

VOZES ARGUTAS DE ELEITORES EMPODERADOS: REFLEXOS ARGUMENTATIVOS EM MÍDIAS SOCIAIS *ONLINE* DE ELEITORES DO MUNICÍPIO DE DIAMANTINA-MG DIANTE DE FATOS E DADOS OFICIAIS

ACUTE VOICES OF EMPOWERED VOTERS: ARGUMENTATIVE REFLECTIONS ON ONLINE SOCIAL MEDIA BY VOTERS FROM THE MUNICIPALITY OF DIAMANTINA, MINAS GERAIS, IN LIGHT OF OFFICIAL FACTS AND DATA

VOCES AGUDAS DE ELECTORES EMPODERADOS: REFLEXIONES ARGUMENTATIVAS EN LAS REDES SOCIALES EN LÍNEA DE ELECTORES DEL MUNICIPIO DE DIAMANTINA, MINAS GERAIS, ANTE HECHOS Y DATOS OFICIALES

Altamir Fernandes de Oliveira¹
Carlos Alberto Simioni²

Resumo

No Brasil e no mundo a questão *online* se tornou a segunda casa da maioria dos cidadãos, o que se torna um dilema científico-filosófico tanto para a Ciência Política como para qualquer outra Ciência Social ou Política. As eleições são o exato momento em que um povo pode fazer valer seu máximo direito, o de votar, o que, em países com baixa consciência política como o Brasil, tal fato se torna até mesmo um entrave no ideário social com consequências avassaladoras. Para contribuir com o estado da arte dessa temática, esse artigo lida com os argumentos retirados de uma rede social nas eleições de 2020 do município de Diamantina-MG. Os dados revelam que as mulheres são a maioria dos eleitores, apesar de estarem par a par estatisticamente; porém, para fazer valer outra mudança que tanto se pede no país, este público pode e deve investir em ocupar os seus espaços que lhes são garantidos. O que se viu pelas postagens dos cidadãos foi uma miríade de críticas à atual gestão municipal à época, bem como elogios a determinadas pessoas; além disso, viu-se também que alguns eleitores possuem conhecimento de causa com fatos e dados, inclusive estatísticos oficiais, fazendo contraposições de demandas por argumentos que sejam proativos e que dêem soluções à cidade. Por fim, conclui-se que ainda há muito a ser feito no que tange à consciência política não só do município, mas de todos os países, principalmente no meio digital. Uma das recomendações feitas é a de que o trabalho possa evocar novas indagações, bem como contribuir para a conscientização da população.

Palavras-chave: eleições; Diamantina; mídias sociais.

Abstract

In Brazil and around the world, the online environment has become a second home for most citizens, creating a scientific and philosophical dilemma for Political Science as well as for other Social and Political Sciences. Elections constitute the exact moment when people can exercise their most fundamental right, the right to vote. In countries with low levels of political awareness, such as Brazil, this reality may become an obstacle to social development, with far-reaching consequences. To contribute to the state of the art of this subject, this article examines arguments extracted from a social media platform during the 2020 municipal elections in the city of Diamantina, Minas Gerais, Brazil. The data reveal that women constitute many voters, although statistically they are nearly equal in number to men. Nevertheless, to promote another transformation that is widely demanded in the country, this group can and should invest in occupying the spaces that are rightfully theirs. The citizens' posts displayed a myriad of criticisms directed at the municipal administration at the time, as well as praise for certain individuals. Furthermore, some voters demonstrated substantial knowledge based on facts and data, including

¹ Aluno do Bacharelado em Ciência Política da UNINTER. Graduado em Relações Internacionais pela UNINTER, com MBA em Diplomacia e Relações Internacionais pela mesma instituição. *E-mail:* altamirf83@gmail.com

² Doutor em Meio Ambiente e Desenvolvimento pela UFPR; Mestre em Sociologia pela UFPR; Graduado em Ciências Sociais pela UFPR. Professor dos cursos de Ciência Política e Relações Internacionais no Centro Universitário UNINTER desde 2002. Sociólogo, com atuação como consultor em projetos ou estudos de impactos socioambientais. *E-mail:*

official statistical information, presenting arguments that demanded proactive proposals and solutions for the city. Finally, it is concluded that much remains to be done regarding political awareness, not only in the municipality but also in countries worldwide, especially within the digital environment. One of the recommendations proposed is that this study may inspire new inquiries while also contributing to public awareness.

Keywords: elections; Diamantina; social media.

