



POLARIZAÇÃO PARTIDÁRIA VIRTUAL: O COMPORTAMENTO DISCURSIVO DAS LIDERANÇAS DO PT E DO PSDB NO *FACEBOOK*

Cristiane Brum Bernardes; Antonio Teixeira de Barros; Malena Rehbein Sathler¹

Palavras-chave: Política e internet. Partidos políticos. *Facebook*. Lideranças partidárias. Uso político do *Facebook*. Redes Sociais.

RESUMO

O estudo analisa as formas de polarização partidária promovidas no *Facebook* pelas lideranças de PT e PSDB na Câmara dos Deputados. O objetivo é avaliar as táticas discursivas dos dois partidos que dominaram a cena das disputas políticas em nível nacional no contexto recente. A metodologia consistiu no monitoramento dos perfis das duas agremiações durante o mês de outubro de 2015, época de grande conflito entre oposição e governo devido ao debate sobre o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff.

A pesquisa é ancorada nos pressupostos de que, com o avanço das tecnologias digitais, a política passou a ser um fenômeno de penetração difusa nas diversas esferas da sociedade, ou seja, consegue atingir o cidadão mesmo fora do âmbito político. Isso porque as mídias digitais contribuem para a inserção ampliada dos temas políticos nas relações sociais (RECUERO, 2014a; 2014b). O elevado potencial de sedução dessas plataformas, calcado na lógica do poder simbólico, em muito contribui(u) para a reconfiguração dos fluxos e circuitos de informação sociais, o que inclui o campo político e as formas partidárias.

Estudos recentes mostram que as redes sociais digitais configuram um espaço relevante de atuação política, não apenas para exibição e visibilidade dos atores, mas também de concorrência pelo “controle da conformidade social, política e ideológica” (EMEDIATO, 2015, p.182). Devido à centralidade da internet no contexto atual, alguns autores destacam que, especialmente o *Facebook*, “vem se configurando como uma das ferramentas comunicativas mais intensamente utilizadas pelos partidos políticos brasileiros” (ROCHA; BRAGA; 2013, p. 264). O *Facebook* tem mais de 100 milhões de usuários no Brasil, dos quais 59 milhões acessam a página diariamente, o que mostra a relevância da ferramenta para a interação social, incluindo a política partidária.

¹ Câmara dos Deputados (cris.brum@gmail.com; antonibarros@gmail.com; malena.rehbein@gmail.com)

IX JORNADA DE PESQUISA E EXTENSÃO

O Espaço da Democracia: desdobramentos políticos e reflexos na gestão do Poder Legislativo
17 e 18 de setembro - Câmara dos Deputados, Brasília-DF



As principais conclusões indicam algumas semelhanças no uso do *Facebook* pelas lideranças dos dois partidos, como o predomínio de *posts* com texto e foto, uso da própria internet como fonte para os conteúdos postados, protagonismo da legenda e dos líderes. No período, a liderança do PSDB mostrou-se mais ativa e combativa do que a do PT, além de contar com maior audiência on-line. Enquanto o PSDB usou 100% de seus *posts* para criticar, denunciar e ironizar o Governo, o PT utilizou 69% de suas publicações para se defender das acusações da oposição e 31% para divulgar ações e feitos do Governo. A confrontação política é predominante nos seguintes temas: política governamental e partidária, corrupção e economia. Em ambos predomina a lógica da política de visibilidade, com a divulgação de informações seletivas sobre o mundo da política, de acordo com os interesses do partido.

No levantamento de dados, mapeamos os possíveis atores sociais envolvidos nas publicações. As conclusões mostram que, em geral, não há interesse dos partidos em envolver atores da sociedade civil em um debate político protagonizado pelos perfis das lideranças no *Facebook*. Na verdade, não parece propriamente haver um debate nesses perfis, mas muito mais a reafirmação de opiniões já cristalizadas com finalidades de visibilidade e ampliação do alcance dessas opiniões. Isso mostra que o foco das lideranças, em boa parte, constitui-se das dinâmicas internas das lutas políticas e dos embates entre os próprios partidos, no âmbito da esfera legislativa. Isso faz sentido se levarmos em conta as finalidades das lideranças enquanto órgãos de organização interna da ação coletiva dos parlamentares dentro da Casa Legislativa.

