

---

## FORA DO E-CIDADANIA E DENTRO DO YOUTUBE? Hostilidade às instituições e engajamento com o Senado nos ambientes digitais <sup>1</sup>

### OUTSIDE E-CITIZENSHIP AND INSIDE YOUTUBE?: Hostility towards institutions and engagement with the Senate in digital environments

João Guilherme Bastos do Santos<sup>2</sup>  
Cristiane Brum Bernardes <sup>3</sup>  
Alisson Bruno Dias de Queiroz <sup>4</sup>

**Resumo:** O artigo compara os comentários aos vídeos postados pelo Senado Federal na plataforma institucional e-Cidadania e na plataforma privada YouTube, no caso de eventos com vídeos nas duas plataformas. Para viabilizar a comparação, realizamos uma análise lexical dos comentários, a fim de comparar as diferenças e similitudes no discurso político mobilizado pelos usuários dos dois espaços. Partimos de uma base de 655 vídeos abertos a comentários no Portal e-Cidadania para construir uma amostra com (a) 33.840 comentários publicados no portal, (b) 4.874 comentários arquivados e não mostrados ao público no e-Cidadania, e (c) 6 mil comentários feitos nos vídeos desses mesmos eventos transpostos para o YouTube. Concluimos que os comentários excluídos do e-Cidadania apresentam similaridade com os comentários publicados no YouTube, enquanto o mesmo não ocorre quando consideramos os comentários publicados no portal institucional.

**Palavras-Chave:** YouTube, e-Cidadania, ataques à democracia, métodos digitais, Senado.

**Abstract:** This article compares the comments to videos posted by the Federal Senate on the institutional platform e-Cidadania and the ones on the private platform YouTube, in the case of events with videos on both platforms. To enable the comparison, we conducted a lexical analysis of the comments to videos posted by the Federal Senate on the institutional platform e-Cidadania and on the private platform YouTube, in order to compare the differences and similarities in the political discourse mobilized by users of the

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho GT 7 – Fenômenos e Práticas da Política Online 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.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação (UERJ), pesquisador posdoc do INCT.DD, docente colaborador no PósCom/UFBA. santos.jgb@gmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Ciência Política (IESP/UERJ), docente e pesquisadora do Mestrado Profissional em Poder Legislativo (CEFOP), integrante do INCT.DD. cristiane.bernardes@camara.leg.br

<sup>4</sup> Coordenador do Programa e-Cidadania do Senado Federal desde 2015. Aluno especial do mestrado em Poder Legislativo (CEFOP). alissonb@senado.leg.br



---

*two spaces. We started from a base of 655 videos open to comments on the e-Cidadania Portal to build a sample with (a) 33,840 comments posted on the portal, (b) 4,874 comments archived and not shown to the public on e-Cidadania, and (c) 6,000 comments made on the videos of these same events transposed to YouTube. We conclude that ..... the comments excluded from e-Citizenship are similar to the comments published on YouTube, while the same does not occur when we consider the comments published on the institutional portal.*

**Keywords:** YouTube, e-Cidadania, democracy under attack, digital methods Senate.

---

## INTRODUÇÃO

Ataques e críticas constantes ao sistema democrático colocam em questão os limites da atuação de plataformas participativas e instituições políticas na contenção de padrões de engajamento antidemocráticos e incivilizados em redes sociais online. Se entendemos que as mídias sociais digitais são essenciais no ambiente comunicativo contemporâneo, tanto como formas de interação social quanto na obtenção de informações, notícias e entretenimento (KHAN, 2017), essa preocupação institucional fica ainda mais premente. Ao disponibilizar seus conteúdos em plataformas privadas como o YouTube, as instituições políticas perdem parte do controle de moderação (PEREIRA; BERNARDES; VALE, 2019) que possuem sobre o tipo de comentários que são publicados e, portanto, sobre a validade das versões que circulam publicamente sobre os eventos realizados internamente.

Neste artigo, nosso objetivo é comparar como esses padrões discursivos aparecem nos comentários feitos aos vídeos publicados no Portal e-Cidadania do Senado Federal e no canal institucional do YouTube onde os mesmos eventos são veiculados. Comentários bloqueados no e-Cidadania encontram espaço e apoio em plataformas como YouTube? Há diferenças nos nichos, vocabulários e nos padrões de participação nesses dois ambientes? Considerando os comentários bloqueados no e-Cidadania, qual a proporção dos padrões identificados como impróprios entre os comentários presentes no YouTube? Essas questões norteiam a presente pesquisa, com acesso a comentários bloqueados em portais institucionais, objeto ainda não explorado pela pesquisa acadêmica nacional, e métodos originais de análise textual dos comentários publicados no YouTube.

Partindo de uma base de 655 vídeos abertos a comentários no Portal e-Cidadania, construímos uma amostra com (a) 33.840 comentários publicados no portal, (b) 4.874 comentários arquivados e não mostrados ao público no e-Cidadania, e (c) 6 mil comentários feitos nos vídeos desses mesmos eventos transpostos para o YouTube. Os dados são analisados através de uma combinação entre identificação de vocabulários e nichos temáticos por meio de análise lexical (análise fatorial de correspondência e clusterização hierárquica descendente). Essa combinação permite

a comparação das perspectivas expostas nos comentários envolvendo um mesmo evento retratado no e-Cidadania e no YouTube, a identificação de argumentos, tópicos e perspectivas que embasam a participação desses atores, e a aferição sobre a proporção de comentários seguindo padrões não aceitos nos canais institucionais que podem encontrar espaço no YouTube.

Essa pesquisa é particularmente relevante para uma compreensão maior dos dilemas enfrentados por instituições democráticas em plataformas de redes sociais online. As casas legislativas são capazes de manter algum controle sobre os comentários publicados em canais próprios. Embora tenham menor visibilidade que as plataformas de mídias sociais privadas, elas podem estabelecer outros padrões de comportamento entre os usuários.

No próximo item, vamos articular parte da bibliografia da área para pensarmos sobre as tensões e conflitos que se estabelecem em torno do discurso político proferido em ambientes institucionais quando publicizado por meio das plataformas de mídias sociais. Na sequência, explicamos a metodologia e analisamos os dados, enfatizando as temáticas e os conjuntos lexicais utilizados pelos comentaristas, tanto no Portal e-Cidadania, quanto no YouTube, avançando na comparação das dinâmicas de engajamento nesses dois espaços. Por fim, refletimos sobre as dificuldades que tais cenários criam no debate democrático contemporâneo, cada vez mais polarizado e concentrado nas plataformas de mídias sociais, especialmente para as instituições legislativas.

