

MÍDIAS SOCIAIS E ELEIÇÕES MUNICIPAIS 2008 E 2012

Andrea Lenici Nieviroski¹

Danilo Andrade²

Manolo Baroncello³

RESUMO: O objetivo deste artigo é apresentar o uso de novas tecnologias, nas últimas eleições municipais brasileiras. Discutir alguns dos possíveis desdobramentos para nosso sistema democrático quando se faz uso destas tecnologias. O uso da web foi mais intenso entre os atores com menor expressão nas urnas: os partidos pequenos. Aqueles atores que poderiam se utilizar destas NTICs para alterar os formatos vigentes de competição política e abrir novos espaços de divulgação de propostas, não utilizam estas ferramentas. O uso destas mídias sociais, constitui um desafio para estes grupos políticos mais tradicionais nas próximas eleições brasileiras, pois poderá corresponder à uma aproximação, no caso, inevitável, por conta da Internet, com todos os seus eleitores.

Palavras-chave: Internet, mídias, NTICs, eleições, política.

ABSTRACT: This article aims to present the use of new technologies in the last municipal elections in Brazil, and discuss some of the possible consequences for our democratic system when it makes use of these technologies. The use of the web was more intense among actors with lower expression in the polls: small parties. Those actors who could use ICT to change existing formats of political competition and open new spaces of proposals disclosure, do not use these tools. The application of the social media is a challenge for the more traditional political groups in the coming elections in Brazil, as it may correspond to an inevitable approximation with all their voters due to the internet.

Keywords: Internet, media, ICT, elections, politics.

Introdução

Quando procuramos compreender supostos ganhos e perdas, no uso das novas tecnologias digitais, as NTICs, nos processos eleitorais atuais, em especial as eleições municipais de 2008 e 2012, nos deparamos com uma realidade pouco explorada de fato, por nosso sistema democrático. Novas formas de ação política, observadas nas redes sociais e outras mídias eletrônicas, nos sugeriria que a Política, como assunto integrante dos relacionamentos sociais, não deixaria de lidar com os alcances destes

¹Especialista em Engenharia de Produção. Universidade do Estado de Santa Catarina. E-mail: andrea.nieviroski@gmail.com

²Graduando em Engenharia de Petróleo. Universidade do Estado de Santa Catarina. E-mail: danilonaza90@hotmail.com

³Graduando em Engenharia de Petróleo. Universidade do Estado de Santa Catarina. E-mail: mbaroncello@yahoo.com.br

novos meios, destas novas tecnologias. No entanto, observou-se uma pouca utilização destas ferramentas e por consequência uma restrita influência das NTICs sobre participantes, processos e instituições que constituem, de alguma forma, a organização política no Brasil como os partidos políticos mais tradicionais, eleições, instituições do governo e sistemas legislativos. Ou seja, os meios digitais são utilizados, infelizmente ainda, como apenas prestadores de serviços públicos e dispositivos de informação por meio da rede.

Neste caso, a democracia exercida através das NTICs ocorreria, somente, no momento em que informações genéricas do governo pudessem circular na rede e na melhoria de serviços públicos prestados pelo governo. Como apresentaremos no decorrer deste artigo, eleitores podem providenciar retornos diretos aos políticos em questões apresentadas por eles, através da internet, mesmo sem uso de meios tradicionais de comunicação, contudo, esta abertura não garante modificação nas decisões políticas, em outras palavras, esta resposta obtida dos eleitores não se legitimaria, eventualmente, através do uso dos meios digitais. A partir destas constatações, torna-se imprescindível não somente a busca de um maior comparecimento das discussões sobre “internet e política” na agenda de pesquisa de cientistas sociais e políticos brasileiros, mas também, se de permitir estas discussões para além de apenas estes campos mencionados. Ou seja, a construção de debates políticos vinculados à internet como um campo autônomo e interdisciplinar de investigação, e não, apenas, restrito a disciplinas específicas. Neste artigo buscaremos indagar que valores reais estariam as NTICs agregando ao funcionamento das instituições ditas “representativas” mais tradicionais, tais como órgãos parlamentares, campanhas eleitorais, partidos políticos etc.? De que forma estaria ocorrendo a interação entre eleitores e políticos brasileiros que não fosse apenas àquela de divulgação de informação e prestação de serviços públicos? Possíveis desdobramentos para nosso sistema democrático quando se faz uso destas tecnologias, será abordado no artigo.

