



SENADO FEDERAL
Instituto Legislativo Brasileiro – ILB

RONAN RAMOS LEAL

O Uber e o Facebook dos senadores:
Um estudo sobre a votação da regulamentação do transporte
por aplicativos

Brasília
Agosto de 2019

RONAN RAMOS LEAL

O Uber e o Facebook dos senadores:

Um estudo sobre a votação da regulamentação do transporte
por aplicativos

Monografia apresentada ao Instituto Legislativo Brasileiro - ILB como pré-requisito para obtenção de certificado de conclusão de Curso de Pós-Graduação em Tecnologia da Informação Aplicada ao Poder Legislativo.

**Orientadora: PhD. Valéria Ribeiro da
Silva Franklin Almeida**

Brasília

Agosto de 2019

Termo Geral de Autorização para Publicação Digital na BDSF

Como titular dos direitos autorais do conteúdo supracitado, autorizo a Biblioteca Digital do Senado Federal (BDSF) a disponibilizar este trabalho gratuitamente, de acordo com a licença pública Creative Commons – Atribuição - Uso Não Comercial – Compartilhamento pela mesma Licença 3.0 Brasil. Tal licença permite copiar, distribuir, exibir, executar a obra e criar obras derivadas, sob as seguintes condições: dar sempre crédito ao autor original, não utilizar a obra com finalidades comerciais e compartilhar a nova obra pela mesma licença no caso de criar obra derivada desta.

Assinatura do Autor / Titular dos direitos autorais

1234567

Leal, Ronan.

O Uber e o Facebook dos senadores: Um estudo sobre a votação da regulamentação do transporte por aplicativos / Ronan Ramos Leal. – Brasília, 2019.

X p. : il.

Trabalho de conclusão de curso (especialização) – Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Tecnologia da Informação Aplicada ao Poder Legislativo – Instituto Legislativo Brasileiro, 2019.

Orientadora: Prof.^a. PhD. Valéria Ribeiro da Silva Franklin Almeida

1. Redes Sociais. 2. Facebook. 3. Senado. I. O Uber e o Facebook dos senadores.

RONAN RAMOS LEAL

O Uber e o Facebook dos senadores:

Um estudo sobre a votação da regulamentação do transporte por aplicativos

Trabalho de Conclusão de Curso de pós-graduação em Tecnologia da Informação Aplicada ao Poder Legislativo, apresentado como requisito obrigatório para a obtenção do título de pós-graduação.

Aprovada em Brasília, em 29 de agosto de 2019 por:

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a. Valéria Ribeiro da Silva Franklin Almeida

Prof. Dr. Rafael Silveira e Silva

Dedicatória

Dedico este trabalho à minha amada família: Elaine, Maria Luísa e Davi.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pela vida e tudo mais que ele me proporciona. A minha esposa, Elaine, que me apoiou em todo tempo. Aos meus dois filhos, Maria Luísa e o Davi, que está a caminho, que me inspiram a ser sempre melhor em tudo o que faço.

Por fim, agradeço a minha família, mãe, irmã, professores e colegas de trabalho que contribuíram de alguma forma para que eu conseguisse cursar esta pós-graduação e concluir este trabalho. Agradeço especialmente à minha orientadora, Valéria, que com sua competência e compreensão, me deu muita força e coragem para seguir em frente.

RESUMO

Este trabalho busca demonstrar como os senadores brasileiros da 55ª Legislatura (2015-2019) usam suas redes sociais, mais especificamente o Facebook, para interagir com os internautas sobre temas de grande repercussão e mobilização, como foi o caso do PLC 28/2017, que regulamentou os serviços de transporte por aplicativos, como Uber, Cabify e 99. O tema mobilizou a opinião pública de forma abrangente, pois envolveu os motoristas por aplicativo, os taxistas e a população em geral que usa esses serviços. A pesquisa foi realizada por meio da análise dos perfis da rede social Facebook de todos os senadores entre os dias 24 de outubro e 1º de novembro de 2017, período da votação do projeto. Também foram examinadas as notas taquigráficas de Plenário a fim de se comparar o que foi postado no Facebook (discurso midiático) e o resultado do voto (decisão política). A maior parte (72%) não usou a rede social para demonstrar claramente seu posicionamento político sobre o tema. Conclui-se que a necessidade de resposta ao apelo popular no ambiente online ainda tem sido desconsiderada pela maior parte dos parlamentares.

Palavras-chave: 1.Redes sociais 2.Facebook 3.Política 4.Interesse público 5. Senado 6. Uber.

ABSTRACT

This paper seeks to demonstrate how Brazilian senators of the 55th Legislature (2015-2019) use their social networks, specifically Facebook, to interact with Internet users on topics of great repercussion and mobilization, as was the case of PLC 28/2017, which regulated application transport services such as Uber, Cabify, and 99. The issue mobilized public opinion in a comprehensive manner as it involved drivers by application, taxi drivers, and the general population that uses these services. The research was carried out by means of the analysis of the profiles of the social network Facebook of all the senators between October 24 and November 1, 2017, period of the voting of the project. Also analyzed were the shorthand notes of Plenary to make a comparison between what was posted on Facebook (media speech) and the result of the vote (political decision). Most (72%) did not use the social network to clearly demonstrate their political position on the issue. It is concluded that the need to respond to the popular appeal in the online environment has been disregarded by most parliamentarians.

Keywords: 1.Social network 2.Facebook 3.Policy 4.Public interest 5.Senate 6.Uber.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Lista dos parlamentares, partido e estado com informações sobre suas postagens no Facebook.....	63
Tabela 2 - Lista das principais cidades com serviços do Uber (por categoria) no Brasil.....	74

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	A INTERNET E A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO	14
2.1	A discussão sobre as tecnologias e seu papel para a interação social	18
2.2	As redes sociais	22
2.3	Facebook.....	27
3	AS REDES SOCIAIS E A POLÍTICA	30
3.1	Transparência e Instrumentos de diálogo.....	30
3.2	Democracia, cidadania e a popularização da cibercidadania.....	32
4	O UBER - DEFINIÇÃO E SUA TRAJETÓRIA DE REGULAMENTAÇÃO ..	37
4.1	Um estudo de caso - A votação para regulamentar os serviços de transporte por aplicativo	38
4.2	O dia da votação e o método de análise da pesquisa	41
4.3	Apresentação dos dados e resultados	42
5	CONCLUSÃO.....	55
	REFERÊNCIAS	58
	ANEXO I – Lista dos parlamentares, partido e estado com informações sobre suas postagens no Facebook.....	63
	ANEXO II – Lista das principais cidades com serviços do Uber (por categoria) no Brasil.	75

1 INTRODUÇÃO

A humanidade, de tempos em tempos, convive com grandes transformações e mudanças. O surgimento de novas tecnologias digitais acelerou ainda mais esse processo, suprimindo diversas lacunas da sociedade. É verdade que a internet não foi a única, mas é exemplo de uma dessas tecnologias e que, inclusive, agregou valor às demais. Ela tem desempenhado papel fundamental, principalmente para a geração mais nova que já nasceu totalmente inserida, não só com a web como meio de comunicação e lazer, mas principalmente com ela como instrumento de inovação e empreendedorismo.

Os fenômenos tecnológicos advindos com a internet, criada em 1969 com o nome de "Arpanet" nos EUA, como facilitadores no nosso dia a dia, transformando relações de consumo, propagando informação todo o tempo, agilizando as mais diversas tarefas, se potencializaram por meio das redes sociais. Tal fenômeno gerou inquietação de pesquisadores de diversas áreas, que observam a autonomia dessa nova forma de comunicação, que permitiu àqueles que antes apenas recebiam as notícias, a manifestação cidadã, e também o retorno rápido do interlocutor a quem ele direciona a mensagem, transformando-se ele próprio, cidadão comum, em gerador de informações.

A internet se tornou uma parte essencial da vida moderna, mesmo ainda havendo lugares em que as pessoas não possuem o acesso tão facilitado. Estudo recente feito pelo International Communications Union apontou que 57% da população mundial acessa a internet. Isso quer dizer que, dos 7.7 bilhões de habitantes do planeta, pouco mais da metade - 4.3 bilhões - estão, de alguma forma, online. Mesmo com o crescimento da internet, ano após ano, sendo bastante expressivo, o crescimento do uso das redes sociais foi ainda maior. De todos os usuários que acessam a internet, 80% deles usam alguma rede social¹.

No Facebook, onde esta pesquisa foca suas análises, são cerca de 2,38 bilhões de usuários globais e 131 milhões no Brasil, com 128 milhões ativos pelo *mobile* – dispositivo que permite a obtenção de dados ao alcance das mãos. O Facebook se

¹ Informações obtidas no site Olhar Digital, disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/dados-mostram-o-crescimento-impressionante-da-internet-em-10-anos/85914>> Acesso em: 24/06/2019.

consolidou, com larga diferença das demais, como a mídia social mais expressiva em números de usuários, e se tornou um aplicativo que faz parte da vida diária das pessoas em todo o mundo. Em 2019 a rede social completou 15 anos, e apesar do grande crescimento da empresa e dos seus lucros, têm crescido também as polêmicas que envolvem essa rede social².

Assim como outras redes sociais, o Facebook tem sido usado para o engajamento cívico, registrando ações de grande polarização de cunho político, que podem ser observadas nas últimas eleições presidenciais no Brasil, em 2018.

Como ferramenta de expressão de empatia e antipatia partidária, opiniões, anseios e reivindicações de diversos grupos, essa ferramenta tem sido amplamente utilizada também pela própria classe política, que busca divulgar sua atuação parlamentar e tenta se aproximar de seu eleitorado.

Já os transportes por aplicativo, outro elemento que compõe o objeto desta pesquisa, chegou ao Brasil em 2014, por meio da empresa Uber. A primeira cidade a receber o serviço foi o Rio de Janeiro, em maio. Em junho do mesmo ano, foi a vez da cidade de São Paulo, seguida por Belo Horizonte, em setembro. Atualmente, o Uber atua em mais de 100 cidades no Brasil³. Este grande crescimento, a exemplo do Facebook, também não veio sem polêmicas e crises corporativas. O termo Uber, apesar de representar uma empresa específica, foi usado de maneira genérica com o intuito de retratar todos os serviços de transporte por aplicativos, excetuando os utilizados pelos taxistas.

Outras questões, diretamente ligadas ao tema e que integram o cerne do trabalho nos ajudam a traçar um esboço da relação do poder público, da tecnologia e da sociedade. Essa temática está presente no 2º capítulo, que faz um breve histórico do surgimento da internet e da sociedade da informação, das redes sociais e do Facebook e do papel da tecnologia na interação social. O 3º capítulo mostra como tem sido a relação das redes sociais com a política, considerando-se as primeiras como ferramentas que contribuem para o diálogo e a transparência, em moldes da

² Informações obtidas no site de notícias G1, disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/02/04/facebook-completa-15-anos-com-23-bilhoes-de-usuarios.ghtml>> Acesso em: 15/06/2019.

³ Informações obtidas no site do Uber, disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>> Acesso em: 15/06/2019.

chamada cibercidadania. No 4º capítulo é descrita a trajetória da regulamentação dos serviços de transporte por aplicativo com os dados e resultados do estudo de caso.

Esta proposta de estudo visa observar a relação entre a sociedade e a classe política, tendo como pano de fundo esses dois aparatos tecnológicos: Facebook e Uber. A hipótese levantada aqui é de que, ao contrário do que se imagina, *a priori*, a interação entre os usuários desses aparatos, pode não garantir um contexto de efetiva comunicação interativa.

É, pois, com atenção a essa disrupção, causada por novas tecnologias, e buscando um exemplo concreto dos efeitos que essas mudanças trazem para a relação entre o cidadão e a política, que o presente trabalho faz uma análise quantitativa e qualitativa se os parlamentares brasileiros da 55ª Legislatura (2015 – 2018) do Senado Federal usaram o *Facebook* para informar seu posicionamento aos internautas a respeito do PLC 28/2017, que regulamentou os serviços de transporte por aplicativos, como Uber, Cabify e 99. Este tema foi escolhido por ser condizente com a temática do Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Tecnologia da Informação Aplicada ao Poder Legislativo, mais especificamente a disciplina, Parlamento, Tecnologia e Sociedade. A análise proposta serve para avaliar o comportamento dos parlamentares nas redes sociais, em se tratando de debates com grande repercussão e polarização na sociedade.

2 A INTERNET E A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

A internet é um meio de comunicação criado no século XX pelos Estados Unidos e alguns países europeus. Sua chegada ao Brasil aconteceu no começo da década de 90. Também ficou conhecida por rede mundial de computadores (*World Wide Web*), por interligar pessoas através de redes informatizadas de comunicação em todo o mundo. A comunicação através dela se estabelece por meio de protocolos de rede de dados que estabelecem as conexões e seus controles, o TCP/IP (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*) é o mais conhecido.

Ao contrário do que é apregoado por muitos, a Internet não surgiu exclusivamente de necessidades militares da nação norte-americana, ao se preocupar com a segurança de informações em relação aos russos.

A certa altura tornou-se difícil separar a pesquisa voltada para fins militares das comunidades científicas e das conversas pessoais. Assim, permitiu-se o acesso à rede de cientistas de todas disciplinas e, (...) houve a divisão entre ARPANET, dedicada para fins científicos e a MILNET, orientada diretamente às aplicações militares. (CASTELLS, 1999, p.83).

Segundo registro e relatos, houve uma dinâmica rede de cientistas, tecnólogos de informática e empreendedores que participaram, desde o princípio, do desenvolvimento desta tecnologia no final da década de 60.

Tecnologia símbolo da chamada Sociedade da Informação, a internet tem, entre suas características, a capacidade autônoma de expansão, propagando-se e multiplicando-se de forma exponencial, praticamente sem controles formais. No Brasil, essa total liberdade vigorou até o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014), onde se buscou regulamentar o uso da Internet por meio da previsão de princípios, garantias, direitos e deveres para quem usa a rede, bem como da determinação de diretrizes para a atuação do Estado.

No decorrer da História, o homem tem criado os mais diversos meios e ferramentas para se comunicar, e desse modo melhorar os seus padrões atuais de vida. A sociedade está em constante mutação e as novas tecnologias são as principais responsáveis.

O termo Sociedade da Informação, por sua vez, surgiu no fim do Século XX com origem no termo Globalização. Este tipo de sociedade encontra-se em processo de formação e expansão (CASTELLS, 1999, p.119).

Com o surgimento da Imprensa, graças à invenção da tipografia de Gutenberg no século XV (1450), a sociedade sofreu um grande impacto que tem afetado, ao lado de outros meios de massa que surgiram, como o cinema, o rádio, a televisão e a Internet, todas as esferas sociais dos tempos atuais.

O teórico canadense Marshall McLuhan ajuda a entender o impacto causado pelos meios de comunicação de massa. Em seu livro Meios de Comunicação como Extensões do Homem, ele ilustra como a tecnologia não é apenas um canal ou um veículo pelo qual a mensagem é difundida, mas é a própria mensagem, pois ela cria um contexto específico ao ser apropriada pela sociedade. Segundo o autor, “o meio é a mensagem”, levando à compreensão de que a evolução dos meios de comunicação impacta por si só a sociedade, e não apenas as mensagens que esses meios propagam.

As consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos (MCLUHAN, 1964, p.21, apud COELHO, 2015, p. 20).

Com uma visão diferente, Pierre Lévy diz que as tecnologias são produtos da sociedade, em vez de pensar que elas apenas causam algum tipo de impacto na sociedade. O pensamento de Lévy não invalida o pensamento de McLuhan. Em vez de enfatizar o impacto das tecnologias, poderíamos igualmente pensar que as tecnologias são produtos de uma sociedade e de uma cultura (LÉVY, 1999, p. 22)

Para Lévy, o próprio uso intensivo das tecnologias também constitui a sociedade, e não apenas as técnicas são imaginadas, fabricadas e reinterpretadas durante seu uso pelos homens. Mas o poder dos meios, de acordo com McLuhan, pode-se verificar quando se permanece à margem desse próprio meio.

