

O impacto do Facebook nas decisões políticas: o caso da deputada federal Tia Eron¹

Arquimedes PESSONI²

Rita DONATO³

Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), São Caetano do Sul, SP

Resumo

O artigo discute como o Facebook pode ser ferramenta para engajar o cidadão, tornando-o agente participativo na política. Apresenta-se o caso da deputada federal Tia Eron (PRB), que alcançou maior popularidade na mídia social em duas votações: o *impeachment* de Dilma Rousseff (PT) e o relatório que indicou a cassação do mandato do então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (PMDB) – em abril e junho de 2016, respectivamente. Com base em dados qualitativos e quantitativos coletados na *fanpage* da deputada, e foco nas reflexões de David Weinberger (2006) sobre o comportamento social na era da conexão, a análise indica que os brasileiros com acesso à Internet assumiram o *site* de relacionamento como espaço para debater política e, sobretudo, pressionar os representantes públicos em decisões de interesse nacional.

Palavras-chave: Facebook, era da conexão, Tia Eron, *impeachment*, cassação de Cunha.

As transformações sociais na era da conexão: perspectiva teórica

A popularização da Internet e das mídias sociais no Brasil, em franca ascensão desde os anos 2000, está modificando as formas de comportamento da sociedade. As discussões sobre a participação ativa do cidadão comum na esfera política por meio do ciberespaço ficaram mais evidentes após as mobilizações populares organizadas pelas mídias sociais em 2013. Caracterizadas como Jornadas de Junho, as manifestações – inicialmente contra o aumento de tarifa do transporte público – influenciaram brasileiros a protestarem contra os governos e consolidaram a proposta de utilizar a Internet como espaço para discutir ideias, sugerir mudanças e apoiar ou refutar políticas públicas, enfatizando a importância das mídias sociais para a comunicação e organização das massas.

Peruzzo (2013) afirma que o uso das redes sociais virtuais foi o diferencial das Jornadas de Junho. Na avaliação da autora, *sites* como YouTube, Flickr, Facebook,

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e docente do PPGCOM (Programa de Pós-Graduação) da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS-SP), email: peysoni@uscs.edu.br.

³ Mestranda do curso de Comunicação e Inovação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), São Caetano do Sul. Bolsista Capes, e-mail: ridonato@gmail.com.

Instagram e Twitter cumpriram o papel de facilitar a comunicação e a organização das ações, garantindo “[...] articulação entre as pessoas e as ações conjugadas (acertos de dia, local e hora para encontros presenciais)” (PERUZZO, 2013, p. 70). Ao defender que aquele movimento abriu o debate sobre novos formatos de mobilizações na cibercultura, a pesquisadora reforça tratar-se “[...] de um indicativo a mais para se avaliar a importância das redes virtuais e da Internet na mobilização das pessoas, haja vista a presença e o aprendizado de uso crescentes das mesmas na vida das pessoas” (PERUZZO, 2013, p. 81).

Na perspectiva de Weinberger (2006) – referencial conceitual que sustenta este artigo – a sociedade passa por uma nova fase, caracterizada pelo uso de computadores e dispositivos móveis com acesso à Internet sem fio, a chamada era da conexão, que permite a relação de qualquer cidadão com outras pessoas que utilizam a mesma tecnologia, independentemente do lugar ou da hora.

O autor reforça a teoria de que essa nova era está diretamente relacionada com o fortalecimento da democracia e, conseqüentemente, dos governos, da economia, da ciência, da cultura e da educação (WEINBERGER, 2006, p. 445). Em linha, ressalta que os cidadãos estão se reorganizando a partir dessa nova estrutura, que passa a ditar o ritmo social mediante a conexão via Internet.

A Internet permite que as pessoas se conectem um com o outro, evitando os gargalos de transmissão e as formalidades. Estamos no início de uma fase de geração da inovação, não apenas em tecnologia, mas nas formas de organização dos seres humanos. Estamos inventando novos tipos de grupos, novas formas de escrita, novos ritmos de relação social (WEINBERGER, 2006, p. 452 – Tradução nossa).

Weinberger defende que a era da conexão é capaz de reformular questões de interesses globais. Para o estudioso, a partir dessa visão, pode-se quebrar paradigmas. “As novas metáforas mudam a nossa forma de se conectar uns com os outros e, assim, vai mudar o mundo” (WEINBERGER, 2006, p.446 – Tradução nossa).

