

Tomando partido no Facebook: Governo, oposição e a reforma da Previdência no Brasil

Taking sides on Facebook: Political parties and the pension reform in Brazil

Tomar partido en Facebook: Gobierno, oposición y la Reforma del sistema de pensiones en Brasil

Deivison Henrique de Freitas Santos, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil (deivisonfreitas@ufpr.br)

Pedro Henrique Leite, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil (pedro.leite@ufpr.br)

Francisco Paulo Jamil Marques, Universidad Federal do Paraná, Curitiba, Brasil (marquesjamil@ufpr.br)

RESUMO | O artigo examina de que modo os partidos políticos brasileiros utilizaram as redes sociais digitais para tratar da reforma da Previdência encaminhada pelo então presidente Michel Temer (PEC 287/2016). A intenção é compreender (1) se, e em que medida, os partidos da base aliada e da oposição empregaram o *Facebook* para se posicionar acerca da Proposta de Emenda Constitucional; e (2) quais argumentos foram acionados pelas agremiações para apoiar ou criticar o projeto enviado pelo Executivo. O *corpus* considera 222 *posts* publicados pelas agremiações partidárias em suas *fanpages* entre dezembro de 2016 (quando a PEC foi apresentada à Câmara) e fevereiro de 2018 (período inicialmente previsto pelo governo para votar a matéria), avaliados por meio de Análise de Conteúdo quantitativa e qualitativa. Os resultados apontam que, de forma geral, os partidos deram pouca visibilidade ao tema, menosprezando o ambiente de comunicação digital como espaço para o convencimento da opinião pública. O manuscrito é relevante por explorar empiricamente de que maneira os partidos mobilizam a comunicação digital para disputar o apoio da população quando estão em pauta políticas de Estado, indo além dos estudos que enfatizam estratégias eleitorais.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação política; redes sociais digitais; opinião pública; partidos políticos; reforma da previdência.

FORMA DE CITAR

Santos, D. H. F., Leite, P. H., & Marques, F. P. J. (2021). Tomando partido no facebook: Governo, oposição e a reforma da Previdência no Brasil. *Cuadernos.info*, (50), 249-274. <https://doi.org/10.7764/cdi.50.27557>

ABSTRACT | *The article analyzes how Brazilian political parties used social network sites to address the Pension Reform bill proposed by then-President Michel Temer (PEC 287/2016). We aim to understand (1) whether and to what extent government and opposition parties employed Facebook to discuss the Constitutional Amendment Project at stake; and (2) what arguments they adopted to support or criticize the bill. The corpus considers 222 posts published on the parties' Facebook pages between December 2016 (when the PEC was presented to the House of Representatives) and February 2018 (the month initially planned by the government to vote on the matter), examined by using quantitative and qualitative Content Analysis. The results show that, in general, the issue has drawn little attention from the parties, i.e., they despise digital communication platforms as a space for convincing public opinion. The manuscript is relevant since it empirically explores how parties mobilize digital tools to dispute the population's support when state policies are on the agenda, going beyond studies emphasizing electoral strategies.*

KEYWORDS: *political communication; social network sites; public opinion; political parties; pension reform.*

RESUMEN | *El objetivo del artículo es analizar cómo los partidos políticos brasileños utilizaron las redes sociales digitales para abordar la Reforma del sistema de pensiones enviada por el entonces presidente Michel Temer (PEC 287/2016). La intención es entender (1) si, y en qué medida, los partidos de la base aliada y de la oposición usaron el Facebook para posicionarse en la Propuesta de Enmienda Constitucional; y (2) qué argumentos fueron utilizados por las agremiaciones para apoyar o criticar el proyecto enviado por el Ejecutivo. El corpus considera 222 posts publicados entre diciembre de 2016 (cuando se presentó el PEC a la Cámara) y febrero de 2018 (período inicialmente establecido/previsto por el gobierno para votar sobre el asunto), examinado a través de Análisis de Contenido cuantitativo y cualitativo. Se concluye que, en general, los partidos dieron poca visibilidad al tema, menospreciando el ambiente de comunicación digital como un espacio para convencer a la opinión pública. El manuscrito es relevante, ya que explora empíricamente cómo los partidos movilizan herramientas digitales para disputar el apoyo de la población cuando las políticas estatales están en la agenda, yendo más allá de los estudios que enfatizan las estrategias electorales.*

PALABRAS CLAVE: *comunicación política; redes sociales digitales; opinión pública; partidos políticos; reforma del sistema de pensiones.*

INTRODUÇÃO

A popularização das plataformas de comunicação digital tem levado diferentes estudos a examinarem a influência da internet sobre instituições partidárias (Blanchard, 2006; Norris, 2003; Potter & Dunaway, 2016). Enquanto parte dos trabalhos investiga se, e em que medida, as estratégias eleitorais dos partidos se transformaram (Chadwick & Stromer-Galley, 2016; Marín-Dueñas et al., 2019), outra frente analisa de que maneira tais ferramentas incrementam a comunicação entre os cidadãos e as agremiações políticas (Ackland & Gibson, 2013; Gibson, 2015).

Tratando-se do caso brasileiro, praticamente todos os partidos marcam presença no ambiente *online* –seja por meio de *websites*, seja ao manter perfis e páginas em redes sociais (Rocha, 2015; Barros, 2016). De fato, plataformas como *Facebook* e *Twitter* têm sido regularmente empregadas por cidadãos e pela elite política para manifestar seus posicionamentos acerca de assuntos públicos (Ferreira & Crepalde, 2017). Contudo, ainda são escassos, no país, estudos que tratam a respeito dos modos como os partidos políticos usam a internet com o intuito de angariar apoio a projetos que tramitam nas Casas Legislativas, indo além dos diagnósticos sobre formas de uso durante disputas eleitorais.

A fim de compreender quais estratégias de comunicação têm sido utilizadas pelas agremiações quando estão em pauta políticas públicas, este manuscrito investiga de que modo os partidos políticos do governo e da oposição utilizaram suas páginas oficiais no *Facebook* para tratar da PEC 287/2016. A proposta encaminhada pelo governo Temer visava implementar um conjunto de alterações no sistema previdenciário brasileiro.

A escolha do *Facebook* se justifica por se tratar da maior rede social digital do mundo, além de constituir a plataforma mais relevante entre a parcela significativa da elite política nacional (Tokarski, 2019). É fundamental ter em vista, também, a existência de singularidades quanto às *affordances* dos *medias* digitais, o que evidencia as gramáticas específicas do *Facebook* quando comparado a outras plataformas que oferecem recursos distintos (Bossetta, 2018; Kniess & Marques, 2021). Além disso, o *Facebook* é recorrentemente acionado para promover um vínculo mais direto entre a população e os partidos políticos (Ernst et al., 2017), o que potencializa sua utilização em contextos de disputas de narrativa como as negociações em torno da reforma previdenciária.

Ao longo da tramitação da Proposta de Emenda Constitucional (iniciada em dezembro de 2016), houve intensa mobilização por parte de diferentes setores da sociedade, tanto favoráveis quanto contrários à medida. Após uma série de disputas travadas em 2017, a primeira votação da PEC no Congresso foi adiada para fevereiro de 2018. Porém, dado o diagnóstico do governo à época de que não teria

votos suficientes no Congresso para aprovar a medida, a apreciação da reforma foi suspensa. Nesse contexto, três questões de pesquisa (QP) norteiam a investigação:

QP1. Em que medida os partidos governistas e oposicionistas se posicionaram publicamente, seja contra ou a favor, acerca da reforma da Previdência?

QP2. Nas ocasiões em que se manifestaram a favor da reforma, que tipos de argumentos os partidos da base governista acionaram para defender a proposta?

QP3. No caso dos partidos de oposição, que argumentos foram mais recorrentes para criticar o projeto de reforma da Previdência encaminhado pelo governo Temer?

O *corpus* da pesquisa é composto por 222 postagens realizadas no Facebook pelos partidos da base aliada e da oposição com mais assentos na Câmara dos Deputados durante a 55ª legislatura (2015-2019). Os posts foram coletados com o auxílio do aplicativo *Netvizz*. No processo de filtragem, que será detalhado adiante, foram selecionadas as postagens com menções a palavras-chave como “Previdência”, “Aposentadoria” e suas variações.

Dentre as siglas governistas, conforme fundamentação a ser esmiuçada também mais adiante, estão: Movimento Democrático Brasileiro (MDB); Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB); Progressistas; Partido Social Democrático (PSD). Já as siglas de oposição consideradas são: Partido dos Trabalhadores (PT); Partido Comunista do Brasil (PCdoB); Partido Democrático Trabalhista (PDT); Partido Socialista Brasileiro (PSB).

O trabalho está dividido da seguinte maneira: no início, discute-se a literatura sobre partidos *online*, enfatizando-se o uso político das redes sociais digitais. Em seguida, contextualiza-se o cenário político que marcou a tramitação da PEC 287/2016. Posteriormente, o artigo dedica um tópico específico para tratar da construção das questões de pesquisa e das estratégias metodológicas. Em seguida, são apresentados os resultados empíricos da investigação. Por fim, elabora-se, à luz da literatura pertinente, uma discussão sobre as descobertas desta investigação.