Resumen

En Brasil y en el mundo, el entorno en línea se ha convertido en un segundo hogar para la mayoría de los ciudadanos, lo que representa un dilema científico y filosófico tanto para la Ciencia Política como para otras Ciencias Sociales y Políticas. Las elecciones constituyen el momento exacto en que la población puede ejercer su derecho más fundamental, el derecho al voto. En países con bajos niveles de conciencia política, como Brasil, esta realidad puede incluso convertirse en un obstáculo para el desarrollo social, con consecuencias de gran alcance. Con el propósito de contribuir al estado del arte de esta temática, este artículo analiza argumentos extraídos de una red social durante las elecciones municipales de 2020 en el municipio de Diamantina, estado de Minas Gerais, Brasil. Los datos revelan que las mujeres constituyen la mayoría del electorado, aunque estadísticamente se encuentran prácticamente en igualdad numérica con los hombres. Sin embargo, para impulsar otro de los cambios tan demandados en el país, este grupo puede y debe invertir en ocupar los espacios que legítimamente le corresponden. Las publicaciones de los ciudadanos mostraron una gran variedad de críticas dirigidas a la administración municipal de la época, así como elogios a determinadas personas. Además, se observó que algunos electores poseen conocimientos fundamentados en hechos y datos, incluidos datos estadísticos oficiales, presentando argumentos que exigen propuestas proactivas y soluciones para la ciudad. Finalmente, se concluye que aún queda mucho por hacer en lo que respecta a la conciencia política, no solo en el municipio, sino también en los países de todo el mundo, especialmente en el entorno digital. Una de las recomendaciones planteadas es que este trabajo pueda suscitar nuevas reflexiones y contribuir a la concienciación de la población.

Palabras clave: elecciones; Diamantina; redes sociales.

1 Introdução

A democracia ensina diversos direitos aos cidadãos, inclusive, na atualidade, utilizar o meio *online* para se expressar. Segundo Carvalho (2020) as democracias preservam minimamente a liberdade de expressão por meio da *internet*, com reduzidas intervenções governamentais. O mesmo autor cita que mesmo falsas entrevistas ou impulsos de publicações de notícias falsas com interesses políticos podem não ser repreendidos e que, quando se compara com a televisão, possui mecanismos que constroem os autores. Por fim, o referido autor adverte para uma regulação mais efetiva da *internet*.

Trabalhos como o de Paula e Oliveira (2020), que aprofundam-se em signos e análises discursivas em redes sociais como o *Facebook*, por meio de postagens, entendem que o discurso espelha “a prática como ato social”. Sendo assim, este artigo tem a intenção de revelar a prática social em discursos que podem ser contrapostos com dados oficiais e traçar um panorama a respeito das eleições realizadas no município de Diamantina-MG no ano de 2020, contrapondo argumentos de eleitores em mídias sociais *online* com dados oficiais analisados estatisticamente.

É de suma importância a compreensão do público eleitoral no qual faz parte determinado município, a fim de se contraporem dados estatísticos com os variados debates, avanços ou retrocessos nos quais são veiculados nas diversas mídias. A pergunta fundamental feita aqui foi: “A sociedade, por meio das mídias, utiliza dados contundentes a favor de suas argumentações políticas ou eleitorais?”.

Presenciam-se argumentos de vieses eleitorais e de alinhamentos políticos no âmbito pessoal e *online*, por meio de mídias sociais, que não são devidamente fundamentados com dados oficiais ou, ao menos, com critérios que são minimamente divulgados/transparentes.

É intrigante participar de tais debates e elucubrar o quanto essas dicotomias podem ser negativas para a evolução política da sociedade. Como forma de contribuir para o estado da arte do tema, e deixar um legado à sociedade em nível municipal, este trabalho se torna de alguma forma boa intervenção de forma positiva e crítica pelos incrementos intelectuais das pessoas que terão contato.

A justificativa se dá também pela falta de estudos no âmbito municipal relacionados à perspectiva do eleitor, pois, ao serem pesquisados artigos no *Google Acadêmico*, *Scielo* e *Science Direct* percebem-se que alguns deles têm como foco a perspectiva da campanha.