Os autores Melvin DeFleur e Sandra Ball-Rokeach mostram a evolução da comunicação humana por meio do surgimento da comunicação de massa, como a imprensa, o cinema, o rádio e a televisão, analisando os impactos que todos esses meios causaram na sociedade. Segundo os autores, “as implicações, influências e

consequências do crescimento extraordinário de nossos veículos de massa ainda se acham incompletos na sua compreensão” (DEFLEUR, 1993, p. 17 apud COÊLHO, 2015, p. 20).

É bem verdade que, desde o surgimento dos meios de comunicação de massa, várias teorias tratam sobre seus impactos no público, mas sempre aliadas a alguma outra ciência humana fora da Comunicação Social. São exemplos de ciências que utilizam conceitos e bases para a formulação de teorias da comunicação, a Psicologia, a Sociologia e a Matemática.

DeFleur & Ball-Rokeach afirmam que essas teorias buscavam compreender o efeito desses meios nas pessoas, algo que foi se tornando cada vez mais complexo de se definir (DEFLEUR, 1993, p. 17 apud COÊLHO, 2015, p. 20). Para McLuhan, cada meio ou tecnologia que surge provoca uma mudança de escala ou padrão no homem, e essa é sua principal mensagem. Desta forma, impactam a sociedade, sendo produto de seu uso (MCLUHAN, 1964, p.21, apud COÊLHO, 2015, p. 20).

A internet, assim como outras tecnologias de comunicação adotadas ao longo do tempo, tem demonstrado uma enorme capacidade de introduzir profundas mudanças em toda a sociedade, seja no seu uso crescente, seja por despertar interesse dos teóricos, que buscam captar uma abordagem ideal de sua definição e também seus mecanismos e impactos. O principal argumento de grupos de estudiosos que defendem uma abordagem contemporânea construtivista para a compreensão de seu surgimento é a participação de vários agentes na sua criação, levando ao raciocínio de que toda produção tecno-científica e sua posterior utilização decorrem da interação entre os polos de conhecimento e o tecido social. (ALMEIDA, 2007, p.184).

Para Manuel Castells, sociólogo espanhol, mesmo não sendo um defensor da posição construtivista, mas apresentando um pensamento congruente em relação ao surgimento da internet, todo invento revela “um estágio do conhecimento” de uma sociedade específica (2005, 73), uma vontade de adotar certa tecnologia, podendo ser um prenúncio de uma formação de um novo elo social. Ainda segundo Castells, já enveredando por outra linha teórica que recebeu a denominação de determinismo tecnológico, elaborada por Harold Innis e Marshall McLuhan, no qual a mudança foi desenhada em outras instâncias que não apenas tecnológicas, e sim por um

mecanismo em que uma inovação puxa outra e impulsiona o desenvolvimento econômico, não sendo nunca um fenômeno isolado, pode-se adotar um pensamento mais simples, adotando-se o entendimento de que ocorre a quebra do paradigma de linearidade e materialidade com a internet (CASTELLS, 2005, p.73 apud Almeida, 2007, p. 186).

O autor pontua que, em âmbito mais amplo e na sequência da Era Industrial, instalou-se, nos últimos sessenta anos no mundo:

Uma evolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação que começou a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado. Economias por todo mundo passaram a manter interdependência global, apresentando uma nova forma de relação entre a economia, o Estado e a sociedade em um sistema de geometria variável. (CASTELLS, 2005, p.73).

Para Castells (2003), a internet tem assumido um papel central nas esferas sociais, econômicas e políticas, gerando assim problemas de marginalização para aqueles que, de alguma forma, não têm acesso ou não querem fazer uso dela.

Diversos autores como Monika Dowbor e Hélio Silva criticam a visão exageradamente positivista que envolve o debate sobre a Internet (2000, apud ALMEIDA, 2007). Eles ressaltam a necessidade de uma análise mais crítica acerca do tema, considerando que, a exemplo dos meios anteriores, traz vantagens e desvantagens para a sociedade e ainda há uma parcela da sociedade que não tem acesso a este meio de comunicação. Ainda mais duro em suas críticas, Ladislau Dowbor (2000, apud ALMEIDA, 2007) relembra a existência de “pessoas que foram reduzidas a um nível de pobreza que torna Internet e semelhantes uma piada”. Passados dezenove anos dos comentários dos autores, podemos verificar que o acesso à internet já é bem maior, até por camadas menos favorecidas da sociedade.

No Brasil, por exemplo, a penetração da Internet já atingiu 70% da população, acima da média global de 57%. Mais de 149 milhões, dos quase 210 milhões de habitantes do país (segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), são usuários de internet. Deste total 85% dos usuários de internet navegam todos os dias. O país fica atrás apenas das Filipinas em termos de horas gastas na internet. Os brasileiros passam um total de 9 horas e 29 minutos por dia na internet, bem acima da média global de 6 horas e 42 minutos. Ainda assim uma grande parcela da sociedade segue sem uma gama de informações, que a torna subordinada às

estruturas sociais, culturais e econômicas, reproduzindo os formatos de dominação cultural existentes na sociedade (Ladislau Dowbor 2000, apud ALMEIDA, 2007).

Sem falar em um sem número de novos problemas que surgiram nos últimos anos. Campanhas de ódio, assédios, exposição da intimidade alheia e até tentativa de homicídio usando a internet como meio de aproximação são riscos enfrentados com frequência cada vez maior. Vale citar: as chamadas fake news⁴, influenciando eleições, gerando linchamentos em praça pública e até levando pais a deixarem de vacinar seus filhos, ocasionando a volta de doenças já erradicadas, além de vingança pornográfica, onde pessoas expõem seus ex-parceiros em momentos íntimos na web. Tem também os jogos virtuais que levam jovens a cometer suicídio, o chamado desafio da Baleia Azul etc⁵. Situações que mantêm um grande desafio: a universalização do direito da sociedade à informação e o uso equilibrado desta informação.

O mundo digital muda os cenários em ritmo acelerado, o que gera ainda mais interesse e maior necessidade de aprofundamento dos debates e estudos. Ano a ano, novas informações vão surgindo e com elas revelações de novas tendências e até de novos paradigmas, fazendo-se necessário um olhar atento e constante dos pesquisadores da área. A chamada revolução Web 2.0, denominação que identifica a transformação da internet em uma plataforma agregadora e compartilhadora de conteúdo, onde surgiu o Facebook, é um desses elementos que suscita interesse, ao lado de outras redes sociais e aplicativos, os quais vão merecer atenção mais à frente neste trabalho. Mas antes, como base para o entendimento desses novos dispositivos, é necessário examinar o papel dos meios para as trocas sociais.

2.1 A discussão sobre as tecnologias e seu papel para a interação social

McLuhan chama a atenção para a mudança nas relações humanas provocada pelas novas tecnologias, em particular pelo surgimento de novos meios de comunicação. Nesse sentido, pode-se refletir sobre as transformações que a criação da Internet provocou e vem provocando na comunicação, e de forma mais marcada,

⁴ Informações obtidas no site ISTOÉ, disponível em:<<https://istoe.com.br/as-fake-news-nas-eleicoes/>>Acesso em: 18/07/2019.

⁵ Informações obtidas no site ISTOÉ, disponível em:<<https://istoe.com.br/os-perigos-das-redes-sociais/>>Acesso em: 18/07/2019.

nas reais interações. O novo meio, repleto de potencialidades, especialmente a possibilidade de o cidadão comum poder manifestar diretamente sua opinião, cobrar respostas de seus questionamentos aos órgãos públicos ou privados e até à própria mídia e às autoridades, podendo, ainda, apresentar a sua versão dos fatos e o que considera como sendo a sua verdade. Isso vem causando uma grande mudança para o jornalismo e também no mundo político, que tem se transformado de maneira muito rápida nos últimos anos.

Tentando compreender e analisar estas transformações, Pierre Lévy traz conceitos importantes, como o de ciberespaço e cibercultura. O autor explica que o ciberespaço é um novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores (Lévy, 1999, p. 22). E a cibercultura é o conjunto de técnicas, de práticas, de valores que se desenvolvem com o crescimento do ciberespaço (1999, p. 17). Para Lévy, a nova era digital vem criando comunidades virtuais que se comunicam pela interconexão de mensagens.

A grande velocidade com que acontecem as alterações provocadas pelas tecnologias representa um dificultador para as pesquisas sobre seus efeitos na sociedade. As constantes mudanças talvez sejam a principal causa dessa instabilidade e dificuldade nas análises. Lévy, diz que essa instabilidade é a essência da cibercultura e sua característica inegável.

Ele compartilha um importante conceito sobre inteligência coletiva que é, segundo o autor, um dos três principais que orientam o crescimento do ciberespaço, ao lado da interconexão e da criação de comunidades virtuais. Esta interconexão provoca uma mudança física na comunicação, que é a de passar “das noções de canal e de rede a uma sensação de espaço envolvente” (LÉVY, 1999, p. 127).

Ainda segundo Levy, as comunidades virtuais trazem conflitos e exploram novas formas de opinião pública. Já a inteligência coletiva seria “a perspectiva espiritual”, a finalidade última da cibercultura. Ou seja, a inteligência coletiva pode ser definida como o resultado dessa interação, com a construção de conhecimentos de forma coletiva e compartilhamento de habilidades em prol da comunidade virtual.

Conceito este que embasa uma reflexão sobre uma importante realidade trazida pela Internet, que são as redes sociais digitais. Como a evolução dos meios de comunicação é muito rápida, todo estudo sobre as transformações provocadas

pela Internet é relevante, mas deve ser feito com muito cuidado. Fatos recentes como as manifestações pró e contra o governo do presidente Jair Bolsonaro no Brasil mostram quão importantes são as redes sociais como instrumentos para que as massas se mobilizem politicamente.

Com olhos mais atentos, parte da população tem acompanhado mais de perto cada passo de seus representantes e também dos órgãos de imprensa. O parlamentar tem sido obrigado a dar explicações por suas declarações e atitudes, quase que de forma instantânea. Diariamente cobrados a dar explicações sobre os mais diversos assuntos, muitas vezes esses políticos se omitem, preocupados em não tomar lados e perder apoio, mas interagir com os cidadãos é algo imperativo no mundo virtual, e também uma das exigências primordiais para a interação na internet. A maioria deles sabe disso e se esforça para manter essa interação, mesmo de forma tímida, ou por intermédio de assessores, o que impede de certa forma um diálogo direto. Mas como saber se realmente há uma interação produtiva e eficaz?

O fluxo de mensagens recebidas diariamente geralmente é grande, o que inviabiliza uma conversa direta com cada um dos internautas. No entanto, dar uma resposta às demandas e questionamentos é muito importante, já que se torna um canal de aproximação entre eleitores e seus representantes.

Sem entrar nos debates atuais, feitos principalmente por partidos políticos antagônicos, sobre possíveis manipulações das redes sociais por robôs⁶ - sistemas programados para interagir na internet, simulando tendências e opiniões para influenciar o posicionamento da opinião pública e dos parlamentares - até porque o tema ainda é pouco explorado e carece de estudos mais aprofundados sobre estas possíveis manipulações, pode-se verificar que, em muitos casos, as cobranças, feitas online e publicamente, já têm tido resultados positivos, pelo menos para aqueles grupos mais engajados e organizados. Ou seja, não é incomum vermos mudanças de posição de alguns governantes após uma intensa cobrança popular, principalmente pela internet. Tal ocorreu no início do ano de 2019, com o chamado Centrão - grupo informal de partidos políticos como DEM, PP, PRB, PSD - que recuou e não votou pela criação de novos ministérios. O grupo havia negociado com o governo Jair

⁶ Informações obtidas no site ISTOÉ, disponível em: <<https://istoe.com.br/as-fake-news-nas-eleicoes/>> Acesso em: 18/07/2019.

Bolsonaro, no sentido de que seriam recriadas as pastas da Integração Nacional e Cidades. Essa seria uma maneira de negociar e melhorar a coalizão e o diálogo com o governo, que enfrenta dificuldades para criar base para aprovação de projetos⁷.

Já em relação à interação, o presente estudo de caso, conforme será mostrado mais à frente, pode comprovar, ao menos de forma pontual, que é baixa a taxa de retorno e resposta dos parlamentares nas redes sociais, principalmente em se tratando de temas polêmicos e de grande repercussão.

Atualmente no Congresso Nacional, os celulares em punho são onipresentes: filmando discursos no plenário, registrando atos ou transmitindo ao vivo entrevistas à imprensa. O uso do celular se tornou uma prática tão banal na atividade política atual que, estudos constantes, a exemplo do presente, se tornam uma necessidade fundamental para o entendimento dessa nova relação que surge entre o político, o celular, as redes e a população. Os parlamentares, da atual Legislatura, iniciada em 2019, investem bem mais em enquetes para consultar a opinião de seus seguidores e usam as redes para interagir e prestar contas aos seus eleitores a todo momento, conforme reportagem do site de notícias G1⁸, algo um pouco diferente em relação aos parlamentares da legislatura anterior, que foram objeto desse estudo.

Se no período eleitoral as redes foram fundamentais para os então candidatos, agora, elas se tornaram uma ferramenta de trabalho indispensável dos parlamentares, tanto para interagir com os eleitores como para prestar contas do mandato. Os seguidores estão na casa dos milhares e, às vezes, dos milhões.

Fazer enquetes sobre votações ou assuntos polêmicos tornou-se algo corriqueiro. O caso mais emblemático é o do recém-empossado, senador Jorge Kajuru (PSB-GO), que decidiu em quem votaria para presidente do Senado após consultar os internautas. Eleição essa recheada de polêmicas, como uma possível fraude na votação, onde surgiu uma cédula a mais do que o número de senadores votantes, debates acalorados entre os parlamentares além de uma grande mobilização nas

⁷ Informações obtidas no site UOL, disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/05/21/camara-recua-mp-ministerios-bolsonaro.htm>> Acesso em: 30/07/2019.

⁸ Informações obtidas no site G1, disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/03/09/redes-sociais-norteiam-atuacao-de-parlamentares-no-congresso.ghtml>> Acesso em: 18/07/2019.

redes contra a candidatura do senador Renan Calheiros (MDB-AL). O senador Davi Alcolumbre (DEM-AP) foi o presidente eleito do Senado Federal.

Conforme reportagem do site Infomoney, há uma nova cartografia do poder sendo construída e nesse espaço a opinião pública digital emerge a cada dia com mais força, afirmando, inclusive, que no caso citado, foi ela, a opinião pública digital, o 82º senador que ajudou a derrotar Renan Calheiros⁹.

A deputada federal Policial Katia Sastre (PR-SP) tem se dedicado a dar atenção aos seus seguidores nas redes, criadas um mês antes da eleição em outubro. A parlamentar afirma que, no início, chegou a contratar uma empresa para responder aos seus seguidores, mas que mudou de ideia em questão de dias. Por não gostar que as pessoas recebam uma resposta que não é aquilo que ela responderia. Para que as pessoas que votaram nela, saibam realmente o que pensa, justifica.

A parlamentar conta que responde a todas as mensagens, nem que “demore um pouquinho”. “Na maioria dos dias, depois que eu chego em casa e as crianças dormem, eu pego o celular e respondo uma por uma”, diz¹⁰. Esse são bons exemplos de que algo mudou, na forma de atuação nas redes sociais desses parlamentares e que pode influenciar todos os demais na forma de interagir com a sociedade.

2.2 As redes sociais

Com a popularização da internet a partir dos anos 2000, outro tipo de serviço de comunicação e entretenimento, cuja plataforma de funcionamento é a própria web, começou a ganhar força: as redes sociais. Atualmente, a variedade desses produtos é grande, apresentando inclusive categorias com públicos bem segmentados.

A jornalista, professora e pesquisadora Raquel Recuero (2010), em seu livro *Redes Sociais na Internet*, define rede social como um conjunto de atores, que são pessoas, instituições ou grupos, e suas conexões, ou seja, suas interações ou laços

⁹ Informações obtidas no site InfoMoney, disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/politica/noticia/7906677/o-82-senador-ajudou-a-derrotar-renan-calheiros>> Acesso em: 04/08/2019.

