

INTERNET, REDES SOCIAIS, POLITICA E SOCIEDADE POS ELEIÇÕES DE 2018

Maira Folleto Jost ¹
Catiani Renata Salvati ²
Vinicius Da Silva ³
Liliana Ferreira ⁴
Scheila Simone Secretti ⁵

RESUMO

O presente estudo tem o propósito de fazer uma reflexão sobre o cenário eleitoral de 2018, sua relação com a redes sociais, no contexto eleitoral, sendo que foi a primeira vez que no Brasil se utilizou em grande escala a redes sociais para definir e ganhar votos, para tanto se travou uma batalha de informações, umas verdadeiras outras falsas, sendo que, se vislumbrava a cada pesquisa realizada pelos meios de contagens oficial a supremacia de um candidato que utilizou de muitas manobras para angariar votos, assim, o presente trabalho versa sobre resultado das eleições de 2018, com base nas redes sociais e na internet bem como, na sua proliferação, para tanto se utilizará do método dedutivo- analítico, pesquisa bibliográfico.

Palavras-chave: Internet, Redes Sociais, Política, Eleições, Sociedade.

¹ Graduanda do Curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS-RS (Polo Regional de Educação de Sobradinho- RS), mairajost@gmail.com ;

² Mestre Tutora Curso de Ciências Sociais Da Universidade do Rio Grande Do Sul- RS (Polo Regional de Educação de Sobradinho- RS) catianirs@gmail.com ;

³ Graduado pelo Curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande Do Sul- UFRGS- RS (Polo Regional de Educação de Sobradinho- RS), viniciusdsp@hotmail.com ;

⁴ Graduanda do Curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS-RS (Polo Regional de Educação de Sobradinho- RS), liliferreirabilhan@gmail.com ;

⁵ Especialista em Metodologia do Ensino da Arte e Gestão do Trabalho Pedagógico: Supervisão e Orientação Escolar. Coordenadora de Polo da UAB - Universidade Aberta do Brasil. Polo Regional de Sobradinho- RS, scheilasecretti@yahoo.com .

INTRODUÇÃO

A informação sempre foi uma preocupação de todo o ser humano, com a proliferação das tecnologias, esse fato se tornou mais premente, com o surgimento no Brasil das redes sociais, a interação ficou muito mais fácil e dinâmica, bem como as informações se propagaram, de uma forma muito célere.

Nesse sentido, todos os meios se aproveitaram dessa influência, os partidos e os candidatos políticos, também, realizando suas propagandas eleitorais via rede sociais, abrangendo um número muito grande de eleitores de forma instantânea.

Assim observando a proliferação da rede de computadores no Brasil e sua grande influência, entre o povo brasileiro, tendo por norte a grande propagação de falsas informações nos meios virtuais, sendo que o presente trabalho versa sobre resultado das eleições de 2018, com base nelas, se sua proliferação, para tanto se utilizará do método dedutivo- analítico, pesquisa bibliográfico.

UTILIZAÇÃO DOS MEIOS VIRTUAIS NA POLÍTICA

Observa-se, uma grande mobilização advinda dos jovens, para demarcar sua participação na vida política, por meio das redes virtuais, em especial na “Primavera Árabe, no Oriente Médio; os “Indignados”, em Madri; o *Ocupe Wall Street*, em Manhattan; e, no Brasil, as manifestações ocorridas a partir de 2013”. BANQUERO, 2016, p. 04.

Dessa maneira, leciona Alves, 2016, p.02;

A internet foi lançada no Brasil no ano de 1995 e com ela veio a facilidade de encontrar informações sobre infinitos assuntos e também, facilitou e inovou a comunicação entre pessoas de todo o mundo. E para não ficar de lado, os políticos brasileiros e seus partidos têm utilizado das redes sociais para uma aproximação com o eleitor que nos últimos anos, está cada vez mais desinteressado com a política, decorrente da corrupção e de diversos problemas que são noticiados diariamente.

Dessa forma nas eleições americanas de 2008, se revelou de grande utilidade as mídias digitais, “com o uso de novas mídias tais como *web sites* pessoais, listas de e-mails e *blogs* de políticos, substituindo progressivamente, com cada vez mais eficácia, antigas formas de organização das campanhas eleitorais”, sendo que as antigas formas, “fundadas basicamente no contato físico do parlamentar com o eleitor e no uso de mídias tradicionais, tais como a televisão, publicações impressas e assim sucessivamente”. FRANÇA, 2005, p. 01.