PARTIDOS POLÍTICOS NA INTERNET

Não obstante as transformações que experimentaram ao longo das últimas décadas, os partidos políticos permanecem instituições centrais nas democracias modernas, uma vez que viabilizam o processo de representação dos interesses de diferentes setores da sociedade (Amaral, 2013; Stokes, 1999). Nesse contexto, a literatura sobre

o sistema partidário brasileiro tem desenvolvido uma série de investigações voltadas a compreender os papéis representados pelas agremiações na dinâmica política do país (Braga, 2013; Carreirão & Kinzo, 2004; Zucco & Power, 2021).

Uma das questões mais pertinentes na opinião dos estudiosos se refere à queda significativa do nível de confiança da população brasileira nos partidos políticos¹. Diante de tal circunstância, as oportunidades de estabelecer um tipo de relacionamento mediado pelas plataformas digitais despertaram o interesse de tais entidades (Anjos, 2013; Silva, 2014). Em outras palavras, se os partidos se veem compelidos a estabelecer um contato mais efetivo com suas bases a fim de obter sucesso eleitoral ou mapear demandas, é inegável que a comunicação digital torna viável uma melhor conexão com a esfera civil (Pedersen & Saglie, 2005; Semetko & Krasnoboka, 2003).

Diferentes investigações internacionais têm examinado como os partidos empregam a comunicação digital (Lilleker et al., 2010; Tkach-Kawasaki, 2003). Römmele (2003) sugere que as estratégias de utilização da internet variam conforme os objetivos de cada agremiação: há entidades mais preocupadas com a conquista de votos oriundos de diferentes segmentos sociais (*vote maximizing*); outros partidos visam garantir vantagens em governos de coalizão (*office maximizing*); outro objetivo primordial pode se referir ao aprimoramento da comunicação intrapartidária (*intra-party democracy*); por fim, existem partidos que privilegiam a participação de setores-chave da sociedade nas agendas específicas da agremiação (*policy-seeking*).

No caso europeu, Lilleker et al., (2010) investigaram como o partido inglês *Liberal Democrat* empregou o *Facebook* para angariar apoio na proposição de políticas públicas. Vesnic-Alujevic (2012), por sua vez, avaliou as principais características dos usuários que se engajam em páginas de partidos políticos europeus no *Facebook*, levando em consideração as eleições de 2009.

No contexto latino-americano, Welp e Marzuca (2016) discorrem sobre a relevância de *websites*, *blogs* e redes sociais (*Facebook* e *Twitter*) no trabalho de partidos e parlamentares da Argentina, do Paraguai e do Uruguai. As autoras apontam que os *media* digitais vêm sendo adotados em ritmo crescente por parte de agremiações e membros da elite política em tais democracias.

Mais exatamente no cenário brasileiro, os primeiros trabalhos sobre o tema apontaram o uso da internet por partidos políticos enquanto meio para o encaminhamento de informativos digitais (Marques, 2005). O estudo sobre os *websites* que oferecem informações acerca da atuação e dos propósitos ideológicos das

1. Ver: <<http://www.latinobarometro.org/latCodebooks.jsp>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

agregiações também faz parte da agenda de investigações (Braga, França, & Nicolás, 2009). Trabalhos mais recentes levam em conta como as diferenças ideológicas e de estrutura entre os partidos estão relacionadas às manifestações comunicacionais de tais agregiações no ambiente *online* (Braga, Rocha, & Carlomagno, 2015; Rocha, 2015).

Conforme descrito anteriormente, a literatura brasileira concernente ao tema ainda não se debruçou sobre as formas de uso que os partidos políticos têm dado às redes sociais digitais quando está em disputa a formulação de políticas públicas. Sendo assim, este manuscrito pretende oferecer uma contribuição original ao campo, debatendo os aspectos comunicacionais envolvidos nas negociações, tensões e narrativas que marcaram a tramitação da PEC 287/2016.

A PROPOSTA DE REFORMA DA PREVIDÊNCIA DO GOVERNO TEMER

O ano de 2016 ficou marcado pelo encerramento do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff (PT). Em 12 de maio de 2016, Michel Temer (MDB), até então vice-presidente, assumiu provisoriamente a chefia do Poder Executivo Federal². Durante seu primeiro ano de governo, Temer, em conjunto com aliados na Câmara e no Senado, anunciou uma série de reformas que pretendia realizar até o término de seu mandato, em dezembro de 2018.

Um dos projetos mais polêmicos foi apresentado no dia 05 de dezembro de 2016: tratava-se da Proposta de Emenda Constitucional 287/2016, que alterava o sistema de Previdência Social. A PEC gerou intensa articulação da base governista e da oposição, assim como mobilizou jornalistas e movimentos sociais a favor e contrários à matéria³. No decorrer das negociações, os planos do governo não apenas sofreram críticas, como também, enfrentaram alterações diversas (Martins & Campani, 2019). Entretanto, por conta das dificuldades para organizar sua base aliada após denúncias de corrupção, a administração decidiu postergar a votação da matéria para o dia 19 de fevereiro de 2018. O atraso não adiantou para melhorar a perspectiva de aprovação do projeto e, diante disso, Temer suspendeu a tramitação da proposta após anunciar uma intervenção federal no estado do Rio de Janeiro, em 16 de fevereiro de 2018⁴.

2. Ver: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/08/31/michel-temer-assume-presidencia-da-republica.htm>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

3. Ver: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,numero-de-votos-da-reforma-trabalhista-preocupa-governo,70001753816>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

4. Ver: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,temer-suspender-intervencao-votar-previdencia,70002518623>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

Embora não tenha sido aprovada, a reforma da Previdência continuou sendo um dos principais temas no debate público nacional, marcando presença reiterada nas discussões políticas durante o processo eleitoral de 2018. A reforma acabou sendo aprovada em 2019, no primeiro ano do governo Bolsonaro⁵.

Investigar de que maneira a PEC 287/2016 foi abordada nas *fanpages* das agremiações políticas brasileiras é fundamental por quatro razões. Em primeiro lugar, a gestão Temer marcou um relevante período de transição na história política recente do Brasil, caracterizado pela queda do governo petista, pelo acirramento do debate público e pelas frequentes especulações sobre os efeitos do *impeachment* de Rousseff no jogo democrático nacional (Amorim Neto, 2016; Limongi & Figueiredo, 2017).

Em segundo lugar, a reforma da Previdência proposta por Temer, apesar de não ter sido aprovada, aprofundou o debate entre diferentes setores da sociedade brasileira sobre a necessidade de alterações no sistema previdenciário do país (Afonso, 2018; Fernandes et al., 2019). Avaliar como tal proposta foi tratada pelos partidos políticos em sua origem permite sistematizar informações relevantes sobre a forma pela qual todo o processo foi sendo paulatinamente delineado.

Por conseguinte, embora haja um histórico de personalismo na cultura política brasileira (Singer, 2012), as agremiações partidárias ainda são instituições centrais nos processos de formulação de políticas públicas no país (Figueiredo & Limongi, 1995). Em outras palavras, os partidos demonstram importância fundamental quando fecham questões acerca de matérias em discussão no Congresso Nacional. A título de ilustração, o Colégio de Líderes partidários é quem determina a agenda da Câmara dos Deputados, assim como os blocos são utilizados para dividir cargos em comissões e na Mesa Diretora do Congresso. Justamente por isso, o papel de tais entidades é chave para compreender o rumo do processo de produção das decisões políticas. Investigar as movimentações e acenos que os partidos fazem à opinião pública permite compreender se, e quem que medeia, instituições centrais nas democracias modernas e atores essenciais no jogo político, mesmo em um contexto de personalismo, estão participando do debate democrático.

Por fim, é essencial estudar como os partidos políticos da situação e da oposição que à época detinham as maiores bancadas trataram a PEC em suas páginas de *Facebook*. Essa abordagem permite identificar como o ambiente de comunicação digital tem sido empregado por tais agremiações a fim de encetar a discussão de políticas públicas.

5. Ver: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-50148479>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

QUESTÕES DE PESQUISA E ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

A escolha das agremiações a serem estudadas obedeceu ao critério das maiores bancadas registradas na Câmara dos Deputados no início de 2018. Foram selecionados os quatro maiores partidos da base aliada e os quatro maiores da oposição, a fim de obter uma amostra representativa das entidades com capacidade de configurar a pauta de discussões legislativas. Ainda que tenha havido modificações pontuais no rol de agremiações que integraram a base aliada de Temer no Congresso –o PSB, por exemplo, passou para a oposição tão logo surgiram os primeiros escândalos envolvendo o presidente⁶ –, optou-se por considerar o *status* autodeclarado dos partidos no início de 2018 por se tratar de período próximo à data para a qual a votação da PEC 287/2016 estava prevista.