¹⁰ Informações obtidas no site G1, disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/03/09/redes-sociais-norteiam-atuacao-de-parlamentares-no-congresso.ghtml>> Acesso em: 18/07/2019.

sociais. Segundo a autora, a expressão pessoal ou personificada na rede é um aspecto importante para entender as redes sociais. A análise de Sibilía (2003), trazida por Recuero, é de que a nossa sociedade teria a necessidade de exposição pessoal, o que é chamado de “imperativo da visibilidade” (RECUERO, 2010, p. 27)

As interações mediadas pelo computador nas redes sociais constituem laços sociais entre os atores. Estes laços podem ser fortes, marcados pela intimidade e proximidade, ou fracos, fruto de relações esparsas.

Outra característica dos laços sociais é que eles podem ser laços associativos que seriam constituídos por meio da interação reativa, como aceitar um convite de amizade em uma rede social. Já os laços dialógicos seriam característicos da interação mútua, como uma conversa no WhatsApp, que é um aplicativo de troca de mensagens para smartphones (RECUERO, 2010).

As autoras Lúcia Santaella e Renata Lemos (2010) trazem ainda uma contribuição importante sobre a evolução das Redes Sociais na Internet (RSIs), que é a classificação em RSIs 1.0, RSIs 2.0 e RSIs 3.0. Segundo as autoras, as RSIs 1.0 se caracterizaram pela possibilidade de interatividade em tempo real para redes configuradas, a exemplo do antigo ICQ¹¹. As RSIs 2.0 possibilitam o compartilhamento em rede social de arquivos, interesses, como o LinkedIn, que é uma rede de negócios e conexões profissionais. E as RSIs 3.0 se caracterizam pela integração com outras redes sociais, como Facebook e Twitter, este último sendo um servidor para microblogging, também pelos jogos sociais, assim como por aplicativos para mobilidade (SANTAELLA e LEMOS, 2010, p. 58).

Santaella e Lemos explicam que nas RSIs 3.0 há uma conexão imediata entre redes sociais e que as informações pessoais privadas trafegam livremente entre os diversos repositórios, em bases de dados gigantescas que analisam gostos e preferências individuais para os mais diversos fins: governamentais, gerenciais, estatísticos, publicitários, estratégicos. Algo que tem sido alvo de muitas críticas nos últimos anos, por ferir a privacidade das pessoas (SANTAELLA e LEMOS, 2010, p.

¹¹ O ICQ é um programa de comunicação instantânea, que foi pioneiro dos programas do gênero na Internet. ICQ é a sigla da pronúncia em inglês de I (ai), C (si), Q (kiu), que forma a frase “I seek you” (Eu procuro você). Foi desenvolvido em 1996 pelos jovens israelenses Yair Goldfinger, Arik Vardi, Sefi Vigiser e Amnon Amir.

59). Segundo as autoras, nessas redes, a renovação de conteúdo apresenta uma dinâmica contínua e geral e o fluxo de informação está sempre em movimento.

É importante citar as diferenças entre as expressões mídias sociais e redes sociais. Segundo Dennis Altermann (2010), uma rede social está baseada nas relações online entre pessoas, que é a proposta de sites como o Facebook. Por sua vez, as mídias sociais são ferramentas usadas para divulgar conteúdo ao mesmo tempo em que permitem uma relação com outras pessoas. Por exemplos blogs, que são sites cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos de artigos, postagens ou publicações e o caso do Twitter, que é um servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, por meio do website do serviço e por softwares específicos de gerenciamento.

Mas o autor explica que a definição da terminologia rede ou mídia social vai depender do uso da ferramenta. Um bom exemplo é o Twitter, que pode ser usado como mídia social apenas para difundir conteúdo, como muitos jornalistas o fazem, ou como rede social, para seguir amigos e conversar com eles.

Segundo André Telles (2010), as redes sociais são uma categoria de mídias sociais. Para ele, é errado citar Twitter ou YouTube, que é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, como redes sociais, pois esses sites são mídias utilizadas para compartilhar conteúdo.

O recém-lançado relatório Digital 2019, da We Are Social e da Hootsuite, nos dá insights atualizados sobre temas digitais em nível mundial, desde a inserção da internet na sociedade até o grande aumento no uso de smartphones e mídias sociais.

Segundo o relatório existem mais de 140 milhões de usuários ativos nas mídias sociais no Brasil¹², dados que mostram que o brasileiro é conectado e pode usar sua conectividade também na participação cidadã. O governo federal possui atualmente mais de 1,5 mil sites com serviços para a população e pretende migrar todos para um portal único, visando a economicidade e a centralização de serviços e informações. É o que institui o Decreto 9.756/2019¹³. De olho nisto, órgãos governamentais e políticos têm buscado se adaptar a essa realidade.

¹² Informações obtidas no site PAG Brasil, disponível em: <<https://www.pagbrasil.com/pt-br/noticias/relatorio-digital-in-2019-brasil/>> Acesso em: 16/06/2019.

¹³ Informações obtidas no site Agência Brasil, disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-04/sites-do-governo-vao-migrar-para-portal-unico>> Acesso em: 30/07/2019.

Apesar da popularização da internet e das redes sociais serem mais recentes, os primeiros relatos de serviços que possuem características de sociabilização de dados surgiram no ano de 1969, com o desenvolvimento da tecnologia dial-up e o lançamento do CompuServe — um serviço comercial de conexão à internet em nível internacional muito propagado nos EUA.

Outro passo importante nessa evolução foi o envio do primeiro email em 1971 e, sete anos mais tarde, a criação do Bulletin Board System (BBS), um sistema criado por dois entusiastas de Chicago para convidar seus amigos para eventos e realizar anúncios pessoais. Esta ferramenta já se assemelhava aos moldes atuais das redes sociais e se constituía em uma tecnologia que usava linhas telefônicas e um modem para transmitir os dados.

No entanto, o marco desse período foi em 1985, quando a America Online (AOL), passou a fornecer ferramentas para que as pessoas pudessem criar perfis virtuais descrevendo a si mesmas ou criando comunidades com assuntos de interesse comum onde poderiam trocar informações e debatê-las. Anos mais tarde (mais precisamente 1997), a empresa implementou outra inovação, um sistema de mensagens instantâneas, também conhecido por IM (do inglês *Instant Messaging*) o pioneiro entre os chats e a inspiração dos chamados “messengers”, que são tão utilizados atualmente. Já o ano de 1994 ficou marcado por quebras de paradigmas, mostrando ao mundo os primeiros traços mais característicos das redes sociais virtuais, com o lançamento do GeoCities. O conceito desse serviço era fornecer recursos para que as pessoas pudessem criar suas próprias páginas na web, sendo categorizadas de acordo com a sua localização. Ele chegou a ter 38 milhões de usuários e foi adquirido pela empresa Yahoo!, mas o serviço foi finalizado no ano de 2009.

Outros dois serviços foram anunciados em 1995 — esses com características mais claras no foco para a conectividade entre pessoas. O The Globe dava a liberdade para que seus adeptos personalizassem as suas respectivas experiências online, publicando conteúdos pessoais e interagindo com pessoas que tivessem interesses em comum.

Por sua vez, a Classmates, reconhecida por muitos como a primeira rede social da internet, visava disponibilizar aos seus usuários mecanismos para reunir grupos de antigos colegas de escola e faculdade, viabilizando troca de fotos, músicas, vídeos,

anúários escolares, novos conhecimentos ou o simples ato de marcar reencontros. Essa rede social ultrapassou 50 milhões de cadastros e, graças ao sentimento nostálgico, sobrevive até hoje, mas com um número menor de participantes.

Por volta dos anos 2000, a internet teve um aumento significativo de presença no trabalho e na casa das pessoas. Com isso, as redes sociais alavancaram uma imensa massa de usuários e, a partir desse período, uma infinidade de serviços foram surgindo e se incorporando à rotina dos internautas.

Em 2002, por exemplo, nasceram o Fotolog e o Friendster. Esse primeiro produto consistia em publicações baseadas em fotografias acompanhadas de ideias, sentimentos, ou o que mais viesse à cabeça do usuário no momento. Além disso, era possível seguir as publicações de conhecidos e comentá-las.

Por sua vez, o Friendster foi um dos primeiros serviços a receber o status de “rede social”. Suas funções permitiam que as amizades do mundo real fossem transportadas para o espaço virtual também. Esse meio de comunicação e socialização atingiu 3 milhões de adeptos em apenas três meses — o que significava que 1 a cada 126 internautas da época possuía uma conta nele.

Em seguida, ao longo de 2003, foram lançados o LinkedIn e o MySpace (que foi considerado uma cópia do Friendster). Ambos ainda estão no ar e com uma excelente reputação.

Eis que chegamos à 2004, época em que as redes sociais caíram no gosto dos internautas e viraram negócios muito lucrativos. Pode se dizer que foi o ano das redes sociais, pois nesse período foram criados o Flickr, o Orkut e o Facebook — algumas das redes sociais mais populares até hoje.

Similar ao Fotolog, o Flickr é um site para quem adora fotografias, permitindo que as pessoas criem álbuns e compartilhem seus acervos de imagens.

O Orkut foi a primeira grande rede social a fazer sucesso no Brasil. Por aqui, a rede chegou a ter mais de 80 milhões de usuários, perdendo terreno para o Facebook, quando a rede de Mark Zuckerberg (fundador do Facebook) começou a dominar o país alguns anos mais tarde. A rede social da Google foi durante anos a mais usada

pelos internautas brasileiros, até perder seu título para a criação de Mark Zuckerberg em dezembro de 2011¹⁴.

Como esta pesquisa trata mais especificamente do Facebook, é importante contextualizar e trazer informações sobre este site de rede social que faz tanto sucesso entre os brasileiros e tem aberto portas para comunicação de várias instituições públicas com os cidadãos.

2.3 Facebook

Nascido como um projeto no dormitório do americano Mark Zuckerberg enquanto este estudava na Universidade de Harvard, sob a missão de “aproximar as pessoas”, o Facebook angariou usuários desde os primeiros anos. Foi lançado em 2004 para criar uma rede de contatos entre os alunos que estavam saindo do secundário (High School, nos Estados Unidos) e os que entravam na universidade. Em seu início, era disponível apenas para os alunos de Harvard e, em 2005, foi aberto para escolas secundárias (RECUERO, 2009, p.172).

O Facebook funciona por meio de perfis, que disponibilizam informações pessoais e publicações de fotos, textos e vídeos que podem ser curtidos, comentados e compartilhados e essas atualizações aparecem visíveis para todos os amigos, conhecidos e interessados, que fazem parte dessa rede. Além disso, há também comunidades, páginas de empresas (onde é possível fazer compras online), instituições públicas ou personalidades políticas, artísticas, etc. que perceberam a importância dessa ferramenta como meio de divulgação.

Um importante aspecto do Facebook, que não se pode deixar de destacar, é o seu algoritmo, que consiste em uma fórmula de cálculo para determinar o que os usuários veem em seus feeds, que são as páginas iniciais que aparecem em cada perfil com as postagens dos que fazem parte de sua rede. Algo que gera bastante controvérsia, principalmente, em relação à criação de possíveis bolhas, onde pessoas só interagem com outras que pensam parecido entre si. Isso significa que há uma seleção do que cada usuário verá em sua página no Facebook, determinada pelos

¹⁴ Informações obtidas no site Tecmundo, disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>> Acesso em: 09/07/2019.

próprios administradores da rede social. Dessa forma, há um filtro, percepção que tem grande relevância para qualquer pesquisa que estude o Facebook como captador de público para notícias ou outras informações.

Esse algoritmo, chamado de EdgeRank, é uma verdadeira caixa preta, pois não é totalmente conhecido pelos usuários do site e o Facebook apresenta um histórico de alterar essa fórmula constantemente. Isso influencia muito no uso estratégico dessa ferramenta pelas instituições privadas e públicas na busca pela captação de mais audiência para seus produtos informativos.

Com informações acuradas de quem usa a plataforma, o Facebook cresceu no mercado de publicidade digital, principalmente vendendo segmentação para anunciantes. No ano passado (2018), a empresa faturou US\$ 55 bilhões, 38% a mais do que um ano antes e lucrou US\$ 24,9 bilhões. Ao lado do Google, as duas têm mais de 60% do mercado de publicidade digital.

O Facebook tem cerca de 2,38 bilhões de usuários globais e 131 milhões no Brasil com 128 milhões ativos pelo mobile, se consolidando, com larga diferença das demais, como a mídia social mais expressiva em números de usuários e popularidade, se tornando um dispositivo que faz parte da vida diária das pessoas em todo mundo. Contando toda a “família” de aplicativos de sua propriedade, o Facebook afirma ter mais de 2,7 bilhões de usuários mensais¹⁵.

A rede social, que em 2019 completou 15 anos, expandiu-se muito e imprimiu um grande crescimento da empresa que a administra e dos seus lucros, tendo crescido também as polêmicas que envolvem o Facebook. Mesmo seu futuro sendo algo incerto, não há como negar a influência que a rede social tem hoje, não só na vida cotidiana das pessoas, mas também, nas grandes tomadas de decisão de diversos países, conforme admitiu a própria rede, através de seu fundador em um pedido de desculpas pelo escândalo envolvendo o vazamento de informações de usuários que foram usados para influenciar as eleições norte-americanas, o que foi confirmado também pela empresa de análise de dados Cambridge Analytica¹⁶.

¹⁵ Informações obtidas no site de notícias da G1, disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/02/04/facebook-completa-15-anos-com-23-bilhoes-de-usuarios.ghtml>> Acesso em: 15/06/2019.

¹⁶ Informações obtidas no site de notícias jornal Metro, disponível em: <<https://www.metrojornal.com.br/estilo-vida/2018/03/21/facebook-admite-admite-influencia-em-eleicoes-nos-eua.html>> Acesso em: 30/07/2019.

A forte presença do Facebook no âmbito das comunicações digitais tem sido uma faca de dois gumes. É essa a principal razão dos extraordinários lucros da empresa, mas também o motivo pelo qual a rede social começou a ser alvo de críticas e fiscalização mais atenta por órgãos de regulação de diferentes governos.

Principalmente, no último ano, a rede social teve de lidar com uma série de escândalos, com destaque para o caso da Cambridge Analytica — consultoria política que usou dados de usuários para impactar eleições nos Estados Unidos e na Europa.

3 AS REDES SOCIAIS E A POLÍTICA

3.1 Transparência e Instrumentos de diálogo

Assim como outras redes sociais, o Facebook tem sido usado para o engajamento cívico, como ferramenta de expressão da sociedade, sendo uma excelente forma de parlamentares e grupos partidários ou sociais buscarem uma proximidade maior junto ao seu eleitorado ou aos seus seguidores, e vice-versa.

Para Castells (2013), em seu livro *Redes de Indignação e de Esperança*, que trata dos movimentos sociais surgidos na Internet, esses movimentos nascem da indignação e da esperança da mudança.

As redes sociais digitais baseadas na internet e nas plataformas sem fio são ferramentas decisivas para mobilizar, organizar, deliberar, coordenar e decidir. Mas o papel da internet ultrapassa a instrumentalidade: ela cria as condições para uma forma de prática comum que permite a um movimento sem liderança sobreviver, deliberar, coordenar e expandir-se. (CASTELLS, 2013, p. 167)

No entanto, como explica ele, a Internet não é suficiente para essa ação coletiva. A esperança também é importante componente para que esses movimentos saiam do ambiente online, ou para que, mesmo online, eles tomem algum direcionamento prático.

Lévy (1999, p. 209) contribui com esta análise ao afirmar que a inteligência coletiva encontra verdadeiros obstáculos no ciberespaço, ocasionados por ideias extremamente pessimistas e críticas. Para ele, é muito difícil harmonizar os debates entre participantes do ciberespaço devido à liberdade de expressão que a Internet proporciona.