## **2. Polarização, conflitos e incivildade nas mídias sociais**

A crescente bibliografia sobre como os processos políticos, especialmente discursivos, encontram lugar nas mídias sociais, cria o desafio de abordar o tema sem parecermos repetitivos. Para além da problemática de seleção e filtragem dos conteúdos acessíveis pelos algoritmos, várias questões abordadas nas últimas décadas mostram as dificuldades que o ambiente digital cria para a discussão política. A polarização e a fragmentação trazidas pelas “bolhas informativas” ou câmaras de

eco (SUSTEIN, 2018), o uso estratégico da vigilância por governos e as diferentes funções exercidas pelas “tropas digitais” (BRADSHAW; HOWARD, 2017), os fenômenos da “trolagem”, da incivildade e do bullying (DYNEL, 2015; 2016), e a disseminação do discurso de ódio (ERNST et al., 2017; JAKUBOWICZ, , 2017; MURTHY; SHARMA, 2019), desinformação e Fake News (SUSTEIN, 2018; MCGRANAHAN, 2019; KRAFFT; DONOVAN, 2020) são apenas algumas das questões que merecem atenção ao pensarmos a comunicação política por meio das plataformas de redes sociais digitais .

Em trabalhos anteriores, analisamos como esse cenário afeta a gestão e a produção de conteúdo das instituições políticas nas redes sociais, com foco nas casas legislativas estaduais (BERNARDES, 2020, 2021; SANTOS; BERNARDES, 2020). Nesse sentido, nossas reflexões anteriores se encaixam em um restrito grupo de pesquisas que tematiza o uso dos perfis das mídias sociais pelos parlamentos (LESTON-BANDEIRA; BENDER, 2013; WILLIAMSON, 2013; LESTON-BANDEIRA, 2016; LUCINDA, 2016; GIRALDO-LUQUE et al., 2017; LUCINDA; BERTASSO, 2017; MUSTAFA; SHARIFOV, 2018; WORLD E-PARLIAMENT REPORT, 2018; JULIO NETO, 2019). Em comum, as pesquisas mostram o desenvolvimento de ferramentas de engajamento pelas casas legislativas, interessadas em estreitar seus vínculos com a população.

Porém, o diferencial deste estudo está no foco direcionado para comparação dos comentários do público feitos nas postagens dos mesmos vídeos em diferentes plataformas, ao contrário da maioria das pesquisas que analisam o conteúdo produzido pelas instituições. Assim, comparamos por meio da análise lexical as diferenças e semelhanças entre os comentários aos vídeos de eventos legislativos postados no Portal e-Cidadania, do Senado Federal, e os comentários ao mesmo material audiovisual feitos diretamente no canal institucional mantido no YouTube.

Como já ressaltamos anteriormente, o comentário é uma das formas mais relevantes de engajamento, “(...) por exigir mais tempo e dedicação em um cenário em que a economia de atenção é escassa” (SANTOS; BERNARDES, 2020, p.13). Recuero destaca que o ato de comentar demanda motivação para participação efetiva dos usuários, pois significa que eles querem assumir os riscos de entrar na

conversação (2014, p.120). Nesse sentido, analisar os comentários pode revelar os “padrões de interação dos cidadãos em contato com vídeos destes canais” (SANTOS; BERNARDES, 2020, p.13). Lembramos, ainda, que não realizamos uma análise de conteúdo ou semântica dos vídeos publicados pelo Senado, tanto no Portal e-Cidadania, quanto no canal da instituição no YouTube, mas apenas uma análise lexical (i.e baseada nas similaridades e divergências nos padrões de coocorrência de palavras) dos comentários feitos pelos cidadãos aos vídeos apresentados nesses dois espaços.

Para Dynel (2014), a possibilidade dos comentários diferencia a audiência do YouTube da audiência televisiva, por sua maior complexidade e possibilidade de interação entre os próprios usuários da plataforma, não apenas deles com os produtores dos conteúdos. Segundo a autora, os comentadores estão no centro da transmissão na plataforma, pois ao se dirigirem aos demais youtubers por meio dos comentários, criam uma segunda camada de sentidos e ampliam as possibilidades interativas (DYNEL, 2014, p.46). De algum modo, por meio dos comentários os usuários podem, portanto, desenvolver estratégias para diversificar as narrativas sobre as postagens.

Isso é considerado importante para a vida democrática, como destaca Sustain (2018), por conta da necessidade de exposição dos cidadãos a materiais que eles não teriam selecionado por conta própria. Segundo o autor, “os encontros não antecipados são essenciais para a democracia” (2018, p. 85) exatamente porque nos defendem contra o extremismo de posições previamente decididas. Para ele, o grande problema das mídias sociais não é terem criado as câmaras de eco, mas o fato de permitirem que as pessoas mais propensas a acreditarem em notícias falsas sejam alcançadas com apenas um clique (SUSTEIN, 2018, p. 87).

Um ponto interessante trazido por Panda et al. (2020) sobre o contexto da Índia é que, em geral, os políticos que se engajam em discursos extremistas ou de ódio acabam sendo “premiados” com mais atenção e mais engajamento dentro das redes, ao contrário dos cidadãos comuns que geralmente sofrem sanções quando identificados - especialmente quando o comportamento nas redes gera repercussões offline, como manifestações e atos considerados violentos. Nesse sentido, o estímulo

à polarização política ganha um reforço dentro das plataformas para os atores que são considerados fontes de informação política, como os parlamentares, por exemplo.

Em contraste com a percepção dos autores, no caso das instituições legislativas, é visível a preocupação com as regras de civilidade e o respeito aos interlocutores, para manutenção da qualidade democrática do debate, especialmente quando os comentários se dirigem à própria casa e aos parlamentares (BERNARDES, 2021). O caso da Câmara dos Deputados é exemplar: na ferramenta de chat das audiências públicas interativas, se o cidadão escrever alguma palavra ofensiva, o sistema troca automaticamente todas as letras por símbolos de corações. Nesse sentido, o filtro automatizado impede que palavrões e xingamentos sejam proferidos em público no ambiente institucional (PEREIRA; BERNARDES; VALE, 2019).