Nesse sentido, “durante essa campanha, protagonizou-se um dos maiores índices de comparecimento de todos os tempos nas eleições americanas, o que em partes se deve ao crescimento dos acessos às informações por meio das redes”. TAVARES, 2013, p. 02.

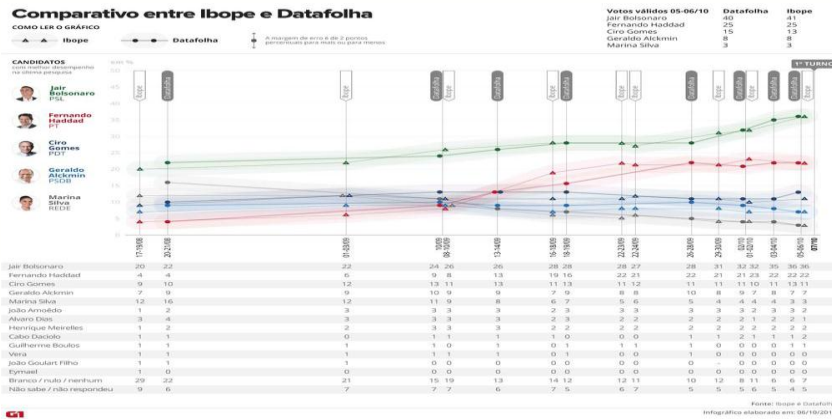
Destarte alguns estudiosos acreditem que, a “política contemporânea aparece, em grande parte da literatura que trata da relação entre os novos meios de comunicação e a política, como incapaz de satisfazer os requisitos da democracia em seu sentido mais próprio”. GOMES, 2005, p. 03.

Nesse sentido, para França, “os impactos que a *web* provoca e pode provocar sobre a democracia contemporânea. Alguns chegam a vislumbrar a emergência, por meio da Internet, de uma nova modalidade de democracia, a “democracia direta eletrônica”, sistema no qual os cidadãos se encontrariam em um ambiente virtual de deliberação sobre os temas de interesse comum: a *Ágora Virtual*”. (2005, p. 02).

USO DA REDE VIRTUAL NA ELEIÇÕES BRASILEIRA

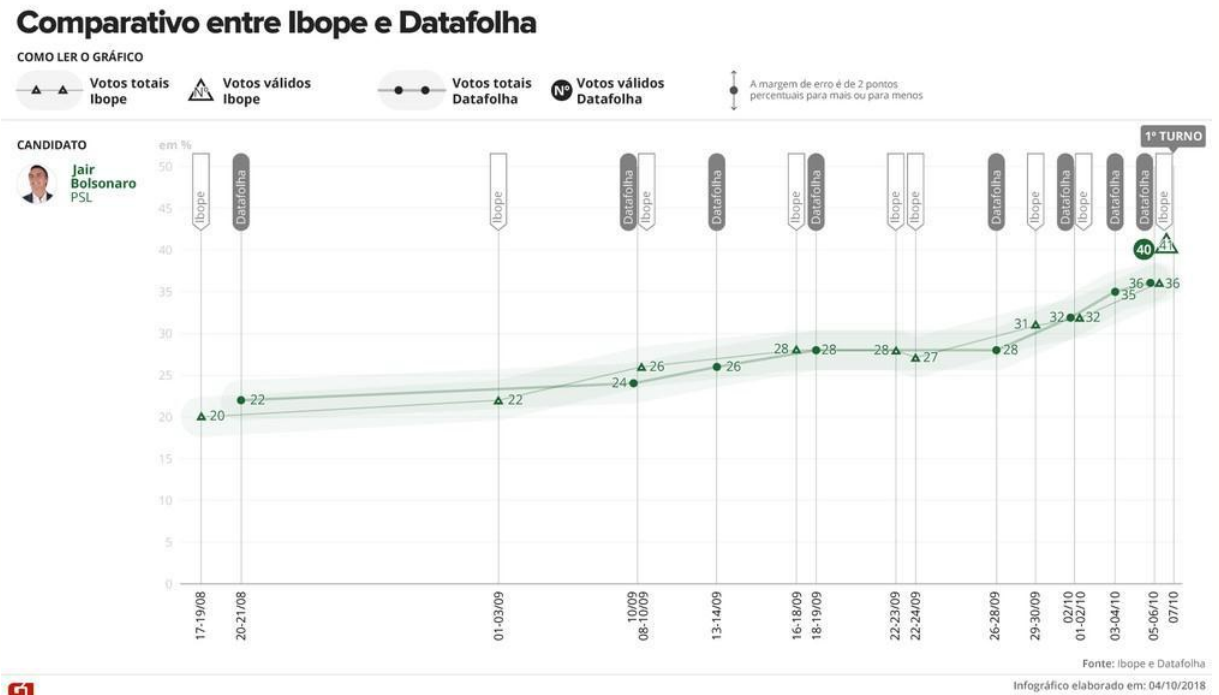
A internet vem se tornando cada vez mais acessível e de utilização imensa pela população, já é um meio tão simples e disponível que as pessoas acabam coletando tanta informação e podem expressar sua opinião declaradamente nas redes sociais. Um dos maiores exemplos que temos são as eleições 2018 aqui no Brasil, onde se destacou a candidatura do atual presidente Jair Bolsonaro, hoje atual presidente da república. Sua candidatura foi praticamente toda desenvolvida pelas redes sociais, pois ao decorrer que os dias cada vez mais conquistava seguidores nas redes sociais, os quais publicavam suas opiniões e acabavam por influenciando outras pessoas, e assim por diante, formava-se uma “corrente digital” em prol de