O ciberespaço abriga negociações sobre significados, processos de reconhecimento mútuo dos indivíduos e dos grupos por meio da atividade de comunicação (...). Esses processos não excluem os conflitos. Decerto envolvem pessoas ou grupos nem sempre bem intencionados. (...). Acrescentemos que é muito mais difícil executar manipulações em um espaço onde todos podem emitir mensagens e onde informações contraditórias podem confrontar-se do que em um sistema onde os centros emissores são controlados por uma minoria. (LÉVY, 1999, p. 225)

O próprio Lévy não deixa de reconhecer que a inteligência coletiva, embora encontre obstáculos, encontra seu espaço privilegiado, exatamente no ciberespaço.

Para Camargos (2004), se há mais cidadania, conseqüentemente haverá aumento no interesse do cidadão pelo que acontece na esfera pública, cidadão esse

que passa a exigir mais qualidade e transparência na informação, aumentando também a responsabilidade de quem lida com a comunicação.

Se por um lado uma “boa comunicação é fundamental para a continuidade e sobrevivência de governos [...], na outra ponta da linha está o cidadão, para quem o que importa não é a imagem boa ou ruim da administração, mas a transparência, a possibilidade de fiscalização, a existência de meios que permitam o julgamento de uma ação administrativa” (CAMARGOS, 2004, p. 148 apud Carrer, 2015, p. 19).

Para o autor, a disputa política não pode se sobrepujar ao interesse público e nem pode utilizar como ferramenta da consecução de seus objetivos a alienação da maioria da sociedade. É, portanto, papel histórico da comunicação pública fazer com que o discurso público se liberte das amarras da conveniência política e do extinto de sobrevivência dos agentes políticos, que muitas vezes os levam a suplantar o coletivo.

O conceito de transparência para Duarte (2012) é uma atuação ética, responsável e acessível na prestação de contas:

...diz respeito à atuação ética, responsável, límpida e acessível no trato das questões de interesse público. Exige a oferta de informações necessárias aos interessados, o estímulo ao acesso, facilitação da fiscalização sobre as práticas de quem detém o poder, adoção de mecanismos de cobrança de responsabilidade e sistemática prestação de contas (Duarte 2012, p. 60 apud Carrer, 2015, p. 21).

Silva (2012 apud Carrer, 2015, p. 21) afirma que a transparência é própria da República, devendo o estado democrático manter uma rotina de publicização em tudo que é de interesse coletivo e que possa afetar o bem e o patrimônio público, sendo um compromisso ético não apenas dos políticos eleitos, mas também dos servidores do Estado.

O autor elenca ainda uma escala de seis níveis de publicização da coisa pública, a saber: primeiro – relaciona-se ao princípio da publicidade legal, no qual todos os atos do Poder Público têm de ser publicados; segundo – com exceção das informações sigilosas, todos os dados armazenados e informações produzidas pelo Poder Público devem ser passíveis de acesso; terceiro – obrigação do Estado de prover uma rica fonte de dados com o uso das novas tecnologias, a serviço de uma sociedade da informação; quarto – necessidade do Estado produzir permanentemente informações de natureza jornalística, visando garantir informações sobre todos os temas relevantes, ainda que outras mídias como a comercial não se interesse por divulgá-los; quinto – serviços estatais de radiodifusão que supram a população de conteúdos educativos e culturais; e sexto – necessidade de o Estado agir como

anunciante e contratar serviços publicitários visando difundir os apelos de governo (SILVA, 2012, pp. 180-182 apud Carrer, 2015, p. 24).

Duarte (2012 apud Carrer, 2015, p. 24) ressalta que a comunicação pública utiliza-se não apenas da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo e do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável como formas de centralizar o processo no cidadão.

No contexto de transparência na política, fazendo uso de conceitos da comunicação, podemos entender o diálogo e o debate de forma complementar, uma vez que ambos visam o alcance da harmonia entre as partes envolvidas, a busca da conformidade em caso de divergências, pressupondo a existência da comunicação em sua circularidade (HASWANI, 2013 apud Carrer, 2015, p. 24).

Duarte (2012) destaca ainda a importância de instrumentos de diálogo para a comunicação pública, definindo-os como aqueles que estabeleçam interação, cooperação, compreensão mútua, entre outros.

Esses instrumentos estimulam a cidadania e a mudança em benefício do interesse comum, tornando todos os envolvidos em sujeitos do processo. São ferramentas que estimulam a comunicação direta, facilitando a interação, a troca de informações, a possibilidade de influência mútua e a capacidade de compreensão entre os sujeitos, que de forma democrática poderão exercer melhor sua cidadania.

3.2 Democracia, cidadania e a popularização da cibercidadania

Tomando-se um conceito como diretriz, pode-se afirmar que a democracia é um sistema político cujos membros se consideram iguais uns aos outros, sendo a democracia representativa aquela em que as deliberações que dizem respeito ao interesse público e à coletividade são tomadas por pessoas eleitas pela sociedade para tal finalidade (BOBBIO, 1986 apud BEZZON, 2004). De acordo com Bezzon (2004, pp. 21-22), para que este processo democrático ocorra de forma natural, três aspectos devem coexistir: cidadãos aptos à utilização das regras de participação democrática; um relativo nível de igualdade entre os indivíduos; mecanismos institucionais de representação que sejam realmente democráticos. Isto ocorre porque faz-se necessário reconhecer a necessidade de complementaridade entre representação política e participação direta: “A questão da representatividade em um

sistema democrático parece fundamental quando se discute a possibilidade da participação e do exercício efetivo da cidadania” (BEZZON 2004, pp. 21-22).

A democracia e a cidadania são temas de notória importância para a sociedade. Verifica-se isso nas relações políticas, econômicas, religiosas, filosóficas, e principalmente, sociais. Os dois institutos visam, em geral, a consolidação da dignidade humana que corrobora com uma sociedade igualitária e isonômica. Duarte define cidadania como a possibilidade de:

Exercer em plenitude os direitos e assumir os deveres impostos pela Lei. O vínculo de cidadania estabelece direitos e obrigações da pessoa com o Estado, facultando aos cidadãos prerrogativas para o desempenho de atividades políticas (DUARTE, 2006 *apud* FERREIRA, 2011, p. 36).

Para Bezzon (2004, pp. 17-18), só a socialização da informação poderá fornecer aos membros da sociedade civil a cidadania integral e o acesso à informação torna-se requisito básico para a sua construção.

Da mesma forma, entende Marcia Duarte (2012, p. 95) que o problema da cidadania do Brasil está vinculado à definição de quem pode exercê-la, pois uma das principais dificuldades do país encontra-se na incapacitação política de seus cidadãos, sendo esta diretamente proporcional ao grau de domínio dos recursos sociais e de acesso a eles. São enormes os problemas gerados pela má distribuição de riquezas, baixa qualidade na educação, pouca formação cultural e limitada participação nas discussões e decisões de interesse coletivo.

A comunicação deve ser plena a tal ponto que possa oferecer ao cidadão condições de se expressar enquanto personalidade crítica e autônoma, emancipar-se e compreender-se, de modo a fomentar uma capacidade de organização e mobilização dos sujeitos que consistirá, em última instância, na concretização de uma cidadania ativa, fruto do aprendizado, da produção coletiva de saberes, capaz de romper formas de exclusão e opressão e encontrar caminho e modelos próprios de organização da vida coletiva (DUARTE, 2012, p. 113).

Para Freire (1967, *apud* DUARTE, 2012), o Brasil cresceu sem experiência de diálogo e por isso o mutismo foi um dos marcos da vida nacional, de forma que a solução dos problemas sociais brasileiros precede necessariamente da participação política e da vivência comunitária. Ainda assim, após períodos turbulentos e ditatoriais, a sociedade civil brasileira organizou-se para a reivindicação dos seus direitos, trazendo a cidadania de volta à agenda política, reapropriando-se do espaço público e permitindo aos indivíduos-cidadãos uma possibilidade de participação do cenário

político. Com as redes sociais, essa participação tem crescido e por diversas vezes tem levado a população às ruas para reivindicar seus direitos e manifestar o desapontamento com seus representantes, como observa Bezzon:

O fortalecimento da sociedade por meio da busca da cidadania para todos e a inserção dos diversos grupos como sujeitos participantes e capazes de influir nas decisões políticas têm sido apontados como alternativa na construção da verdadeira democracia (BEZZON, 2004, p. 25).

A rede social é canal de aproximação entre eleitores e seus representantes, favorecendo assim o fortalecimento da democracia e do engajamento cívico. Na verdade, o fato de os internautas se sentirem livres para manifestar suas opiniões, reclamações e até posições antidemocráticas - como é o caso de manifestações que pedem o fechamento do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal ou a volta dos militares ao poder¹⁷ - publicamente pelas redes sociais ou em protestos nas ruas, já demonstra, em si, que o país vive uma democracia, mas que ainda necessita de amadurecimento.

O pesquisador e jornalista inglês Jamie Bartlett tem uma visão bastante negativa em relação ao assunto. Ele afirma que na verdade, a internet está matando a democracia. Para ele todos foram muito ingênuos, pois nos primórdios da internet, havia uma ampla visão de que o simples fato de tornar a informação mais disponível e permitir que todos pudessem criar e compartilhar informação transformaria o nosso ambiente em mais informado, politizado e racional e não foi o que aconteceu.

Autor do recém-lançado livro *The people vs tech: How the internet is killing democracy and how we save it* (O povo vs tecnologia: como a internet está matando a democracia – e como podemos salvá-la, em tradução livre), ainda inédito no Brasil, deu uma entrevista ao site Pública, onde explica seu ponto de vista¹⁸.

Bartlett faz parte da Demos, um grupo britânico de debates que reúne especialistas em educação e tecnologia para pesquisar temas relacionados à política. Segundo ele a radicalização atual nem era tão difícil de prever. Para Bartlett, os grupos

¹⁷ Informações obtidas no site de notícias Poder 360, disponível em: <<https://www.poder360.com.br/governo/embora-minoritarios-ativistas-pediram-fechamento-do-congresso-e-do-stf/>> Acesso em: 20/07/2019.

¹⁸ Informações obtidas no site Pública, disponível em: <<https://apublica.org/2019/03/como-a-internet-esta-matando-a-democracia/>> Acesso em: 18/07/2019.

radicais chegaram antes à internet por estarem fora dos jornais e da mídia convencional. “Mas o mais importante é que todos nós nos tornamos mais radicais”, explica. “Pulamos de um assunto para outro e somos apresentados a mais e mais conteúdos apelativos e sensacionalistas para manter nosso vício nas redes. ”

Este autor diz ainda que a radicalização promovida pelo ambiente online, desinformação, campanhas digitais fraudulentas, entre outros, são perigos sérios à democracia, e devem ser combatidos. O pesquisador propõe soluções para o avanço da democracia junto com a tecnologia. Entre elas, um departamento governamental dedicado a fazer uma auditoria de algoritmos e uma base de dados pública, com registros instantâneos, de toda propaganda eleitoral publicada nas redes, além de melhorar o sistema educacional no combate à desinformação, entre outras.

O conceito de cibercidadania, por sua vez, surge juntamente com o advento dos computadores pessoais e da democratização do acesso à informação que eles trouxeram. Neste contexto surge, no ciberespaço, um novo espaço de exercício da cidadania, visando a restauração da esfera pública e o fortalecimento dos movimentos sociais, políticos e culturais (BECKER, 2009).

A restauração da democracia e o conseqüente crescimento de novas formas de vivências democráticas despertaram a necessidade de informação voltada para a construção da cidadania. A própria noção de cidadania sofre mudança e começa a ser entendida de forma menos passiva e mais participativa, apreendida como o livre exercício de direitos e deveres, situação para a qual só se está preparado quando existem condições de informação e comunicação. (BRANDÃO, 2012, p. 10).

A comunicação é, portanto, um ator político proeminente e é parte constituinte da formação do novo espaço público. E, segundo Peruzzo (2004), cabe ao desenvolvimento das tecnologias digitais o papel de potencializar o acesso dos cidadãos a este poder de comunicação, ainda que fatores como desigualdade de renda, de educação e de acesso à Internet se mostrem como complicadores e obstáculos desta realidade.

Ainda assim, o ciberespaço se apresenta como ambiente de exercício da “cidadania comunicacional”, possibilitando o surgimento do cidadão jornalista e ampliando o exercício da liberdade de comunicação, levando os cidadãos ao exercício de uma cidadania ativa que, por sua vez, pode ser entendida como aquela que busca ampliar a democracia, garantindo e alargando de forma contínua o escopo dos direitos

e afirmando a possibilidade de participação na definição e gestão de novos direitos (CARVALHO, 1998 apud BECKER, 2009).

4 O UBER - DEFINIÇÃO E SUA TRAJETÓRIA DE REGULAMENTAÇÃO

A empresa Uber – representando aqui os transportes por aplicativo que serão apresentados nesta pesquisa, por ser a mais conhecida pela população e também a precursora aqui no Brasil – foi fundada em 2009 por Garrett Camp e Travis Kalanick, em São Francisco, na Califórnia. A proposta inicial de “táxi de luxo” cresceu a ponto de receber investimentos milionários de grandes grupos, como a Google e Microsoft. A empresa de transporte inovou o segmento de “motoristas particulares” e está presente hoje em mais de 60 países, segundo dados apresentados em seu site.

Sua dinâmica ocorre da mesma forma que tantas outras no consumo colaborativo: um aplicativo para celular com um sistema de fácil manuseio e com informações disponíveis que agilizam a busca por motoristas mais próximos, oferecendo informações a respeito do passageiro e do motorista para a segurança de ambos. Fazendo uso do Sistema de Posicionamento Global, mais conhecido pela sigla GPS (em inglês Global Positioning System), que é um sistema de navegação por satélite, visualiza-se o trajeto do motorista escolhido e o percurso que será realizado com o passageiro, permitindo que o usuário compartilhe com amigos o caminho e a previsão de chegada, sendo possível também fazer a cotação do valor a ser cobrado pelo trajeto com antecedência, além de permitir a divisão da tarifa com outros passageiros, dentre outros serviços mais específicos para empresas.

O aplicativo chegou ao Brasil em 2014. A primeira cidade a receber o serviço foi o Rio de Janeiro, em maio. Em junho do mesmo ano, foi a vez da cidade de São Paulo, seguida por Belo Horizonte, em setembro. Atualmente, o Uber atua em mais de 100 cidades no Brasil e tem mais de 22 milhões de usuários¹⁹.

O grande crescimento veio acompanhado de várias disputas, polêmicas e crises corporativas. Ainda assim, a empresa não demonstra estar nem perto de parar: segundo levantamento da Forbes, o Uber vale atualmente cerca de U\$ 68 bilhões (R\$ 216 bilhões)²⁰.

¹⁹ Informações obtidas no site do Uber, disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>> Acesso em: 15/06/2019.

²⁰ Informações obtidas no site de notícias Revista Auto Esporte, disponível em: <<https://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2017/04/uber-conheca-historia-e-polemicas-da-empresa-de-transporte.html>> Acesso em: 15/06/2019.

Desde a sua fundação em 2009, a empresa tem causado a ira dos taxistas das cidades onde é o aplicativo funciona. Grandes protestos a favor do banimento paralisaram cidades como Londres e Paris. Para a classe, o Uber deveria ser proibido, já que não possuía uma lei específica e não estava sujeito às regulamentações que os taxistas são obrigados a cumprir. Isso se torna mais grave já que algumas cidades, como o Rio de Janeiro, não fornecem mais o alvará. Quem quisesse trabalhar legalizado, precisaria herdar ou comprar a licença de outro taxista. Em alguns casos, o custo ultrapassou a casa dos R\$ 100 mil.

Segundo representantes dos taxistas, há uma disputa desleal com a categoria, o que tem gerado muitas brigas e confusões. Edmilson Americano, presidente da Associação Brasileira das Cooperativas e Associações de Táxis (Abracomtaxi), explica: “O aplicativo favorece o exercício ilegal da profissão, já que os motoristas cadastrados não têm nenhuma licença para prestar serviço de transporte público”²¹.