Para fundamentar a diferenciação entre a base governista e a oposição, foi consultado o Basômetro, ferramenta do jornal *O Estado de S. Paulo*⁷ dedicada a demonstrar o grau de alinhamento de cada agremiação em relação às votações de interesse do governo. Em outras palavras, trata-se de um recurso que leva em conta como se posicionaram os parlamentares em relação às orientações do líder do governo no Congresso. A Tabela 1 detalha os partidos ora investigados.

Ainda que os partidos indicados na Tabela 1 tenham se consolidado como governistas ou opositoristas durante a Presidência de Temer, em várias ocasiões o governo teve de fazer concessões para manter sua base aliada. A depender da medida, o então presidente encontrou dificuldades para estabelecer um apoio coeso no Congresso Nacional, a despeito de ter distribuído cargos⁸. Considerando-se o desgaste público trazido por uma medida impopular a exemplo da reforma da Previdência e a recorrente barganha patrocinada por aliados no Congresso, a primeira questão de pesquisa é:

(QP1) Em que medida os partidos governistas e opositoristas se posicionaram publicamente, seja contra ou a favor, acerca da reforma da Previdência?

6. Ver: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/05/20/com-a-sexta-maior-bancada-do-congresso-psb-rompe-oficialmente-com-governo-temer.htm>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

7. Ver: <<https://arte.estadao.com.br/politica/basometro/>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

8. Ver: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/04/1876085-temer-cobra-da-base-votos-em-troca-de-concessoes-na-previdencia.shtml>>. Acesso em: 02 abr. 2020.

Posição	Partidos	Página	Número de cadeiras
Partidos Governistas	Movimento Democrático Brasileiro (MDB)	https://www.facebook.com/MDBNacional15/	58
	Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB)	https://www.facebook.com/PSDBoficial/	46
	Progressistas	https://www.facebook.com/progressistas/	45
	Partido Social Democrático (PSD)	https://www.facebook.com/psd.br/	41
Partidos de Oposição	Partido dos Trabalhadores (PT)	https://www.facebook.com/pt.brasil/	57
	Partido Socialista Brasileiro (PSB)	https://www.facebook.com/psbnacional40/	34
	Partido Democrático Trabalhista (PDT)	https://www.facebook.com/pdt.org.br/	21
	Partido Comunista do Brasil (PCdoB)	https://www.facebook.com/pcdob65/	11

Tabela 1. Partidos políticos analisados e número de cadeiras ocupadas na Câmara dos Deputados

Fonte: Elaboração própria.

Diferentes estudos destacam o papel de liderança dos partidos políticos junto à opinião pública (Slothuus & Vreese, 2010; Slothuus, 2016). Com a intenção de criar uma imagem favorável à reforma, o governo Temer utilizou vários argumentos disponíveis para ressaltar os alegados benefícios da aprovação da medida⁹ (como a ideia de que a PEC acabaria com os privilégios de setores da administração pública). Nesse sentido, mostra-se válido investigar quais elementos as agremiações governistas destacaram ao publicamente apoiarem a PEC. A segunda questão de pesquisa, então, é a seguinte:

(QP2) Nas ocasiões em que se manifestaram a favor da reforma, que tipos de argumentos os partidos da base governista acionaram para defender a proposta?

Sabe-se que a legitimidade de Temer foi constantemente questionada por conta do modo como ascendeu à Presidência (Amorim Neto, 2016). Também

⁹ Aliás, ressalte-se que, à época, os gastos públicos com propaganda sobre a Reforma geraram ruídos com a Procuradoria Geral da República. Ver: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/dodge-questiona-no-stf-orcamento-de-r-99-milhoes-para-comunicacao-institucional-do-governo.ghtml>>. Acesso em: 15 mar. 2020.

foram recorrentes as denúncias de que o então mandatário estaria envolvido em escândalos de corrupção¹⁰. Diante de tais acontecimentos e da alta rejeição popular¹¹, a oposição defendeu firmemente que a condição de Temer não lhe dava o direito de elaborar mudanças constitucionais a exemplo da reforma da Previdência¹². Considerando tal contexto, a terceira questão de pesquisa é:

(QP3) No caso dos partidos de oposição, que argumentos foram mais recorrentes para criticar o projeto de reforma da Previdência encaminhado pelo governo Temer?

O processo de coleta das postagens nos perfis no *Facebook* dos oito partidos contemplou o intervalo entre 05 de dezembro de 2016 (data da apresentação da PEC 287 à Câmara dos Deputados) e 19 de fevereiro de 2018 (data prevista pelo governo para a primeira votação da matéria no Congresso). A coleta dos *posts*, realizada através do aplicativo *Netvizz*¹³, ocorreu nos meses de fevereiro e março de 2018.

A primeira etapa da coleta resultou na catalogação de 5.919 *posts*, somando-se as publicações de todas as oito agremiações sob exame. Em etapa posterior, mediante a verificação manual conduzida por dois pesquisadores com experiência em estudos nesta seara, filtrou-se todo o conteúdo publicado pelos partidos de maneira a separar apenas as publicações que mencionassem “Previdência” e “Aposentadoria” – assim como suas variantes, tais quais “previdenciário(a)” e “aposentado(a)”. Esse processo resultou no *corpus* analisado na pesquisa, que é de 222 postagens.

Conforme orienta o protocolo de investigação associado à Análise de Conteúdo (Bauer, 2013), realizou-se a leitura de todos os 222 *posts* indicados acima.

10. Ver: <<https://oglobo.globo.com/brasil/escandalos-do-governo-temer-21464283>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

11. Temer encerrou o seu mandato com apenas 7% de aprovação popular. Ver: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/12/apos-reprovacao-recorde-temer-encerra-governo-com-rejeicao-em-queda.shtml>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

12. Ver: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,joaquim-barbosa-vice-presidente-nao-tem-legitimidade-para-conduzir-o-pais,10000050783>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

13. Tal ferramenta, enquanto esteve ativa, permitia selecionar determinado período para a raspagem de dados na plataforma do *Facebook*. No entanto, as mudanças promovidas pela empresa em sua política de privacidade têm restringido cada vez mais a extração de dados através de APIs (infraestruturas digitais para a extração de informações). Mesmo diante da referida ressalva, as informações analisadas nesta pesquisa foram coletadas com a maior riqueza de detalhes disponível à época, já que as limitações impostas pelo *Facebook* foram efetivadas somente a partir de 2019.

Um livro de códigos foi elaborado com a finalidade de sistematizar a classificação e conferir maior rigor ao processo de codificação do material. Ressalte-se que essa metodologia já foi empregada em outras pesquisas relacionadas a estudos sobre o Facebook (Carvalho & Mitozo, 2016; Kniess & Marques, 2021). É necessário enfatizar, ainda, que o livro de códigos detalhado logo a seguir constitui uma contribuição ao campo, visto que permite organizar a análise de conteúdos publicados por partidos em sites de redes sociais quando estão em pauta políticas públicas de Estado.

Em um primeiro momento, a categorização abordou o “tipo de postagem” publicada pelas agremiações. Nesta etapa, buscou-se identificar a existência de posicionamentos explícitos dos partidos sobre a medida (sejam apontamentos favoráveis ou contrários à PEC). Não havendo argumento explícito, os *posts* foram enquadrados nas demais categoriais, sendo estas associadas a “Ações partidárias”, “Agentes políticos”, “Atos e mobilizações”, “Autoridades externas” e “Dados independentes” (Quadro 1).

Ressalte-se que cada publicação foi classificada em apenas uma das categorias. Quando houve mais de um tema abordado em uma mesma postagem, optou-se por enquadrá-la de acordo com a categoria predominante em seu conteúdo, após discussão entre os dois pesquisadores responsáveis por esta etapa (Bauer, 2013). Dado que a proposta deste trabalho é investigar o conteúdo textual das mensagens veiculadas, as imagens e vídeos que acompanhavam algumas postagens não foram analisadas.

Em um segundo momento, os *posts* que trouxeram argumentos explícitos – fossem eles favoráveis ou contrários à reforma – foram examinados separadamente. O “quadro/argumento” das posições contra e a favor da PEC foi, então, classificado a partir da subseção do livro de códigos especialmente criada para tal finalidade. Uma vez mais, a leitura prévia das mensagens permitiu a elaboração das categorias indicadas no Quadro 2.

Como mencionado, a classificação do material foi realizada por dois pesquisadores integrantes de grupo de pesquisa com experiência no manejo de ferramentas relacionadas à Análise de Conteúdo. É importante dizer, ainda, que, antes do início da classificação, foi selecionada uma amostra de 30 postagens para que fosse possível checar a confiabilidade da classificação quanto à variável “tipo de postagem” e ao “quadro/argumento”. Considerando-se o que é exigido a partir do coeficiente *alfa de Krippendorff*, chegou-se a um resultado satisfatório nos dois casos: *alfa* de 0,701 para “tipo de postagem” e de 0,73 para “quadro/argumento” (Krippendorff & Bock, 2008).

