesso em: 01/05/2021.

categorizar e teorizar (RITCHIE; SPENCER, 2002), coletamos, primeiramente, todas as publicações do *chatbot* Beta no Facebook, de agosto de 2017 a setembro de 2020, o que nos levou a um corpus de 300 publicações. A coleta, empreendida a partir da ferramenta *CrowdTangle*, ancorada no próprio Facebook, permitiu, então, uma maior familiarização com o material e a identificação inicial de padrões, estratégias e ausências.

Desse modo, tendo em vista que a criação de categorias constitui a formação de “grandes unidades de informação que consistem de vários códigos agregados para formar uma ideia comum” (CRESWELL, 2013, p.186), categorizamos o material, procurando sistematizar as percepções desenvolvidas durante o período de familiarização com o corpus. Além das variáveis de identificação mais básicas e fornecidas pelo *CrowdTangle*, referentes à data da publicação e ao seu engajamento, categorizamos o corpus evidenciando a função, o contexto e a temática das publicações. Neste trabalho, como nos atemos, basicamente, às variáveis inseridas dentro da categoria Função, explicitaremos abaixo os seus diferentes níveis (TAB 1).

TABELA 1
Categoria Função e seus diferentes níveis

Categoria	Nível 01	Nível 02	Nível 03
Função	Informar: se a publicação informa os indivíduos	Dados, links e informações sobre as temáticas tratadas Dados, links e informações sobre o desempenho de Beta em mobilizações anteriores	-
	Pressão: se a publicação convoca os indivíduos à realização de pressão pública	A pressão incentivada por Beta se dá de modo online	Canal da mobilização: petições, envio de e-mails e votações a partir do próprio chatbot; Petições, envio de e-mails e votações a partir

	sob atores políticos		de projetos de outras organizações; Votações e consultas interligadas ao Estado.
		A pressão incentivada por Beta se dá de modo presencial	-

FONTE – autoria própria.

A partir disso, conseguimos relacionar e contrastar os dados e as informações necessárias para testarmos as hipóteses deste trabalho, a saber: 1) mais do que convocar os indivíduos à participação política, Beta atua informando-os constantemente, seja a partir de pesquisas e dados referentes às temáticas abordadas, seja por meio de informações acerca do seu desempenho em mobilizações anteriores; b) essa estratégia, por sua vez, potencializa e legitima a atuação do *chatbot*, existindo, nesse sentido, uma relação diretamente proporcional entre o engajamento das publicações de Beta e a utilização de dados, pesquisas e links informativos que embasam seus posicionamentos.

5. Resultados e Discussão: chatbots como instrumentos de accountability

No que diz respeito à primeira hipótese, convém evidenciarmos as duas funções principais encontradas nas publicações de Beta, sendo estas 1) Informar, referente tanto à utilização de dados, pesquisas, links informativos, levantamentos e notícias diversas sobre algum projeto, decisão ou acontecimento; quanto acerca de alguma convocação anterior, trazendo – direta ou indiretamente – informações sobre o seu próprio desempenho; 2) e Pressionar, relacionado à convocação dos indivíduos à participação política, seja a partir do envio massivo de e-mails a parlamentares, seja por meio da assinatura de petições online. Estas funções, que aparecem

exemplificadas abaixo, não são necessariamente exclusivas, existindo, então, diversas publicações que conseguem, simultaneamente, informar e pressionar.

1) Informar

- **Informações sobre as temáticas tratadas:** “🌸 Alerta hacker do bem 🌸 Os códigos estão mudando! #StopWindows95 Sabe quando chega aquela notícia que faz seus códigos acelerarem? Lá vem arraso: a busca por diversidade no Google BR cresceu 30% no último ano, com destaque para as buscas por Feminismo, que aumentaram mais de 200% em dois anos! 🐼 #realoficial [...] (25/10/2017)¹⁶
- **Informações sobre seu próprio desempenho:** “Boa tarde, faces! Venho aqui trazer uma boa notícia: em menos de 24h, enviamos mais de 10 mil emails pra cada deputado e deputada da Comissão Especial do PL Escola sem Partido. Já são mais de 30 mil no total! 😎 E adivinhem só: votação CANCELADA, mores! [...] Por enquanto, vamos espalhar essa vitória pelas redes! Curte e compartilha cazamiga pra todas saberem que a gente arrasa quando se junta 🐼” (08/08/2018)¹⁷