Em abril de 2015, após muitos protestos de taxistas contra a empresa Uber, a Justiça de SP determinou a suspensão do aplicativo no Brasil sob a justificativa de ser uma prestação ilegal de serviço de transporte. A liminar foi revogada em maio do mesmo ano e, em junho, foi suspensa novamente pela Câmara de São Paulo. Em 10 de maio de 2016, o então prefeito Fernando Haddad decretou a regularização do aplicativo na capital paulista.

4.1 Um estudo de caso - A votação para regulamentar os serviços de transporte por aplicativo

O presente estudo de caso trata da trajetória no Congresso Nacional de uma proposição legislativa que mobilizou os internautas e os grupos de interesse, seja na rua, seja nos corredores do Congresso Nacional. Além disso, a escolha do tema levou em consideração o impacto e o aspecto social que a legislação poderia provocar nos trabalhadores das duas categorias envolvidas – taxistas e motoristas de aplicativos – , bem como nos consumidores.

²¹ Informações obtidas no site de notícias Techtudo, disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/04/entenda-polemica-entre-o-aplicativo-uber-e-os-taxistas-no-brasil.html>> Acesso em: 15/06/2019.

A grande repercussão social veio a partir da tramitação no Congresso Nacional do Projeto de Lei nº 28, de 2017 (nº 5.587, de 2016, na Câmara dos Deputados, Casa da origem), alterando a Lei nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012, para regulamentar o transporte remunerado privado individual de passageiros.

Apresentado em junho de 2016, o texto do deputado Carlos Zarattini (PT/SP) previa que o serviço de transporte individual remunerado de passageiros fosse organizado pelo poder público, que fixaria valores mínimos e máximos para as tarifas, cobradas por meio de taxímetro. O projeto ainda exigia a placa vermelha nos veículos²². Para os adeptos dos aplicativos, a proposta comprometeria o formato dos serviços de transporte como Uber, Cabify e 99, e os colocaria na ilegalidade.

O projeto gerou muita polêmica e provocou manifestações de taxistas, motoristas de aplicativos e consumidores. Além de manifestações nas ruas e nos corredores do Congresso Nacional, os interessados no tema usaram intensamente as mídias sociais para expressar sua opinião e clamar pelo voto dos congressistas²³.

O projeto foi aprovado na Câmara dos Deputados em 04 de abril de 2017, com 276 votos favoráveis, 182 contrários e cinco abstenções. O texto encaminhado ao Senado Federal continha uma série de exigências para que esse tipo de serviço funcionasse e foi duramente criticado pelo Uber. O projeto de lei "propõe uma lei retrógrada que não regula o Uber no Brasil, mas tenta transformá-la em táxi, proibindo então este modelo de mobilidade" (Uber, 2017)²⁴

No Senado, o projeto foi apresentado em 05 de abril de 2017 e passou a tramitar no dia 17 de abril em conjunto com os Projetos de Lei do Senado nºs 530 e 726, de 2015, do senador Ricardo Ferraço (PSDB-ES) e do senador Lasier Martins (PSD-RS), respectivamente. Destinada a passar inicialmente por três Comissões, a proposta foi debatida em audiências públicas ao longo de meses. O relator na Comissão de Ciência e Tecnologia (CCT), senador Pedro Chaves (PSC-MS), apresentou substitutivo ao projeto e foi muito criticado pelos representantes dos

²² Informações obtidas no site da Câmara dos Deputados. PL 5.587/2017. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2088280>>. Acesso 31/07/2019.

²³ Informações obtidas no site Jota. Disponível em: <<https://jota.info/justica/taxistas-brigam-pela-regulamentacao-de-aplicativos-02102017>>. Acesso 31/07/2019.

²⁴ Informações obtidas no site Congresso em Foco. Disponível em: <<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/uber-camara-proibe-aplicativo-com-lei-%E2%80%9Cretrograda%E2%80%9D/>>. Acesso 31/07/2019.

taxistas)²⁵. Interessante notar que no estado do senador, Mato Grosso do Sul, o Uber está presente apenas na capital, Campo Grande (Anexo II).

Em 24 de outubro, após a última tentativa frustrada de consenso na CCT, o Plenário do Senado decidiu, por 46 votos a 7, aprovar a urgência do projeto que veio da Câmara dos Deputados, desconsiderando o substitutivo do Senador Pedro Chaves. A alegação era de que haveria um acordo com o Governo para que pontos polêmicos fossem vetados pelo Presidente da República e o Senado aprovasse a matéria sem alterações, evitando o retorno à Câmara.²⁶ Tal argumento, no entanto, foi desmentido pelo Líder do Governo, senador Romero Jucá (MDB-RR), na sessão de votação do mérito da matéria, ocorrida em 31 de outubro de 2017. Ele foi o único parlamentar a se abster na votação.

O Senado, então, aprovou o projeto com emendas. Foram 46 votos a 10. Pontos polêmicos como a obrigatoriedade da placa vermelha, e de os condutores serem proprietários dos veículos, foram retirados do texto, que voltou à Câmara dos Deputados.)²⁷

Após a votação, o Uber, por meio do seu *Facebook* valorizou o engajamento popular nas mídias sociais e nas ruas, como pode ser demonstrado pelo cartaz publicitário distribuído pela empresa²⁸:

²⁵ Informações obtidas no site do Senado Federal. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/128659>>. Acesso 31/07/2019.

²⁶ A urgência para o PLC 28/2017 foi defendida pelo Senador Acir Gurgacz (PDT-RO). Ele não postou seu posicionamento no Facebook, mas fez discursos nos dias 24 e 31, com o enfoque pelo consenso. Disse que estava trabalhando em um acordo com a Casa Civil para ultimar a votação. SENADO FEDERAL. Notas taquigráficas da 159ª Sessão Plenária do Senado Federal. Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/s/23194>>. Acesso 31/07/2019.

²⁷ Informações obtidas no site do Senado Federal. Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/s/23194>>. Acesso 31/07/2019.

²⁸ Informações obtidas no site O Globo. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/senado-aprova-emendas-projeto-que-regulamenta-aplicativos-de-transportes-voltara-camara-22016428#ixzz50bMyFVAR>>. Acesso 31/07/2019.

Figura 1 – Cartaz de agradecimento do Uber



Fonte: Facebook, 2017.

4.2 O dia da votação e o método de análise da pesquisa

Para realizar esta pesquisa foi feita a análise de todas as publicações de Facebook de 79 senadores entre os dias 24 de outubro e 1º de novembro 2017. Observado que o movimento nas redes sociais a partir da chegada do projeto ao Senado em abril de 2017 era relativamente baixo, e pela limitação de tempo da pesquisa e complexidade que isto implicaria, foi feito nas datas mais relevantes e decisivas onde o debate realmente entrou em evidência, o que não elimina a utilidade de futuras pesquisas. A seleção do período da pesquisa se deu em função da decisão legislativa de imprimir caráter de urgência à matéria no dia 24/10/2017, quando foi estabelecido que a votação fosse ultimada na semana seguinte. Como a votação ocorreu na noite do dia 31/10/2017, diversos parlamentares aguardaram para postar mensagens em seus respectivos Facebooks no dia seguinte, 1º de novembro de 2017. Na tabela do Anexo I estão presentes todas as informações deste levantamento. A tabela foi elaborada para que se pudesse chegar a uma conclusão a respeito da comunicação ou da “não-comunicação” dos senadores a respeito do tema, no período e na rede social selecionada.

O senador Roberto Muniz (PP-BA) e o Presidente do Senado à época, Eunício Oliveira (MDB-CE), não têm a referida mídia social e, portanto, não participaram da

pesquisa. Dessa forma, os cálculos de percentual foram realizados levando em consideração um total de 79 senadores em vez de 81. Tal exclusão, no entanto, não impactou no resultado qualitativo do trabalho, uma vez que o senador Roberto Muniz não se pronunciou em Plenário sobre o tema nas datas analisadas e se ausentou na votação final do projeto. Já o senador Eunício fez apenas ponderações relacionadas ao processo legislativo devido ao cargo que ocupava. Ele, inclusive, não votou, por ser Presidente da Casa, nem se posicionou sobre o mérito da matéria.

Para complementar a análise, foi observado, por meio das notas taquigráficas da Ordem do Dia de Plenário, o posicionamento político expresso pelos parlamentares no dia 24 de outubro de 2017, quando houve a votação do requerimento de urgência do PLC 28/2017. Basicamente, observou-se que os senadores não respondiam às postagens de seus seguidores ou respondiam mecanicamente, e ainda, não se posicionaram de forma definitiva sobre o projeto.

O mesmo procedimento foi realizado no dia 31 de outubro de 2017, na votação de mérito do projeto e das emendas, quando da finalização da tramitação no Senado. O resultado da votação também fez parte da análise para facilitar a compreensão entre o que os parlamentares discursaram e como efetivamente votaram (teor político/eleitoral), em comparação com o que expressaram para os seguidores de suas mídias sociais (teor midiático).

4.3 Apresentação dos dados e resultados

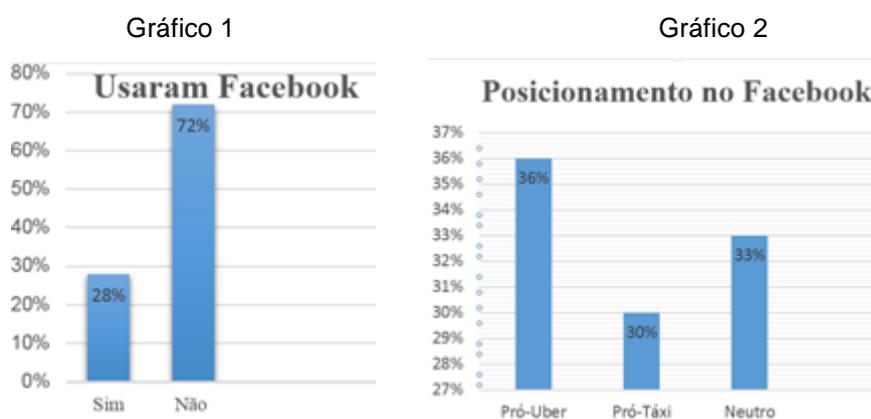
– Uber no *Facebook* dos senadores –, foi possível constatar que apenas 33 parlamentares (42%) citaram o assunto na referida rede social. Se considerarmos que 1/3 destes senadores (11 dos 33) usou o *Face*, mas não declarou posição a respeito do assunto, o percentual de parlamentares que realmente utilizou a rede social para expressar sua opinião cai para 28% (22 senadores). Então, pode-se dizer que 72% (57 senadores) preferiram não demonstrar claramente seu posicionamento político sobre a regulamentação dos aplicativos de mobilidade urbana, provavelmente por avaliarem que os desgastes causados com uma das partes envolvidas não trariam nenhum ganho político ou uma certa inabilidade em tratar com as redes ou até desinteresse, questões que está pesquisa não pode responder até porque não foi possível ouvi-los, o que pode ser motivação para futuros estudos.

Os 11 senadores que tiveram postura neutra na rede social teriam feito uma espécie de “não-comunicação”, ao dar a entender que trataram do assunto, sem realmente terem deixado os internautas saberem o que eles pensavam. Mais ainda, cinco senadores não deram nenhuma pista da sua opinião sobre o tema porque além de não postarem nada, não discursaram e se ausentaram da votação.

Em relação aos que se posicionaram por meio de vídeos, textos, fotos ou artes gráficas, 12 foram pró-Uber e 10, pró-Táxi. Os gráficos abaixo ilustram melhor os dados citados.

O primeiro gráfico destaca, entre os 79 senadores com perfil no *Facebook*, a quantidade de parlamentares que manifestaram posição clara sobre o tema, entendendo-se aqui “clara” como favorável ou contrária à regulamentação dos transportes por aplicativos. Foram desconsiderados os posts neutros. O gráfico 2 retrata como se posicionaram os 33 senadores que citaram o tema.

Figura 2 – Parlamentares que usaram a Rede Social Facebook e se posicionaram sobre o tema.

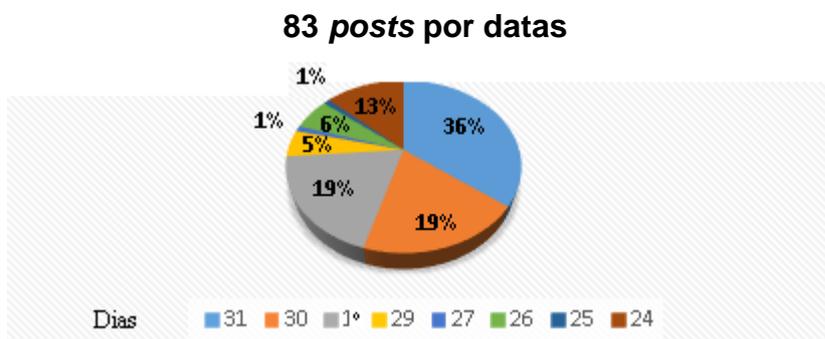


*Posts neutros foram desconsiderados * Opinião dos 33 senadores que postaram no Facebook

Fonte: *Facebook*, 2017.

Ao todo, os 33 parlamentares publicaram 83 posts em vídeo, texto, foto ou arte gráfica. A maior concentração das postagens ocorreu no dia 31 de outubro, com 29 posts. Nos dias 30 e 1º de novembro, foram feitas 16 publicações em cada dia, e no dia 24, foram registradas 11 publicações. O montante de postagens nos outros dias daquela semana foi bem inferior, como demonstra o gráfico abaixo.

Figura 3 – Gráfico de posts dos dias da votação



Fonte: *Facebook*, 2017.

A maior parte dos parlamentares - 17 dos 33 senadores - também optou por postar uma única vez. Oito publicaram duas vezes e cinco senadores postaram três vezes conteúdos relacionados ao PLC 28. Exceção ocorreu com o senador Pedro Chaves que, por ter sido relator da matéria na CCT, deu muita importância ao tema em seu *Facebook*. O parlamentar tem por hábito postar várias vezes ao dia, e, em nenhum momento, aliás, monopolizou seu perfil com este assunto.

Pedro Chaves publicou 25 posts no período de 24 de outubro a 1º de novembro. Ele postou vídeos, entrevistas, textos e artes com explicações sobre o projeto. Interessante notar que a atuação do parlamentar deixou a Cooperativa e o Sindicato dos Taxistas de Mato Grosso do Sul bastante insatisfeitos. No seu Estado, só existe serviço de Uber na capital, Campo Grande. Mesmo assim, a busca pelo aplicativo por parte dos consumidores tem crescido e impactado na entrada de novos motoristas na praça. Segundo dados da Prefeitura, existiam cerca de 490 motoristas de táxi, contra 2.000 de Uber em Campo Grande MS.

Em relação ao conteúdo, Pedro Chaves foi um dos 12 senadores que claramente defendeu os aplicativos de mobilidade urbana. Reforçou também sua posição contrária ao PLC 28. Após a conclusão da votação, ainda em Plenário, manifestou por meio de vídeo satisfação com a proposta aprovada no Senado. Abaixo, alguns exemplos das publicações na página dele.

Figura 4 – Post do senador Pedro Chaves (MDB-MS)



Fonte: Facebook, 2017.

O senador Eduardo Lopes (PRB-RJ), que ficou com a tarefa de relatar as 20 emendas de Plenário ao PLC 28 no dia 31 de outubro, usou o Facebook cinco vezes para se comunicar com seus seguidores sobre o assunto. No dia 1º, postou vídeo com enfoque a favor da regulamentação, tentando ser neutro e dizendo que buscou a convergência entre os dois lados. No dia 31, postou três vídeos, um antes da votação, uma transmissão ao vivo, na hora da apresentação do relatório em plenário, e outro após a votação, gravado em seu gabinete.

Figura 5 – Post do senador Eduardo Lopes (PRB-RJ)



Fonte: Facebook, 2017.

Entre os 11 senadores que tiveram postura neutra no *Facebook*, alguns apenas replicaram notícias informativas e outros postaram somente enquetes, como a

senadora Kátia Abreu (S/Partido -TO). Neste caso e no de outros senadores, citados a seguir, e que adotaram postura semelhante, quem realmente gostaria de saber como a senadora se posicionaria ficou sem resposta.