Uma questão importante na discussão sobre o ingresso das casas legislativas nas mídias sociais está no fato de que a audiência das ferramentas institucionais - entre elas os portais e-Democracia, da Câmara, e e-Cidadania, do Senado - é muitas vezes menor do que o público que circula cotidianamente nas plataformas privadas como Facebook, Twitter ou YouTube. Isso cria um paradoxo para os gestores da comunicação dos parlamentos: apesar de não controlarem o ambiente ou as regras discursivas das mídias sociais de propriedade das chamadas *big techs*, as casas legislativas precisam estar na arena onde as pessoas circulam para promover o engajamento dos cidadãos com a instituição e com os atores políticos, além da disseminação de conteúdos de interesse público.

Vejamos, na sequência, como o Senado Federal desenvolve essa dupla estratégia de publicização do processo legislativo por meio de seu portal institucional, o e-Cidadania, e também por meio do canal institucional no YouTube.

## 2. Transmissão de eventos do Senado: estratégia dupla

Todas as audiências públicas, sabatinas de autoridades e outros eventos do Senado Federal são abertos para a participação popular por meio do portal e-Cidadania. No caso das sabatinas, o Regimento Interno do Senado determina que



haja possibilidade de interação pela internet. Por sua vez, as audiências públicas têm sido abertas à participação por decisão institucional desde 2015, sem exceções, embora não haja regulamento que obrigue aberturas à interação.

A interatividade ocorre na página específica criada para cada evento dentro do portal. Nessa página, há espaço para a publicação de comentários e perguntas pelos usuários, informações sobre o evento, além do vídeo do YouTube com a transmissão feita na quase totalidade das vezes pela TV Senado. Dessa forma, o cidadão interessado em assistir ao evento pode fazê-lo diretamente no canal do YouTube da TV Senado ou pelo portal e-Cidadania, onde há o mesmo vídeo com espaço de interação oficial.

Nos eventos interativos do Senado, considera-se o portal e-Cidadania como plataforma oficial de interação, pois há uma organização interna para o fluxo da participação com o objetivo de facilitar o acesso dos parlamentares à participação popular, dando visibilidade ao comentário e ao comentador.

A equipe responsável por gerir o portal faz a moderação manual e prévia dos comentários para impedir que manifestações que desrespeitem os termos de uso sejam publicadas na página do evento. Depois disso, a própria equipe seleciona perguntas e comentários relevantes e os encaminha para a secretaria da comissão ou órgão responsável pelo evento. Com esse trabalho de seleção iniciado em 2018, a taxa de eventos com comentários lidos pelos parlamentares dobrou, passando de 35% para mais de 70%. As participações selecionadas também são encaminhadas para a TV Senado para que ela exiba os comentários e os nomes dos autores na tela durante o evento.

A moderação de comentários, prevista nos termos de uso do portal, se restringe a não autorizar a publicação de comentários que sejam ofensivos, não tenham relação com o tema do evento ou sejam repetidos por um mesmo usuário.

Por outro lado, os comentários feitos pelos usuários diretamente no vídeo do YouTube não recebem nenhum tratamento ou encaminhamento interno, ficando restritos ao ambiente do YouTube e, portanto, alijados do debate oficial dentro do parlamento.

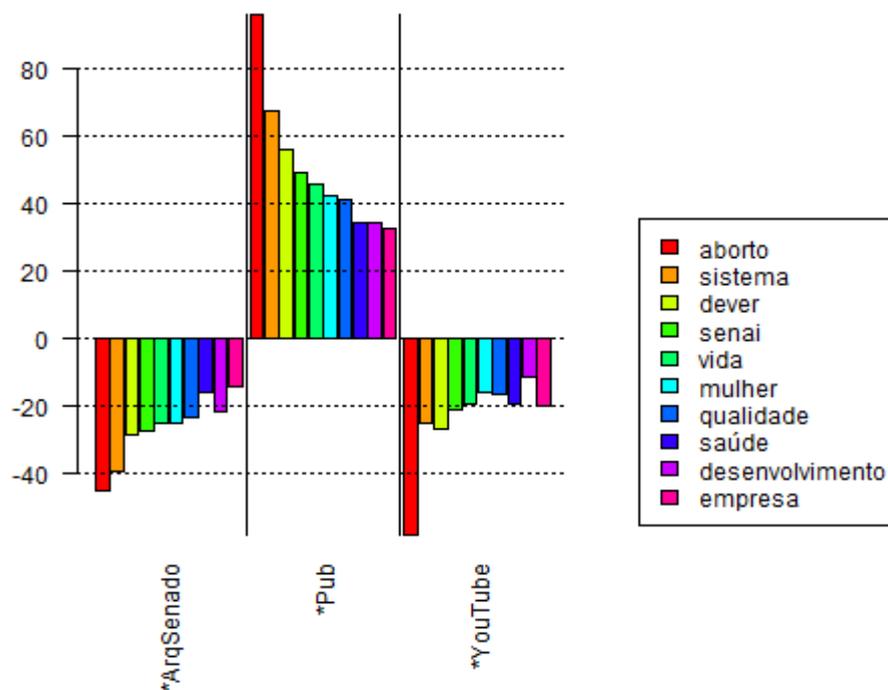
---

### **3. Os léxicos envolvidos nos comentários: aproximações e distanciamentos**

A partir da coleta de (a) 33.840 comentários publicados no portal e-Cidadania, (b) 4.874 comentários arquivados e não mostrados ao público no e-Cidadania, e (c) 6 mil comentários feitos nos vídeos desses mesmos eventos transpostos para o YouTube, buscamos inicialmente as palavras que mais parecem nessas três instâncias comunicativas, a fim de realizar uma comparação entre os léxicos delas.

O Gráfico 1 mostra que as palavras com maior probabilidade de aparecer nos comentários em publicações no e-Cidadania (Pub) possuem probabilidades claramente negativas, tanto nos arquivados (ArqSenado), quanto no debate realizado no YouTube. Ou seja, são termos com menor frequência nessas duas instâncias. Nesse sentido, emerge dos dados um padrão diferenciado para os comentários que são efetivamente publicados no e-Cidadania, com foco provável na discussão sobre gênero - representada pelas palavras aborto, vida, mulher, saúde - e também em questões relacionadas à economia, como indica a presença de termos como sistema, Senai, desenvolvimento e empresa.