Por ficarem restritos ao diálogo entre os atores parlamentares, os perfis são praticamente monotemáticos, com foco no jogo político polarizado entre oposição e situação, com ênfase para os enquadramentos de conflito, disputa política e controvérsias. Dessa perspectiva, não há diferenciação em relação à cobertura midiática convencional. Inclusive, o compartilhamento de material produzido pela mídia convencional é uma estratégia comum a todos os perfis. O elenco temático é dominado pelas categorias política nacional e economia, os dois alvos dos partidos, com estratégias diferenciadas: o PSDB para atacar e o PT para defender-se. Os demais temas da agenda que fogem ao escopo central de disputas e lutas políticas aparecem com menor frequência nas postagens.

Quanto à interatividade, os dados mostram que não existe a função de mediação pelos agentes que gerenciam os perfis das lideranças. A preocupação é apenas publicar os conteúdos previamente selecionados, sem prioridade para responder os comentários dos cidadãos. Por essa razão, o que predomina é a interação entre os próprios cidadãos, sem a participação das lideranças no debate. O papel das lideranças se resume a oferecer os inputs, com a postagem dos conteúdos selecionados. Esses inputs servem de estímulo para os cidadãos continuarem a discussão política, a partir do tema e do enquadramento oferecido pela liderança. Há uma clara disputa pela definição da realidade em jogo no cenário político nacional.

Ainda do ponto de vista da interação entre os próprios cidadãos, os dados mostram que existe uma adesão irrestrita a cada perspectiva política dominante nos perfis analisados, quase uma lógica de fidelidade ideológica. Isso significa que aqueles internautas que são a favor do Governo, aderem de forma entusiasmada, curtindo, compartilhando e oferecendo

IX JORNADA DE PESQUISA E EXTENSÃO

O Espaço da Democracia: desdobramentos políticos e reflexos na gestão do Poder Legislativo
17 e 18 de setembro - Câmara dos Deputados, Brasília-DF



comentários favoráveis diante dos conteúdos divulgados pelo perfil da bancada do PT. O mesmo ocorre com os partidários da oposição, cuja adesão também é irrestrita, quase com a “repetição de mantras” contrários ao Governo e ao PT, o que se verifica nas publicações do PSDB. No cômputo geral, observa-se que no plano da interação entre os cidadãos o elemento característico predominante é a opção “curtir”, em segundo lugar está o “compartilhamento”. A alternativa “comentário” é utilizada em menor escala. Trata-se, portanto, de uma configuração de interação passiva ou semiativa, ou seja, basta clicar em curtir ou compartilhar. Obviamente, a adesão do auditório é mais intensa no compartilhamento, porque o usuário não apenas concorda com a informação publicada, mas também tem interesse em ampliar o alcance da postagem, atingindo os nós de sua própria rede pessoal. De qualquer modo, percebe-se que a interação ativa propriamente dita, ou seja, o comentário, a expressão da opinião, crítica ou perguntas, é menos utilizada, pois exige mais atenção, habilidades cognitivas e o ato de escrever, além de exigir mais tempo do cidadão conectado.

REFERÊNCIAS

EMEDIATO, W. Discurso e web: as múltiplas faces do Facebook. **Revista da ABRALIN**, v.14, n.2, p.171-192, jul./dez. 2015.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no *Facebook*. **Verso e Reverso**, v.27, n. 68, p. 114-124, maio/ago. 2014a.

_____. **Redes Sociais na Internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014b.

ROCHA, L. C.; BRAGA, S. S. Os partidos brasileiros na web: como atuam as instituições partidárias nas novas TICs. In: ENCONTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO – ENPECOM, 5., 2013, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2013.