Figura 6 – Post da senadora Kátia Abreu (S/Partido-TO)



Fonte: Facebook, 2017.

Além da senadora Kátia Abreu, postaram enquetes os Senadores Alvaro Dias (PODE-PR), Ricardo Ferraço (PSDB-ES) e José Medeiros (PODE-MT). Exceto pelo Senador Ricardo Ferraço, que deixou muito clara sua posição Pró-Uber, os outros três postaram enquetes, talvez, usando de uma estratégia de marketing, com a finalidade de não deixar passar em branco o debate sobre o projeto, pois não publicaram posts divulgando o resultado das referidas enquetes. No entanto, isentaram-se de revelar sua real opinião sobre a matéria.

Uma observação constatada a partir da análise dos dados foi a de que cinco parlamentares não se posicionaram de forma alguma sobre a matéria, nem via Facebook, nem por meio de discursos, ou votos, pois ausentaram-se nos dias de votação. Foram eles os senadores Romário (PODE-RJ), Jader Barbalho (MDB-PA), Maria do Carmo Alves (DEM-SE), Telmário Mota (PTB-RR) e Alvaro Dias (PODE-PR). Como citado acima, Alvaro Dias usou o Face de forma neutra, pois postou enquete. Os outros quatro não trataram do tema em suas redes sociais.

Neste debate, ainda foi possível perceber o viés ideológico dos parlamentares. Os senadores José Agripino (DEM-RN)²⁹, Cássio Cunha Lima (PSDB-PB)³⁰ e Ricardo Ferraço³¹ demonstraram em seus posts a defesa à livre concorrência. Eles faziam parte do grupo de 12 senadores que se posicionaram a favor dos aplicativos na mídia social.

Figura 7 – Post dos senadores Ricardo Ferraço (PSDB-ES) e Cassio Cunha Lima (PSDB-PB)



Fonte: Facebook, 2017.

Nas publicações de outros 10 senadores, a defesa dos taxistas ficou claramente identificada, como no caso do senador Gladson Cameli (PP-AC). Ele publicou vídeo ao lado de motoristas de táxi de seu estado, declarando apoio irrestrito à essa categoria. Depois, no mesmo dia, postou foto com representantes dos

²⁹ O Senador José Agripino fez um vídeo bem editado com imagens, defendendo a regulamentação do Uber. Como liberal, defendeu aplicativos, mas com respeito à concorrência.

³⁰ O Senador Cássio Cunha Lima, também com viés ideológico, publicou vídeo no dia 31, antes da votação, se dizendo defensor dos taxistas, mas contrário ao excesso de legislação por parte do Estado, que encarece os serviços. Para ele, a regulamentação deveria ser apenas municipal e seria necessário desonerar os taxistas para garantir uma concorrência mais justa com os motoristas de aplicativos e não o contrário, aumentar a taxa sobre os aplicativos. Usou o termo “mão pesada do Estado”.

³¹ O Senador Ricardo Ferraço realmente se posicionou contra o PLC e disse que seria retrocesso tentar estatizar o serviço. No dia 1º, fez post com emendas que alteraram o texto apresentadas por ele.

aplicativos e um último post neutro, defendendo consenso. Na hora do voto, ausentou-se.

Figura 8 – Post do senador Ricardo Gladson Cameli (PP-AC)



Fonte: Facebook, 2017.

Dois senadores, Lindbergh Farias (PT-RJ)³² e Roberto Rocha (PSDB-MA)³³, usaram o Facebook para anunciar novos Projetos de Lei sobre regras para os serviços de aplicativo por celular. Ambos manifestaram postura pró-taxistas, associada à busca do consenso.

³² Post do Senador Lindbergh Faria (PT-RJ), publicado em 26 de outubro de 2017, no qual ele, por meio de vídeo de cerca de cinco minutos opina sobre os aplicativos de celular, criticando a flexibilização do mercado de trabalho e a empresa Uber e ainda apresenta um novo projeto de lei.

³³ Post do Senador Roberto Rocha, publicado em 1º de novembro de 2017, no qual ele anuncia novo projeto de lei para desonerar taxistas.

Figura 9 – Post do senador Lindbergh Farias (PT-RJ)



Fonte: Facebook, 2017.

Em relação ao senador Lindbergh Farias e a outros senadores do PT, como Humberto Costa (PE) e Paulo Rocha (PA), ficou claramente identificado o viés ideológico e a defesa de bandeiras. Neste caso, a crítica à flexibilização nas relações de trabalho e a dominação de multinacionais no mercado esteve presente na discussão. Em diversos momentos, o senador Lindbergh, bem como a senadora Gleisi Hoffmann (PT-PR), citaram a tarifa cobrada dos motoristas pela empresa Uber como uma demonstração de exploração e usaram o bordão da “defesa do trabalhador”. A senadora Gleisi posicionou-se em Plenário, pedindo consenso para um resultado conciliador, pois não se diz contrária a nenhuma das categorias, ao encaminhar a votação no dia 31 de outubro, mas não publicou nenhum post na sua mídia social.

Outra avaliação realizada por este trabalho foi o uso da rede social por região. Entre os parlamentares do Nordeste e do Sudeste foi maior a quantidade dos que não postaram em relação aos que estiveram presentes no *Face*, mesmo que de forma neutra. Interessante notar também que mesmo com a grande projeção dos serviços de transporte por aplicativo em São Paulo, por exemplo, dois senadores do estado, Marta Suplicy (MDB) e José Serra (PSDB), isentaram-se do debate nas suas respectivas redes sociais. Entre os senadores do Nordeste, apenas para exemplificar, o senador Humberto Costa, único do estado de Pernambuco que inseriu o tema em seu *Face*, o fez de forma neutra, apesar de, em Plenário, manifestar-se em prol da

regulamentação para evitar a exploração do trabalhador. Ressalte-se que o serviço de aplicativo do Uber já opera em Recife. (Ver Anexos I e II).

Uma última questão levantada, porque provocou descontentamento nos representantes dos taxistas, foi a de que devolver o projeto para a Câmara dos Deputados iria atrasar ainda mais a regulamentação dos aplicativos. Em apelos nas mensagens enviadas aos parlamentares alguns chegavam a dizer que não aguentariam mais um ano por causa da concorrência desleal. No entanto, senadores como Randolfe Rodrigues (REDE/AP) e Eduardo Lopes usaram o argumento do bicameralismo e da função de Casa revisora para reclamar que o Senado não pode sempre se sujeitar à palavra final da Câmara dos Deputados. Esse debate esteve presente em Plenário, mas chegou ao Facebook por meio da postagem ao vivo do discurso do senador Eduardo Lopes, quando da apresentação de seu relatório.

O Senado tem, sim, o seu dever, tem o seu papel constitucional de Casa revisora. E, como o projeto nasceu na Câmara, cabe ao Senado mudar e alterar aquilo que ele acha que tem que ser mudado e alterado, não sujeito a se volta para a Câmara ou se não volta para a Câmara; não sujeito a se a Câmara vai sentar no projeto, engavetar o projeto, ou não. Isso tem que ficar bem claro. (SENADOR EDUARDO LOPES, Nota taquigráfica)³⁴

Os dados levantados por este trabalho demonstraram que a maioria dos senadores (46 dos 79 parlamentares, 58%) não utilizou o *Facebook* para expressar sua opinião e/ou intenção de voto. Entre os que postaram, 11 de 33 (33%) expressaram neutralidade, em geral, defendendo o consenso. A quantidade de senadores que não usou o *Facebook* acrescida dos que optaram pela neutralidade na rede representa 57 senadores (72%). Todas as informações computadas podem ser verificadas na tabela³⁵ inserida no Anexo I deste trabalho.

A dificuldade revelada por este índice tão alto – 72% – demonstra que a quase obrigatoriedade, coerente com os princípios citados de transparência e democratização das informações públicas, de responder ao apelo popular no ambiente online, tem sido desconsiderada pela maior parte dos políticos no Senado. Talvez isso explique o certo descaso, percebido na pesquisa, em interagir com os

³⁴ Informações obtidas no site Senado Federal. Notas taquigráficas da 165ª Sessão Plenária do Senado Federal Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/s/23199>>. Acesso 01/08/2019.

³⁵ Ver Anexos I e II ao final do artigo.

internautas especificamente em relação a este tema que tanto mobilizou a opinião pública.

Praticamente todos os parlamentares receberam inúmeras mensagens solicitando um posicionamento sobre o tema, majoritariamente em prol do “#NãoPLC28”. A maioria dos senadores, no entanto, não respondeu aos apelos dos internautas no *Facebook*, mas, no voto, essa mesma maioria decidiu pela flexibilização das regras de regulamentação do uso dos aplicativos, agradando os defensores do Uber e desagradando os taxistas.

A proposta retornou à Câmara, gerando ainda grandes embates. Ao defender os taxistas, por exemplo, o deputado petista Carlos Zarattini (SP) disse em plenário que era preciso limitar o número de veículos para garantir a sustentabilidade do sistema e a circulação urbana. “Já estamos assistindo ao aumento dos congestionamentos nas cidades”, justificou. Com medo de se indispor com os taxistas ou com as empresas e motoristas de aplicativos, parlamentares diziam nos corredores que não queriam votar o projeto em ano eleitoral. “Não sou a favor de votar hoje porque ou você fica de um lado ou de outro”, comentou o líder do PR, Zé Rocha (BA). O deputado Alberto Fraga (DEM-DF) também foi um dos que reconheceu a dificuldade em votar o projeto. “Esse projeto é ruim para mim. Tenho uma ligação com os taxistas, que estão acabados, mas meu filho usa Uber”, contou.

Observando a pressão sobre os parlamentares, o presidente da Câmara, deputado Rodrigo Maia (DEM-RJ), chegou a solicitar que os lobistas deixassem o plenário para que os deputados tivessem liberdade para votar. Grupos de taxistas acompanharam a votação das galerias e protestaram contra os deputados em Brasília.

O relator, deputado Daniel Coelho (PSDB-PE) defendeu a existência dos aplicativos alegando que eles renderam aos cofres públicos R\$ 1,5 bilhão em pagamento de impostos no ano anterior e que, já naquele ano, 700 mil famílias no país dependiam daquela renda. “Não cabe a esse plenário proibir aplicativo”, pregou. Para o tucano, criar regras para os aplicativos semelhantes às impostas aos táxis incentiva o aluguel de licenças nesta modalidade de serviço, como já acontece nos táxis. Coelho insistiu que caberia ao usuário escolher a modalidade de transporte que

quer usar. “A população tem o direito de escolher se vai usar táxi, Uber ou transporte coletivo”, completou³⁶.

Em 28/02/2018, quatro meses após ser aprovado pelo Senado, e diferente de sua definição inicial, onde era favorável aos taxistas, a Câmara dos Deputados aprovou a matéria e a encaminhou para sanção presidencial. Os deputados, no entanto, retomaram o texto que dá às prefeituras e ao Distrito Federal o poder de fiscalizar e também regulamentar os serviços. Quase um mês depois, o presidente da República, Michel Temer, sancionou, sem vetos, a regulamentação, pacificando um pouco os ânimos, mas não resolvendo em definitivo o problema.

Passado mais de um ano de sua entrada em vigor, o assunto ainda é relevante, atual e gera debates e discursos em âmbito nacional. Tanto é que, em decisão no dia 08 de maio de 2019, após novos questionamentos quanto à legalidade da utilização dos transportes por aplicativos, feitas por meio de leis dos estados de Fortaleza e São Paulo, o Supremo Tribunal Federal decidiu por unanimidade liberar o serviço, considerando, assim, inconstitucionais, as leis que proíbem a utilização de carros particulares como meio de locomoção.

No caso de São Paulo, uma liminar já tinha liberado o serviço. O julgamento no Supremo Tribunal Federal (STF) tinha repercussão geral, ou seja, a decisão deverá ser seguida por juízes de todo o país. O tribunal começou a analisar a questão em dezembro do ano passado, quando os relatores das duas ações, os ministros Luiz Fux e Luís Roberto Barroso, votaram contra as leis que restringiam os aplicativos. Eles argumentaram que a livre concorrência foi responsável pela melhoria dos serviços prestados pelos táxis, que defendem a volta do monopólio do setor e que, além disto, já há uma regulação do serviço, aprovada pelo Congresso Nacional, a quem cabe legislar sobre o tema, não sendo cabíveis grandes restrições ao serviço.

Os ministros Alexandre de Moraes, Edson Fachin, Rosa Weber, Cármen Lúcia, Gilmar Mendes, Marco Aurélio Mello e Dias Toffoli, presidente daquela Corte, embora tenham ocorrido discordâncias pontuais, foram na mesma linha. Somente o ministro Celso de Mello, o mais antigo integrante do STF, não votou pois estava ausente da sessão.

³⁶ Informações obtidas no site de notícias Estado de Minas, disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2018/02/28/interna_nacional,940948/camara-dos-deputados-regulamenta-aplicativos-como-uber-e-cabify.shtml> Acesso em: 21/06/2019.

Com falas pontuais e bastante firmeza, vários ministros deram seu parecer. Vale o destaque para a fala do ministro Alexandre de Moraes:

- O transporte remunerado por aplicativo segue uma dinâmica econômica e social diversa do que nós tínhamos até então. Uma demanda surgida exatamente pela deficiência dos serviços públicos. Não me parece possível qualificar essa atividade, do Uber e semelhantes, como serviço público, e aí sujeitá-lo ao regime jurídico, direito administrativo, necessidade de o Estado permitir ou não — afirmou Moraes, dizendo, no entanto, que isso não impede a fiscalização por parte do poder público.

A ministra Cármen Lúcia disse entender a insatisfação de taxistas, que estão sujeitos a regulações diferentes daquelas aplicadas aos motoristas de aplicativos, mas também votou pela sua legalidade. Marco Aurélio destacou a facilidade de pedir um carro por meio de aplicativo.

Já para os advogados contrários aos aplicativos, que fizeram sustentação oral no plenário do STF, no começo do julgamento, em dezembro daquele ano, o principal argumento em defesa dos taxistas era de que, nos aplicativos, não se tem controle sobre a qualificação do motorista. Ele comparou a atividade dos concorrentes com ambulantes que vendem o mesmo produto que os supermercados: cobram mais barato, mas não existe fiscalização sobre esse serviço.

Em nota, a empresa 99 disse que a decisão do STF era positiva, trazia segurança jurídica e beneficiava os passageiros. "É preciso ressaltar que um ambiente regulatório com normas claras e uniformes impulsiona o desenvolvimento de empresas de tecnologia. Isso é benéfico para a economia do país, assegura novas formas de geração de renda e contribui para a criação de políticas que estimulem a melhoria da mobilidade urbana", dizia trecho da nota.³⁷

As novidades tecnológicas e suas funcionalidades geram este tipo de embate, pois por serem “novidades” necessitam de regulamentação para que possam beneficiar a coletividade. Novos debates estão sendo feitos, como é o caso dos patinetes elétricos, bicicletas, etc. que também são usados através de aplicativos, e muitos mais estão por vir, como, transportes por veículos não tripulados, táxi aéreo por drones, chamado de “Uber AIR” já com previsão de lançamento para 2020 e muito

³⁷ Informações obtidas no site de notícias O Globo, disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/stf-declara-legal-servico-de-aplicativos-de-transporte-como-uber-cabify-99-23651084>> Acesso em: 21/06/2019.

mais. Que nossos legisladores estejam preparados, observando que estes serviços primeiro são lançados e só depois há um debate e estudo para regulamentá-lo.

5 CONCLUSÃO

A análise dos dados quantitativos sobre os posts publicados no *Facebook* de 79 senadores (dois não tinham perfil) permite concluir que a grande maioria (58%, ou 46 parlamentares) preferiu não tratar do tema da regulamentação dos transportes por aplicativos na esfera digital, muito em razão da análise dos parlamentares sobre possíveis ganhos ou perdas do capital político que estas manifestações públicas de suas posições podem acarretar. Ao avaliar o possível desinteresse desses senadores em revelar sua opinião sobre o tema, o percentual sobe para 72%, incluindo aí os 11 senadores que fizeram posts neutros na rede. Ou seja, ao todo, 57 senadores não propiciaram o debate de ideias com o cidadão conectado em rede quando deixaram de discutir a regulamentação dos serviços de transporte por aplicativo com os internautas.