- 2) **Pressionar:** “📢 É HOJE! 📢 A votação dos destaques da PEC 181 volta daqui a pouco. É hora de mostrar para os deputados que a estratégia de adiar a votação até a gente cansar não funcionou! Nenhuma mulher vai entrar em 2018 com menos direitos, muito menos ficar parada 🙄 Tá comigo? Então #ChamaBetaNoInbox para fazer sua pressão! E se você já pressionou, vale agir de novo, é só me mandar “enviar email já!” no Inbox: bit.ly/chamabetanoinbox” (12/12/2017)¹⁸

¹⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/beta.feminista/posts/538674713146344>. Acesso em 21/04/2017

¹⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/beta.feminista/posts/716282208718926>. Acesso em 21/04/2017

¹⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/beta.feminista/posts/559480454399103>. Acesso em 21/04/2021.

As publicações que possuem a função de informar foram, então, classificadas de modo separado, a fim de compreendermos não apenas se Beta privilegia posts informativos ou de convocação à pressão, mas ainda a natureza do referido tom informacional. Dito isto, ao categorizarmos o corpus a partir destas três variáveis, observamos um protagonismo explícito das publicações cujo objetivo principal é informar e cujo delineamento aponta para a utilização de dados, levantamentos, links e notícias acerca das temáticas tratadas, como exposto na tabela abaixo (TAB 2).

TABELA 2
Publicações do *chatbot* Beta Feminista classificadas a partir de suas funções

Função	Quantidade
Apenas Informar	Informações sobre as temáticas tratadas: 155 Informações sobre o próprio desempenho: 23 Informações sobre as temáticas e sobre o próprio desempenho: 03 Total: 181
Apenas Pressionar	45
Informar e Pressionar simultaneamente	Informações sobre as temáticas tratadas: 37 Informações sobre o próprio desempenho: 24 Informações sobre as temáticas e sobre o próprio desempenho: 13 Total: 74
Total	300

FONTE – autoria própria.

Desse modo, levando em conta ainda a possível imbricação entre tais funções, podemos afirmar que as publicações que carregam, de modo isolado ou não, o objetivo de informar são prevaletentes no corpus, uma vez que essa função aparece, ao todo, 255 vezes. Enquanto isso, as publicações que procuram convocar os

indivíduos à realização de pressão sob atores políticos são, ao todo, 119. Assim, nossa primeira hipótese se confirma, uma vez que mais do que convocar os indivíduos à participação política, Beta atua informando-os constantemente, sobretudo a partir de pesquisas e dados referentes às temáticas abordadas.

Contudo, pensando ainda na circulação deste conteúdo, questionamo-nos acerca do seu engajamento. Isso porque nossa segunda hipótese sugere que a utilização de dados, links, pesquisas e levantamentos, bem como a inserção de informações acerca do seu próprio desempenho, auxiliam na construção de uma maior legitimidade em torno de Beta. Por isso, é de nosso intento compreender se a supracitada estratégia pode potencializar a atuação do *chatbot* enquanto um instrumento de pressão política, existindo, nesse sentido, uma relação diretamente proporcional entre o engajamento das publicações de Beta e a utilização de dados, pesquisas e links informativos que embasam seus posicionamentos.

Para tanto, optamos por dois caminhos analíticos. Primeiramente, comparamos as médias no engajamento das publicações a partir de suas respectivas funções (TAB 3). Em seguida, olhando para 10% corpus (N=30), verificamos se as publicações com maior engajamento são aquelas que apresentam conteúdo informacional (TAB 4). O engajamento, em ambos os caminhos, foi calculado por meio da soma das interações de cada post, considerando, então, tanto comentários e compartilhamentos, quanto curtidas e suas variações.

TABELA 3
Média do engajamento das publicações

Função	Média do engajamento
Apenas Informar	237
Apenas Pressionar	462
Informar e Pressionar simultaneamente	481

FONTE – autoria própria.

TABELA 4
As 30 publicações com maior engajamento e suas respectivas funções

Função	Quantidade
Apenas Informar	Informações sobre as temáticas tratadas: 05 Informações sobre o próprio desempenho: 05 Informações sobre as temáticas e sobre o próprio desempenho: 01 Total: 11
Apenas Pressionar	08
Informar e Pressionar simultaneamente	Informações sobre as temáticas tratadas: 05 Informações sobre o próprio desempenho: 02 Informações sobre as temáticas e sobre o próprio desempenho: 4 Total: 11
Total	30

FONTE – autoria própria.

