

AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NA POLÍTICA E OS ASPECTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DO DEBATE: SUCESSO OU FRACASSO ELEITORAL?

Viviani Corrêa TEIXEIRA (Orientadora IFC São Francisco do Sul)
Ricardo Sarruf (Bolsista PIBIC/EM/CNPQ)
Ciências Humanas e suas tecnologias

Introdução

Opinar sobre determinados temas, todo mundo quer, lacrar nas redes sociais todo mundo quer, quem participa ou está inscrito em uma rede social constata que é quase unânime que o hábito de comentar em postagens nas redes sociais virou um problema. As pessoas estão dispostas a opinar sobre tudo o tempo todo. Mesmo que uma postagem não seja de fácil entendimento para que hajam comentários aleatórios, elas acabam sendo alvo de comentários. Disso ninguém escapa! Quem postar, já pode estar ciente que haverão comentadores!

Com a política não é diferente, e a eleição presidencial de 2018 evidenciou bastante esses novos hábitos, o de dar “opinião sobre tudo”, falar sobre política virou uma hábito recorrente no Brasil dos últimos meses, em quase todos os lugares a palavra política está presente. Todos tem algo a se posicionar, contra ou a favor dos governos, e um dos meios mais usados para a troca de informações e dialogo tem sido a internet, principalmente as redes sociais.

Tanto as pessoas como as organizações recorrem e estão dependentes dos veículos de comunicação e informação. Entidades nessa como escolas, os hospitais, os bancos, órgãos da sociedade civil e do poder público estão envoltos por essa teia midiática. As características propositivas da Internet, principalmente no que tange à facilidade para comunicação, obtenção de informações e de interação, tem gerado muita discussão e levam a questionamentos constantes.

Por isso estamos dando continuidade a um levantamento feito anteriormente (agora por meio do projeto de pesquisa intitulado “Usos das redes sociais virtuais na politica: aspectos positivos e negativos do debate”) onde pesquisamos a eleição municipal dos anos de 2012 e 2016 no município de Florianópolis com intuito de verificar o uso das redes/mídias sociais como meio de informação, comunicação e interação, destacando-se como possíveis ferramentas no auxílio dos processos democráticos devido ao seu grande potencial comunicativo e sua organização que privilegiam a descentralização, fornecendo um ambiente propício ao desenvolvimento da ciberdemocracia e da ciberpolítica. Nesse levantamento foi possível verificar que as mídias sociais facilitam ações de caráter democrático, como a articulação de movimentos sociais organizados via rede, seja no âmbito local como global da sociedade civil; seja na esfera institucional. No ano de 2018, o foco da pesquisa foi a eleição presidencial de 2018, o objetivo desse levantamento era analisar a qualidade da participação política observando as discussões na rede social virtual Facebook durante uma campanha eleitoral. O tema do uso das mídias sociais, seja no campo político ou em outros âmbitos sociais, gera e vem cada vez mais gerando discussões como abordamos nas pesquisas anteriores, pois a rede/mídia social possui o potencial de tanger os espaços de comunicação, de informação e de interação. Transcender a realidade virtual é sempre algo potencial nas redes sociais e também é sempre algo inovador, por isso a pesquisa envolvendo as tecnologias de comunicação e informação necessita de atualização constante, seja de revisão literária ou de divulgação científica, sendo assim essa proposta de investigação visa atualizar os levantamentos anteriores, conferindo os dados coletados, revisando a literatura atual e promovendo a divulgação científica do que foi trabalhado. O campo da coleta de dados para essa pesquisa foi/são perfis e páginas dos candidatos a presidência no segundo turno da eleição Jair Bolsonaro e Fernando Haddad na eleição de 2018.

Material e Métodos

Para atender as necessidades dessa pesquisa, recorreremos aos seguintes critérios: o primeiro fizemos uma pesquisa *off line*, que consistiu na coleta de material bibliográfico impresso: livros, revistas e demais materiais digitais, somando-se a notícias e a informações na Internet que serviram de inspiração empírica e teórica. A partir dessa coleta, fazemos a leitura do material coletado; organizamos por meio de fichas de leitura, o conteúdo bibliográfico que serviu de embasamento teórico para a elaboração trabalho.

