

1 INTRODUÇÃO

Entre as principais formas de propaganda política utilizada estão a rádio e televisão, ferramentas que estabelecem tempo de marketing com base no tamanho das bancadas que apoiam o candidato. Nas eleições que ocorreram em 2016 foram aplicadas regras que mudaram a forma de como eram realizadas. Antes da LEI Nº 13.165, DE 29 DE SETEMBRO DE 2015, além da propaganda nas emissoras de rádio e TV eram utilizados cartazes, panfletos, cavaletes, carros de som, etc, sendo vedadas ou suprimidas com o advento da nova Lei, considerando que poluem visualmente e sonoramente, logo, as redes sociais passou a ser o meio mais utilizado.

Frente a isto, os candidatos enxergaram nas mídias digitais um meio eficiente de alcançar um grande número de pessoas, possibilitando a disseminação de conteúdos que visam o ataque ao adversário, e os planos governamentais propriamente ditos.

Nas eleições municipais de Belo Horizonte, os candidatos a ocupar o cargo mais alto do poder executivo local, utilizaram de tal mecanismo, onde, através de compartilhamentos de diversas informações como textos, imagens e vídeos, conseguiram destaque mesmo com horário reduzido nas mídias tradicionais.

Diante dessas mudanças busca-se com a presente pesquisa verificar como o indivíduo que utiliza as redes sociais recebe essas informações e como é projetado nas urnas, verificando seu perfil e os fatos determinantes para a escolha do candidato ao cargo de prefeito.

Este projeto tem por objetivo verificar qual o nível de interferência das redes sociais nas comunicações digitais e avaliar os reflexos da manipulação de informações pelo uso desta ferramenta nas eleições de 2016 em Belo Horizonte. Levantar dados sobre casos de manipulação na utilização das redes sociais e o papel na mídia que incentiva os eleitores a irem ou não votar. Analisado as legislações aplicáveis ao tema.

A metodologia utilizada será dirigida à análise da campanha eleitoral e dos candidatos em Belo Horizonte, para o cargo de prefeito.

O estudo de casos contemplará duas vertentes: a primeira abordará como as redes sociais possibilitam a propagação de ideologias para ampliar a massificação social; e a segunda analisará a partir dos dados de pesquisas a influência da mídia digital, utilizada como propaganda eleitoral e partidária, interferindo na votação, acarretando ou não na manipulação de informações em Belo Horizonte.

Posteriormente também será realizada uma pesquisa direta, através de entrevista de campo estruturada, objetivando construir com o segmento jovens e adultos, buscando a visão dessa parcela populacional de como é a utilização das redes sociais e como veem esse mecanismo dentro do âmbito político.

2 DESENVOLVIMENTO

Carole Pateman em sua obra Participação e Teoria Democrática cita a democracia participacionista: “A justificativa para um sistema democrático em uma teoria da democracia participativa reside primordialmente nos resultados humanos que decorrem do processo participativo” (1992, p. 62)

Aborda ainda como a participação popular provoca efeitos sobre aqueles que estão participando diretamente das eleições, e como causa uma ligação de comunicação entre eleitor e candidato. E as redes sociais possibilitam essa interação, que segundo essa teoria deve ser ilimitada, onde todos devem participar criando um grupo de debates, logo, aperfeiçoando o Estado Democrático.

As redes sociais foram ganhando espaço no meio político, diante das mudanças no financiamento partidário as eleições de 2016 foram as primeiras que o ciberespaço predominou, frente à sua fácil acessibilidade, e à gratuidade dos conteúdos que ali são disseminados, onde uma informação colocada na rede alcança milhares de pessoas em uma curta fração de tempo, o que facilita seu uso.

A comunicação entre os polos nas eleições, candidato e eleitor, que ocorrem na rede, demonstra que o diálogo se estreitou em relação aos períodos eleitorais anteriores, conseqüentemente as campanhas vêm abarcando um maior número de pessoas que interagem em grupos para favorecer ou criticar. Por outro lado, a disseminação de informações duvidosas e o atual cenário político, vem desestimulando a participação efetiva no pleito.

A 11ª edição da pesquisa TCI Domicílios realizada em 2015, que tem por objetivo analisar o uso, hábitos e acesso da população diante das tecnologias da informação e de comunicação demonstra que 102 milhões de brasileiros usam a internet, proporcionalmente 58%. Entre os dispositivos mais utilizados estão o telefone celular com 89%, computador de mesa com 40% , notebook 39%, tablet 19%, televisão 13% e videogame com apenas 08%.

No mesmo ano, o número de indivíduos com dez anos de idade ou mais que tinham telefone celular para uso pessoal era de 139,1 milhões, sendo 78,3% da população nessa faixa etária. Já as pessoas de 25 a 29 anos tem maior acesso ao celular, com 89,8%. Entre 20 e 24 anos, são 89,6% com celular e, entre 30 e 34 anos, 89,4%, fato que torna ainda mais eficaz a utilização de mídias sociais como meio de se disseminar conteúdo.