Dessa maneira, a utilização, por si só, de links, levantamentos e dados não necessariamente implica um engajamento maior, haja vista que embora a função “Apenas informar” esteja bastante presente nas publicações mais engajadas (TAB 4), sua média geral é inferior às das demais funções (TAB 3). Entretanto, sugerimos que o tom informacional, quando aliado à convocação política dos sujeitos, consegue aumentar os níveis de engajamento, algo perceptível em ambas as tabelas.

Assim, gostaríamos de propor que nossa segunda hipótese pode ser aceita, embora com ressalvas e necessidade de um delineamento mais específico. Isso porque, como vimos, a informação, por si só, não potencializa a atuação do *chatbot*, em termos de engajamento, mas, ao ser combinada ao chamado para a realização de pressão política, parece conseguir tal feito. Acreditamos, nesse sentido, que isso ocorre porque a utilização de dados e informações – tanto sobre as temáticas

abordadas, quanto acerca do seu próprio desempenho – auxiliam a embasar e a legitimar a atuação do robô enquanto um instrumento de pressão política.

Dito de outra forma, se uma publicação que traz índices sobre a violência contra a mulher ou ainda apresenta os números obtidos pela última petição levantada por Beta, por exemplo, não engaja tanto quanto aquelas que alertam os indivíduos para os perigos de um recente projeto de lei, convocando-os à uma nova participação, parece-nos que inserir dados e informações nas publicações direcionadas à pressionar atores políticos legítima e embasa, em alguma medida, a atuação do robô, demonstrando a importância da mobilização em questão e o potencial de Beta em conseguir pressionar os atores políticos.

Olhando de modo mais detido para as publicações direcionadas a mobilizar os indivíduos para que estes participem de ações voltadas à realização de pressão pública, pontuamos ainda que Beta privilegia mobilizações online, uma vez que das 119 publicações com a supracitada função, 107 direcionam o sujeito à alguma forma de participação online, como petições, envio massivo de e-mails e votações.

Além disso, observamos que o *chatbot* atua, sobretudo, a partir de ações inseridas em plataformas da organização Nossas, responsável pela criação e manutenção de Beta (N= 82). Nesse sentido, são poucas as publicações que direcionam os indivíduos a petições, votações e/ou outras mobilizações promovidas por organizações distintas (N=23) e apenas uma que convoca os sujeitos a participarem de consultas públicas.

Isso nos mostra, então, como Beta Feminista atua centrada na rede de sua própria organização, estabelecendo, contudo, algumas articulações com outras instituições, mas sem perspectiva de influência em processos participativos inseridos em um contexto governamental. Entretanto, ainda assim o *chatbot* pode ser considerado como um instrumento de *accountability* social, nos termos de Smulovitz e Peruzzotti (2000; 2003), uma vez que, como vimos, convoca os indivíduos à realização de pressão pública sob atores políticos diversos, podendo empreender, assim, tanto sanções simbólicas, relacionadas à imagem dos envolvidos, quanto mais diretas. Além disso, Beta não apenas empreende esta mobilização, mas atua como uma ferramenta informacional, o que pode auxiliar a abalizar os quadros de sentido

dos indivíduos acerca de diferentes aspectos do cenário político brasileiro, persuadindo-os à participação.

6. Considerações finais

A partir desses resultados, notamos, portanto, que o caráter majoritariamente informacional das publicações do robô Beta Feminista não implica em uma diminuição do seu potencial de convocar e organizar diferentes sujeitos para fins de pressão política, mas pode potencializá-lo; o que vai de encontro, em alguma medida, com achados anteriores da literatura, que aponta para a relevância do acesso à informação em processos de *accountability*.

Assim, Beta, o primeiro *chatbot* feminista do país, pode ser entendido como um instrumento de *accountability* social, uma vez que procura – além de disseminar informações, auxiliando a pautar, em alguma medida, o debate público – organizar e convocar os indivíduos a ações de pressão política; podendo, à vista disso, infligir danos às imagens dos envolvidos, influenciar suas ações futuras e/ou estimular que um órgão regulador, por exemplo, empreenda sanções mais diretas. Estas mobilizações, como vimos, são empreendidas, sobretudo, online, configurando petições, envio massivo de e-mails e assinaturas inseridas, majoritariamente, em plataformas associadas ao Nossas, organização responsável pelo robô, não possuindo, portanto, diálogo ou influência sob consultas públicas.