uma campanha política. Abaixo vimos um gráfico publicado pelo Ibope e Datafolha, e disponível no site do G1, faz uma comparação entre os candidatos dos candidatos:



Disponível em: < <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/25/pesquisas-ibope-e-datafolha-comparativo-da-evolucao-de-intencao-de-votos-para-presidente-no-2o-turno.ghtml> > Acesso em: 05 abril 2019.

Já no quadro abaixo podemos analisar separadamente o desenvolvimento da campanha de Jair Bolsonáro.



Disponível em: < <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/01/pesquisas-ibope-e-datafolha-comparativo-da-evolucao-de-intencao-de-votos-para-presidente.ghtml> > Acesso em: 05 abril 2019.

Conforme o gráfico acima podemos ver declaradamente a evolução do candidato, hoje atual presidente da república.

Baseado em dados do jornal O Sul publicado em 28 de outubro de 2018, O fogo cruzado nas redes sociais no segundo turno da eleição deixou evidente o poder do ativismo político digital neste momento do País. Jair Bolsonaro (PSL) foi o representante mais bem-sucedido deste tipo de engajamento. Bolsonaro chega à Presidência da República após quebrar tabus e romper paradigmas consagrados pelo marketing eleitoral das últimas disputas.

Ele superou o pouco tempo de TV no primeiro turno (apenas oito segundos), a união com um só partido (PRTB, do vice, general Hamilton Mourão) e uma campanha com poucos recursos financeiros. Após o atentado sofrido em Juiz de Fora (MG), fez a campanha de dentro de casa.

“Bolsonaro se tornou nas redes um produto discursivo. Um case interessante justamente pela seqüência de fatores que foram dando certo sem parecer planejado. Ele ocupou o vácuo de representação deixado pelo PT, aproveitou a onda de conservadorismo, foi impulsionado pela tecnologia e se consolidou como um personagem sem ser um objeto de uma construção política, mas sim de um discurso”, avalia o cientista político Kleber Carrilho, da Universidade Metodista de São Paulo.

Para Carrilho, a ascensão de Bolsonaro põe em xeque a efetividade da propaganda eleitoral. “Os adversários achavam que quando começasse o horário eleitoral na TV, no primeiro turno ainda, o cenário mudaria. Mas as redes sociais deram conta de um eleitorado que descobria seu poder de participação. Mesmo sem experiência, sem formação política e às vezes sem leitura crítica das coisas, esses eleitores quiseram interagir e Bolsonaro foi quem conseguiu o maior sucesso com isso.”