Internet e Política

Conforme Braga (2011), o surgimento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) em finais do século XX e seu posterior desenvolvimento e massificação nos últimos anos, vem suscitando amplos debates acerca de seu papel nas sociedades contemporâneas e, mais particularmente, sobre seus impactos nas democracias parlamentares e eleitorais. O objetivo deste artigo corresponde na apresentação do uso destas novas tecnologias, destacadas pelo autor acima, nas últimas eleições municipais brasileiras (2008 e 2012). Discutir alguns dos possíveis desdobramentos para nosso sistema democrático quando se faz uso destas tecnologias. Herkenhoff (2009) destaca que, o ano de 2008, foi marcante para se pensar as novas possibilidades de construção de uma campanha política na internet. O autor informa que, segundo pesquisa do Ibope/NetRatings, houve acréscimo de 78% no número de internautas residenciais no Brasil – chegando aos 24 milhões –, o tempo de horas gastas pelos brasileiros na internet tornou-se o maior do mundo – chegando à aproximadamente 24h mensais em 2008 – e o uso de redes sociais, principalmente do Orkut, supera o de qualquer país desenvolvido, ressalta o mesmo autor. Contudo, o TSE aprovou uma Resolução que, independente de sua intenção inicial, foi na contramão da evolução da internet no Brasil. O erro, pois, foi usar a mesma lógica dos meios de comunicação dependentes de concessão pública para a internet como observou o blogueiro Marcelo Träsel que é profissional Consultor de Novas Mídias, Jornalista, Professor e Coordenador de Jornalismo Digital (PUC-RS):

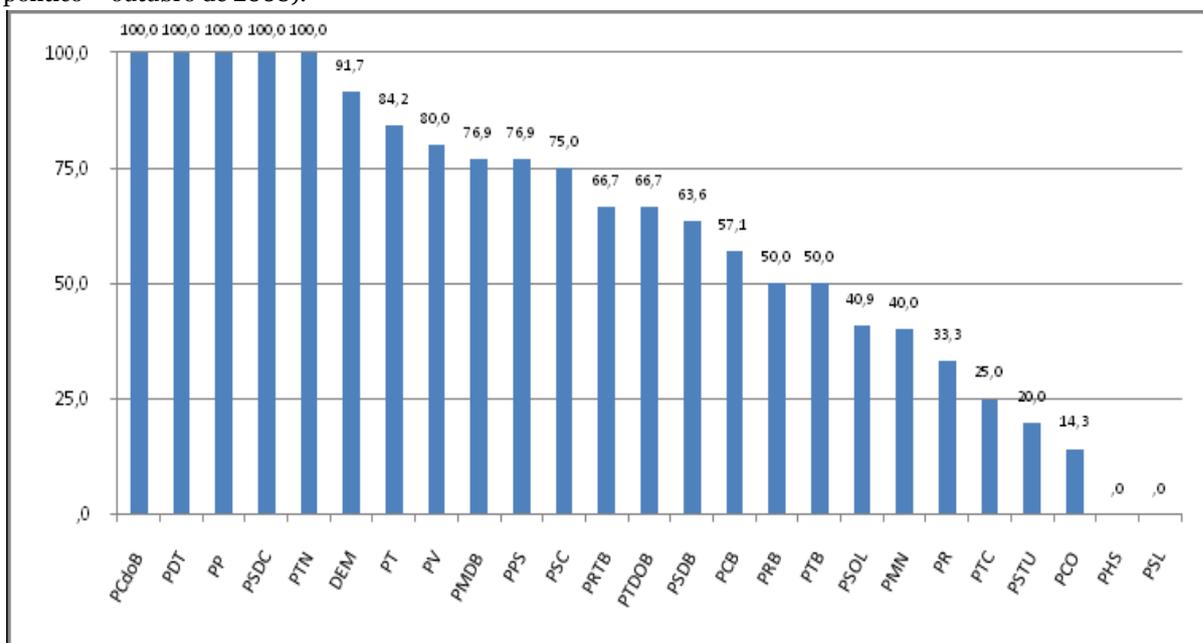
Ao contrário de rádio e televisão, a Internet não é uma concessão pública. Ou seja, ninguém precisa de autorização do governo para criar um site, postar um comentário num blog, divulgar um vídeo no YouTube, gravar um podcast. As emissoras de rádio e TV, por usarem um recurso escasso, que é o espectro eletromagnético, devem prestar contas ao governo e se pautar pelo interesse público. O espaço nas redes de computadores pode ser tudo, menos escasso. Portanto, o apoio de qualquer pessoa a um candidato não estará competindo pelo mesmo espaço com o interesse público. A equiparação com meios que usam comunicação via ondas eletromagnéticas não faz o menor sentido.¹⁷