A pesquisa ainda permitiu constatar que não quiseram se posicionar online até mesmos parlamentares de estados onde esses aplicativos já ganharam grande projeção. Esse dado leva à reflexão sobre qual seja o entendimento dos senadores a respeito da importância da interatividade na rede social. Nas arenas digitais é possível detectar as vontades e interesses dos cidadãos. Ao desconsiderar a oportunidade de criar um laço mais forte a partir dessa interação, o parlamentar pode estar deixando de aproveitar o grande potencial proporcionado pelas mídias sociais.

Ao observar-se o debate político de Plenário e o resultado final da votação, constata-se que a maioria dos senadores defendeu o discurso da neutralidade, do consenso, do respeito aos interesses dos dois grupos – taxistas e motoristas de aplicativos. Ao final, o Senado acatou a flexibilização das regras estipuladas pela Câmara dos Deputados e cedeu em pontos considerados essenciais à manutenção dos serviços. Quarenta e seis senadores aprovaram o projeto com emendas, deixando o texto mais próximo do que os representantes dos aplicativos desejavam. Tal mudança ainda representou a extensão desse debate para 2018, sob a alçada dos deputados, que aprovaram, mesmo se distanciando de suas definições iniciais, e encaminharam a nova legislação para sanção presidencial, o que ocorreu sem vetos a regulamentação. Como se viu, a decisão pacificou os ânimos, mas não pôs fim ao debate, devido à possibilidade dos municípios e do Distrito Federal terem a possibilidade de regulamentar suas próprias leis sobre o assunto. Tal foi o que

aconteceu em Fortaleza e em São Paulo, onde o Supremo Tribunal Federal teve que intervir, liberando os serviços e declarando inconstitucionais as leis que proibiam a utilização de carros particulares como meio de locomoção. Este resultado reforça a ideia de que os senadores perderam a chance de se conectar com seus eleitores.

Entre os 33 senadores que usaram a rede social do Facebook para falar do PLC 28, independentemente da posição defendida, não foi percebida a intenção de interagir com o internauta. A impressão era de que os posts estavam sendo publicados no estilo emissor-receptor, mas sem uma verdadeira comunicação interativa. A informação é passada, mas não há a preocupação em receber o retorno e interagir com os receptores.

A análise dos perfis dos 79 senadores permitiu ainda a percepção de que - especialmente entre os 46 parlamentares que não postaram nada sobre o tema - as centenas de mensagens encaminhadas foram consideradas, e até certo ponto atendidas, visando pontos de consenso, mas não respondidas no ambiente online e também no plenário e nas comissões, impedindo assim a interação e a aproximação com a população.

A exceção foi a senadora Ana Amélia, que também é jornalista e talvez tenha tido maior sensibilidade para essa necessidade. Ela citou em discurso que postou ao vivo no *Facebook* as mensagens recebidas dos moradores de municípios de seu estado. Dessa forma, demonstrou preocupação em interagir com seus seguidores, ou de, pelo menos, demonstrar que dava importância às mensagens recebidas. Foi o único caso detectado no período estudado.

Em um país democrático como o Brasil, no qual a classe política está tão desacreditada, comportamentos como o aqui verificado indicam que pode-se estar perdendo a excelente oportunidade de enriquecer o debate sobre temas de relevância social a partir das demandas populares propagadas pelo Facebook. A cada novo projeto polêmico que entra em debate, enxurradas de mensagens favoráveis ou contrárias invadem a caixa de mensagens dos parlamentares. É uma das maneiras que as pessoas têm, seja individualmente, seja por meio de grupos organizados, de tentar se aproximar do Legislativo. Talvez até estejam sendo “ouvidas”. Pelo menos no caso do projeto estudado neste artigo, o resultado final da votação demonstrou que a pressão popular majoritária, apesar de não ter sido diretamente respondida, foi atendida.

Talvez futuros estudos expliquem melhor, a preferência por parte dos parlamentares em não demonstrarem claramente seus posicionamentos, provavelmente por avaliarem que os desgastes causados com uma das partes envolvidas não trariam nenhum ganho de capital político, mesmo que com isso deixe, a percepção de um certo descaso, inaptidão tecnológica ou política, na hora de interagir com os internautas, não só especificamente em relação ao tema examinado, que tanto mobilizou o parlamento, como em todos que apresentem alguma controvérsia. Novas legislaturas certamente terão, em breve, que tratar sobre os impactos das novas tecnologias na sociedade, pois esta é a tendência, o surgimento de novos serviços e modelos de negócios que impactam a sociedade e demandam novos debates terão que ser enfrentados, de uma forma ou outra, e o meio digital acena como um dos mais promissores para isso.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. Sites do governo vão migrar para portal único. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-04/sites-do-governo-vaomigrar-para-portal-unico>> Acesso em: 30 jul. 2019.

ALMEIDA, Valéria R. S. F. A tecnologia na comunicação do Senado: do papiro à internet. Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/174852>> Acesso em: 16 jul. 2019.

ALTERMANN, Dennis. Qual a diferença entre redes sociais e mídias sociais? 2010. Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>>. Acesso em: 04 jul. 2019.

BECKER, Maria Lúcia. Inclusão digital e cidadania: as possibilidades e as ilusões da “solução” tecnológica. Ponta Grossa: UEPG, 2009.

BEZZON, Lara Andréa. C. Análise político-sociológica do reencontro da sociedade civil brasileira com a cidadania e a democracia segundo a perspectiva da comunicação pública. In: OLIVEIRA, Maria José da C. (Org.). Comunicação Pública. Campinas: Editora Alínea, 2004.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012.

BRASIL. Câmara dos Deputados. PL 5.587/2017. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2088280>>. Acesso em: 31 jul. 2019.

BRASIL. SENADO FEDERAL. Notas taquigráficas da 159ª Sessão Plenária do Senado Federal. Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/s/23194>>. Acesso em: 31 jul. 2019.

BRASIL. SENADO FEDERAL. Notas taquigráficas da 165ª Sessão Plenária do Senado Federal. Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/s/23199>>. Acesso em: 31 jul. 2019.

BRASIL. SENADO FEDERAL. PLC 28/2018. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/128659>>. Acesso em 31 jul. 2019.

CARREIRO, Rodrigo & GOMES, Wilson. Discussão política online no Brasil: ocorrência e manutenção da discordância política no Facebook. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/compolitica2017/Anais/gt-5.-internet-e-politica>>. Acesso em 31 jul. 2019.

CARRER, Paula. P. S. R. Comunicação pública: O Facebook “Senado notícias” e seus seguidores. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/516796>> Acesso em: 02 mar. 2019.

CASTELLS, MANUEL. A Sociedade em Rede. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 7ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 698 p.

CASTELLS, MANUEL. Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. 1ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2013. 271 p.

CONGRESSO EM FOCO. Uber diz que Câmara proíbe aplicativo com lei “retrógrada”. Disponível em: <<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/uber-camara-proibe-aplicativo-com-lei-%E2%80%9Cretrograda%E2%80%9D/>>. Acesso em: 31 jul. 2019

COÊLHO, Marília. M. O. O perfil senado notícias no Facebook e a politização da sociedade. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/516927>> Acesso em: 02 abr. 2019.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. Teoria das Comunicações de Massa. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor LTDA, 1993. 397 p.

DUARTE, Marcia Y. M. Comunicação e cidadania. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012.

ESTADO DE MINAS. Câmara dos Deputados regulamenta aplicativos como Uber e Cabify. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2018/02/28/interna_nacional,940948/camara-dos-deputados-regulamenta-aplicativos-como-uber-e-cabify.shtml> Acesso em: 21 jun. 2019.

FERREIRA, Elza. Comunicação pública e cidadania: um estudo de caso sobre a campanha Cultura de Paz em Maracanaú. Fortaleza: BNB, 2011.

FOLHA S. PAULO. Facebook atinge marca de 2 bilhões de usuários, anuncia Zuckerberg. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2017/06/1896428-facebook-atinge-marca-de-2-bilhoes-de-usuarios-anuncia-zuckerberg.shtml>>. Acesso em: 11 ago. 2019

G1. Depois de cinco horas de protestos, aplicativos encerram manifestação em Brasília. Disponível em: <<https://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/depois-de-5-horas-de-protestos-motoristas-de-aplicativos-encerram-manifestacao-em-brasilia.ghtml>>. Acesso em: 11 jul. 2019.

G1. Facebook completa 15 anos com 23 bilhões de usuários. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/02/04/facebook-completa-15-anos-com-23-bilhoes-de-usuarios.ghtml>> Acesso em: 15 jun. 2019.

G1. Redes sociais norteiam atuação de parlamentares no Congresso. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/03/09/redes-sociais-norteiam-atuacao-de-parlamentares-no-congresso.ghtml>> Acesso em: 18 jul. 2019.

INFOMONEY. O 82º senador ajudou a derrotar Renan Calheiros. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/politica/noticia/7906677/o-82-senador-ajudou-a-derrotar-renan-calheiros>> Acesso em: 04 ago. 2019.

ISTOÉ. As fakes news nas eleições. Disponível em: <<https://istoe.com.br/as-fake-news-nas-eleicoes/>> Acesso em: 18 jul. 2019.

ISTOÉ. Os perigos das redes sociais. Disponível em: <<https://istoe.com.br/os-perigos-das-redes-sociais/>> Acesso em: 18 jul. 2019.

JOTA. Taxistas brigam pela regulamentação de aplicativos. Disponível em: <<https://jota.info/justica/taxistas-brigam-pela-regulamentacao-de-aplicativos-02102017>>. Acesso em: 31 jul. 2019.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. 246 p.

METRO. Facebook admite influência em eleições nos EUA. Disponível em: <<https://www.metrojornal.com.br/estilo-vida/2018/03/21/facebook-admite-admite-influencia-em-eleicoes-nos-eua.html>> Acesso em: 30 jul. 2019.

O GLOBO. Senado aprova emendas ao projeto que regulamenta aplicativos de transportes e projeto voltará à Câmara. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/senado-aprova-emendas-projeto-que-regulamenta-aplicativos-de-transportes-voltara-camara-22016428#ixzz50bMyFVAR>>. Acesso em: 31 jul. 2019.

O GLOBO. STF declara legal serviços de aplicativos de transporte como Uber e Cabify. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/stf-declara-legal-servico-de-aplicativos-de-transporte-como-uber-cabify-99-23651084>> Acesso em: 21 jun. 2019.

OLIVEIRA NETTO, A. A. de. Metodologia da pesquisa científica: guia prático para a apresentação de trabalhos acadêmicos. 3. ed. rev. e atual. Florianópolis: Visual Books, 2008.

Olhar Digital. Dados mostram o crescimento impressionante da internet em 10 anos. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/dados-mostram-o-crescimento-impressionante-da-internet-em-10-anos/85914>> Acesso em: 24 jun. 2019.

PAG BRASIL. Brasil: Os números do relatório Digital in 2019. Disponível em: <<https://www.pagbrasil.com/pt-br/noticias/relatorio-digital-in-2019-brasil/>> Acesso em: 16 jun. 2019.

PERUZZO, Cecília M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da C. (Org.). Comunicação Pública. Campinas: Editora Alínea, 2004.

PODER 360. Embora minoritários ativistas pediram fechamento do Congresso e do STF. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/governo/em-bora-minoritarios-ativistas-pediram-fechamento-do-congresso-e-do-stf/>> Acesso em: 20 jul. 2019.

PÚBLICA. Como a internet está matando a democracia. Disponível em: <<https://apublica.org/2019/03/como-a-internet-esta-matando-a-democracia/>> Acesso em: 18 jul. 2019.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2010. 191 p.

REVISTA AUTO ESPORTE. Uber, conheça a história e polêmicas da empresa de transporte. Disponível em: <<https://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2017/04/uber-conheca-historia-e-polemicas-da-empresa-de-transporte.html>> Acesso em: 15 jun. 2019.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter. 1ª edição. São Paulo: Paulus, 2010. 58 p.

SOLAGNA, Fabrício. Economia política da vigilância: quando o voto se torna uma mercadoria nas redes sociais. Artigo apresentado no Compolítica em maio de 2017. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/compolitica2017/Anais/gt-5.-internet-e-politica>>. Acesso em: 11 ago. 2019.

TECMUNDO. A história das redes sociais, como tudo começou. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>> Acesso em: 09 jul. 2019.

TECHTUDO. Entenda a polêmica entre o aplicativo uber e os taxistas no Brasil. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/04/entenda-polemica-entre-o-aplicativo-uber-e-os-taxistas-no-brasil.html>> Acesso em: 15 jun. 2019.

TELLES, André. Precisamos padronizar as definições entre Redes Sociais e Mídias Sociais, 2010 Disponível em: < <http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/definicao-de-rede-social-e-midia-social>>. Acesso em: 04 jul. 2019.

UBER. Fatos e dados sobre o Uber. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>> Acesso em: 15 jun. 2019.

UBER. Lista de Cidades com o Uber no Brasil. Disponível em: <<https://www.uber.com/global/pt-br/cities/>> Acesso em: 15 jun. 2019.

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. Normas para elaboração de trabalhos acadêmicos. Curitiba: UTFPR, 2009.

UOL. Centrão recua e desiste de criar novos ministérios. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/05/21/camara-recua-mp-ministerios-bolsonaro.htm>> Acesso em: 30 jul. 2019.

ANEXO I – Lista dos parlamentares, partido e estado com informações sobre suas postagens no Facebook

Para sistematizar e corroborar as informações contidas no artigo, foi elaborada a tabela abaixo. Nela, estão contidos os nomes dos parlamentares, partido e estado. Em seguida, a tabela traz informações sobre as postagens no *Facebook* a respeito da regulamentação dos serviços de transporte por aplicativo, entre os dias 24 de outubro e 1º de novembro de 2017. A seleção deste período se deu porque a decisão sobre a urgência ocorreu no dia 24 para que a votação fosse ultimada na semana seguinte. Como a votação ocorreu na noite do dia 31, diversos parlamentares aguardaram para postar mensagens em seus respectivos *Facebooks* apenas no outro dia, 1º de novembro. Ao final da tabela do Anexo I, foram destacadas algumas informações sobre a comunicação ou a não-comunicação de alguns parlamentares selecionados para a melhor compreensão dos dados apresentados no artigo.

Para viabilizar a análise qualitativa, foi inserida uma coluna com informações sobre a quantidade de postagens, período e posicionamento do parlamentar. Assim, foi possível perceber como votaram os parlamentares, levando em conta a região.

A coluna seguinte, explicita se houve pronunciamento em plenário e/ou encaminhamento de voto, quando e qual posicionamento: Pró-Uber, Pró-Taxi ou Neutro. Em alguns casos foi incluída a palavra “neutro” para explicitar que o parlamentar buscou o discurso do consenso, apesar de pender para um dos lados. Apenas a palavra “neutro” foi usada quando o discurso realmente não deixou transparecer o enfoque do parlamentar. Especialmente no dia 31, quando a votação do mérito foi ultimada, percebeu-se uma tendência a este discurso neutro, em defesa do bem comum.

As duas colunas seguintes são reservadas à informação sobre o voto dos parlamentares por data. No voto do dia 24/10/2017, o “S” significa “sim” ao requerimento de urgência do PLC 28/2017, proveniente da Câmara dos Deputados. Este voto significou desconsiderar o substitutivo elaborado pelo senador Pedro Chaves (MDB-MS), na Comissão de Ciência e Tecnologia. A urgência fez a matéria pular a tramitação nas outras duas Comissões: além da já citada, as Comissões de Assuntos Sociais e de Constituição e Justiça. No voto do dia 31/10/2017, o “S” foi o

de quem era a favor do PLC 28; “N”, contra e; “E”, de quem foi a favor das emendas acordadas. A aprovação das emendas ocorreu por votação simbólica.

Observação: Os senadores Roberto Muniz e Eunício Oliveira não entraram na computagem dos dados por não terem *Facebook*.