Nessa esteira, investigações futuras podem explorar a articulação do *chatbot* com outras organizações do campo feminista, bem como a ausência de influência em processos nos quais a pressão é realizada de modo bem mais próximo ao Estado. Ademais, analisar e mensurar as temáticas acionadas por Beta também constitui um movimento importante, haja vista que pode nos auxiliar a compreender mais sobre a própria conjuntura política do país e sobre como as apropriações desta tecnologia em emergência representam outros caminhos para o fazer política online. Sugerimos também que inserir os indivíduos nessa equação configure um relevante ponto para se pensar na apropriação de *chatbots* para fins de ativismo, uma vez que, a partir de um estudo direcionado à recepção destes usos por parte dos indivíduos, talvez

possamos compreender melhor as lacunas e as potencialidades dos chatbots políticos.

Referências

ABRUCIO, Luiz Fernando e LOUREIRO, Maria Rita. Finanças públicas, democracia e accountability. In: BIDERMAN, Ciro e ARVATE, Paulo (orgs.). **Economia do Setor Público no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ALVAREZ, Sonia E. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. **cadernos pagu**, n. 43, p. 13-56, 2014.

ANDROUTSOPOULOU, Aggeliki et al. Transforming the communication between citizens and government through AI-guided chatbots. **Government Information Quarterly**, v. 36, n. 2, p. 358-367, 2019.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Editora Vozes Limitada, 2017.

BONNER, Michelle D. Media as social accountability: The case of police violence in Argentina. **The International Journal of Press/Politics**, v. 14, n. 3, p. 296-312, 2009.

CAMPOS, Anna Maria. Accountability: quando poderemos traduzi-la para o português?. **Brazilian Journal of Public Administration**, v. 24, n. 2, p. 30 a 50-30 a 50, 1990.

CENEVIVA, Ricardo. Accountability: novos fatos e novos argumentos—uma revisão da literatura recente. **Anais do Encontro de Administração Pública e Governança da Associação Nacional de PósGraduação e Pesquisa em Administração**, p. 1-17, 2006.

CLAD. **La Responsabilizacion en la Nueva Gestion Pública Latinoamericana**. Buenos Aires: CLAD BID, 2000.

CRESWELL, J. **Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches**. Los Angeles: SAGE, 2013.

DAEMON, Flora; SABBATINI, Letícia. Entre o simulacro e o real: performance e vitimização do chatbot Fabi Grossi. **Cambiassu: Estudos em Comunicação**, v. 15, n. 26, p. 31-50, 2020.

DALE, Robert. The return of the chatbots. **Natural Language Engineering**, v. 22, n. 5, p. 811-817, 2016.

ELSTER, Jon. Accountability in. **Democracy, accountability, and representation**, v. 2, p. 253, 1999.

FONSECA, Lucas Milhomens. Ciberativismo na Amazônia: os desafios da militância digital na floresta. **CULTURA, POLÍTICA E ATIVISMO NAS REDES DIGITAIS**, p. 37, 2014.



FRASER, Nancy. Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. **Social text**, n. 25/26, p. 56-80, 1990.

FRÖHLICH, Luís Fernando Guimarães; SOARES, Valéria Deluca. Robotização nos relacionamentos: um estudo sobre o uso de chatbots. **Fólio-Revista Científica Digital-Jornalismo, Publicidade e Turismo**, n. 2, p. 5-17, 2018.

FRYER, Luke; CARPENTER, Rollo. Bots as language learning tools. **Language Learning & Technology**, v. 10, n. 3, p. 8-14, 2006.

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. In: **A representação do eu na vida cotidiana**. 2011. p. 231-231.

HABERMAS, JÜRGEN. **Direito e democracia: entre a facticidade e a validade**. vol. 1. tradução: Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997

HELD, David. **Models of democracy**. Stanford University Press, 1987.

ISCHEN, Carolin et al. "I Am Here to Assist You Today": The Role of Entity, Interactivity and Experiential Perceptions in Chatbot Persuasion. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, p. 1-25, 2020.

JACOBS, Sandra; SCHILLEMANS, Thomas. Media and public accountability: typology and exploration. **Policy & Politics**, v. 44, n. 1, p. 23-40, 2016.

JONES, Bronwyn; JONES, Rhianne. Public service chatbots: Automating conversation with BBC News. **Digital Journalism**, v. 7, n. 8, p. 1032-1053, 2019.

KENNEY, Charles D. Horizontal accountability: concepts and conflicts. In: MAINWARING, Scott; WELMA, Christopher. **Democratic accountability in Latin America**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

KEOHANE, Robert O. **Global governance and democratic accountability**, 2003.