A fachada que impossibilitou a campanha nas ruas não foi a razão pela qual Bolsonaro investiu em sua presença nas redes. À semelhança do que o empresário Donald Trump fez nos Estados Unidos antes de se oficializar presidenciável pelo Partido Republicano, Bolsonaro e seus apoiadores adotaram as redes como ferramenta para a construção de sua imagem e expansão de suas idéias.

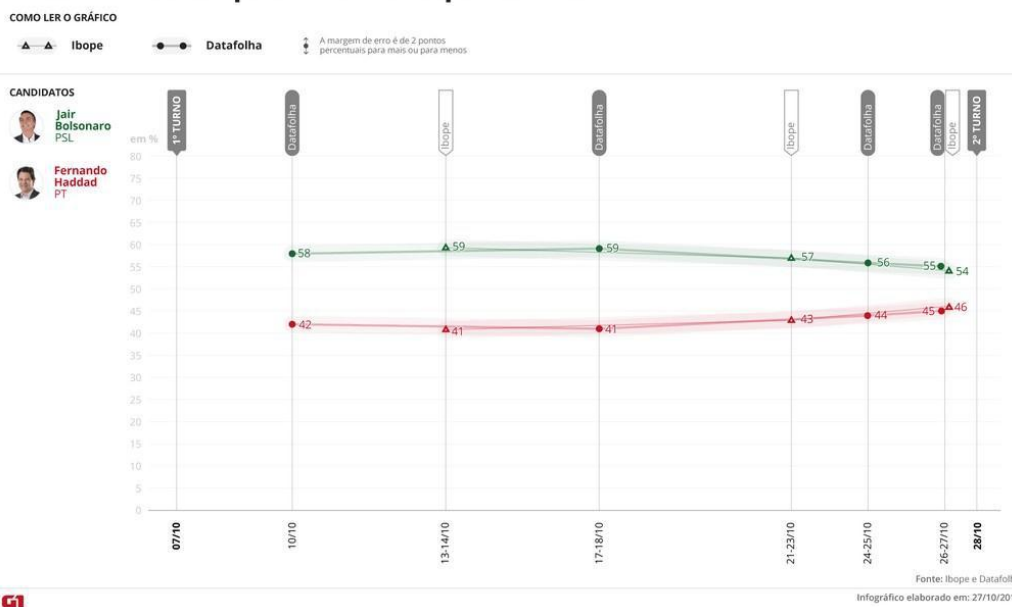
Discursos acalorados e o tom por vezes irônico atraíram adeptos que, munidos de aplicativos como o WhatsApp, passaram a replicar com rapidez as idéias do candidato – sob

suspeita de disseminação paga de conteúdo atacando adversários e da possível disseminação de notícias falsas.

Desse forma, “no caso do Brasil, estão usando redes privadas, como o WhatsApp. É uma rede que apresenta muitas complexidades para que as autoridades possam acessar e realizar investigações”, disse a chefe da missão de observação eleitoral da OEA (Organização dos Estados Americanos) no Brasil, Laura Chinchilla.

Vislumbramos a baixo seu desempenho no segundo turno conforme pesquisa Ibope e Datafolha publicados no site do G1 em 28 de outubro de 2018.

Votos válidos: comparativo entre Ibope e Datafolha



Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/25/pesquisas-ibope-e-datafolha-comparativo-da-evolucao-de-intencao-de-votos-para-presidente-no-2o-turmo.ghtml>> Acesso em: 05 abril 2019.

PÓS ELEIÇÃO

Passado-se a euforia da disputa e com a transmissão de posse do presidente Michel Temer ao presidente Jair Bolsonaro, declarado seus assessores e cargos comissionados, ministérios dentre outros, iniciou-se novos projetos colocados a votação, ai novamente entrou a internet em ação, como um meio fácil de informação, a população muitas vezes ao discordar

com a opinião governamental expressando sua opinião através da internet, mas precisamente nas redes sociais, consegue fazer uma espécie de “fiscalização virtual” colaborando assim nas tomadas de decisões.