À luz dessa teoria, pesquisadores brasileiros relatam as transformações na sociedade a partir do século XXI, com o advento da computação móvel e das tecnologias nômades (*laptops, palms, celulares*). “Trata-se da ampliação de formas de conexão entre homens e homens, máquinas e homens, e máquinas e máquinas motivadas pelo nomadismo tecnológico da cultura contemporânea” (LEMOS, 2005, p. 2). O autor sugere que “[...] as tecnologias digitais, e as novas formas de conexão sem fio, criam usos flexíveis do espaço urbano: acesso nômade” (LEMOS, 2005, p. 3). Defende, portanto, que a era da conexão é a era da mobilidade.

As práticas contemporâneas ligadas às tecnologias da cibercultura têm configurado a cultura contemporânea como uma cultura da mobilidade. [...] No que se refere às novas tecnologias em interface com o espaço público, a ideia de mobilidade é central para conhecer as novas características das cidades contemporâneas (LEMOS, 2005, p. 4).

Assumindo a mesma perspectiva teórica, pode-se argumentar que os hábitos dos brasileiros estão intimamente relacionados com as práticas contemporâneas de comunicação e mobilizações populares, nitidamente estimuladas pelo uso das novas tecnologias. Nesse aspecto, destaca-se o papel fundamental do Facebook como ferramenta que impulsiona a participação do cidadão brasileiro em cenas políticas, conforme destacado a seguir.

O Facebook como ferramenta de participação popular no ambiente político

A eleição presidencial de 2014 reafirmou a tendência da presença do brasileiro no espaço virtual para tratar de questões políticas. Naquele contexto, a disputa polarizada entre os candidatos Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB) proporcionou o maior número de interações no Facebook em todo o mundo. Segundo divulgou a empresa, o Brasil chegou a 320 milhões de interações sobre a disputa – até o dia da votação do primeiro turno, em 4 de outubro –, superando a Índia, que teve 227 milhões de interações no período. Importante considerar que naquele ano, o país tinha menos usuários adeptos do *site* em comparação com a nação asiática: 89 milhões e 100 milhões, respectivamente (CAPELAS, 2014).

Os números sobre o engajamento dos brasileiros no ambiente *on-line* explicam os motivos que tornam as mídias sociais estratégicas no campo da comunicação. No Brasil, a Internet já chegou a 48% dos lares, apesar de ainda se concentrar em grandes centros urbanos do Sudeste e Sul. A quantidade de pessoas que utiliza a Internet todos os dias saltou de 26% para 37%, em apenas um ano, e 92% dos internautas se relacionam por meio de alguma mídia social: o Facebook é usado por 83%, seguido pelo WhatsApp (58%), YouTube (17%), Instagram (12%) e Google+, com apenas 8% (BRASIL, 2014).

Vale destacar que o país lidera o *ranking* de tempo gasto em *sites* de redes sociais. A média de permanência nessas mídias é de 21 minutos, enquanto os vizinhos Peru, Argentina e Uruguai gastam, em média, 15 minutos. O tempo que os brasileiros passam conectados nas mídias sociais supera em 60% a média em todo o mundo. São 650 horas, em média, navegando nesses sites, 290 horas a mais do que a navegação em portais (BANKS, 2015).

Observando o cenário, é possível compreender a presença de políticos no ambiente virtual para manter relacionamento com os eleitores. Na leitura de Lemos (2005), essa mudança de comportamento está atrelada às novas práticas sociais que surgiram na era da

conexão. Para o autor, houve reconfiguração nas formas de agregação social, a partir do uso da Internet, que pode reunir milhões de pessoas com finalidades distintas, ou com “[...] um objetivo mais engajado, de cunho político-ativista” (LEMOS, 2005, p. 11). Segundo o pesquisador, as massas entraram na era da conexão, assim, as novas práticas de políticas públicas devem refletir propostas em atenção aos cidadãos presentes no ambiente virtual.

A era da conexão parece estar colocando em sinergia espaço virtual, espaço urbano e mobilidade. Depois de séculos de esvaziamento do debate político no espaço público, esse fenômeno mostra o desgaste das atividades políticas clássicas e a emergência de novas formas micro-políticas de ação (LEMOS, 2005, p. 15).

Em defesa de uma sociedade cujas práticas emergem de um conjunto de redes telemáticas⁴, Lemos (2005) argumenta que as tecnologias nômades facilitam o acesso e a troca de informações 24 horas por dia, não importando o local físico onde a pessoa está, basta o acesso à Internet. Branco também reforça que esse tipo de estrutura permite avançar no consumo e no relacionamento para além do local ao afirmar que “[...] esta nova relação econômica, política e social – chamada de virtual – não tem cara e nem espaço, agora é parte da rotina de nossas vidas. Nossa vida no ciberespaço” (BRANCO, 2005, p. 228).