Objetiva-se, portanto, analisar os principais fundamentos que orbitaram as argumentações em mídias sociais *online* de eleitores do município de Diamantina-MG nas eleições municipais de 2020, contrapondo os mesmos com dados oficiais estatisticamente validados. Para isso, lançam-se mão das seguintes especificidades de escopo exploratório: i) realização de análise básica de dados oficiais eleitorais do município de Diamantina-MG para as eleições municipais de 2020, provenientes do Tribunal Superior Eleitoral (TSE); ii) investigação nas principais mídias sociais *online* (argumentos dos eleitores diamantinenses), contrapondo-os com os dados oficiais estatisticamente validados; iii) proposição de documento com os achados mais relevantes da pesquisa, para que os mesmos sejam veiculados no município com o intuito de conscientização/evolução social política.

2 Eleições municipais em Diamantina-MG no ano de 2020

2.1 Análise realizada

A pesquisa se deu no âmbito das ciências sociais aplicadas e se encontra classificada, quanto à finalidade, em pesquisa básica estratégica, que, segundo Gil (2017), se deve à aquisição de novos conhecimentos direcionados a amplas áreas com vistas à solução de reconhecidos problemas práticos. Quanto aos propósitos mais gerais, ela se situa no universo

das pesquisas exploratórias, que proporcionam (sob o mesmo autor) maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Já quanto aos métodos, pelas listas e explicações de Gil (2017), a presente pesquisa se classifica em: i) bibliográfica, pois serão feitas buscas em diversas bases de dados sobre o tema central e os temas que se desdobram dele, e; ii) fenomenológica, pois se propõe a uma descrição da experiência vivida da consciência, mediante o expurgo de suas características empíricas e sua consideração no plano da realidade essencial.

Os artigos da revisão de bibliografia e os trabalhos de autores utilizados na discussão foram acessados por meio do *Google Acadêmico*, *Scielo* e *Science Direct*, plataformas essas especializadas no contexto científico aqui proposto. Para avaliar a dimensão do estado da arte, em um primeiro momento buscaram-se no *Google Acadêmico* as palavras-chaves "rede social", "política" e "argumentos", e então percebeu-se o retorno de 21.900 resultados, o que confirmou o avançado estado da arte do tema proposto. Visando apurar a técnica, o período considerado variou de 10 anos (para algumas exceções de autores renomados), ou seja, entre 2011 e 2021, o que retornou para os mesmos parâmetros o quantitativo de 16.400 trabalhos científicos na mesma plataforma citada, confirmando o nível do estado da arte.

Os dados quantitativos das eleições, realizadas no município de Diamantina-MG no ano de 2020, foram acessados por meio do *site* do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), especificamente em “Estatísticas do eleitorado”³. Ao acessá-lo foram encontradas e utilizadas as seguintes variáveis: Sexo e faixa etária; Sexo e grau de instrução; Eleitores faltosos; Eleitores filiados; Evolução do eleitorado; Justificativa eleitoral; Quantitativo do eleitorado; Votação manual e eletrônica. Dados compilados extraídos do TSE foram transportados para uma Planilha *Excel*, na qual se utilizou uma Tabela Dinâmica para aglutinar os dados e descrevê-los em frases científicas neste trabalho.

Sobre as mídias sociais *online*, o foco foi no *Facebook* e no *Instagram*. Foram feitas buscas de postagens e de comentários sobre as eleições municipais de 2020, no município de Diamantina-MG, com as principais palavras-chaves “eleição”, “prefeitura” e “Diamantina”. Os dados foram extraídos com a devida ética, sem mencionar nomes, fotografias e quaisquer motivos de identificação por meio de *prints* de tela que foram arquivados devidamente e sem publicação explícita.

³ <https://www.tse.jus.br/eleitor/estatisticas-de-eleitorado/eleitorado>

O Quadro 1 esclarece um pouco mais a metodologia de Carreiro *et al.* (2020), utilizada aqui como complemento de proposta metodológica para captura e análise de discussão política *online*.

Quadro 1: Indicadores e técnicas de análises quando se fala de discussão política em mídias *online*.

Indicador	Técnica
Tema é de alta relevância política para determinado contexto	Rotina de monitoramento regular e análise conjuntural
Clara controvérsia (discordância política) sobre o assunto, em que é possível identificar argumentos que se confrontam	Coleta e extração de dados orientada
Rápida irradiação por diferentes redes ou <i>clusters</i>	Análise discursiva dos argumentos e análise relacionais dos grupos que a eles se filiam
Crescimento em escala do número de publicações relacionadas – dentre outros aspectos, surgem <i>hashtags</i> alternativas, subtretas e atores importantes que se destacam como condutores do debate	Análise estatística de volume e repercussão de publicações