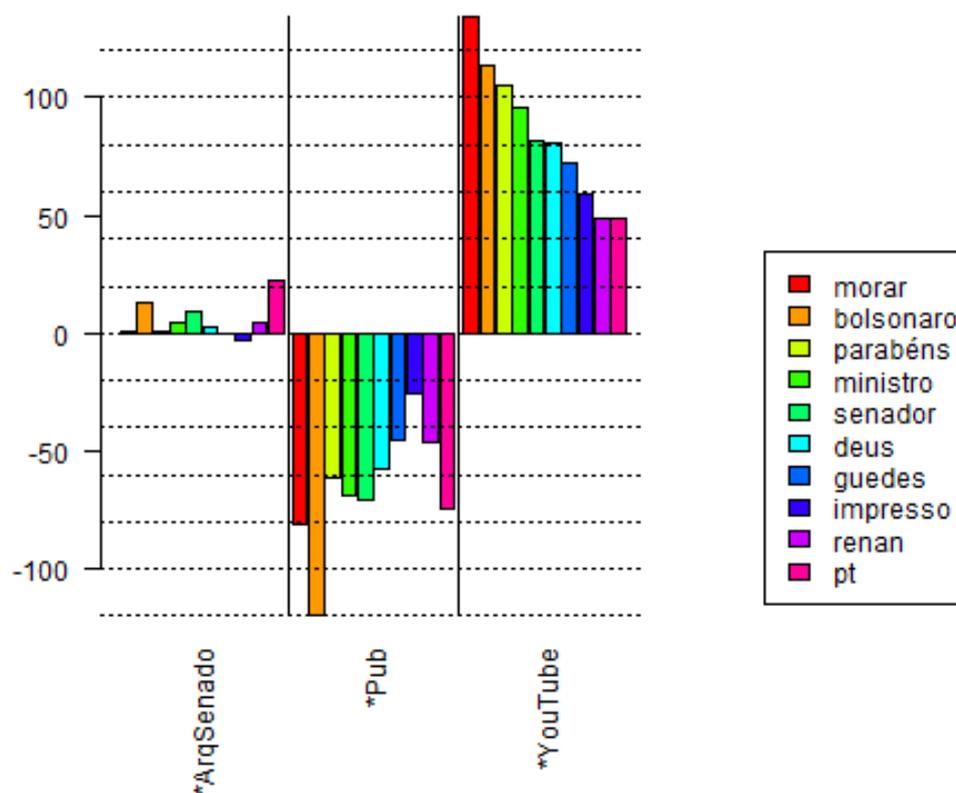
GRÁFICO 1  
Palavras mais frequentes nos comentários publicados no e-Cidadania



Fonte: Elaboração própria.

Prosseguimos a análise para descobriremos se os grupos lexicais dos comentários arquivados e daqueles que aparecem no YouTube são semelhantes entre si. O Gráfico 2 mostra que entre as palavras mais frequentes no YouTube só uma possui índice negativo para os comentários arquivados, ou seja, menor frequência neles: o termo 'impresso', relacionado à discussão sobre 'voto impresso'. O restante do vocabulário parece ser mobilizado tanto no YouTube, quanto nos comentários arquivados e em relação direta com a discussão conjuntural entre o governo de Bolsonaro e a oposição, especialmente do PT, em torno das atuações dos ministros Paulo Guedes e Sérgio Moro. Importante destacar que na lematização automática do Iramuteq - técnica que permite a comparação e o agrupamento dos termos, reduzidos à raiz lexical - o sobrenome de Moro foi alterado para o verbo 'morar', conforme aparece no Gráfico 2.

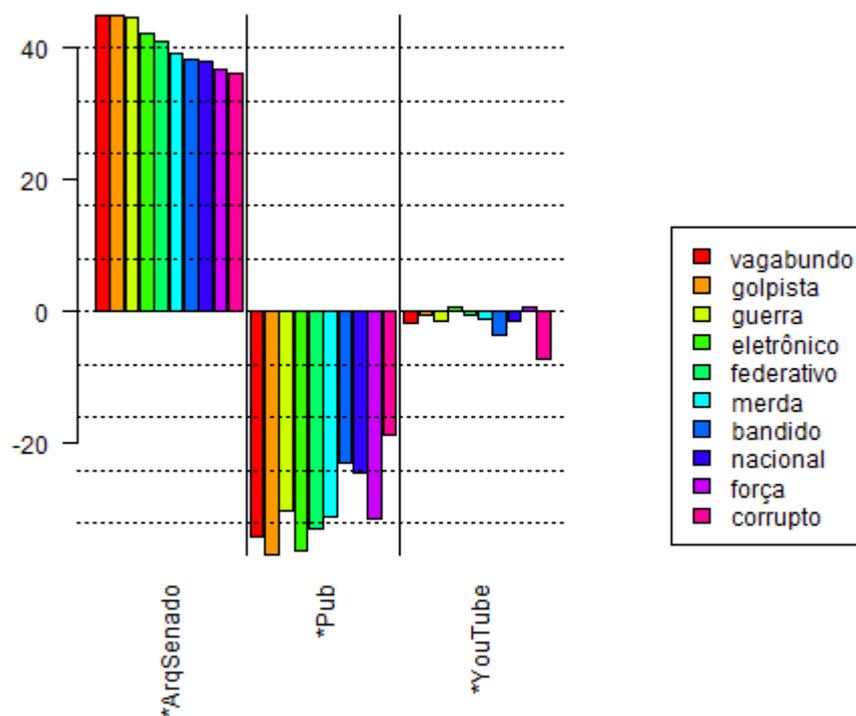
GRÁFICO 2  
Palavras mais frequentes nos comentários do YouTube



Fonte: Elaboração própria.

As palavras mais frequentes nos comentários arquivados, por sua vez, estão claramente ausentes entre as publicadas (proporcionalmente), e a maior parte delas também possui chances negativas de aparecer no YouTube. Apenas 'eletrônica' (conectada não apenas urna eletrônica, mas também a discussões sobre esportes eletrônicos e afins) e 'força' (policiais e armadas, além da expressão 'uso de força') aparecem nos comentários postados no YouTube, ainda que em menor proporção, conforme mostra o Gráfico 3. Nota-se ainda que o uso de xingamentos e de adjetivos com conotação pejorativa são os termos mais comuns nos comentários que são arquivados pela equipe do e-Cidadania, exatamente em obediência aos termos de uso da plataforma.