Por ser uma das principais ferramentas de relacionamento no espaço virtual, o Facebook se adapta às tendências sociais – ou dita tais tendências. Na tentativa de se aproximar da realidade dos usuários, a empresa investe na interface do *site* modificando as formas de interação. Dentre as recentes mudanças está a criação de cinco botões alternativos ao “Curtir” – disponíveis no Brasil desde fevereiro de 2016. Os botões de reações (Figura 1) permitem que o usuário avalie uma postagem com os seguintes sentimentos: “Amei”, “Haha”, “Uau”, “Triste” e “Grr”.

Figura 1 – Botões alternativos ao “Curtir” do Facebook



Fonte: Divulgação Facebook

A novidade surgiu concomitantemente ao movimento dos internautas a favor do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff. Assim que assumiu o segundo mandato,

⁴ Tecnologias que incluem as pessoas no mundo digital por meio de transmissão de dados a distância.

brasileiros utilizam a mídia social para se organizar e voltaram às ruas, repetindo o formato dos protestos de 2013, para manifestar apoio ao impedimento da presidente ou demonstrar a insatisfação com o processo. Naquele momento, os botões com reações movimentaram as *fanpages*⁵ de políticos e os perfis de cidadãos que se manifestavam sobre o caso.

Adepta da mídia social, em diferentes momentos a presidente da República recorreu ao Facebook para criticar o processo, ao qual nomeou de golpe (FACEBOOK, 2016a). Assim também fizeram os deputados que participaram da votação do *impeachment*, um dos casos é analisado neste artigo e ilustra o impacto da mídia social em debates políticos.

O estudo de caso: processos e metodologia de trabalho

A proposta de estudar como os cidadãos comuns podem influenciar decisões políticas na era da conexão (WEINBERGER, 2006) motivou um estudo de caso da *fanpage* da deputada federal Eronildes Vasconcelos Carvalho, a Tia Eron (PRB-BA). Técnica em Administração, a parlamentar foi eleita com 116,9 mil votos e assumiu o primeiro mandato na Câmara dos Deputados em fevereiro de 2015, após quatro mandatos consecutivos como vereadora de Salvador. É presidente do PRB na Bahia e coordenadora de Igualdade Racial do partido (CÂMARA, 2016a; PRB10, 2016).

Tia Eron tem página oficial ativa no *Facebook* desde 1 de janeiro de 2000 e acumula 49.940 curtidas na *fanpage*⁶. A parlamentar, no entanto, ganhou maior popularidade na mídia social após compartilhar em sua página um vídeo com seu discurso no dia da votação que instaurou o processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, em 17 de abril de 2016. No plenário da Câmara Federal, justificou o voto: “[...] eu sou a voz da mulher negra e nordestina que não quer mais a migalha do governo federal, porque tem dignidade para trabalhar e para vencer. [...] Portanto, meu voto é sim, sim, sim” (FACEBOOK, 2016b).

Posteriormente, a deputada retomou a popularidade no Facebook por ser o voto da Comissão de Ética da Câmara dos Deputados responsável por aprovar – ou não – o relatório indicando a cassação do mandato do presidente da Casa afastado, Eduardo Cunha (PMDB-RJ). Diferentemente do cenário anterior, quando internautas manifestaram apoio à parlamentar – pelo voto a favor do impedimento de Dilma –, neste episódio, Tia Eron

⁵ Página do Facebook direcionada a pessoas públicas, empresas, marcas, associações, sindicatos e quaisquer outras organizações que pretendem interagir com seus clientes ou, no caso de políticos, eleitores.

⁶ Dados atualizados em 25 de junho de 2016, às 15h16.

sofreu pressão popular para votar sim. Vale lembrar que a deputada também foi pressionada pela imprensa e queixou-se de perseguição por não ter divulgado seu voto.

Para ilustrar de que forma a pressão dos cidadãos por meio do Facebook pode ter interferido na decisão política de Tia Eron, no caso Cunha, foi realizado um estudo exploratório qualitativo e quantitativo para coletar informações que ilustrasse de que forma a sociedade pode participar ativamente do processo político utilizando a mídia social como ferramenta para interagir com o político e pressionar suas decisões.

A coleta de dados da *fanpage* da deputada foi realizada no seguinte recorte temporal: entre os dias 16 de abril (um dia antes da votação do *impeachment*) e 14 de junho de 2016 (data da votação do relatório que autorizou a cassação de Cunha).

Os dados foram analisados à luz da teoria de Weinberger (2006) sobre a era da conexão no cenário contemporâneo. Como suporte para a análise, considerou-se os relatórios de Banks (2015) e da Presidência da República do Brasil (2014) sobre os hábitos de consumo de mídias dos brasileiros.