LAISNER, Regina. A participação em questão: ponto ou contraponto da representação na teoria democrática?. **Estudos de Sociologia**, 2009.

LUBENOW, Jorge Adriano. Esfera pública e democracia deliberativa em Habermas: modelo teórico e discursos críticos. **Kriterion: Revista de Filosofia**, v. 51, n. 121, p. 227-258, 2010.

MAINWARING, Scott. Introduction: Democratic accountability in Latin America. IN: MAINWARING, Scott; WELNA, Christopher (Ed.). **Democratic Accountability in Latin America**. OUP Oxford, p.3-34, 2003.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. O problema da participação política no modelo deliberativo de democracia. **Revista de Sociologia e Política**, v. 20, n. 41, p. 21-35, 2012.

MARQUES, F. P. J. A. **Participação política e internet**: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso do estado



brasileiro. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008

MEHR, Hila; ASH, H.; FELLOW, D. Artificial intelligence for citizen services and government. **Ash Cent. Democr. Gov. Innov. Harvard Kennedy Sch.**, no. August, p. 1-12, 2017.

MNASRI, Maali. **Recent advances in conversational NLP**: Towards the standardization of Chatbot Building, 2019. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1903.09025>. Acesso em 10/04/2021

NOSENGO, Nicola. **A extinção dos tecnossauros**. Campinas, SP: Unicamp, 2008.

O'DONNELL, Guillermo. Accountability horizontal e novas poliarquias. **Lua nova: revista de cultura e política**, n. 44, p. 27-54, 1998.

OJALA, Markus; PANTTI, Mervi; LAAKSONEN, Salla-Maaria. Networked publics as agents of accountability: Online interactions between citizens, the media and immigration officials during the European refugee crisis. **New media & Society**, v. 21, n. 2, p. 279-297, 2019.

PATEMAN, Carole. **Participação e teoria democrática**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

PAUL, Samuel. **Accountability in public services**: exit, voice and control. World Development 29. 2002.

PERUZZOTTI, Enrique. La política de accountability social en América Latina. **Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil: participación ciudadana y control social**, p. 245-264, 2006.

PETTERS, Lorreine. Chatbots em campanhas de sensibilização, narrativa conversacional e possibilidades interativas: o caso do bot Fabi para Unicef Brasil e Facebook. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 16, n. 46, 2019.

PINHO, José Antonio Gomes de; SACRAMENTO, Ana Rita Silva. Accountability: já podemos traduzi-la para o português?. **Revista de administração pública**, v. 43, n. 6, p. 1343-1368, 2009.

PRZEWORSKI, Adam; STOKES, Susan C.; MANIN, Bernard. **Democracy, Accountability and Representation**. Cambridge: Cambridge University Press. (Cambridge Studies in the Theory of Democracy), 1999

RITCHIE, Jane; SPENCER, Liz. Qualitative data analysis for applied policy research. **The qualitative researcher's companion**, v.573, n. 2002, p.305, 2002

ROCHA, Arlindo Carvalho. Accountability na administração pública: modelos teóricos e abordagens. **Journal of Accounting, Management and Governance**, v. 14, n. 2, 2011.

RUSSELL, S.J.; NORVIG, P. **Artificial Intelligence: A Modern Approach**. New Jersey: Prentice Hall, 2009



SCHMITTER, Philippe C. The quality of democracy: the ambiguous virtues of accountability. **Journal of democracy**, v. 15, n. 4, p. 47-60, 2004.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, Socialism, and Democracy**. NewYork: Harper and Brothers, 1942

SMULOVITZ, Catalina; PERUZZOTTI, Enrique. Societal Accountability in Latin America. **Journal of democracy**, v. 11, n. 4, p. 147-158, 2000.

SMULOVITZ, Catarina; PERUZZOTTI, Enrique. Cases of a Fruitful Relationship. **Democratic Accountability in Latin America**, IN: MAINWARING, Scott; WELNA, Christopher (Ed.). Democratic Accountability in Latin America. OUP Oxford, p.309, 2003.

TOUPIN, Sophie; COUTURE, Stephane. Feminist chatbots as part of the feminist toolbox. **Feminist Media Studies**, v. 20, n. 5, p. 737-740, 2020.

VAN NOORDT, Colin; MISURACA, Gianluca. New wine in old bottles: Chatbots in government. In: **International Conference on Electronic Participation**. Springer, Cham, 2019. p. 49-59.