Fonte: Carreiro et al. (2020),

Para a primeira linha, quanto ao indicador relacionado, não foi possível realizar uma rotina de monitoramento regular e análise conjuntural, uma vez que demanda mais que um semestre e se deveria estar em pleno momento eleitoral. Com relação à segunda linha, a técnica de coleta de dados orientada foi seguida baseando-se em uma postagem com bastante engajamento para o município de Diamantina-MG nas eleições de 2020. Na terceira linha, preferiu-se aprofundar na análise discursiva dos argumentos, correlacionando-os de forma crítica (e neutra) uns com os outros, com os partidos a que se referenciavam, bem como às relações que fizeram entre si, elaborando um Quadro (Quadro 2) com os principais resultados. Por fim, a análise estatística de volume não foi possível ser realizada, vez que não se obtiveram dados palpáveis para tal.

2.2 O município de Diamantina-MG

Segundo dados oficiais coletados no *site* da Prefeitura (Diamantina, s.d.), a cidade possui três séculos desde sua fundação, em que iniciou como povoado, passando para arraial até chegar a um município. Possui uma rica história e tradição, com arquiteturas coloniais preservadas. A exploração de ouro e diamante foi o pontapé inicial de sua origem, sendo Jerônimo Gouvêa, português, aquele que encontrou uma grande quantidade de ouro entre os rios Piruruca e Grande. Nos idos de 1722 surgiu o povoado, que sempre esteve às margens dos rios que permaneciam garimpados; adensou o Arraial do Tejuco após 1730 margeando os cursos d'água até formar as primeiras vias. Diamantina é reconhecida como Patrimônio

Cultural da Humanidade pela Unesco desde a década de 1990, sendo uma das mais visitadas por seu nível histórico, com casario colonial barroco singular.

2.3 Caracterização do eleitorado de Diamantina-MG

No ano de 2020, segundo o TSE, 36.786 indivíduos participaram das eleições em Diamantina-MG, sendo que 46,94% do total eram homens e 52,94% mulheres. Uma observação interessante é que indivíduos entre 25 e 59 anos foram os que mais participaram da eleição, perfazendo 65,91% dos votantes.

Sobre o grau de instrução do universo pesquisado encontram-se as seguintes estatísticas: 5,77% são analfabetos, 4,49% têm ensino fundamental completo, 24,6% têm ensino fundamental incompleto, 18,54% têm ensino médio completo, 21,04% têm ensino médio incompleto, 11,55% declaram-se que sabem ler e escrever, 9,94% possuem curso superior completo, 3,9% possuem curso superior incompleto, e, por fim, 0,17% não souberam informar. Depreende-se que 32,97% dos indivíduos têm seus cursos completos, considerando o fundamental, o médio e o superior juntos.

Em relação à filiação partidária, os 10 (dez) partidos mais freqüentes foram: MDB (5,73%), PT (4,89%), PSDB (4,24%), DEM (3,88%), PTB (3,76%), PP (3,66%), PDT (3,05%), PL (2,68%), PSB (1,48%) e PSC (1,43%), perfazendo todos juntos 34,80% do total de filiados.

2.4 Análise prática de uma postagem em rede social

Após diversas tentativas de resgatar comentários em postagens no município de Diamantina-MG e, entendendo que diversos conteúdos foram excluídos, principalmente por candidatos que não venceram nas eleições, faz-se apenas uma análise, porém contundente e bem aprofundada.

Trata-se de uma eleitora, na qual cita certa candidata à Prefeitura, na qual expõe, integralmente, no dia 25 out. 2021, a seguinte postagem: “Estamos próximos as eleições, está na hora de fazer uma mudança e dar a oportunidade para outro candidato mostrar seu serviço, sua competência e por que não dar oportunidade para uma mulher? Seria interessante ter uma prefeita, para defender nossos direitos, lutar pela nossos direitos, mostrar que nos somos capazes sim de ter um cargo onde exige muita competência garra, eu particularmente gostei de saber que temos uma mulher para lutar pelos nossos direitos então vamos lá mulheres vamos fazer a diferença! Lembrando que nada contra os homens, apenas acho que seria ótimo

ter ela como prefeita afinal mudar e dar oportunidade para outras pessoas que mostram seu serviço é sempre bom!”.

Os comentários foram em número de 98, as curtidas em 289 e os compartilhamentos em 7 (sete). Foi feito um filtro com a ferramenta “Comentários mais relevantes ou com maior engajamento”.