Temos como exemplo dos jovens estudantes e pesquisadores de universidades federais por todo país, relatando sua indignação e revolta referente ao corte em 30% de verbas a universidades federais. Atualmente, existem trinta e nove instituições universitárias no âmbito da Administração Pública Federal (MEC/SESu, 2001) cuja gestão atual, por ser completamente regulada, não revela variação significativa de uma para outra. A gestão de pessoal, o financiamento, a personalidade jurídica, a contabilidade e a legislação a que estão submetidas são iguais. O que varia é o volume de recursos aportado em seus orçamentos, tendo em vista a dimensão de cada uma delas. (Peter, 2000, p.2).

São 30% de forma isonômica para todas as universidades no segundo semestre, que pode ser reavaliado dado um cenário econômico positivo que a gente está esperando”, disse o secretário do MEC. O secretário falou também que, a partir de agora, para liberar mais verbas para as universidades o MEC vai adotar critérios como a qualidade do ensino e a inserção dos alunos no mercado de trabalho. O MEC assegurou que os programas de assistência ao estudante não sofrerão cortes. (Jornal Nacional. 30/04/2019)

Portanto a exigência é que as universidades prestem serviços melhores aos cidadãos e que isso se reflita em ganhos e inovação, em ganhos de empregabilidade para os alunos. (Jornal Nacional. 30/04/2019)

Segundo Saviani (1997, p. 1), “o termo empregabilidade surgiu como sinônimo do caminho salvador para o fantasma do desemprego”. Já para Barduchi, Picoli e Tittanegro (2010, p. 35), “resumidamente, a empregabilidade é a capacidade do indivíduo de conseguir novas oportunidades de emprego, manter-se empregado e também de conseguir promoções, por meio de seus conhecimentos, habilidades e atitudes”.

Assim segundo Morosini (2001), considerando o campo do ensino superior, empregabilidade é a probabilidade de o graduado apresentar atributos que os empregadores antecipam como necessários para o futuro funcionamento efetivo de sua organização. Nesse sentido, Câmara e Sarriera (2001) realizaram um estudo com 178 empresas de médio porte da cidade de Porto Alegre visando delimitar quais os aspectos que configuram o perfil de empregabilidade dos jovens na visão dos empregadores. Dentre os resultados no que diz respeito a adequação do comportamento à organização, ter experiência prévia de trabalho, ser

uma pessoa madura e com metas e projetos bem definidos, ter estabilidade emocional, bom comportamento e agilidade para trabalhar. Segundo a mesma pesquisa, esse perfil esperado pelos empregadores distancia-se da realidade atual dos jovens brasileiros em geral. (Noro, Abbade, Diefenthaler, 2010, p.11).

A INTERNET

Podemos ainda constatar certa tendência, em alguns dos principais eventos e congressos brasileiros de Ciências Sociais e Ciência Política, a subsumir o tema “Internet e Política” e seus correlatos (“democracia eletrônica”, “democracia digital”, “e-democracia” etc.) dentro de outros grupos e rubricas mais gerais de pesquisa, tais como “mídia e política”, “cibercultura” ou mesmo “sociedade de informação”. Uma situação diferente da que ocorre em outros países, onde já há algum tempo essa linha de pesquisa adquiriu autonomia e identidade próprias, desvinculando-se de outros campos de investigação aos quais costuma estar associada naqueles espaços geográficos onde a reflexão sobre esses temas ainda é pouco desenvolvida. À guisa de exemplo convém examinar os programas dos eventos recentes organizados por algumas das mais importantes associações de cientistas políticos e sociais no plano internacional, tais como a IPSA (International Political Science Association), o ECPR (European Consortium for Political Research), a APSA (American Political Science Association) e a ALACIP (Asociación Latinoamericana de Ciencia Política). Todas essas entidades já incorporam regulamente, em seus congressos e workshops, mesas redondas e grupos de trabalho para discutir temáticas mais específicas referentes à “democracia eletrônica” ou sobre as relações entre “internet e Política”. Esses são apenas alguns indicadores que atestam não apenas a necessidade de uma presença cada vez mais forte das reflexões sobre as relações entre “internet e política” na agenda de pesquisa dos cientistas sociais e políticos brasileiros, mas também de sua progressiva constituição como um campo autônomo e interdisciplinar de investigação, não necessariamente subsumido a outros campos. Portanto, é mais do que justificável que os periódicos brasileiros de Ciências Sociais abram regulamente espaço para a divulgação de resultados de pesquisas realizadas nessa área, a fim de preencher algumas dessas lacunas, o que pretendemos fazer neste dossiê, em que buscamos fornecer um panorama das possibilidades abertas à investigação na temática das relações entre a “internet” e a “política”, contemplando

não apenas trabalhos de pesquisadores brasileiros, mas também de outros países. (BRAGA, 2009, p.7- 8)