Tabela I

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Gladson Cameli	PP	AC	x		3 (dia 24) Pró-Táxi	x		Dia 24 Pró-Táxi neutro	x		Ausente		
Jorge Viana	PT	AC	x		1 (dia 24) Pró-Táxi		x	-	x		x		x
Sérgio Petecão	PSD	AC		x	-	x		Dia 31 Pró-Táxi neutro	x		x		x
Benedito de Lira	PP	AL		x	-	x		Dia 24 e 31 neutro	x		x		x
Fernando Collor	PTC	AL	x		1 (dia 24) Pró-Táxi		x	-	x		Ausente		
Renan Calheiros	MDB	AL		x	-		x	-	x		Ausente		
Eduardo Braga	MDB	AM		x	-		x	-	x		Ausente		

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Omar Aziz	PSD	AM		x	-		x		x		Ausente		
Vanessa Grazziotin	PCdoB	AM		x	-	x		Dia 31 neutro	x		x		
Davi Alcolumbre	DEM	AP		x	-		x	-	x		x		x
João Capiberibe	PSB	AP		x	-		x	-	x		x		x
Randolfe Rodrigues	REDE	AP		x	-	x		Dia 31 neutro	x		x		x
Lídice da Mata	PSB	BA	x		1 (dia 1º) Neutro	x		Dia 31 neutro	x		x		x
Otto Alencar	PSD	BA		x	-	x		Dias 24 e 31 Pró-Taxi neutro	x		x		x
Roberto Muniz	PP	BA	Não tem Facebook				x	-	x		Ausente		
Eunício Oliveira	MDB	CE	Não tem Facebook						Não vota por ser Presidente do Senado				
José Pimentel	PT	CE		x	-		x	-	x		x		x

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Tasso Jereissati	PSDB	CE		x	-		x	-	x		x		x
Cristovam Buarque	PPS	DF	x		1 (dia 31) Pró-Uber	x		Dia 31 neutro	Ausente		x		x
Hélio José	PROS	DF		x	-	x		Dias 24 e 31 Pró-Táxi	x		x		x
Reguffe	S/ Partido	DF	x		2 (30 e 31) Pró-uber	x		Dias 24 e 31 Pró-Uber		x		x	x
Magno Malta	PR	ES		x	-		x	-	Ausente				
Rose de Freitas	MDB	ES		x	-		x	-	Ausente		x		
Ricardo Ferraço	PSDB	ES	x		4 (1º, 31, 30 e 29) Pró-Uber	x		Dia 31 Pró-Uber	Ausente			x	
Lúcia Vânia	PSB	GO		x	-		x	-	x		Ausente		
Ronaldo Caiado	DEM	GO		x	-		x	-	Ausente				

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Wilder Moraes	PP	GO	x		1 (31) Pró-Uber		x	-	x			x	
Edison Lobão	MDB	MA		x	-		x	-		x		x	
João Alberto Souza	MDB	MA		x	-		x	-	x		x		x
Roberto Rocha	PSDB	MA	x		1 (31) Pró-táxi neutro		x	-	Ausente		x		x
Aécio Neves	PSDB	MG		x	-		x	-	Ausente		x		x
Antonio Anastasia	PSDB	MG		x	-		x	-	Ausente		x		x
Zezé Perrella		MG	x		2 (31 e 1º) Pró-uber		x	-	Ausente				
Pedro Chaves*	PSC	MS	x		25 (no período) Pró-Uber	x		Dia 24 e 31 Pró-Uber		x		x	x
Simone Tebet	MDB	MS		x	-	x		Dia 24 Pró-Taxi neutro	x		x		x

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Waldemir Moka	MDB	MS	x		3 (dia 1º e 31) Pró-Uber	x		Dia 24 Pró-Uber neutro		x		x	
Cidinho Santos	PR	MT	x		2 (dia 1º e 31) Pró-Uber	x		Dias 24 e 31 Neutro	x		Ausente		
José Medeiros	PODE	MT	x		3 (30, 29, 27) neutro enquete		x	-	Ausente				
Wellington Fagundes	PR	MT		x	-		x	-	x		x		
Flexa Ribeiro	PSDB	PA	x		1 (31) Neutro	x		Dia 24 Neutro	x		x		x
Jader Barbalho	MDB	PA		x	-		x		Ausente				
Paulo Rocha*	PT	PA	x		2 (1o e 30) InformativoPró-táxi		x		x		x		x
Cássio Cunha Lima*	PSDB	PB	x		1 (dia 31) Pró-Uber		x		x			x	

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
José Maranhão*	MDB	PB	x		1 (dia 31) Pró- Táxi Neutro		x		x		x		x
Raimundo Lira	MDB	PB		x	-	x		Dia 31 Neutro (líder)	x		x		x
Armando Monteiro	PTB	PE		x	-	x		Dia 31 Neutro (líder)					
Fernando Bezerra	MDB	PE		x	-		x	Ausente			x		x
Humberto Costa	PT	PE	x		1 (1º) Neutro/ Pró-Táxi	x		Dia 31 Pró-taxi Neutro	x		x		x
Ciro Nogueira	PP	PI		x	-		x	-	x		Ausente		
Elmano Férrer	MDB	PI		x	-		x		x		Ausente		
Regina Sousa	PT	PI		x	-		x	-	Ausente			X	

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Alvaro Dias	PODE	PR	x		1(dia 30) Neutro/ Enquete		x	-	Ausente				
Glaisi Hoffmann	PT	PR		x	-	x		Dia 31 Pró-Taxi Neutro	x		x		x
Roberto Requião	MDB	PR	x		2 (29 e 1º) Pró-taxi		x	-	Ausente		x		x
Eduardo Lopes*	PRB	RJ	x		5 (1º,31,26) Pró-táxi Neutro			Dia 31 Neutro Relator		x	x		
Lindbergh Farias *	PT	RJ	x		1 (26) Pró-taxi	x		Dia 31 Pró-Táxi Neutro	x		x		x
Romário	PODE	RJ		x	-		x	-	Ausente				
Fátima Bezerra	PT	RN		x	-		x	-	Ausente			x	
Garibaldi Alves Filho	MDB	RN		x	-		x	-	x		Ausente		
José Agripino*	DEM	RN	x		3 (1ª E 30) Pró-Uber	x		24 e 31 Uber	x		x		x

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Acir Gurgacz	PDT	RO		x	-	x		24 e 31 Neutro	x		x		x
Ivo Cassol	PP	RO		x	-		x	-	x		x		x
Valdir Raupp	MDB	RO	x		1 (dia 31) Pró-Táxi Neutro	x		Dia 24 Pró-Táxi	x		x		x
Ângela Portela	pt	rr		x	-		x	-	Ausente		x		x
Romero Jucá*	MDB	RR	x		1 (27) Pró-taxi neutro	x		Dia 31 Neutro s/acordo	Ausente		Abstenção		
Telmário Mota	PTB	RR		x	-		x	-	Ausente				
Ana Amélia	PP	RS	x		2 (dia 30) Neutro citou msgns		x	-	x		x		x
Paulo Paim*	PT	RS	x		1 (31) Neutro		x		x		x		
Lasier Martins*	PSD	RS	x		4 (31, 30, 24)	x		24 e 31 Pró-Uber		x		x	

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Dalírio Beber*	PSDB	SC	x		2 (1º e 31) Neutro		x	-	Ausente			x	
Dário Berger*	MDB	SC		x	-		x	-	Ausente		x		
Paulo Bauer	PSDB	SC	x		1 (30)Pró- uber/neutro	x		24 uber neutro	Ausente				
Antonio Carlos Valadares	PSB	SE		x	-		x	-	x		Ausente		
Eduardo Amorim	PSDB	SE		x	-		x		x		x		x
Maria do Carmo Alves	DEM	SE		x	-		x	-	Ausente				
Airton Sandoval	MDB	SP	x		1 (dia 1º) Neutro		x		x		x		x
José Serra	PSDB	SP		x	-		x	-		x	x		x
Marta Suplicy	MDB	SP		x	-		x	-	x		x		x
Ataídes Oliveira	PSDB	TO		x	-		x	-	Ausente				

SENADOR	Partido	UF	Facebook		Frequência Facebook	Discurso Plenário			Voto 24/10		Voto 31/10		
			S	N		S	N	+/-	S	N	S	N	E*
Kátia Abreu	S/ Partido	TO	x		3 (1º, 31 e 30) Neutro Enquetes		x		Ausente		x		
Vicentinho Alves	PR	TO		x	-		x	-	x		Ausente		

Informações complementares sobre os posts do Facebook:

- O Senador Gladson Cameli publicou vídeo de amplo apoio aos taxistas. Depois, no mesmo dia, postou foto com representantes dos aplicativos e um último post neutro, defendendo consenso.
- Randolfe Rodrigues foi isento ao discursar e reforçou a importância do Senado como Casa revisora e do bicameralismo.
- O Senador Paulo Rocha, no viés ideológico, publicou no dia 30 texto criticando o que ele considerou exploração do trabalhador por meio dos aplicativos (empresas multinacionais). Editou post informativo no dia 1º.
- O Senador Cássio Cunha Lima, também no viés ideológico, publicou vídeo no dia 31, antes da votação, se dizendo defensor dos taxistas, mas contrário ao excesso de legislação por parte do Estado, que encarece os serviços. Para ele, a regulamentação deveria ser apenas municipal e seria necessário desonerar os taxistas para garantir uma concorrência mais justa com os motoristas de aplicativos e não o contrário, aumentar a taxaço sobre os aplicativos. Usou o termo “mão pesada do Estado”.
- O Senador José Maranhão em vídeo de aparte durante a votação do projeto tentou parecer neutro, mas pendeu para a defesa aos taxistas, dizendo: “Nós não podemos nos entusiasmar e, em nome de uma modalidade nova de transporte, sufocar uma modalidade que já é tradicional e que tem relevantes serviços prestados ao País”.
- O Senador Eduardo Lopes foi relator de Plenário. No dia 03 de novembro fez post chamando para artigo publicado no Congresso em Foco, data que já estava fora do prazo pesquisado. No dia 1º postou vídeo com enfoque a favor da regulamentação, tentando ser neutro e dizendo que buscou a convergência entre os dois lados. No dia 31, postou 3 vídeos, um antes da votação, uma transmissão ao vivo, na hora da apresentação do relatório em plenário, e outro após a votação, gravado em seu gabinete.
- O Senador José Agripino fez vídeo bem editado com imagens, defendendo a regulamentação do Uber. Como liberal, defendeu aplicativos, mas com respeito à concorrência.

- O Senador Lindbergh Farias postou no dia 26, vídeo defendendo direitos trabalhistas e anunciando que apresentou projeto de lei para exigir que o Uber cobre 10% de taxa. Os aplicativos cobram hoje 25%
- O Senador Dário Berger não postou nas datas da pesquisa, mas em vídeo com o resumo da semana, destacou seu posicionamento favorável aos aplicativos.
- O Senador Romero Jucá postou entrevista à rádio local, onde ele afirma que está construindo uma solução para o PLC. Falou para tranquilizar a “turma do taxi”.
- O Senador Dalírio Beber postou o mesmo texto, um dia após o outro, com formatos diferentes. Afirmou que os aplicativos já eram realidade e que cabia ao Congresso encontrar consenso entre taxistas e aplicativos.
- O Senador Lasier Martins foi um dos sete que votou contra a urgência do PLC no dia 24. No dia seguinte, postou o voto de todos os parlamentares. Os outros posts foram vídeos, defendendo alterações no projeto para encontrar consenso.
- O Senador Roberto Rocha aproveitou para apresentar um projeto de Lei que beneficiasse os motoristas de taxi. Não se posicionou abertamente sobre a proposição. O projeto de autoria dele, estabelece que a porcentagem a ser declarada no imposto de renda sobre faturamento bruto deve ser reduzida para 30%. Hoje está em 60%.
- O Senador Paulo Paim postou reportagem de jornalista do RS, afirmando que os três senadores eram contrários ao PLC 28 e votariam nas emendas para construir um texto de consenso entre taxistas e aplicativos.
- O Senador Ricardo Ferraço era autor de um dos projetos apensados na relatoria do Senador Pedro Chaves, que apresentou substitutivo aos projetos na Comissão de Ciência e Tecnologia. Ele realmente se posicionou contra o PLC e disse que seria retrocesso tentar estatizar o serviço. No dia 1º, fez post com emendas que alteraram o texto apresentadas por ele.
- O Senador Wilder Moraes foi outro que realmente se posicionou a favor dos aplicativos
- O Senador Pedro Chaves foi o que mais postou seu posicionamento sobre o Uber. Foram 25 posts no período de 24 a 31 de outubro. Ele havia sido o relator do substitutivo na CCT, onde realizou inúmeras audiências públicas. Seu substitutivo foi rejeitado quando da votação da urgência do PLC 28, proveniente da Câmara dos Deputados. Ele postou vídeos, entrevistas, texto e posts com explicações sobre o projeto. Interessante notar que a atuação do parlamentar deixou a cooperativa e o sindicato de taxis de MS bastante insatisfeito. No Estado, só existe serviço de Uber na capital, Campo Grande. Mesmo assim, o serviço tem crescido vertiginosamente no Estado. Existiam cerca de 490 motoristas de taxi, contra 2000 de Uber, segundo o sindicato dos taxistas.
- Os Senadores Álvaro Dias, Romário, Jáder Barbalho, Maria do Carmo Alves e Telmário Mota não revelaram suas opiniões a respeito do projeto nem pelo *Facebook*, nem por discurso em plenário (no período estudado), nem por meio do voto, uma vez que estiveram ausentes nas duas votações, dos dias 24 e 31 de outubro.
- Os Senadores Alvaro Dias, Ricardo Ferraço, José Medeiros e Kátia Abreu postaram enquetes neutras. Exceto pelo Senador Ricardo Ferraço, que deixou muito clara sua posição anti-PLC, os outros três usaram desta estratégia para não deixar passar em branco no debate sobre o projeto. No entanto, isentaram-

se de revelar sua real opinião sobre a matéria. Também não publicaram posts divulgando o resultado das referidas enquetes.

- A Senadora Ana Amélia citou em discurso que postou no *Facebook* as mensagens recebidas sobre o assunto dos moradores de municípios de seu Estado. Dessa forma, demonstrou preocupação em interagir com seus seguidores. Foi o único caso detectado no período estudado.

ANEXO II – Lista das principais cidades com serviços do Uber (por categoria) no Brasil.³⁸

Tabela II

Cidade	UberX	Uber Black	Uber Bike	Uber Bag	Uber English	Uber Pool
ARACAJU	√					
BELO HORIZONTE	√	√				
BLUMENAU	√					
BRASÍLIA	√	√		√		
CAMPINAS	√					
CAMPO GRANDE	√					
CAXIAS DO SUL	√					
CUBATÃO	√			√		
CUIABÁ	√					
CURITIBA	√					
FLORIANÓPOLIS	√					
FORTALEZA	√					
GOIÂNIA	√					
GUARUJÁ	√			√		

³⁸ Lista de Cidades com o Uber no Brasil. Disponível em <https://www.uber.com/global/pt-br/cities/>. Acesso em: 06/06/2019

Cidade	UberX	Uber Black	Uber Bike	Uber Bag	Uber English	Uber Pool
JOÃO PESSOA	√					
JUIZ DE FORA	√					
LONDRINA	√					
MACEIÓ	√					
MARINGÁ	√					
MONTES CLAROS	√					
NATAL	√					
NORTE CATARINENSE	√					
NOVO HAMBURGO	√	√				
PORTO ALEGRE	√	√				
PRAIA GRANDE	√			√		
RECIFE	√					
RIBEIRÃO PRETO	√					
RIO DE JANEIRO	√	√	√	√	√	√
SALVADOR	√			√		
SANTOS	√					
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	√					
SÃO PAULO	√	√	√	√	√	√
SÃO VICENTE	√			√		
SOROCABA	√					
TERESINA	√					

Cidade	UberX	Uber Black	Uber Bike	Uber Bag	Uber English	Uber Pool
TRIÂNGULO MINEIRO	√					
VITÓRIA	√					