A pesquisa realizada pelo Datafolha¹, em 2016, apontou que 68% dos belo-horizontinos possuem acesso a internet (96% entre os mais jovens, 28% entre os mais velhos), elencando as redes sociais como mais utilizadas sendo que 53% usam o *Facebook*, 59% o *Whatsapp*, 19% *Twitter* e somente 05% da população não possuem cadastro em qualquer rede.

Aduziu ainda que cerca de 45% dos eleitores da capital mineira lêem ou tomam conhecimento de informações acerca das eleições, e de seus candidatos, nas mais diversas redes sociais. Foi questionado se seguiram os candidatos em alguma rede social, 4% alegaram que seguem Alexandre Kalil, 2 % seguem João Leite, já 55% não segue nenhum e 2% seguem ambos.

Segundo dados apresentados pelo Tribunal Superior Eleitoral, os votos nulos somaram 15,52% nas eleições de 2016 no segundo turno. Os brancos equivalem à 4,85%. Já as abstenções corresponderam 22,77% do eleitorado, ou seja, a soma dos eleitores é de 43,14%, totalizando 742,05 mil eleitores. Os votos válidos em sua totalidade foram 1.185.406 milhões.

A pesquisa do Datafolha demonstra que 42% do eleitorado afirmam não sofrer qualquer tipo de influência pelas publicações dos candidatos e partidos nas redes sociais. Em contrapartida, 10% alegaram que foram sim influenciados de forma incisiva na hora de votar, e 10% sofreram pouca influência, ou seja, a rede social não foi determinante na escolha do candidato.

3 CONCLUSÃO

A ideia de participação popular no âmbito político encontra no ciberespaço os meios adequados para conduzir ao aperfeiçoamento da administração da máquina

¹ O Datafolha ouviu 1.119 eleitores de Belo Horizonte, com 16 anos ou mais, no dia 25 de outubro. A pesquisa foi registrada no Tribunal Regional Eleitoral (TRE) sob o protocolo MG-05855/2016.

pública, construção essa que surge de um diálogo sem intermediários entre os entes civis e públicos.

As redes sociais, em uma sociedade globalizada como a atual, que é um meio importante de acesso a informações, deteve pouca influência nas eleições municipais de Belo Horizonte, mesmo com os esforços dos dois principais candidatos a ocupar o cargo de prefeito da capital mineira, que usufruíram do longo alcance de suas publicações como meio de, além de demonstrar seus projetos socioeconômicos para a cidade, buscar denegrir a imagem de seus adversários.

Tal fato, muitas vezes se deve à forte crise representativa vivenciada no país, que faz com que os candidatos busquem expor de uma forma negativa a imagem dos demais candidatos frente aos eleitores.

Contudo, é de suma importância que o eleitorado tenha acesso às informações, mas que sejam conteúdos verídicos e confiáveis, para que assim cada eleitor possa elaborar sua opinião acerca dos candidatos, o que vai refletir posteriormente em seu voto, eximidos de quaisquer manipulações.

A disputada ao cargo de prefeito de Belo Horizonte mostrou o forte poder das mídias digitais na sociedade atual, porém indicou que a população local não se deixou manipular pelos conteúdos que ali eram disseminados, fato que, inclusive, demonstrou o descontentamento da população com as opções de candidatos que lhes foram concedidas, vez que uma parte considerável do eleitorado deixou de votar em algum dos principais concorrentes ao cargo de prefeito, seja no primeiro ou segundo turno.

Dessa forma, as redes sociais, e a Internet como um todo, seguem sendo um meio eficaz de compartilhamento de dados e informações, porém tal ato deve se dar observando os ditames legais, oferecendo ao internauta conteúdos confiáveis acerca dos fatos que acontecem na sociedade em que vivem.

4 REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt (2001). **Modernidade Líquida**. Título Original: Liquid Modernity. Tradução: Plínio Dentzien, autorizada da edição inglesa publicada em 2000 por Polity Press, Oxford, Inglaterra. Jorge Zahar Editor.

BRASIL. LEI Nº 13.165, DE 29 DE SETEMBRO DE 2015. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 29 set. 2015. Disponível em:< <http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-no-13-165-de-29-de-setembro-de-2015>> Acesso em: 30 jun.2017.

Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais. **Tribunal Superior Eleitoral**. Disponível em: <<http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>> Acesso em: 30 jun.2017.

Eleições Municipais 2016: Belo Horizonte 2º Turno. **DATAFOLHA**. Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2016/10/26/intencao_de_voto_prefeito_bh_2_turno_25_10.pdf>. Acesso em 27 jun. 2017.

Entrevista com o filósofo polonês Zygmunt Bauman para o **Fronteiras do Pensamento**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=POZcBNo-D4A>>. Acesso em: 30 jun.2017.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal 2015. **IBGE**. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv99054.pdf>> Acesso em 27 jun. 2017.

MALLINI, Fábio, ANTOUN, Henrique. **A Internet e a Rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre, RS. Editora Sulina. Ed 1ª. 2013.

PATEMAN, C. **Participação e Teoria Democrática**. São Paulo: Paz e Terra, 1992, p. 62.