Categoria	Descrição	Exemplo de post
Favorável (c/arg)	Posts com argumentos objetivos que destacam diretamente os benefícios da medida	“Acabar com privilégios e atualizar nossa previdência é fundamental para diminuirmos a desigualdade.” (MDB).
Contrário (c/arg)	Posts com argumentos objetivos criticando diretamente algum aspecto da medida	“Contestada até no carnaval a Reforma da Previdência proposta por Temer vai fazer você trabalhar mais e ganhar menos.” (PT).
Ações partidárias (s/arg)	Posts sem argumentos claros, mas que trazem informações sobre decisões e ações dos partidos	“Diante das discussões acerca da PEC 287/2016 (Reforma da Previdência), os Progressistas esclarecem que aguardam a decisão do Governo de pautar o texto para votação no Plenário da Câmara do Deputados.” (Progressistas).
Agentes políticos (s/arg)	Posts sem argumentos claros, mas que trazem informações sobre atitudes e declarações de agentes políticos envolvidos	“Ministro Moreira Franco participou do debate sobre a reforma da previdência promovida pelo Estadão.” (MDB).
Atos e mobilização (s/arg)	Posts sem argumentos claros, mas que destacam atos e mobilizações contra a Reforma da Previdência	“CTB - Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil ocupa Aeroporto de Congonhas contra a Reforma da Previdência.” (PCdoB).
Autoridades externas (s/arg)	Posts sem argumentos claros, mas que citam autoridades externas ao sistema político que emitiram opinião sobre a medida	“Vídeo da ANFIP [Associação Nacional dos Auditores Fiscais da Receita Federal do Brasil] sobre a reforma da previdência.” (PCdoB).
Dados independentes (s/arg)	Posts sem argumentos explícitos, mas que trazem dados sobre a Reforma da Previdência sem associá-los a agentes ou partidos	“A mensagem presidencial na abertura da sessão legislativa de 2018 escancara a visão deste governo no que se refere à reforma da previdência. O texto é dividido em 5 eixos temáticos: econômico; infraestrutura; social e cidadania; o Brasil e o mundo; e gestão pública. Nada mais esclarecedor do que verificar em qual desses eixos está colocada a Previdência Social. Para este governo a previdência não está inserida no eixo social, mas no econômico tratada como um problema econômico.” (PCdoB).

*A categoria “Outros” foi acionada quando a publicação não coube em nenhum dos argumentos supracitados.

Quadro 1. Livro de códigos: Tipo de postagem

Fonte: Elaboração própria.

Tipo de postagem	Quadro/argumento
Postagem favorável à Reforma proposta	Fim dos privilégios do funcionalismo público; Garantia das aposentadorias futuras; Permitir quitar as contas públicas da União; Modernizar o Brasil; Garantia de crescimento e recuperação econômica; Facilitar o investimento em outras áreas; Garantir a sustentabilidade do INSS.
Postagem contrária à Reforma proposta	Não levar em conta diferenças regionais ou de gênero; Trabalhador vai trabalhar mais e ganhar menos; Aumento de tempo de contribuição; Uso de manobras para enganar a população.

*Em ambos os casos, a categoria “Outros” foi acionada quando não coube em nenhum dos argumentos supracitados.

Quadro 2. Livro de códigos: Quadro/argumento

Fonte: *Elaboração própria.*

RESULTADOS

Frequência e distribuição das postagens por partido ao longo da tramitação da PEC

Analisando-se o percentual de *posts* sobre a reforma da Previdência – e comparando o resultado com o total de publicações durante todo o período (Tabela 2)–, verifica-se que, de maneira geral, o *Facebook* foi pouco utilizado pelas agremiações para tratar da PEC, em especial pelo condomínio governista. Os partidos que mais abordaram o assunto foram MDB e PSB, com 8,8% e 8,1% de seus *posts* a endereçarem a reforma. Mesmo com a PEC sendo um dos projetos mais polêmicos do governo Temer, nenhuma agremiação direcionou mais de 10% de suas publicações a essa questão. O PSD dedicou somente 1% de suas postagens para explorar o tema.

Ao ser observada a quantidade absoluta de *posts* publicados pelos partidos, encontra-se um interesse um pouco maior da oposição em tratar da medida. Enquanto as agremiações da base aliada publicaram 99 vezes sobre o tema (3,5% do total de postagens governistas), a oposição o fez em 123 ocasiões (4% do total de *posts* oposicionistas).

A distribuição das postagens ocorreu da seguinte maneira: o MDB foi a agremiação detentora do maior número de publicações sobre a reforma (n= 68), fato explicado em razão de ser o partido do presidente Temer. Os demais integrantes da base aliada, contudo, pouco se manifestaram sobre o assunto: as três agremiações governistas, quando somadas, veicularam apenas 31 *posts* (PSDB= 17; PSD= 8; Progressistas= 6).

Posicionamento	Partidos	Total de posts	Nº de posts sobre a reforma
Base aliada	PSDB	883	17 (1,9%)
	PSD	797	8 (1%)
	MDB	773	68 (8,8%)
	Progressistas	370	6 (1,6%)
	Total	2.823	99 (3,5%)
Oposição	PCdoB	1.090	41 (3,8%)
	PT	1.041	38 (3,6%)
	PDT	719	24 (3,3%)
	PSB	246	20 (8,1%)
	Total	3.096	123 (4%)

Tabela 2. Total de posts – no geral e específicos sobre a Reforma – no período analisado (por partido)

Fonte: Elaboração própria.

Os resultados indicam que o MDB tomou a liderança em defesa da PEC, enquanto os aliados evitaram um alinhamento automático, provavelmente na expectativa de evitar desgaste público, já que se tratava de uma proposta com baixa popularidade.

Entre os partidos de oposição, o PCdoB é a agremiação com maior número de postagens acerca da proposição (n= 41), seguido por PT (n= 38), PDT (n= 24) e PSB (n= 20).

O Gráfico 1 permite observar a distribuição das postagens ao longo do período por agremiação. Entre os partidos da base aliada, nota-se a proeminência do MDB no que se refere à quantidade de *posts* publicados ao longo do tempo. O Gráfico 1 também evidencia um aumento acentuado de publicações do MDB sobre a PEC com a aproximação da data prevista para a votação da medida. Os demais partidos aliados pouco se manifestaram sobre a reforma da Previdência e suas postagens se concentraram no início de 2017.

Tratando-se dos partidos da oposição, é possível identificar uma concentração de *posts* no início de 2017. PCdoB e PT também apresentam crescimento no número de publicações sobre a PEC com a aproximação da data prevista para votação da proposta no Congresso.

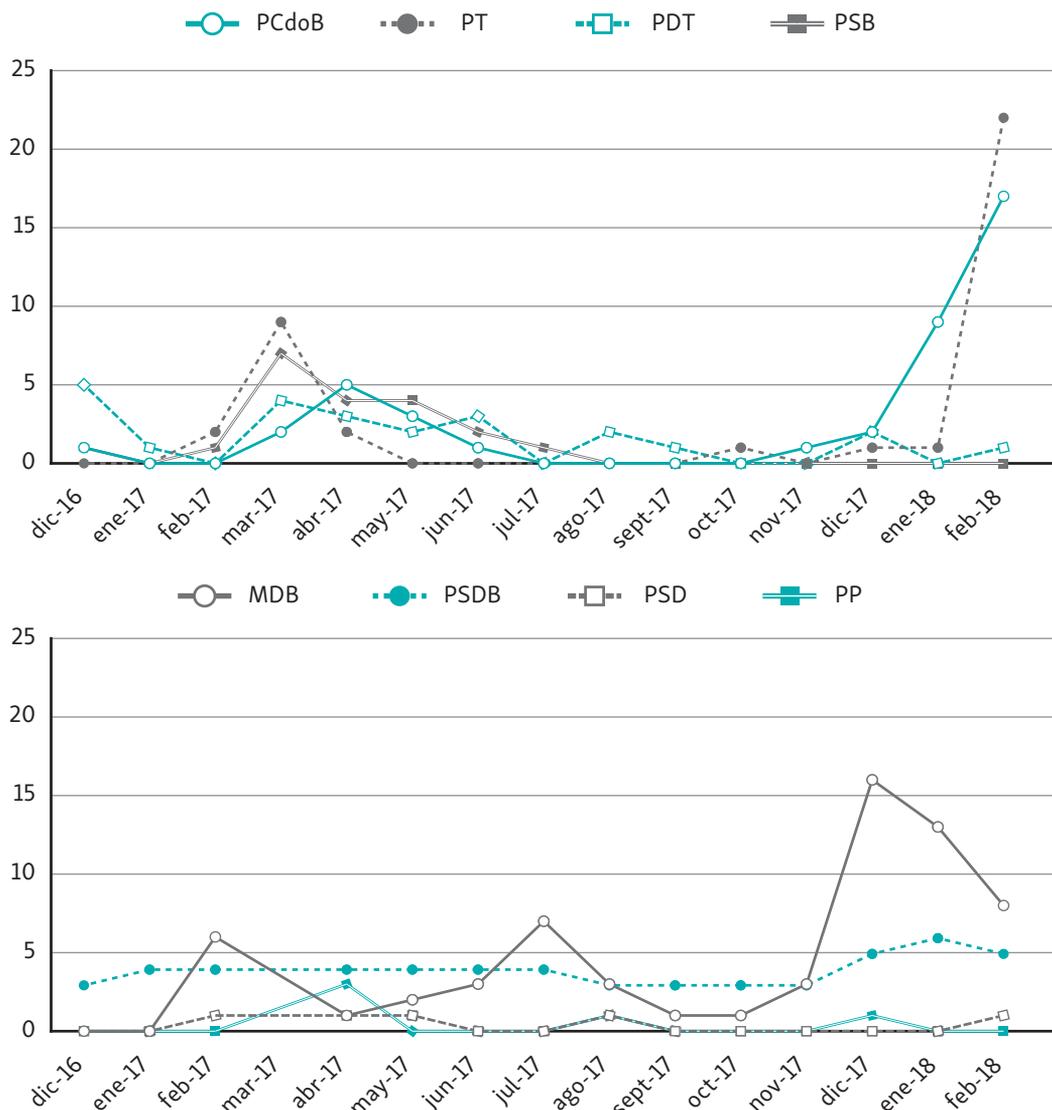


Gráfico 1. Distribuição de postagens ao longo do tempo por partido (aliados e oposição)

Fonte: Elaboração própria.