É importante notar que o uso da internet, ou, mais especificamente, das redes sociais digitais na comunicação política de uma campanha, se torna objeto de reflexão a partir dos impactos que pode gerar aos campos da informação política e transparência da própria campanha, da participação cidadã e do empoderamento cidadão na campanha e da promoção do debate público (deliberação) sobre questões relativas ao espaço político geográfico para o qual a campanha se dirige, isto é, em relação às principais perspectivas normativas da teoria democrática. (ITUASSU, 2014, p. 60, 2014)

Se, para os liberais, a democracia é vista como um regime de proteção das liberdades individuais, inclusive contra o Estado, a missão liberal da comunicação digital deve, por este viés, cumprir um papel de reforço das liberdades e da autonomia dos indivíduos, ou seja, proteger os direitos dos cidadãos e promover a igualdade, municiando a sociedade de elementos capazes de inibir a tirania e o autoritarismo, garantindo o direito de expressão dos cidadãos, abrindo espaço para a pluralidade de vozes e possibilitando que os indivíduos, mediante a publicação de informações e prestação de contas de partidos e governos, exerçam o papel de fiscalizadores e vigilantes das ações políticas. Os princípios de publicidade e visibilidade do poder, assim, aplicados às redes digitais, possibilitam ao cidadão, munido de informações, conhecer os assuntos públicos e avaliar a esfera política. (ITUASSU,2014, p. 63)

Além disso, a disseminação de dados e do acesso à informação tanto atendem à transparência, quanto oferecem oportunidades de participação, pautadas na produção de mecanismos equitativos e oportunos de manifestação de razões e vontades dos cidadãos. Como é condição para a participação política a formação de uma opinião qualificada, sendo necessário, para tal, o acesso a informações suficientes sobre as circunstâncias do jogo político.

Da mesma forma, o acesso à informação política contribui para os processos deliberativos, tanto para o exercício da cidadania, ao permitir o compartilhamento, a colaboração e ação coletiva, quanto para a formação de uma sociedade civil mais consciente e com maior capacidade de agir em conjunto com outros cidadãos. (ITUASSU,2014, p. 64)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o que foi exposto, se observa que jamais um pleito eleitoral será como antes, ou seja, as tradicionais campanhas eleitorais, de agora em diante serão feitas com muito mais alcance do eleitorado, pelas redes sociais, sua influência se faz sentir, com grandes possibilidades de vir a se tornar um fator decisivo no resultado, bem como o correu com a eleição americana de Donald Trump, onde as redes foram de grande valia na decisão, quanto ao governo do Jair Messias Bolsonaro, ainda é cedo para se fazer um juízo de valor .

Nesse sentido os seis primeiros meses foram de muitas cabeçadas, de fala uma coisa pela manhã e outra a tarde, mas uma coisa é certa e o primeiro presidente que atribui uma grande importância às redes sociais, fazendo publicações quase que semanalmente, e seus eleitores o escutam e o acompanham, mesmo na reforma da previdência onde pelo que se sabe, muitos direitos serão solapados dos cidadãos, e mesmo assim, seus seguidores no Twitter o veneram, sendo que somente o futuro irá dizer sobre as suas atitudes, para o bem ou para o mal.

Desse modo essa pesquisa não é conclusiva, mas apenas indica os caminhos que fizeram o Jair Messias Bolsonaro a chegar no cargo de presidente do Brasil, com uso das redes sociais, e uma grande onda conservadora que se estalou no solo pátrio, os reflexos apenas o tempo dirá. Fizemos um recorte desde a campanha até os dias de hoje, observando os nuances e da nova forma de governo, um governo virtual.

REFERÊNCIAS

ALVES, Felipe Malcorra. A revolução da internet e das redes sociais à luz da política brasileira: uma real presença virtual. Disponível em: < <http://fames.edu.br/jornada-de->

[direito/anais/9a-jornada-de-pesquisa-e-8a-jornada-em-extensao-do-curso-de-direito/artigos/o-direito-a-privacidade-na-sociedade-da-informacao/e5-04.pdf](#) > Acesso em: 04 abril 2019.