Votação do *impeachment*: a popularidade da deputada Tia Eron no Facebook

A votação do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, no dia 17 de abril de 2016, mobilizou internautas a manifestarem seus posicionamentos políticos. A sessão que autorizou a instauração do processo, com 367 votos a favor, 137 contra e sete abstenções – houve duas ausências –, durou quase dez horas; a votação, seis horas (CÂMARA, 2016b). A votação foi transmitida ao vivo em canais abertos de televisão, que disputaram a audiência com telas de *smartphones* e computadores com acesso à Internet, permitindo a manifestação de cidadãos, em tempo real, nas mídias sociais. Sobretudo, ganharam voz no Facebook para criticar ou apoiar a postura dos parlamentares durante a votação.

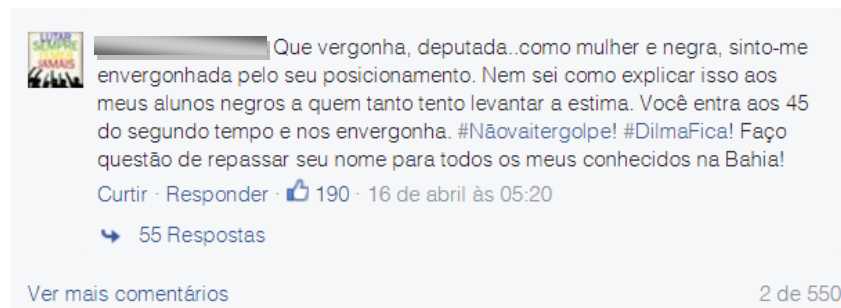
Weinberger (2006) explica essa participação ativa da população com acesso à Internet em debates políticos destacando as mudanças no comportamento da sociedade a partir do uso de novas tecnologias. Para o autor, “[...] o impulso humano para a conexão é muito forte para ser interrompido” (WEINBERGER, 2006, p. 446 – Tradução nossa). O pesquisador ressalta que os eleitores conectados querem que os governos reconheçam e reflitam sobre a importância das manifestações neste ambiente virtual.

A teoria explica a prática de políticos adeptos de mídias sociais. No episódio do *impeachment*, a maioria utilizou o Facebook para divulgar a posição a respeito do processo, como deputada federal Tia Eron, que usou a plataforma para antecipar o voto favorável ao

afastamento de Dilma Rousseff, acompanhando os demais 21 correligionários (ESTADÃO, 2016). No dia 16 de abril, um dia antes da votação, a parlamentar usou a página oficial do Facebook para reforçar: “[...] eu e meu partido estamos muito empenhados, fazendo valer as manifestações na rua”. Obteve poucas manifestações: 66 pessoas compartilharam a postagem; 782 reagiram, dos quais 42 demonstram inquietação e clicarem no botão “Grr”; 56 reagiram com “Amei”; os demais, o trivial botão “curtir”.

No total, houve 550 comentários, a maioria apoiando a decisão da parlamentar. No entanto, quando um internauta criticou a postura da deputada, protagonizou debate ideológico na página da política. Ao fazer valer seu direito de expressão e atuar como agente participativo, o cidadão recebeu 190 “curtidas” em sua manifestação e 55 respostas de internautas discutindo o momento político e argumentando sobre o voto a favor e contra o processo de *impeachment* (Figura 2).

Figura 2 – Na página da deputada, internauta protagoniza debate sobre o *impeachment*



Fonte: Facebook, 2016b

No dia 17 de abril, data da sessão que aprovou o afastamento da presidente, a deputada compartilhou dois vídeos – ambos justificando o posicionamento do partido a favor do *impeachment* –, mas obteve apenas 142 reações e dois comentários de apoio no primeiro vídeo, que mostra um correligionário explicando o processo. Ao compartilhar o segundo, produzido pelo seu partido, o PRB, a parlamentar argumentou que o processo “não é golpe”, e recebeu 644 reações e 218 comentários, prioritariamente de apoio.

A popularidade, porém, começou a aumentar momentos antes do início da votação, quando Tia Eron gravou um vídeo com dispositivo móvel mostrando os bastidores do plenário. “Vocês vêm aí o ânimo do Congresso [...]. Você sabe. Quem me pediu, eu ‘tô’ votando sim. Eu quero o *impeachment!*”, reforçou, na gravação de 34 segundos (Figura 3). A publicação atingiu 38 mil visualizações. As reações dos internautas saltaram para 2,1 mil

peessoas, representando mais do que o triplo do último vídeo; 279 compartilhamentos e 1.145 comentários – cinco vezes mais do que os comentários da última postagem.