Ferreira (2012) corrobora com o blogueiro quando diz que o Facebook e Twitter podem ser verdadeiros dispositivos associativos de práticas sociais e espaços de manifestação públicos, lugares designados por Sodré (2006, p. 104) Apud Ferreira (2012) como espaços da “quase-verdade, quase-presença, quase-real, quase-mente”. Lugares onde o relacionamento, entremeado por recursos provindos do repertório individual sociocultural e da linguagem ritualizada do meio, criam situação de verossimilhança com o cotidiano dessa coletividade de identidades múltiplas.

Perfil dos usuários e não usuários de websites

Uma análise mais detida de algumas práticas de participação política e de maior manifestação das falas e das demandas do cidadão-internauta nos websites dos candidatos nas eleições municipais de 2008, foram descritas por Braga (2011). Em relação aos partidos políticos e corrente ideológico-programática, os dados são informados no gráfico e na tabela abaixo.

Gráfico 1 – Uso de websites pelos candidatos a prefeito nas eleições municipais brasileiras (por partido político – outubro de 2008):



Fonte: Elaboração própria do autor (Braga, 2011)

Pelo gráfico acima, Braga (2011) destaca que não há um padrão muito definido de adesão às campanhas online pelos partidos brasileiros, ao contrário do observado em alguns outros estudos quando geralmente partidos de esquerda, de oposição ou “outsiders” ao jogo político tradicional tendem a apresentar um maior grau de uso da internet (ROMMELLE, 2003).

Tabela 1 – Candidatos com e sem website (por partidos e linhas ideológico-programáticas)

	Com website		Sem website		Total (100%)	
	N	%	N	%	N	%
I) Partidos/agregado						
DEM	11	91,7	1	8,3	12	
PT	16	84,2	3	15,8	19	
PMDB	10	76,9	3	23,1	13	
PPS	10	76,9	3	23,1	13	
PSDB	7	63,6	4	36,4	11	

Ppd	20	54,1	17	45,9	37
Ppe	33	51,6	31	48,4	64
PTB	3	50,0	3	50,0	6
II) Correntes ideológicas					
Esquerda Situação	33	89,2	4	10,8	37
Direita	14	77,8	4	22,2	18
Oposição					
Centro	10	76,9	3	23,1	13
Situação					
Centro	17	70,8	7	29,2	24
Oposição					
Direita	20	54,1	17	45,9	37
Situação					
Esquerda	16	34,8	30	65,2	46
Oposição					
III) Correntes ideológicas/agregado					
Situação	63	57,3	24	36,9	87
Oposição	47	42,7	41	63,1	88
Total	110	62,9	65	37,1	175

Fonte: Elaboração própria do autor (Braga, 2011)