GRÁFICO 3  
- Palavras mais frequentes nos comentários arquivados do e-Cidadania

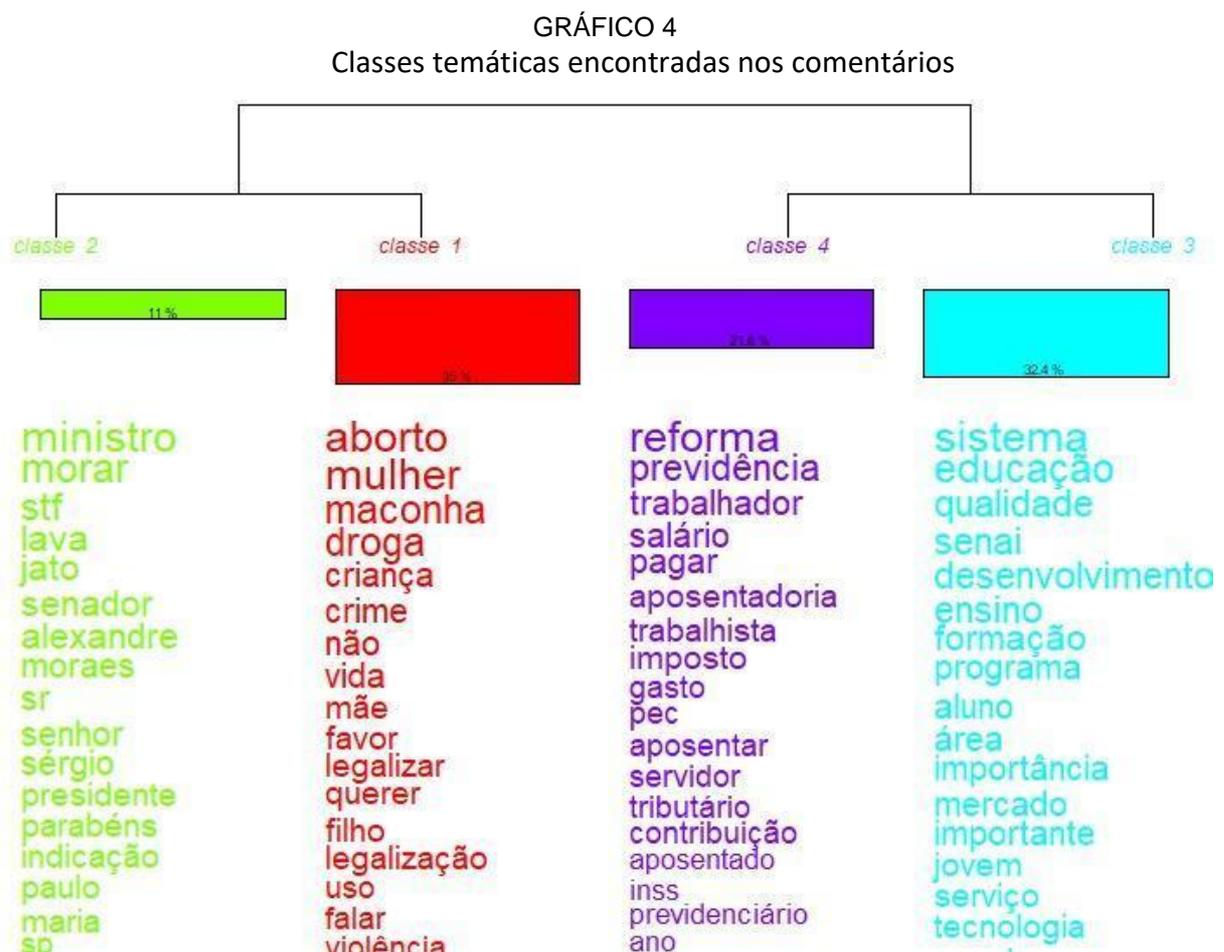


Fonte: Elaboração própria.

A comparação entre os três gráficos indica que: (i) há uma diferença clara entre os comentários publicados no e-Cidadania e o debate presente no YouTube; (ii) as discussões do YouTube encontram mais similaridade com os comentários arquivados/excluídos do que entre aqueles publicados no e-Cidadania; (iii) os termos mais presentes nos comentários arquivados não aparecem nos comentários publicados e também possuem poucas chances de aparecer no YouTube, com exceção daqueles relacionados à discussão sobre forças (policiais, armadas e etc.).

Essa diferença, no entanto, pode estar relacionada a divergências temáticas nas três instâncias: se os comentários arquivados trazem discussões sem relação com os temas utilizados no YouTube, podemos esperar que utilizem palavras diferentes, e

vice-versa. A seguir, apresentamos os vocabulários encontrados na totalidade dos comentários e sua distribuição em diferentes classes temáticas (Gráfico 4), seguido pela relação entre essas classes e os tipos de comentários (Pub, ArqSenado ou YouTube).



Fonte: Elaboração própria.

A análise temática mostra quatro grandes temas divididos em duas chaves na interação online com vídeos do YouTube e eventos do e-Cidadania. Na primeira chave, temos como grupos próximos (i.e. com maior similaridade entre si do que com os demais) as polêmicas em torno da atuação de membros do Supremo Tribunal Federal e ministros do governo (classe 2) e o debate sobre a chamada “pauta moral” do governo, especialmente em torno de temas como descriminalização do aborto,