Quadro 2: Comentários com maior engajamento a respeito de certa candidata à Prefeitura do Município de Diamantina-MG, nas eleições de 2020⁴

Ordem	Comentário	Síntese
01	“O único problema é q é do partido do PT”	Argumento (D) pessoal incitando o partido a que opõe.
02	“[...] ser do PT não é o problema. É a SOLUÇÃO. É o único Partido que vota a favor de pobres. Inclusive de pobres de espírito.”	Argumento (F) pessoal como réplica e utilização de pejorativo ao fazer inclusão de população alheia à política e aos recursos econômicos.
03	“[...] se for por esse critério de corrupção está à pé, porque o DEM teve 69 parlamentares cassados ocupando a primeira posição no Ranking com 20,4 % de todos, muito à frente do PT que teve 10 candidatos, ou seja, 2,9% dados TSE. O DEM te ofereceu asfalto mal feito, o PT te ofereceu uma Universidade, Instituto Federal, Luz nos lugares mais longínquos, máquinas do PAC, o PAC das cidades históricas de onde veio o recurso para a obra do largo e um mundo de outros benefícios. Abra sua mente, estude, compare antes de usar seu direito sagrado que é o voto. Forte abraço!”	Argumento (F) fundamentado em estatística oficial, demonstrando motivação pessoal direcionada positivamente ao partido PT, com resumos de feitos de governos petistas em contraposição aumentada/supervalorizada concernente a comentário simples.
04	“[...] dá uma olhada no ranking de corrupção no site do TSE, compare a posição com os partidos que o acusam e depois voltamos a conversar. Sinto te informar, mas estamos mais vivos do que nunca e o Brasil está redispertando conosco. O canto da sereia do patriotismo demagogo já se desfazela. Curvar é para os fracos!”	Argumento (D) com certa argúcia, no sentido de utilizar um chamado oficial de dados ao favor do sujeito, porém, sem mencionar dados e finalizando o período com frases de efeito.
05	“Grande mulher mais disputar contra o atual prefeito e ainda por cima ser do pt sem chance”	Argumento (D) que contrapõe a atual gestão à época com o partido da candidata, em razão de feitos que não a levariam à vitória.
06	“[...] Candidata, conheço pouco, mas o pouco que conheço fala muito sobre ela, pessoa educada e	Argumento (D) astucioso, no sentido de considerar a candidata e ao mesmo tempo deixar claro a opinião política,

⁴ Os Argumentos foram analisados previamente com relação à gestão atual e as proposições das eleições do período e assinalados como (D)/Desfavoráveis; (F)/Favoráveis e (N)/Neutros.

	determinada, já tenho meu candidato, mas desejo ela boa sorte que Deus ilumine sua caminhada só ele sabe de todas as coisas, sucesso”	contrária à referida candidata.
07	“Se cada pessoa de Diamantina tivesse a oportunidade de passar um só dia ao seu lado, não pensariam nem um segundo em confiar os seus votos a você. Mulher PodeRosa! Que DEUS proteja sua vida e seus passos! É muita coragem e muita determinação em uma mulher só! É a campanha do tostão contra o milhão... vamos confiar no coração e na inteligência das pessoas! Vai dar tudo certo!”	Argumento (F) de eleitora que motiva a candidata, mencionando que seu feito é não ter dinheiro para campanha em comparação ao candidato mais bem posicionado e que está na gestão atual à época.
08	“Observando os comentários da p entender que as pessoas que defendem o PT justificam seu voto apenas pelo fato de na Época de Lula houve uma grande inclusão Social a maior da História beleza, além de ter feito vários programas Sociais ainda desenvolveu os q foram criados pr FHC até aí correto 🍌🍌🍌 mas depois veio as denúncias e provas de corrupção Estádios superfaturados Hospitais lotados as pessoas nos Corredores e eles se esbaldando e fazendo farra c Dinheiro público? Não não podemos fechar os nossos olhos p isso não, hoje temos um Presidente maluco que é fruto do PT pois o povo ficou sem opção e vergonha da Corrupção e se aventurou em votar nele, agora eu não sou escravo de político nenhum não, só prq fez tem q vota nele p resto da vida?”	Argumento (N) que resume o de outros usuários contemporizando os governos petistas com os feitos e suas consequências em relação à corrupção, finalizando com uma crítica à atual presidência do país e deixando clara sua posição de aprendizado e neutralidade no momento.
09	“[...] boa análise, mas qual seria a sugestão a não ser buscar reconstruir sempre. Nossa cultura ainda é um diamante bruto que precisa ser lapidado. O mais importante é que você não se calou como muitos. O silêncio dos bons é que cria figuras mitológicas e que podem dizimar toda uma nação. E não digo isso com o pensamento que os bons estão no PT, vou além... Tem pessoas boas espalhadas por todo o mundo, mas omissas às suas missões de ajudar construir um mundo melhor. O nome disso é CIDADANIA!”	Argumento (N) que vai além do anterior, solicitando uma sugestão e dando o recado do seu próprio alinhamento político. Ainda faz uma alusão à sociedade como um “diamante bruto” a ser lapidado, bem como chama os omissos a se posicionarem de alguma forma, fechando o comentário com a bandeira na qual levanta.