Figura 3 – Deputada publica vídeo gravado com celular antes da votação: número de reações triplica



Fonte: Facebook, 2016b

Ao utilizar um celular para gravar a movimentação no plenário e usar uma linguagem mais próxima dos internautas, e comum no Facebook, Tia Eron parece ter se aproximado dos brasileiros adeptos da mídia social. Lemos (2005) reforça que esse comportamento é típico das práticas de comunicação cotidianas e define que o aparelho representa “[...] a radicalização da convergência digital, transformando-se em um ‘teletudo’ para a gestão móvel e informacional” (LEMOS, 2005, p. 7). Trata-se, portanto, de um equipamento portátil fundamental na era da conexão para facilitar a troca de informações e permitir o engajamento das pessoas em tempo real.

Seguindo a lógica de uma conversa impessoal com os internautas, no mesmo dia, a parlamentar divulgou em sua página um vídeo do momento de sua votação, que contabilizou o voto 327 a favor da instauração do processo de *impeachment*. A publicação atingiu 403 mil visualizações e provocou 11 mil reações, 3.909 compartilhamentos e 8.290 comentários (Figura 4). Em comparação com o vídeo anterior, as reações quintuplicaram – quase nove mil pessoas a mais reagiram ao novo vídeo.

Figura 4 – Reações de internautas quintuplicaram em vídeo que mostra momento da votação



Fonte: Facebook, 2016b

A postagem mobilizou seguidores que apoiavam a deputada e internautas contrários à sua decisão, provocando comentários classificados por ela como agressivos e racistas. Tia Eron se manifestou afirmando que manteria comentários com críticas negativas, no entanto, apagaria mensagens ofensivas e racistas. Isso indica que o número de manifestações pode ser maior do que os 8.260 comentários mantidos naquela mensagem. “Discorde, você tem direito, mas respeite!”, publicou, apoiada por 3.168 internautas (FACEBOOK, 2016b).

Na era da conexão, esse debate ideológico vivenciado pela deputada é comum, já que o ciberespaço reúne pessoas de diferentes repertórios culturais, o que torna a relação equilibrada e democrática. Na perspectiva de Weinberger (2006), “[...] quando a sociedade está conectada, ela se torna mais justa [...], mais vozes são ouvidas e as pessoas são capazes de determinar seu próprio destino” (WEINBERGER, 2006, p. 446 – Tradução nossa).

Com um discurso de respeito à democracia, sinalizado por Weinberger (2006), Tia Eron continuou utilizando o Facebook para repercutir a votação do *impeachment*. No dia 18 de abril, publicou texto expondo seu posicionamento e convidando os internautas para assistirem ao vídeo do seu voto, disponível em outra plataforma e usando assinatura mais

próxima à linguagem adotada nas mídias sociais, com a inclusão de *hashtags* – o símbolo # é usado para organizar termos de busca na Internet. “O meu voto já está no YouTube! Vou postar o link nos comentários#VamosAvançar#TiaEronEmAção#PeloBrasil#EuSouBrasil” (FACEBOOK, 2016b).

A postagem foi veiculada com foto da deputada no plenário da Câmara Federal, no momento da votação, cercada por outros parlamentares, com a bandeira do Brasil nas mãos e um adesivo colado no peito com a sigla do partido e um “SIM”, em alusão ao posicionamento favorável ao impedimento. No entanto, a publicação não causou o mesmo impacto das anteriores, o número de reações foi de 4,9 mil; 563 compartilhamentos; 1.301 comentários, a maioria a favor do conteúdo da mensagem.

Insistindo no tema, a parlamentar usou o episódio da popularidade relâmpago no Facebook para reforçar que foi vítima de racismo nos comentários de sua página no dia da votação. No dia 19 de abril, retomou o assunto e publicou texto lamentando o crime de injúria racial. Na mensagem, longa e que foge ao padrão das postagens anteriores, Tia Eron destacou o seu trabalho na Câmara Federal voltado à igualdade racial e afirmou: “Não vamos tolerar esse tipo de crime, ou ainda minimizar seus efeitos, como muitos querem fazer” (FACEBOOK, 2016b). Todavia, o número de manifestações continuou a cair. A publicação provocou 1,6 mil reações, 106 compartilhamentos e 460 comentários.

Até o início das discussões sobre a cassação de Cunha, analisado a seguir, a *fanpage* da parlamentar não apresentou reações, comentários ou compartilhamentos relevantes.