AMARAL, Marcelo. Internet e participação política: o uso da internet pelo cidadão.

Disponível em: <

<http://periodicos.uesb.br/index.php/cadernosdeciencias/article/viewFile/882/889> > Acesso em: 04 abril 2019.

BAQUEIRO, Marcello. SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA E INTERNET NA CONSTRUÇÃO DE UMA CULTURA POLÍTICA JUVENIL NO SUL DO BRASIL. Disponível em: <

<http://www.scielo.br/pdf/es/v37n137/1678-4626-es-37-137-00989.pdf> > Acesso em: 04 abril 2019.

BRAGA, Sérgio. CHAIA, Vera, Dossiê “internet e política”, Disponível em: <

<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v17n34/a02v17n34.pdf>>, Acesso em: 01 de Julho 2019.

CASTELLS, Manuel. A POLÍTICA DA INTERNET I: REDES DE COMPUTADORES, SOCIEDADE CIVIL E ESTADO. Disponível em: <

<http://commons.cc/antropi/wp-content/uploads/2013/02/Cap%C3%ADtulo-5-A-pol%C3%ADtica-da-internet-redes-de-computadores-sociedade-civil-e-o-Estado.pdf> > Acesso em: 04 abril 2019.

FRANÇA, Andressa Silvério Terra. INTERNET, DEMOCRACIA E POLÍTICA NUM ANO ELEITORAL. Disponível em: <

<http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/297/Internet%2C%20democracia%20e%20politica%20num%20ano%20eleitoral.pdf?sequence=1&isAllowed=y> > Acesso em: 04 abril 2019.

GOMES, Wilson. INTERNET E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA EM SOCIEDADES DEMOCRÁTICAS. Disponível em: <

<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/WilsonGomes.pdf> > Acesso em: 04 abril 2019.

ITUASSU, Arthur, **CAPONE**, Letícia, **PARENTE**, Taise, **PECORARO**, Caroline, Revista com política, Disponível em: <

<file:///C:/Users/Maira/Downloads/68-Texto%20principal%20do%20artigo-97-1-10-20171220.pdf>>, Acesso em: 01 de Julho de 2019.

MORAIS, Jennifer Azambuja de. A internet e a construção de uma cultura política juvenil no Sul do Brasil. Disponível em: < <https://www.ufrgs.br/sicp/wp-content/uploads/2015/09/MORAIS-Jennifer-e-BAQUERO-Marcello.pdf> > Acesso em: 04 abril 2019.

NORO, Abade. Desenvolvendo a empregabilidade no âmbito acadêmico, Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/731441.pdf> , Acesso em: 30 abril 2019.

PENTEADO, Claudio Luis De Camargo. Democracia, Sociedade Civil Organizada e internet: estratégias de articulação online da Rede Nossa São Paulo. Dispon[ível em: < <http://www.scielo.br/pdf/soc/v16n36/1517-4522-soc-16-36-0206.pdf> > Acesso em: 04 abril 2019.

PETER, Arais, 2000, p.2. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2003-gpg-1801.pdf>. Acesso em: 30 abril 2019.

PINHO, José Antonio Gomes de. Internet, Governo Eletrônico, Sociedade e Democracia no Brasil: Algumas Questões Básicas em Debate. Disponível em: < <http://www.ipea.gov.br/participacao/images/pdfs/democraciadigital/pinho2008b.pdf> > Acesso em: 04 abril 2019.

TAVARES, Wellington. Redes Sociais Virtuais e a Democracia 2.0: Dinâmica e Perspectivas Políticas na Relação entre Políticos e Sociedade. Disponível em: < http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_APB873.pdf > Acesso em: 04 abril 2019.

Jornal O sul. Disponível em <http://www.osul.com.br/bolsonaro-se-valeu-da-forca-das-redes-sociais-para-se-eleger-presidente-da-republica/> . Acesso em: 30 abril 2019.

Jornal Nacional. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/04/30/mec-anuncia-corte-de-30percent-em-repasses-para-todas-as-universidades-federais.ghtml>. Acesso em: 30 abril /2019