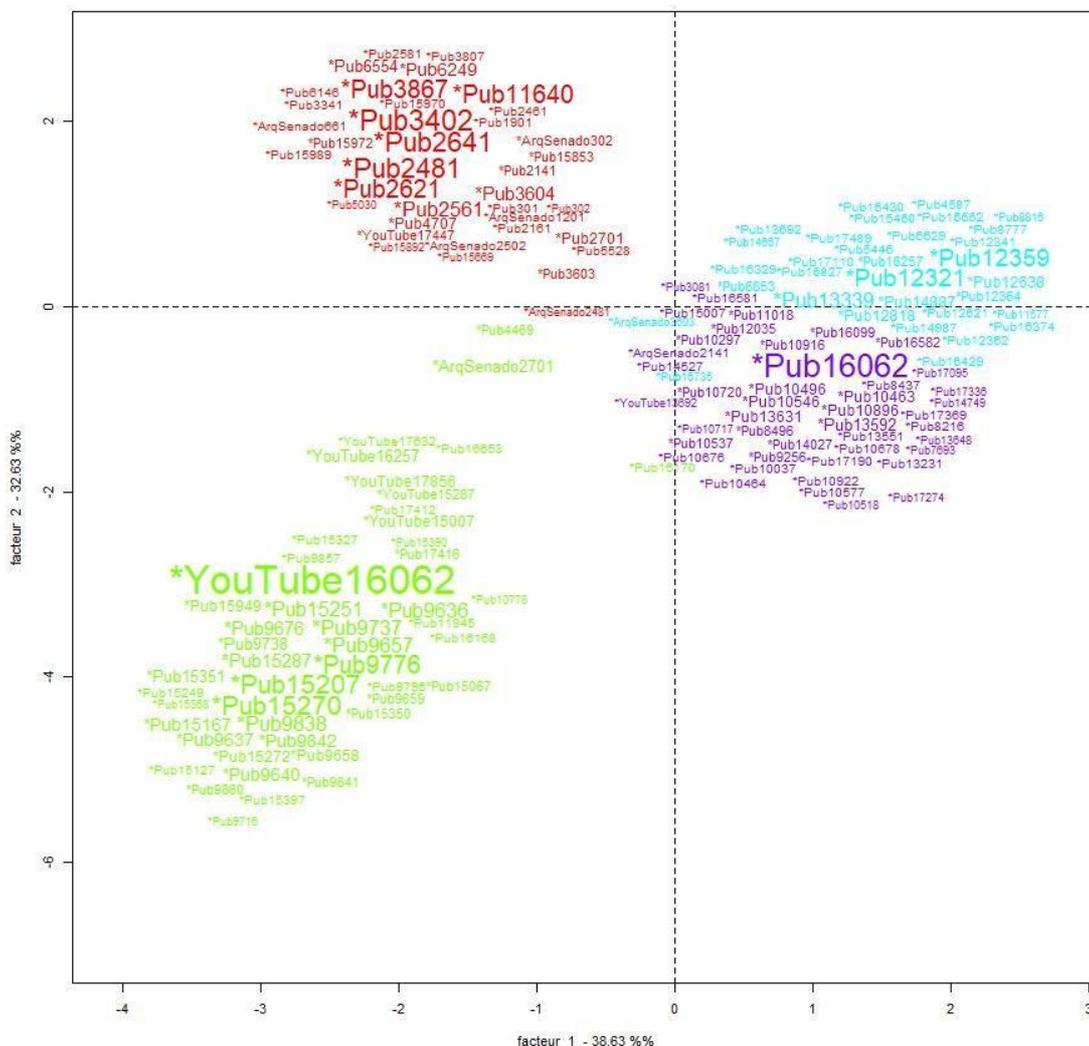
legalização das drogas e combate à violência (classe 1). Na outra chave, também próximos, a discussão sobre as reformas da previdência e trabalhista (classe 4) e questões relacionadas ao ensino, tecnologia e desenvolvimento econômico (classe 3).

É interessante perceber que duas classes relacionadas, substantivamente, ao conteúdo do debate legislativo em diálogo com a política do Executivo - classes 1, sobre os temas da pauta moral, e classe 3, sobre ensino, tecnologia e desenvolvimento econômico - correspondem, respectivamente, a 35% e 32,4% dos comentários coletados. O terceiro tema de maior preponderância, reformas da previdência e trabalhista, representado pela classe 4, alcança 21,6% dos comentários. Dados que demonstram o interesse público pela agenda legislativa, especialmente nos temas relacionados especificamente com grandes polarizações políticas.

O Gráfico 5 mostra a distribuição espacial dos termos a partir do tipo de comentários (Pub, ArqSenado ou YouTube) e de acordo com as classes temáticas - as cores identificam as classes do Gráfico 4 - e a frequência de cada termo para cada evento transmitido pelo e-Cidadania. O número que identifica (id) cada evento é precedido pelos códigos 'ArqSenado' para comentários arquivados, 'Pub' para publicados e 'YouTube' para comentários feitos no YouTube. Quanto maior o tamanho da indicação, maior a quantidade de comentários no vídeo em questão.

Um caso emblemático, que mostra como esses temas variam consideravelmente entre YouTube e e-Cidadania, é a discussão 16062, que trata da Audiência Pública com o ministro Sérgio Moro para esclarecimentos a respeito das notícias veiculadas na imprensa relacionadas à Operação Lava Jato. Apesar de ser relevante tanto no e-Cidadania quanto no YouTube, em cada uma dessas instâncias os comentários a esse evento parecem conectados a diferentes temáticas (classes) pelo vocabulário empregado. Enquanto no YouTube a discussão gira sobre a atuação de Moro e a polêmica sobre a legitimidade da Lava-Jato, no e-Cidadania o debate se concentra em vocabulários similares aos usados na discussão das reformas empreendidas pelo governo.

GRÁFICO 5  
Distribuição espacial dos comentários por tipo e classe



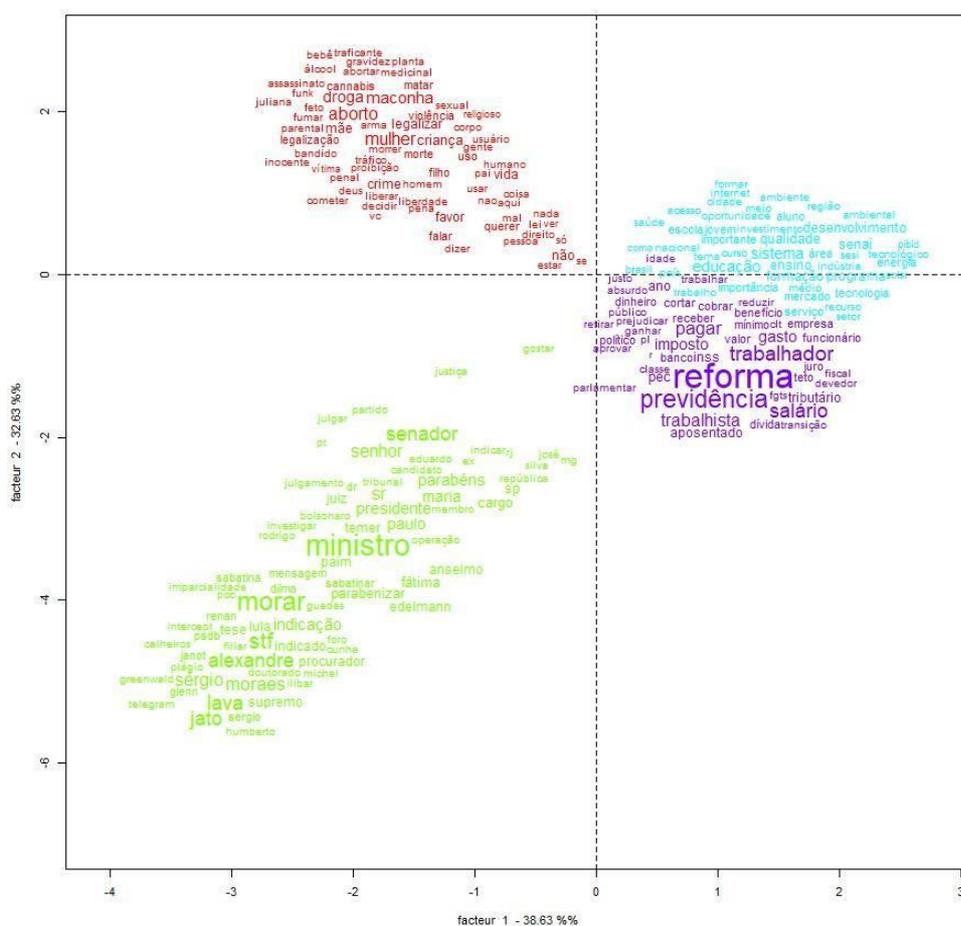
Fonte: Elaboração própria.