Cassação de Eduardo Cunha: a pressão dos internautas no Facebook de Tia Eron

Após a votação do *impeachment*, o processo de cassação do mandato do então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, tornou-se o foco dos internautas nas mídias sociais. O parlamentar foi criticado pelos pares, especialistas e sociedade por presidir a sessão que votou o impedimento de Dilma na condição de réu – acusado de corrupção, lavagem de dinheiro e por ocultar valores em conta na Suíça. Ademais, foi acusado de usar sua influência política para atrapalhar o andamento do Conselho de Ética da Câmara, que aprovou relatório indicando a cassação do seu mandato no dia 14 de junho de 2016.

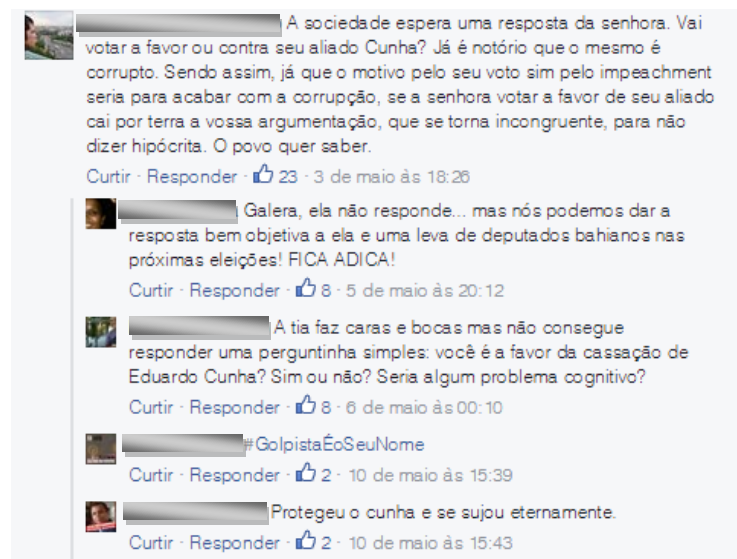
Nos dias que antecederam essa votação, a deputada Tia Eron foi protagonista no noticiário nacional e retomou a popularidade nas mídias sociais após sua ausência em uma reunião da comissão que discutiu a cassação de Cunha. Internautas usaram o Facebook para pressionar a deputada – que não havia declarado seu voto – pedindo que ela votasse pela

cassação do presidente já afastado. A cada mensagem postada pela parlamentar, centenas de comentários pedindo esclarecimentos de seu posicionamento sobre a cassação.

No dia 2 de maio, a deputada publicou mensagem desejando boa semana aos seguidores. Motivo suficiente para iniciar série de comentários a respeito do processo envolvendo Cunha. Um internauta questionou sobre suposta parceria entre os parlamentares, postando *link* de uma notícia a respeito do tema. A Assessoria de Imprensa respondeu tratar-se de matéria tendenciosa. Todavia, os questionamentos aumentaram à medida que a votação pela cassação de Cunha se aproximava.

Fato é que a deputada não divulgou seu voto na mídia social e enfrentou pressão diária dos seguidores, conforme aponta figura 5, que ilustra debate dos internautas em sua página após postagem em alusão ao Dia do Parlamento. “Galera, ela não responde... mas nós podemos dar a resposta bem objetiva a ela e a uma leva de deputados ‘bahianos’ nas próximas eleições! FICA A DICA!”, comentou um internauta, no dia 3 de maio. Entretanto, o tom da mensagem não foi suficiente para garantir uma resposta.

Figura 5 – Internautas reagem no *Facebook* e pedem para Tia Eron se manifestar no caso Cunha



Fonte: Facebook, 2016b

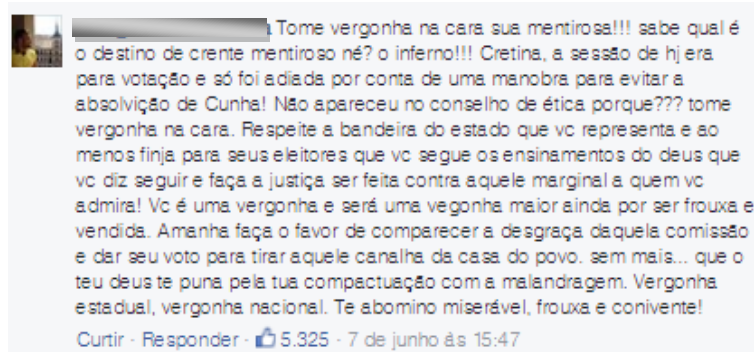
Até o dia da votação, todas as publicações no Facebook de Tia Eron tiveram comentários com apelo para que ela votasse pela cassação de Cunha. Os internautas pareciam desconsiderar quaisquer mensagens veiculadas pela parlamentar com diferentes assuntos. A análise mostra que o foco principal dos internautas era o processo contra o

presidente da Câmara e as críticas mais enfáticas levaram em consideração a ausência da deputada na primeira sessão que discutiu o processo, no dia 7 de junho.