A concentração de publicações em dezembro de 2016, março de 2017 e a retomada a partir do final de 2017 está ligada a eventos-chave vinculados à tramitação do projeto submetido pelo governo Temer (Martins & Campani, 2019). Mais exatamente, em dezembro de 2016, a primeira versão da PEC foi enviada ao Congresso Nacional¹⁴. A matéria sofreu modificações no decorrer do ano e, no final

¹⁴. Ver: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/veja-as-mudancas-que-o-governo-propoe-com-a-reforma-da-previdencia.ghtml>>. Acesso em: 03 abr. 2020.

de 2017, Temer encaminhou uma nova medida à Câmara¹⁵. A menor quantidade de *posts* sobre o assunto em determinados meses se deve ao fato de que a agenda política ao longo de 2017 também foi ocupada por temas a exemplo dos escândalos de corrupção envolvendo o então presidente e, assim, atraindo a atenção dos partidos.

Tipo e quadro/argumento das postagens dos partidos da base governista

O Gráfico 2 indica que 42 das 99 publicações veiculadas por partidos aliados ao governo trouxeram argumentos objetivos “Favoráveis” à reforma da Previdência, enquanto apenas um *post* de partido da base destacava argumento “Contrário” à proposta.

Dentre as publicações nas quais não foram arroladas posições acerca da PEC, verifica-se que 21 postagens se destinaram a falar sobre ações e discursos de “Agentes políticos” das agremiações; outras 17 apontaram “Ações partidárias”; 6 *posts* mencionaram “Autoridades externas” do campo político; por fim, apenas uma publicação trouxe dados sobre a matéria sem associá-los a agentes ou partidos (categoria nomeada como “Dados independentes”).

O Gráfico 3 apresenta o quadro/argumento dos *posts* categorizados como “Favoráveis” à reforma. Uma vantagem alegada com a aprovação da PEC seria o “Fim aos privilégios do funcionalismo público” (17 postagens); em seguida, é reforçada a ideia de que o “Futuro das aposentadorias” seria garantido (13 postagens). Além disso, também há mensagens defendendo que a reforma proporcionaria o “Acerto das dívidas da União” e o Crescimento/Recuperação da economia (3 ocorrências).

As demais categorias desta variável quase não foram acionadas. Outro elemento merece destaque: a única publicação de partidos da base aliada com argumento crítico à reforma da Previdência sustenta que a PEC não teria levado em consideração aspectos regionais da população quando foi definida a idade mínima para aposentadoria. Trata-se de um *post* na página do PSD.

A classificação dos *posts* detalhada por partido permite compreender melhor os argumentos de cada agremiação. O Gráfico 4 indica a alta concentração do número de *posts* com argumentos “Favoráveis” na *fanpage* do MDB (o partido é detentor de 41 das 42 postagens abordando esta questão em específico; a outra única mensagem com argumentos a ressaltarem as vantagens da PEC é do PSDB). A postagem “Contrária” à reforma, conforme destacado anteriormente, foi do PSD. Já o Progressista efetuou *posts* enfatizando “Ações partidárias” (em 5 ocasiões). Por fim, o PSDB dedicou mais atenção a publicações que evidenciam a “Ação de agentes políticos”, com 8 veiculações.

15. Ver: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/11/23/politica/1511462959_394417.html>. Acesso em: 03 abr. 2020.

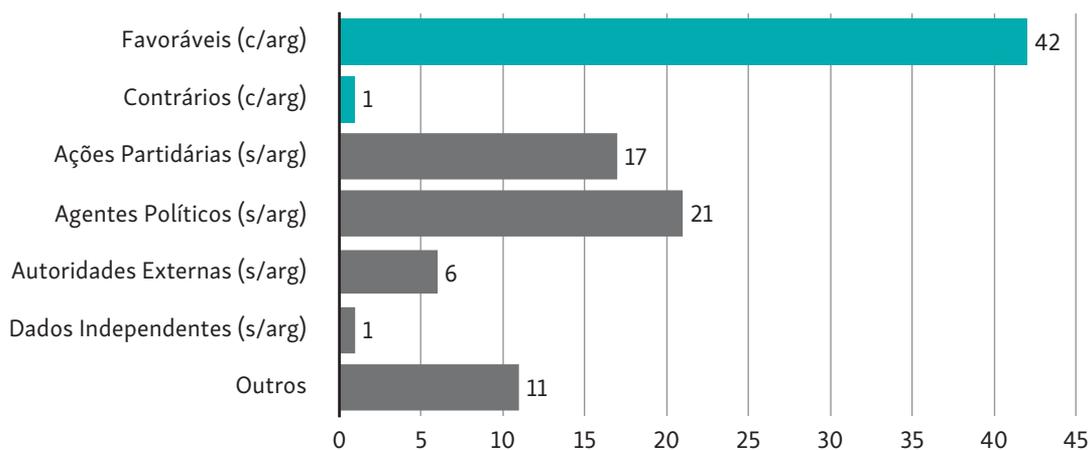


Gráfico 2. Tipo de postagens sobre a Reforma da Previdência (partidos da base aliada)

Fonte: Elaboração própria.

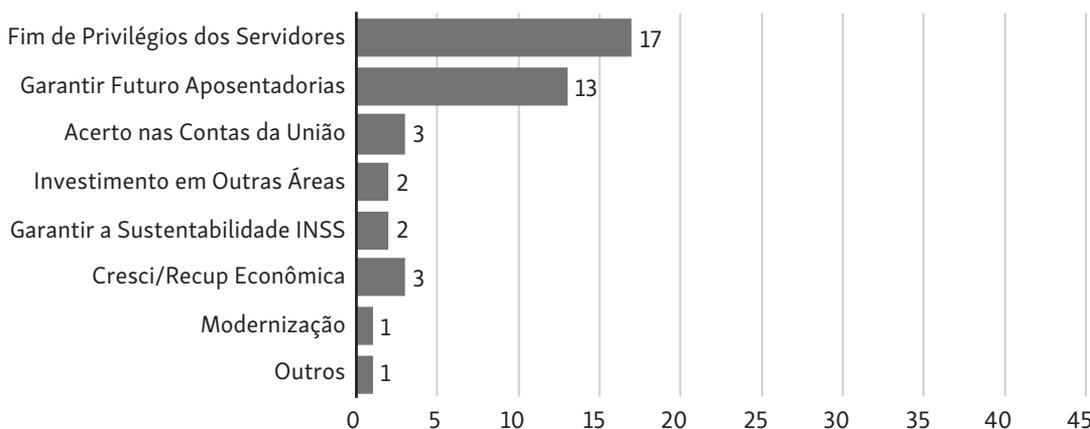


Gráfico 3. Quadro/argumento dos posts favoráveis à Reforma da Previdência (partidos da base aliada)

Fonte: Elaboração própria.

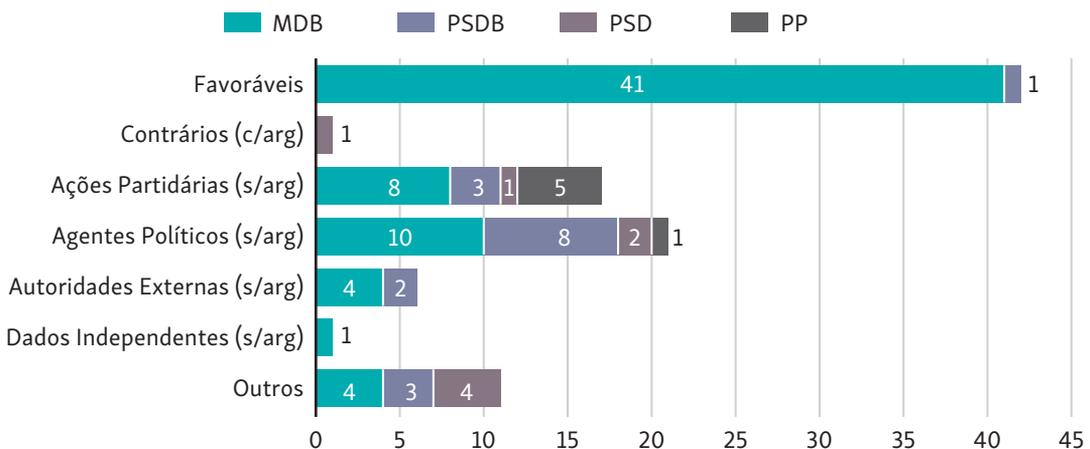


Gráfico 4. Tipos de postagens segmentado por partidos da base aliada

Fonte: Elaboração própria.