Vocabulários envolvendo as palavras dinheiro, cobrar, benefício e empresas deslocam a discussão em torno do evento 16062 no e-Cidadania para perto de outras, como as da reforma da previdência e trabalhista. Por sua vez, os comentários postados no YouTube estão mais próximos a menções a ministros do STF, como Alexandre de Moraes, ao ex-presidente Lula e outras figuras tidas como inimigas do bolsonarismo. Vale notar que há diferenças entre as chaves descritas anteriormente, visíveis na análise fatorial de correspondência (apresentada no Gráfico 4): as classes 4 e 3 estão muito próximas, quase contíguas, enquanto as classes 1 e 2, embora

compartilhem o lado esquerdo do plano, apresentam uma distância maior (particularmente a classe 2, distante de todas as outras) e, inclusive, ocupam quadrantes diferentes do Gráfico 5.

O Gráfico 6 mostra novamente a distribuição espacial das quatro classes temáticas, indicadas pela cor, mas apresentando os termos mais usados, indicados pelo seu tamanho. Interessante notar ainda a relevância ou não de cada termo nas redes formadas em cada classe temática, além da proximidade com outras palavras da mesma classe ou de classes diferentes.

GRÁFICO 6  
Distribuição espacial dos comentários por tipo e classe



Fonte: Elaboração própria.

Nos quadrantes à direita, por exemplo, percebemos que as classes temáticas 3 e 4, por vezes, se misturam, indicando que alguns termos podem ser usados em ambas ou estão muito próximos de outras palavras que compõem essa classe. Isso faz todo o sentido se considerarmos que as discussões sobre o ensino tecnológico ou profissionalizante se conectam aos debates sobre os direitos trabalhistas, a reforma trabalhista e também o impacto econômico ou condições de desenvolvimento envolvidas nesses temas.

Por outro lado, a discussão sobre a atuação dos ministros do Executivo e do STF parece mais dispersa, atraindo, portanto, comentários bastante díspares entre si em termos lexicais e também espalhados por diferentes vídeos. Por sua posição nos gráficos 5 e 6, também podemos inferir que os comentários da classe 2 estão conectados a eventos particulares e conjunturais típicos das disputas políticas entre governo e oposição, como sabatinas de ministros do STF e convocações de ministros do Executivo para explicações aos parlamentares.

#### **4. Conclusões**

Os dados da análise revelam, de forma comparativa, o teor dos comentários feitos nas três instâncias comunicativas e sua distribuição em quatro classe temáticas distintas, três delas bastante relacionados com o conteúdo das políticas públicas em execução pelo governo e em discussão no Senado Federal, e uma última classe concentrada na disputa ideológica e conjuntural entre governo e oposição. Concordamos com Dynel (2014) que os comentários feitos em plataformas de mídias digitais audiovisuais, como as transmissões dos eventos pelo e-Cidadania e pelo YouTube, criam possibilidades interativas entre as audiências e, por isso, novas camadas de sentidos sobre as postagens originais (DYNEL, 2014, p.46), algo que não era possível com tanta intensidade nas transmissões televisivas (ainda que as teorias de recepção apontassem para esses fenômenos entre as audiências).

Isso fica claro quando comparamos os comentários que um mesmo evento audiovisual recebe no e-Cidadania e no YouTube, cujo exemplo mais relevante em

nossa amostra foi a Audiência Pública com o então ministro da Justiça Sérgio Moro sobre as notícias veiculadas na imprensa relacionadas à Operação Lava Jato. Se no YouTube a transmissão serviu para incentivar a polarização entre defensores e críticos ao ministro e, por consequência, ao governo e à condenação do ex-presidente Lula, no Portal e-Cidadania a discussão também se conectou à questão da Reforma da Previdência, que estava sendo votada na época (junho de 2019).

Assim, faz sentido que a classe 2, centrada na polêmica sobre a Operação Lava-Jato e as atuações do STF e dos ministros do Governo Bolsonaro, especialmente Sérgio Moro e Paulo Guedes, tenha relevância maior entre os comentaristas do YouTube, uma plataforma privada, porém aberta, arena privilegiada para os debates ideológicos e posições polarizadas. A diversificação de narrativas por meio dos comentários, parece ser menor no e-Cidadania, plataforma institucional do Senado, mostrando que os usuários ficam mais concentrados em debater o teor das propostas e políticas governamentais em exame no Legislativo, atendo-se ainda a um vocabulário compartilhado mais próximo e que diz respeito, mais claramente, aos aspectos substantivos das políticas públicas.

Em relação aos comentários arquivados, percebemos o reforço da política de moderação dos comentários presente na maioria das ferramentas institucionais mantidas por casas legislativas (PEREIRA; BERNARDES; VALE, 2019). Nesse sentido, tal estratégia se conjuga com a preocupação dos gestores dessas instituições com a manutenção de níveis adequados de civilidade entre os interlocutores e com a criação de um ambiente digital livre de agressões, especialmente aos agentes políticos (BERNARDES, 2021).