Na tentativa de esclarecer o caso, ela usou a mídia social para publicar nota: “[...] estou em Brasília, a postos para cumprir com minha obrigação no Conselho de Ética e, caso a sessão de hoje fosse para votação, teria apresentado meu voto” (FACEBOOK, 2016b). A mensagem provocou 9 mil reações e 1.773 compartilhamentos. Diferentemente das manifestações nas postagens em defesa do *impeachment*, prioritariamente positivas, desta vez, as reações demonstraram incomodo. No total, 4.686 pessoas clicaram no botão “Grr”; outros 530 ironizaram a mensagem reagindo com o botão “Haha”.

Um dos comentários negativos (Figura 6) argumentou que ela deveria respeitar os eleitores: “Não apareceu no conselho de ética porque??? tome vergonha na cara. Respeite a bandeira do estado que ‘vc’ representa [...]” (FACEBOOK, 2016b). O comentário obteve 5.325 “curtidas” e estimulou um debate com pesadas críticas à falta de posicionamento de Tia Eron. A postagem da deputada atingiu o topo de comentários durante o período analisado: 61.852. Após a polêmica, a parlamentar passou seis dias sem publicar no *site*.

Figura 6 – Comentário provoca debate polêmico no Facebook e Tia Eron fica seis dias sem novas publicações



Fonte: Facebook, 2016b

O episódio mostra que a comunicação direta com políticos, possível na era da conexão, está mudando as relações sociais e pode influenciar as decisões desses representantes populares. Weinberger (2006) constata que a Internet permite a comunicação sem protocolos. Significa que um político presente no Facebook está exposto e se dispõe a ler o que pensam os eleitores. Adepta dessa nova forma de comunicação, “[...] sem gargalos de transmissão (de informação) e sem formalidades” (WEINBERGER, 2006, p. 452 – Tradução nossa), Tia Eron optou pelo silêncio na semana que antecedeu a votação do parecer da Comissão, a qual autorizou o processo de cassação de Cunha.

Após seis dias ausentes no Facebook, a parlamentar voltou à mídia e compartilhou um vídeo de 2'49 com o seu depoimento no momento da votação, no dia 14 de junho, onde reforçou ter sofrido pressão popular ao afirmar que não entendeu porque foi hostilizada – por não ter manifestado o voto. Por fim, votou: “[...] não posso aqui absolver o representado nesta tarde. Eu não posso, eu não posso. Quero votar sim” (FACEBOOK, 2016b).

Na mensagem veiculada no Facebook, Tia Eron relatou que nunca votou contra a consciência, uma resposta aos comentários veiculados em sua página em alusão a supostas negociações do seu partido com Cunha. Em uma das mensagens, um internauta opinou: “[...] é muito cara de pau fingir que representa o povo brasileiro e o fim da corrupção enquanto defendeu os interesses de um inescrupuloso machista como o Eduardo Cunha (em mais de um momento)” (FACEBOOK, 2016b).

Em vídeo compartilhado na mídia social, a parlamentar atingiu a imprensa ao reafirmar que “[...] parte da mídia precisa conhecer o que significa a ‘desconstrução do que parece óbvio’” (FACEBOOK, 2016b). Ao assinar a mensagem, usou a *hashtag* “ninguém manda nessa nega” (#NinguémMandaNessaNega). A publicação provocou 6,5 mil reações, 2.713 compartilhamentos e 3.977 comentários. Colocando-a novamente em evidência.

No mesmo dia, a deputada publicou uma imagem manipulada com a frase “Me chamaram para resolver o que os homens aqui não conseguiram em 7 meses” (FACEBOOK, 2016b). A parlamentar usou a mesma *hashtag* para ratificar o voto pela cassação de Cunha. A publicação mobilizou 4,5 mil pessoas, as quais clicaram nos botões que demonstram reações; 701 internautas compartilharam a imagem e 1.714 pessoas comentaram. Os números são inferiores aos da postagem anterior, demonstrando o nítido interesse dos internautas em discussões de cunho político.

Corroborando com o argumento de que Tia Eron Mensagem sofreu pressão popular por meio da mídia social, uma mensagem publicada na página oficial do PRB no Facebook, no dia da votação, sinaliza que o partido e a própria deputada teriam considerado os apelos dos internautas na decisão final. “Durante todos esses dias recebemos milhares (literalmente!) de comentários sobre como seria a decisão de Tia Eron” (FACEBOOK, 2016c). A mensagem provocou 5,2 mil reações, 1.439 compartilhamentos e 577 comentários, prioritariamente positivos, encerrando a polêmica com a frase: “Nunca duvidamos da postura dela que sempre teve compromisso com a ética e respeito com o povo. <3” (FACEBOOK, 2016c).