O segundo momento da pesquisa, consistiu na pesquisa *on line* (no campo), que incidiu na nossa inserção na rede social *Facebook* para coletar dados: informações sobre o perfil e as páginas dos candidatos, onde se encontram postagens, mensagens diretas, curtidas, comentários e compartilhamentos. Para fazer isso, seguimos as seguintes etapas: a) Ingresso no universo da pesquisa: criamos um perfil de usuário no *Facebook*. Filiamos-nos ao grupo de amigos/seguidores dos candidatos mais cotados Jair Bolsonaro e Fernando Haddad; b) Os dados foram coletados desde a abertura da campanha eleitoral na Internet em meados de julho de 2018 até meados de julho de 2019.

Resultados

O segundo turno da eleição presidencial de 2018, contou com os candidatos Jair Messias Bolsonaro do PSL e Fernando Haddad do PT. Os números dos candidatos nas redes sociais são os seguintes: Jair Messias Bolsonaro tem 13,4 milhões de seguidores no Instagram, 9,7 milhões de seguidores no Facebook, 4,9 milhões de seguidores no Twitter. Fernando Haddad tem 1,6 milhão de seguidores no Instagram, 1,8 milhão de seguidores no Facebook e 1,6 milhão de seguidores no Twitter.

Discussão

Esse trabalho ainda está em fase de elaboração, no entanto cabe algumas observações. A eleição presidencial de 2018, optamos trabalhar com os candidatos do segundo turno, Fernando Haddad do PT e Jair Messias Bolsonaro do PSL. Jair Bolsonaro tem 9,7 milhões de seguidores no Facebook, já Fernando Haddad tem 1,8 milhão de seguidores no Facebook. Existe uma diferença gritante entre os seguidores de Haddad e Bolsonaro, ela chega a 7,9 milhões de seguidores. O que demonstra que Jair Bolsonaro conseguiu se articular melhor nas redes digitais.

Considerações parciais

Os números demonstram que as redes sociais vem ganhando força em processos eleitorais. Principalmente se analisarmos os números da eleição presidencial de 2018. O candidato eleito Jair Messias Bolsonaro se destaca como um fenômeno das redes sociais, ele lidera em número de seguidores no Facebook, no Instagram e no Twitter, quem o sucede nos números é o candidato Fernando Haddad do PT, que tem o segundo maior número de inscritos em suas redes sociais e ficou em segundo colocado na disputa presidencial (44,87% dos votos). Conforme esses números cabe correlacionar algumas variáveis, tais como número de seguidores nas redes sociais e o sucesso eleitoral. O candidato Jair Bolsonaro teve uma vitória expressiva na eleição (55,13% dos votos), expressivo também é o número de seus seguidores, isso demonstra que há uma relação direta entre número de seguidores nas redes sociais virtuais e o sucesso na disputa eleitoral, ainda mais se consideramos que o segundo colocado na eleição, possui também o segundo maior número de seguidores, o que confirma a premissa de que o espaço das redes sociais promove um novo tipo de campanha e disputa eleitoral, mais interativo e participativo, ou seja, espaço onde o mesmo eleitor que é consumidor de notícias é também produtor e dissipador de informações.

Referências Bibliográficas

GOMES, W. "POLITICS 2.0" A CAMPANHA ON-LINE DE BARACK OBAMA EM 2008. REVISTA SOCIOLOGIA POLÍTICA, CURITIBA, V. 17, N. 34, P. 29-43, OUT., 2009.

TEIXEIRA, V. C. Softwares livre e Movimento Software Livre: um estudo com as entidades associadas à ABONG. 2008. 122f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política)-Programa de Pós Graduação em Sociologia Política. UFSC, Florianópolis, 2008.

TEIXEIRA, V.C. Ágora ou clientela?: uso das redes sociais virtuais por eleitores e candidatos a prefeito na campanha eleitoral de 2012 no município de Florianópolis/SC. 2014. Tese (Doutorado)-Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, UFSC, Florianópolis, 2014.

Sites:

www.tse.jus.br

Redes sociais de Jair Messias Bolsonaro:

Twitter: @jairbolsonaro

Instagram: @jairMessiasBolsonaro

<https://pt-br.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/>

Redes sociais de Fernando Haddad:

Twitter: @Haddad_Fernando

Instagram: @fernandohaddadoficial

Facebook: <https://pt-br.facebook.com/fernandohaddad/>