De forma geral, a importância dos espaços institucionais mantidos por parlamentos para o encontro e o debate entre as diferentes visões políticas é algo que esbarra nas dificuldades dos gestores das casas legislativas em utilizar as mídias sociais com essa finalidade. Porém, como ressalta Sustain (2018), a exposição dos cidadãos a visões diferentes e perspectivas que eles não conhecem é essencial para a democracia. Nesse sentido, não espanta que a maior parte dos xingamentos e adjetivos pejorativos seja encontrado exatamente nos comentários que foram arquivados pela equipe do e-Cidadania, conforme mostra o Gráfico 3. Afinal, é nela



---

que há oportunidade de moderação do conteúdo. Em consonância com a percepção de Panda et al. (2020), os cidadãos acabam sendo sancionados por seu comportamento incivil ou rude dentro das redes, ainda que isso nem sempre seja verdade em relação aos políticos.

## Referências

- BERNARDES, C. B. Uso do Twitter para engajamento político: análise dos perfis das assembleias legislativas da Região Sudeste. **Revista Compolítica**, v. 10, p. 5-48, 2020.
- BERNARDES, C. B. Possibilidades e obstáculos na gestão de perfis em redes sociais pelas assembleias legislativas da Região Sudeste do Brasil. **E-Legis**, no prelo, 2021.
- BRADSHAW, S.; HOWARD, P. **Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. Computational Propaganda Research Project**, Working Paper n. 2017.2, University of Oxford, p.1-36, 2017.
- DYNEL, M. Participation framework underlying YouTube interaction. **Journal of Pragmatics**, 73, 37–52, 2014.
- DYNEL, M. The landscape of impoliteness research. **Journal of Politeness Research**; 11(2): 329–354, 2015.
- DYNEL, M. “Trolling is not stupid”: Internet trolling as the art of deception serving entertainment. **Intercultural Pragmatics**; 13(3): 353–38, 2016.
- ERNST, J.; SCHMITT, J. B.; RIEGER, D.; BEIER, A. K.; VORDERER, P.; BENTE, G.; ROTH, H. Hate Beneath the Counter Speech? A Qualitative Content Analysis of User Comments on YouTube Related to Counter Speech Videos. **Journal for Deradicalization**, n.10, p. 1-49, Spring, 2017.
- GIRALDO-LUQUE, S.; VILLEGAS-SIMÓN, I.; BUGS, R. C. ¿Cómo usan los parlamentos las redes sociales? Un estudio comparado y longitudinal aplicado a países de América y Europa (2010, 2015 y 2017). **Revista Latina de Comunicación Social**, n.72, p. 1.278 a 1.299, 2017.
- JAKUBOWICZ, A. Alt\_Right White Lite: trolling, hate speech and cyber racism on social media. **Cosmopolitan Civil Societies: an Interdisciplinary Journal**. 9(3), 41-60, 2017.
- JÚLIO NETO, G. A. Desafios da comunicação pública face aos fluxos comunicacionais: Um estudo sobre a TV Assembleia/ES. **XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Vitória/ES, 2019.
- KHAN, M. L. Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube?. **Computers in Human Behavior**, v. 66, p. 236-247, 2017.
- KRAFFT P. M.; DONOVAN, J. Disinformation by Design: The Use of Evidence Collages and Platform Filtering in a Media Manipulation Campaign. **Political Communication**, v.37, n.2, 194-214, 2020.
- LESTON-BANDEIRA, C. Why Symbolic Representation Frames Parliamentary Public Engagement. **British Journal of Politics and International Relations**, v. 18, n. 2, p.498-516, 2016.
- LESTON-BANDEIRA, C; BENDER, D. How deeply are parliaments engaging on social media? **Information Polity**, v.18, 2013, p.281-297.
- LUCINDA, K. A. Comunicação Pública via Mídias Sociais: Estudo de caso da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina. [Monografia] Jornalismo. Florianópolis/SC: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), 2016.
- LUCINDA, K. A.; BERTASSO, D. Comunicação Pública via Mídias Sociais: estudo de caso da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina. VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA). Porto Alegre/RS, 2017.
- MCGRANAHAN, C. A Presidential Archive of Lies: Racism, Twitter, and a History of the Present. **International Journal of Communication** 13(2019), 3164–3182, 2019.
- MURTHY, D.; SHARMA, S. Visualizing YouTube’s comment space: online hostility as a networked phenomena. **New Media & Society**, Vol. 21(1) 191–213, 2019.
- MUSTAFA, A.; SHARIFOV, M. Towards Enhancing Citizens Engagement: A Review of Parliamentary Websites in the 36 State Houses of Assembly in Nigeria. **JeDE97-M**, v. 10, n. 2, p. 97-111, 2018.



PANDA, A.; CHAKRABORTY, S.; RAVAL, N.; ZHANG, H. MOHAPATRA, M.; AKBAR, S. Z.; PAL, J. Affording Extremes: Incivility, Social Media and Democracy in the Indian Context. ICTD '20, June 17–20, Guayaquil, Ecuador, 2020.

PARISER 2012???

PEREIRA, M.A.G.; BERNARDES, C. B.; VALE, M. L. . Moderação ou censura? Análise sobre a moderação das Audiências Públicas Interativas no e-Democracia. In: II Congresso do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital, 2019, Salvador. Anais do II Congresso do INCT-DD, 2019.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso**, v.28, n.68, maio-agosto 2014, p.114-124.

SASTRE, A.; CORREIO, C. S. P. O.; CORREIO, F. R. B. A influência do “filtro bolha” na difusão de Fake News nas mídias sociais: reflexões sobre as mudanças nos algoritmos do Facebook. **Revista GEMInIS, São Carlos**, UFSCar, v. 9, n. 1, pp.4-17, jan. / abr. 2018.

SANTOS, J.G.B.; BERNARDES, C. B. Uso do YouTube por Paramentos: temáticas e comentadores. In: III Congresso do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital, 2020, Salvador. Anais do III Congresso do INCT-DD, 2020.

SUSTEIN, C. Is Social Media Good or Bad for Democracy? *SUR* 27, v.15, n.27, p. 83-89, 2018.

WILLIAMSON, A. Social Media Guidelines for Parliaments. Geneva, Switzerland, Inter-Parliamentary Union, 2013. Disponível em: <http://www.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf>

WORLD E-PARLIAMENT REPORT. Genebra: União Inter-Parlamentar, 2018.