Tipo e quadro/argumento das postagens dos partidos da oposição

Como era de se esperar, não houve mensagem alguma favorável à PEC no caso dos partidos de oposição. O maior número de manifestações relata atividades de “Agentes políticos”, com 36 posts (Gráfico 5). Em seguida, aparece “Atos e mobilizações” contra a reforma da Previdência, com 29 postagens. Já “Ações partidárias” aparecem como o terceiro tema mais postado com 16 publicações. Temas “Contrários” à medida contam com 9 publicações. A opção associada a “Autoridades externas” registra 6 posts, enquanto a categoria relacionada à citação de dados vinculados à Previdência que não abordam atores políticos e partidos (“Dados independentes”) tem apenas 3 aparições. Por fim, a opção “Outros” foi catalogada 24 vezes.

Nota-se que a alta incidência de “Outros” se deve à presença de várias mensagens nas quais havia apenas a menção à reforma da Previdência (por meio de *hashtags*, por exemplo); ou posts em que o foco se deu sobre vídeos que destacavam debates sobre a medida; ou, ainda, divulgação de *links* para outros sites requisitando a opinião da população sobre a PEC.

O Gráfico 6 aponta os quadros/argumentos alocados em posicionamentos “Contrários” à reforma da Previdência. O destaque fica para 3 menções a “Aumento do tempo de trabalho” necessário para se aposentar. A categoria “Outros” contou com 4 publicações. Os quadros/argumentos de que a Reforma fará o cidadão “Trabalhar mais e ganhar menos” e o argumento de que o governo faz “Uso de manobras” para enganar a população surgem somente uma vez em cada categoria.

Analisando-se o tipo de postagem por partido (Gráfico 7), constata-se que a veiculação de mensagens tratando de “Atos e mobilização” foi destaque na página do PT, com 14 peças; em seguida, vem o PCdoB, com 10 postagens. Aliás, o PCdoB publicou, em sua maioria, postagens sobre “Ações de agentes políticos”, assim como o PDT. Por fim, o PSB enfatiza mensagens sobre “Ações partidárias”.

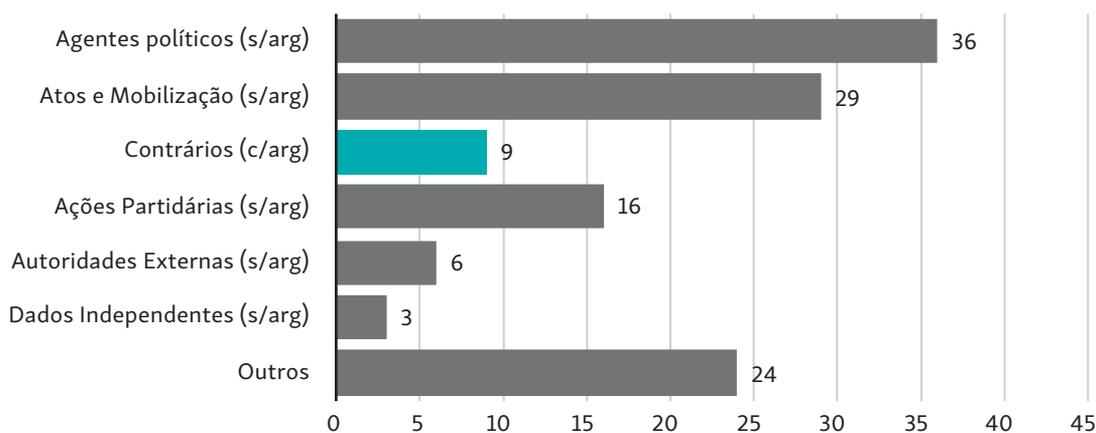


Gráfico 5. Tipo de postagens sobre a reforma da Previdência (partidos da oposição)

Fonte: Elaboração própria.

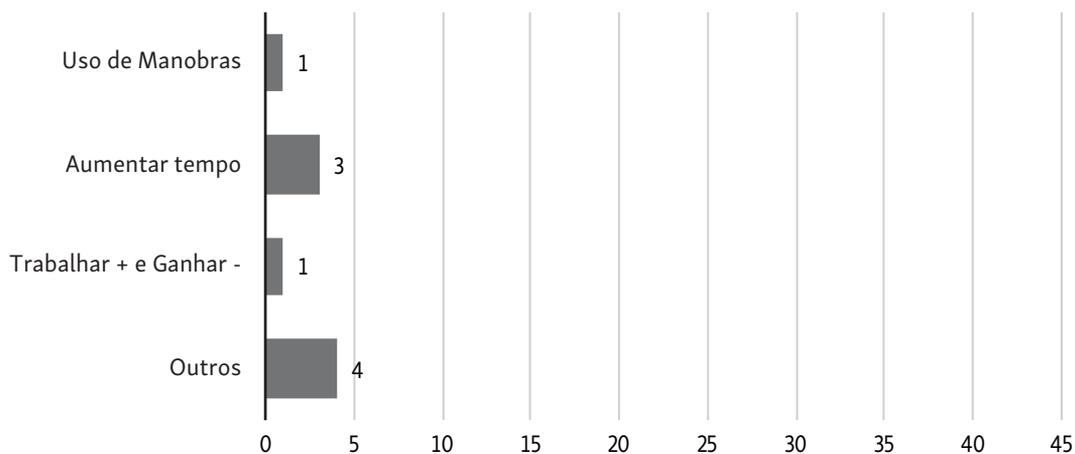


Gráfico 6. Quadro/argumento dos posts que criticam a Reforma da Previdência (partidos da oposição)

Fonte: Elaboração própria.

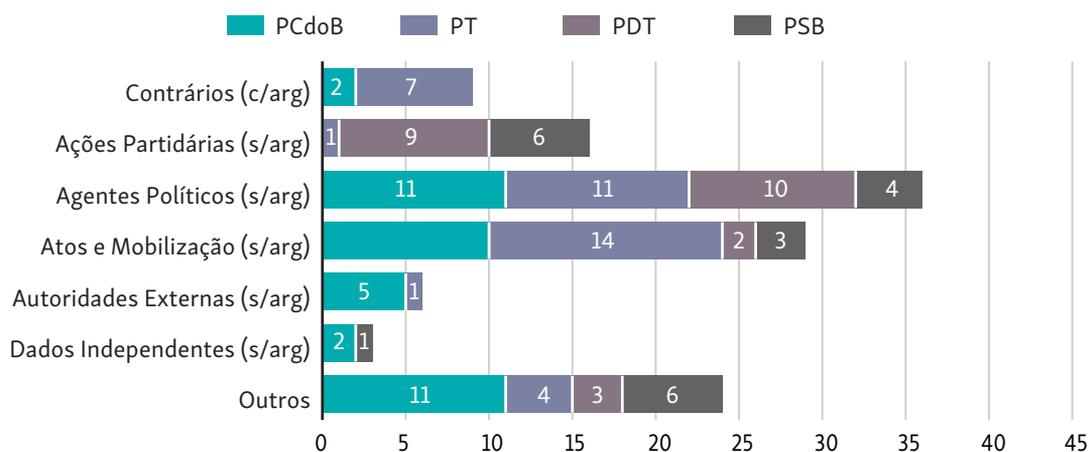


Gráfico 7. Tipo de postagem segmentado por partidos da oposição

Fonte: Elaboração própria.

O tópico a seguir debate os resultados desta investigação à luz da literatura.

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

O objetivo deste trabalho foi examinar de que maneira diferentes partidos políticos brasileiros, sejam da base governista ou da oposição, utilizaram suas páginas oficiais no *Facebook* para tratar da reforma da Previdência (PEC 287/2016) apresentada pela gestão Temer. Três questões de pesquisa orientaram a investigação: (QP1) Em que medida partidos governistas e oposicionistas se posicionaram publicamente, seja contra ou a favor, acerca da reforma da Previdência? (QP2) Nas ocasiões em que se manifestaram a favor da reforma, que tipos de argumentos os partidos da base governista acionaram para defender a proposta? (QP3) No caso

dos partidos de oposição, que argumentos foram mais recorrentes para criticar o projeto de reforma da Previdência encaminhado pelo governo Temer?

Inicialmente, destaca-se que 98% dos argumentos “Favoráveis” à reforma da Previdência partiram do MDB. Além disso, também foi possível verificar a existência de publicações de um partido da base aliada, o PSD, criticando a PEC. De qualquer modo, as agremiações governistas concentraram suas publicações em aspectos não diretamente ligados às alegadas vantagens da reforma. No caso do Progressistas, foram destacadas as ações do partido; o PSDB enfatizou as ações de agentes políticos. Assim, no que diz respeito ao posicionamento das agremiações aliadas de Temer, não houve uniformidade na defesa dos benefícios vislumbrados com a aprovação da PEC. Apenas o partido do então presidente, MDB, dedicou-se a apresentar argumentos explicitamente favoráveis à medida.