Braga (2011) também informa que os atores que mais utilizaram a Web para organizar campanhas eleitorais nas últimas eleições municipais brasileiras não foram, portanto, atores “outsiders” ao jogo político mais tradicional, mas sim os grandes partidos de direita e de esquerda que já polarizavam o debate ideológico fora do universo virtual. Assim, o autor afirma que o uso da web foi mais intenso entre os atores com mais recursos políticos que já polarizavam o debate fora do mundo virtual (partidos de esquerda no governo e partidos de direita na oposição), do que por aqueles atores que poderiam se utilizar das novas tecnologias para subverter radicalmente as modalidades anteriormente vigentes de competição política e para abrir novos espaços de divulgação de propostas. Essas proposições, para Braga (2011), podem ser verificadas pelo percentual inferior de pequenos partidos de direita (54,1%) e de esquerda (51,6%), assim como candidatos de oposição ao governo (42,7%) que usaram website como ferramenta de campanha nas últimas eleições municipais, evidenciando que as ferramentas digitais estiveram longe de ser empregadas predominantemente por forças políticas potencialmente interessadas em subverter os padrões tradicionais de competição eleitoral.

Considerações Finais

Na opinião de Herkenhoff (2009), a vitalidade da utilização da internet como ferramenta política consiste, portanto, na potencialidade de revitalização do espaço público, uma vez que o espaço público virtual é um espaço de imanência, de expressão das singularidades, de ação individual para a coletividade, de compartilhamento de

produtos comunicacionais. Como afirma Sérgio Amadeu (Apud Herkenhoff, 2009), citando Benkler: “a diferença brutal entre a esfera pública dominada pela mídia e a esfera pública interconectada, realizada pela internet, ocorre exatamente pela arquitetura de informação distribuída da rede, e, pela eliminação dos custos para se tornar um falante”.

Ou seja, esfera pública passa a ser também o lugar da expressão, construído pelos usuários e seus hiperlinks no ciberespaço. Nesse sentido, Coutinho (2009) afirma que não se acredita que “novos atores” (‘blogueiros’ ou redes sociais digitais) desempenharão o papel dos meios de comunicação de massa tradicionais, em um processo de “reposição” pura e simples do papel do “intermediário”. Para o autor, muito mais provável é que o lento declínio do sistema de comunicação “um para muitos”, vá exigir o desenvolvimento de novas práticas (e teorias) da mediação dos processos de comunicação entre Estado e Sociedade Civil, ou seja, com o tempo, as novas mídias sociais poderão ser novos canais de credibilidade eleitoral, conforme observado nesta pesquisa.

A julgar pelo que estamos vendo em outros países, Coutinho (2009) confirma, ainda, que esse deve ser mais um desafio para os grupos midiáticos e políticos tradicionais nas próximas eleições brasileiras, além de um interessante objeto de investigação e reflexão para pesquisadores das áreas da comunicação, sociologia e política. A partir das exposições apresentadas neste artigo, observamos que os partidos políticos de menor expressão, os partidos pequenos, já estão se utilizando destas novas ferramentas de tecnologia, as NTICs, porém, não apresentaram resultados satisfatórios nas urnas. Ou seja, por mais que esse contato, com o eleitor, esteja aproximado, com as mídias sociais, nestas últimas eleições municipais, as mesmas continuam sendo ganhas por partidos de maior expressão, partidos maiores, e tradição. Estes, ainda, não se utilizam destas novas mídias sociais.

Referências Bibliográficas

- BRAGA, Sérgio. NICOLÁS, María A. FRANÇA, Andressa S. T. **Uso da internet e oportunidades de participação política virtual nas eleições municipais de outubro de 2008 no Brasil**. Revista Debates, Porto Alegre, vol. 5, n° 2, p. 117-144, Jul/Dez 2011.
- COUTINHO, Marcelo. SAFATLE, Vladimir. **A Internet e as eleições municipais em 2008: O uso dos sítios eletrônicos de comunidades na eleição paulistana**. Revista de Sociologia e Política, vol. 17, n° 34, p. 115-128, Out. 2009.
- FERREIRA, Karla de Loudes. VELOSO Maria do Socorro F. **Mídias Sociais Digitais, Mobilização e Participação Política: Um Estudo de Caso nas Eleições Municipais**

2012. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXV. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7 de setembro de 2012. HERKENHOFF, Gabriel. MALINI, Fábio. **A ciberpolítica nas eleições municipais de 2008: da obstrução à produtividade da comunicação na rede.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIV. Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Rio de Janeiro, RJ – 7 a 9 de maio de 2009.