Considerações finais

O caso da deputada federal Tia Eron, protagonista da polêmica envolvendo o processo de cassação do então presidente afastado da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, destaca a importância do Facebook na participação do cidadão comum em debates políticos. A análise da *fanpage* da parlamentar mostra que o *site* de relacionamento engajou os internautas em manifestações de apoio e críticas ao processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff. Especialmente no caso Cunha, a mídia social foi a principal ferramenta usada pelos internautas para pressionar o voto da parlamentar, que usou a plataforma para queixar-se da pressão popular (FACEBOOK, 2016b). Ambos os episódios reforçam como as relações sociais se adaptaram na chamada era da conexão.

Diante desse cenário, é importante observar o efeito democrático do Facebook e as transformações culturais atreladas ao uso dessa tecnologia digital, que permite novas formas de organização e mobilização na cibercultura (LEMOS, 2005; PERUZZO, 2013). Com o suporte teórico de Weinberger (2006) foi possível observar que os brasileiros assumiram essa mídia social como canal para fazer valer o direito de expressar opiniões.

As reflexões do pesquisador são pertinentes ao caso estudado à medida que ilustram uma comunicação global e que abre caminho para a participação do cidadão na política. “Nós seremos capazes de nos organizar não apenas em torno de ideias, mas expressões ricas de pensamento e atitude [...]. Uma conversa de baixo para cima pode ajudar a tornar real a democracia participativa” (WEINBERGER, 2006, p. 452 – Tradução nossa).

Essa participação e liberdade de expressão são presentes no caso analisado e estimula o debate sobre como a sociedade conectada à Internet está se organizando para decidir o destino da nação. O que pode indicar que o Brasil caminha para a presença ativa da sociedade em decisões políticas na era da conexão.

REFERÊNCIAS

BANKS, A. **Brazil Digital Future in Focus 2015**. ComScore, 2015.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

BRANCO, M. Software Livre e Desenvolvimento Social e Econômico. In: CASTELLS, M; CARDOSO, G. (orgs). **Sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Lisboa: Casa da

Moeda, p. 227-236, 2005. Disponível em: <http://150.162.138.5/portal/sites/default/files/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2016.

CAMARA DOS DEPUTADOS. **Câmara autoriza instauração de processo de impeachment de Dilma com 367 votos a favor e 137 contra.** 17 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/507325-CAMARA-AUTORIZA-INSTAURACAO-DE-PROCESSO-DE-IMPEACHMENT-DE-DILMA-COM-367-VOTOS-A-FAVOR-E-137-CONTRA.html>>. Acesso em: 16 jun. 2016b.

CAMARA DOS DEPUTADOS. **Conheça os deputados.** Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/deputados/pesquisa/layouts_deputados_biografia?pk=178862>. Acesso em: 16 jun. 2016a.

CAPELAS, B. **Eleição de 2014 é a maior da história do Facebook no mundo.** Link Estadão, 5 de outubro de 2014. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,eleicao-de-2014-e-a-maior-da-historia-do-facebook-no-mundo,10000030373>>. Acesso em: 21 jun. 2016.

ESTADÃO. **Como votaram as bancadas.** Infográficos Estadão, 18 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/infograficos/politica,como-votaram-as-bancadas,571262>>. Acesso em: 21 jun. 2016.

FACEBOOK. **Fanpage Dilma Rousseff.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/DilmaRousseff/>>. Acesso em: 16 jun. 2016a.

FACEBOOK. **Fanpage PRTB10 Nacional.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/PRB10Nacional/?fref=ts>>. Acesso em: 16 jun. 2016c.

FACEBOOK. **Fanpage Tia Eron.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/TiaEron/?fref=ts>>. Acesso em: 16 jun. 2016b.

LEMOS, A. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2005.

PERUZZO, C. M. K. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”? **MATRIZES**, v. 7, n. 2, p. 73-93, 2013. Disponível em: <<http://myrtus.uspnet.usp.br/matrizes/index.php/matrizes/article/view/487>>. Acesso em: 16 jun. 2016.

PRTB10. **Quem é quem.** Disponível em: <http://www.prb10.org.br/quem_e_quem/eron-vasconcelos-3/>. Acesso em: 16 jun. 2016.

WEINBERGER, D. **Why open spectrum matters: the end of the broadcast nation.** 2006.