A segunda questão de pesquisa buscava compreender os argumentos acionados pelas agremiações aliadas ao governo Temer. Há uma concentração dos *posts* dos partidos da base aliada a ressaltarem a ideia de “Fim dos privilégios”, com 17 publicações, sendo este o principal argumento enfatizado pelos partidos governistas.

A terceira questão, por sua vez, pretendeu apreender os argumentos acionados pelos partidos opositoristas. Para muitos segmentos sociais, o impedimento de Dilma Rousseff se caracterizou como um “golpe” (Amorim Neto, 2016; Santos & Guarnieri, 2016) comandado pelo então vice-presidente, o que comprometeria a legitimidade do novo mandatário. Porém, verificaram-se que poucas publicações forneceram algum argumento dedicado a questionar a legitimidade do novo presidente para apresentar a PEC. De qualquer forma, é possível observar que, dentre os tipos de *postagens*, destacam-se publicações a mencionarem atos e mobilizações (organizadas, sobretudo, pelo PT e pelo PCdoB) contrárias à reforma.

A partir dos resultados, é possível elaborar, em diálogo com a literatura, um conjunto de reflexões acerca das formas de uso que os partidos políticos brasileiros têm conferido às suas páginas no *Facebook*.

Em primeiro lugar, registra-se que uma das descobertas mais relevantes da pesquisa se refere ao baixo número de publicações relativas ao tema em todas as *fanpages* analisadas – não obstante a importância do assunto e a mobilização política gerada à época. Tal resultado vai ao encontro do que concluíram Welp e Marzuca (2016). As pesquisadoras destacam que alguns partidos políticos, apesar de dedicarem atentos aos mecanismos de comunicação digital, ainda não exploram todas as possibilidades que a internet poderia proporcionar para aprimorar a relação entre a elite política e a esfera da cidadania. Tal descoberta evidencia que os partidos aqui investigados, de maneira geral, evitaram protagonizar o debate sobre a Previdência no ambiente *online*.

Essa forma de utilizar os recursos de comunicação digital pode, ainda, guardar relação com a própria cultura política brasileira, caracterizada pelo personalismo (Borba, 2005; Singer, 2012). Tal fenômeno se mostrou presente nas mensagens publicadas por todas as agremiações aqui examinadas, sejam da base aliada ou da oposição. Em grande parte dos *posts*, foram registradas ações de lideranças partidárias: em partidos da situação, foram destacados o senador e líder de governo à época, Romero Jucá (MDB), bem como o ministro Eliseu Padilha (MDB); nos partidos da oposição, menções recorrentes a Gleisi Hoffman (PT), Lula (PT) e à líder do PCdoB na Câmara, Luciana Santos reforçam a relevância conferida às lideranças partidárias no contexto brasileiro (Braga, 2008; Guarnieri, 2011).

Embora o emprego das páginas para elogiar ou para criticar a proposta não se mostre tão frequente no caso da reforma da Previdência, o uso do *Facebook* como ferramenta de mobilização social por parte das agremiações de oposição (PT e PCdoB, nomeadamente) reforça achados de trabalhos anteriores (Rocha, 2015).

A despeito da crescente utilização de ferramentas *online* para oferecer informações sobre temas de relevância pública (Barros, 2017), este manuscrito evidencia que os partidos políticos brasileiros ainda se mostram limitados quanto ao uso de sua presença no *Facebook* para a defesa de políticas de Estado. Ao discutir tal fenômeno com base em dados empíricos, esta investigação contribui para incrementar os estudos na área de democracia digital, mapeando o comportamento das agremiações em redes sociais digitais quando está em jogo a tramitação de projetos polêmicos. Futuras pesquisas podem investigar o comportamento e as interações dos usuários quando políticas públicas são colocadas em pauta nas plataformas digitais de agremiações partidárias.

FINANCIAMENTO

Este artigo foi elaborado com apoio da CAPES (001) e do CNPq (processo 310724/2020-1).

REFERÊNCIAS

- Afonso, L. E. (2018). Reforma Temer: os impactos da PEC nº 287/2016 sobre o RGPS (Temer's reform: the impacts of PEC 287/2016 on the Brazilian Social Security System). In J. A. Negri, B. C. Araújo, & R. Bacelette (Eds.), *Desafio da Nação: artigos de apoio* (Challenge of the Nation: support articles) (pp. 253-284). IPEA.
- Amaral, O. E. (2013). O que sabemos sobre a organização dos partidos políticos: uma avaliação de 100 anos de literatura (What we know about political parties' organization: assessing the literature over the last 100 years). *Revista Debates*, 7(2), 11-32.
<https://doi.org/10.22456/1982-5269.38429>

- Amorim Neto, O. (2016). A crise política brasileira de 2015-2016: Diagnóstico, sequelas e profilaxia (The 2015-2016 Brazilian political crisis: diagnostic, lesions and prophylaxis). *Relações Internacionais*, (52), 43-54. http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1645-91992016000400004&lng=pt&nrm=iso
- Anjos, D. (2013). A política 2.0 e o Facebook como plataforma de comunicação política em Portugal (Politics 2.0 and the Facebook as a political communication tool in Portugal). 8º SOPCOM. *Comunicação Global, Cultura e Tecnologia*.
- Ackland, R. & Gibson, R. (2013). Hyperlinks and networked communication: a comparative study of political parties online. *International Journal of Social Research Methodology*, 16(03), 231-244. <https://doi.org/10.1080/13645579.2013.774179>
- Barros, A. T. (2016). Como os partidos políticos brasileiros usam a Internet para atrair o eleitorado jovem (How Brazilian political parties use the Internet to attract young voters). *Revista Debates*, 10(2), 9-30. <https://doi.org/10.22456/1982-5269.51510>
- Barros, A. T. (2017). A internet como mídia ambiental: estratégias dos partidos políticos brasileiros (The internet as an environmental media: strategies of Brazilian political parties). *Ambiente & Sociedade*, 20(1), 187-206. <https://doi.org/10.1590/1809-4422asoc20150101rlv2012017>
- Bauer, M. W. (2013). Análise de Conteúdo Clássica: Uma Revisão (Classical Content Analysis: A Review). In M. W. Bauer & G. Gaskell (11ª ed.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um Manual prático* (Qualitative research with text, image and sound: A practical Manual) (pp. 189-217). Petrópolis: Vozes.
- Blanchard, G. (2006). O uso da internet a serviço da comunicação do partido (The use of the internet in political party communications). *Líbero*, (18), 9-17. <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/700>
- Borba, J. (2005). Cultura política, ideologia e comportamento eleitoral: alguns apontamentos teóricos sobre o caso brasileiro (Political culture, ideology, and electoral behavior: some theoretical notes on the Brazilian case). *Opinião Pública*, 11(1), 147-168. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-62762005000100006>
- Bossetta, M. (2018). The digital architectures of social media: comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471-496.
- Braga, M. S. S. (2008). Organizações partidárias e seleção de candidatos no estado de São Paulo (Party organizations and candidate selection in the state of São Paulo). *Opinião Pública*, 14(2), 454-485. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-62762008000200008>
- Braga, M. S. S. (2013). A agenda dos estudos sobre partidos políticos e sistemas partidários no Brasil (The research agenda on political parties and party systems in Brazil). *Agenda Política*, 1(1), 1-25. <http://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/7>
- Braga, S., Rocha, L. C., & Carlomagno, M. C. (2015). A Internet e os partidos políticos brasileiros (The internet and the Brazilian political parties). *Cadernos Adenauer XVI*, (3). https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=75bb133f-07ea-837a-777a-7d3b64bb3881&groupId=265553

- Braga, S. S., França, A. S. T., & Nicolás, M. A. (2009). Os partidos políticos brasileiros e a internet: uma avaliação dos websites dos partidos políticos do Brasil (Brazilian political parties and the internet: an evaluation of political party websites in Brazil). *Revista de Sociologia e Política*, 17(34), 183-208. <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782009000300013>
- Carreirão, Y. S. & Kinzo, M. D. G. (2004). Partidos políticos, preferências partidárias e decisão eleitoral no Brasil (1989/2002) (Political Parties, Party preferences, and voters' decisions in Brazil (1989/2002)). *Dados – Revista de Ciências Sociais*, 47(1), 131-168. <https://doi.org/10.1590/S0011-52582004000100004>
- Carvalho, F. C. & Mitozo, I. B. (2016). New environments, same jobs: the role of professional journalism stimulating debate on elections across social media networks. *Brazilian Journalism Research*, 12(3), 78-101. <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/915/841>
- Chadwick, A. & Stromer-Galley, J. (2016). Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns: Party Decline or Party Renewal? *The International Journal of Press/Politics*, 1(11). <https://doi.org/10.1177%2F1940161216646731>
- Ernst, N., Engesser, S., Büchel, F., Blassnig, S., & Esser, F. (2017). Extreme parties and populism: an analysis of Facebook and Twitter across six countries. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1.347-1.364. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1329333>
- Fernandes, R., Menezes-Filho, N., Souza, A. P., Komatsu, B., & Mentlink, G. M. (2019). Reforma da Previdência: sustentabilidade e justiça atuarial (Pension Reform: sustainability and actuarial justice). *Estudos Econômicos*, 49(3), 423-463. <https://doi.org/10.1590/0101-41614931rnabg>
- Ferreira, M. A. S. & Crepalde, N. (2017). *Mídias sociais e polarização política: a repercussão da Pec 55 no Twitter e no Facebook* (Social media and political polarization: the repercussion of PEC 55 on Twitter and Facebook). In 41º Encontro Anual da Anpocs. <https://www.anpocs.com/index.php/papers-40-encontro-2/gt-30/gt11-15>
- Figueiredo, A. C. & Limongi, F. (1995). Mudança constitucional, desempenho do Legislativo e consolidação institucional (Constitutional change, Legislative performance and institutional consolidation). *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 10(29), 175-200. http://anpocs.com/images/stories/RBCS/rbcs29_10.pdf
- Gibson, R. (2015). Party change, social media and the rise of 'citizen-initiated' campaigning. *Party Politics*, 21(2), 183-197. <https://doi.org/10.1177/1354068812472575>
- Guarnieri, F. (2011). A Força dos Partidos “Fracos” (The strength of weak parties). *Dados – Revista de Ciências Sociais*, 54(1), 235-258. <https://doi.org/10.1590/s0011-52582011000100007>
- Kniess, A. B. & Marques, F. P. J. (2021). Como o agente fiscalizador utiliza a comunicação online? A ideia de transparência pública nas redes sociais da Controladoria-Geral da União (How does the oversight institution use online communication? The idea of public transparency on the social networks of the Office of the Comptroller General). *Opinião Pública*, 27(1), 90-126. <http://dx.doi.org/10.1590/1807-0191202127190>
- Krippendorff, K. & Bock, M. (2008). *The content analysis reader*. Sage.
- Lilleker, D. G., Pack, M., & Jackson, N. (2010). Political parties and Web 2.0: The Liberal Democrat Perspective. *Politics*, 30(2), 105-112. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9256.2010.01373.x>

- Limongi, F. & Figueiredo, A. C. (2017). A crise atual e o debate institucional (The Brazilian political crisis and the institutional debate). *Novos Estudos Cebrap*, 36(3), 79-97. <https://doi.org/10.25091/s0101-3300201700030008>
- Marín-Dueñas, P. P., Simancas-González, E., & Berzosa-Moreno, A. (2019). Uso e influencia de Twitter em la comunicación política: el caso del Partido Popular y Podemos en las elecciones generales de 2016 (The use and influence of Twitter on political communication: the case of the Partido Popular (Popular Party) and Podemos (We can) in the 2016 general elections). *Cuadernos.info*, (45), 129-144. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.45.1595>
- Marques, F. P. J. (2005). Sobre a comunicação político-partidária na Internet: um estudo dos informativos digitais do PT e do PSDB (On political-party communication on the Internet: a study of PT (Workers Party) and PSDB (Brazilian Social Democracy Party) digital newsletters). *Revista Galáxia*, (10), 129-146. <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1424/0>
- Martins, F. G. L. & Campani, C. H. (2019). Quem perde e quem ganha com a PEC 287/2016? Uma análise pela variação da riqueza atuarial do segurado urbano brasileiro do Regime Geral de Previdência Social (Who loses and who wins with the PEC 287/2016? An analysis of the pension wealth variation for the urban beneficiary of Brazilian Social Security System). *Revista de Administração Pública*, 53(2), 432-460. <https://doi.org/10.1590/0034-761220180062>
- Norris, P. (2003). Preaching to the converted? Pluralism, participation and party websites. *Party Politics*, 9(1), 21-45. <https://doi.org/10.1177%2F135406880391003>
- Pedersen, K. & Saglie, J. (2005). New Technology in Ageing Parties: Internet Use in Danish and Norwegian Parties. *Party Politics*, 11(3), 359-377. <https://doi.org/10.1177%2F1354068805051782>
- Potter, J. D. & Dunaway, J. L. (2016). Reinforcing or Breaking Party Systems? Internet Communication Technologies and Party Competition in Comparative Context. *Political Communication*, 33(3), 382-413. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1069767>
- Rocha, L. C. (2015). *Os partidos na rede: ação política virtual das instituições partidárias brasileiras* (The parties on the web: virtual political action by Brazilian party institutions) (Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná). <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/36441>
- Römmele, A. (2003). Political Parties, Party Communication and New Information and Communication Technologies. *Party Politics*, 9(1), 7-20. <https://doi.org/10.1177/135406880391002>
- Santos, F. & Guarnieri, F. (2016). From Protest to Parliamentary Coup: An Overview of Brazil's Recent History. *Journal of Latin American Cultural Studies*, 25(4), 485-494. <https://doi.org/10.1080/13569325.2016.1230940>
- Semetko, H. A. & Krasnoboka, N. (2003). The Political Role of the Internet in Societies in Transition: Russia and Ukraine Compared. *Party Politics*, 9(1) 77-104. <https://doi.org/10.1177/135406880391005>
- Silva, R. B. (2014). Mídias sociais e política: os partidos no Facebook (Social media and politics: the political parties on Facebook). *Alceu*, 14(28), 202-223. https://www.facterj-rio.edu.br/downloads/artigos/alceu_28_202_223.pdf

- Singer, A. (2012). Os sentidos do Lulismo (The meanings of Lulismo). São Paulo: Companhia das Letras.
- Slothuus, R. & Vreese, C. H. (2010). Political parties, Motivated Reasoning, and Issue Framing Effects. *The Journal of Politics*, 22(03), 630-645.
<https://doi.org/10.1017/s002238161000006x>
- Slothuus, R. (2016). Assessing the Influence of Political Parties on Public Opinion: The Challenge from Pretreatment Effects. *Political Communication*, 33(2), 302-327.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1052892>
- Stokes, S. C. (1999). Political parties and Democracy. *Annual Review of Political Science*, 2, 243-267. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.2.1.243>
- Tkach-Kawasaki, L. M. (2003). Politics@Japan: Party Competition on the Internet in Japan. *Party Politics*, 9(1), 105-123. <https://doi.org/10.1177/135406880391006>
- Tokarski, M. (2019). *Mídia & Política 2019: Hábitos de informação e monitoramento político* (Media & Politics 2019: Information habits and political monitoring). FSB Pesquisa. <https://www.fsb.com.br/noticia/baixe-aqui-o-novo-midia-e-politica-2019-com-exclusividade/>
- Vesnic-Alujevic, L. (2012). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review*, 38(3), 466-470. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.01.010>
- Welp, Y. & Marzuca, A. (2016). Presencia de partidos políticos y diputados en internet en Argentina, Paraguay y Uruguay (The presence of political parties and deputies on the internet in Argentina, Paraguay, and Uruguay). *Perfiles Latinoamericanos*, 24(47), 199-224.
<http://dx.doi.org/10.18504/pl2447-011-2016>
- Zucco, C. Jr. & Power, T. J. (2021). Fragmentation Without Cleavages? Endogenous Fractionalization in the Brazilian Party System. *Comparative Politics*, 53(3), 477-500.
<https://doi.org/10.5129/001041521X15941508069585>

SOBRE OS AUTORES

DEIVISON HENRIQUE DE FREITAS SANTOS, Cientista Social e Mestrando em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná, Brasil. Pesquisador vinculado ao Grupo de Pesquisa Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE/UFPR) e ao Grupo de Pesquisa Comunicação, Discurso e Democracia (DISCORD/UTFPR). Bolsista Capes. Seus interesses de pesquisa concentram-se nas áreas de Comunicação & Política, Jornalismo Político, Comportamento Político e Opinião Pública.

 <https://orcid.org/0000-0002-9257-8621>

PEDRO HENRIQUE LEITE, Bacharel em Ciências Sociais com ênfase em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná, Brasil. Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE/UFPR). Foi vencedor do Prêmio Florestan Fernandes de melhor monografia em 2019, concedido pelo Departamento de Ciência Política da Universidade Federal do Paraná. Seus interesses concentram-se em Comunicação & Política e Experiência do Usuário, atuando também como Consultor em Pesquisa e Analista de UX.

 <https://orcid.org/0000-0002-3532-2988>

FRANCISCO PAULO JAMIL MARQUES, Professor da Universidade Federal do Paraná, Brasil. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE/UFPR). Investiga os seguintes temas: e-Transparência, Democracia Digital, Jornalismo Político, Teoria Democrática e demais aspectos relacionados à Opinião Pública. Tem artigos publicados em revistas como *Journalism*, *Journalism Practice*, *Journalism Studies*, *Journal of Communication* e *Policy & Internet*.

 <http://orcid.org/0000-0002-5256-1964>