10	“[...] vc diz reconstruir sempre, isso q acho q faltou e ainda falta nesse país c relação aos políticos, não sou contra a Democracia e nem ao STF, mas se realmente eles zelarem pelo país e de fato punissem os transgressores não chegaríamos ond chegamos talvez a Dilma não teria sido reeleita e muito menos o Bolsonaro”	Contra-argumento (N) ao usuário anterior, pacificando a discussão e elevando a mesma para os níveis dos Poderes da República, nos quais poderiam “punir os transgressores” e a situação não estaria como está, segundo ele.
11	“Não importa o sexo, o que importa é a competência e isso o atual e futuro prefeito tem de sobra”	Argumento (F) de sexo feminino que contemporiza, mesmo sendo eleitora da situação.
12	“[...] importa sim. Você como mulher deveria ser mais bem informada. Mulheres na política.”	Argumento (D) de eleitora que a chama para uma melhor compreensão da situação, levantando a bandeira feminista.
13	“ <u>Candidato</u> foi um ótimo prefeito p cidade durante a gestão. Mas está na hora de darmos oportunidade as mulheres daqui que por sinal, são poucas na política e acho que Diamantina precisa disso, de mulheres na política, novas experiências sempre em prol da mudança e desenvolvimento da cidade... Será um imenso prazer sermos representados na prefeitura de Diamantina por uma mulher, não só p mostrar a conquista da mulher ao passar dos tempos, mas por mais confiança na força de uma mulher... A luta contra desigualdade não pode parar pois, somos aptas a todas as atividades apresentadas assim como um todo. Juntas, somos mais fortes! Particularmente acho, que novas experiências são sempre muito bem-vindas principalmente na política”	Argumento (F) de eleitora que elogia a atual gestão e diz estar no momento de assumirem as “oportunidades” enquanto coletivo, levantando a bandeira feminista.
	“[...] é uma mulher extraordinária, dona de um coração enorme, humilde,sábua, amiga, características de poucos hoje em dia,ainda guardo suas histórias em minha mente, as lembranças que me deu qdo em uma parada breve em BH para uma viagem a França, desejo a vc toda sorte do mundo, mulher de Deus e do bem, saudade...🙏🏻🍷 ainda te espero pra tomarmos aquele vinho novamente, vc nos encantou	Argumento (F) de apoio à candidata.
14	“Pra falta de sorte do atual prefeito a chuva veio mostrar o serviço mau feito, kkk assim alguns pucha sacos fica sem	Argumento (D) que contrapõe falta de serviço ou manutenção da atual gestão em formato de crítica aos aliados do mesmo.

	argumentos, pq eles só sabem falar q ele fez muito por Diamantina, mas o q eu vejo e só um asfaltinho vagabundo q já está abrindo buraco...”	
15	“[...] considero isso triste viu. mostra a falta de responsabilidade com dinheiro público e com a população Diamantinense.”	Argumento (D) que corrobora o anterior, dentro de suas convicções.

Fonte: autoria própria.

Os argumentos apresentados se dividiram em 7 desfavoráveis à atual gestão, 6 favoráveis e 3 neutros, no que serão relatados e contrapostos com outros estudos nos próximos parágrafos.

Em primeiro lugar, faz-se necessário entender que os argumentos, independente das bandeiras levantadas (Argumentos 01, 02 e 03), têm a ver com o que Barbosa (2020) cita em seu trabalho, em que redes foram utilizadas na construção de um vínculo de identidade entre a candidatura e seu eleitorado, ou seja, não se discute a atração ideológica do candidato e nem do eleitor, mesmo em se fazendo um trabalho científico como o que é proposto aqui.

Os Argumentos 03, 04 e 08 possuem dados oficiais ou menção a tais dados, o que pode ser entendido como um indício de boa participação e consciência eleitoral/ideológica, o que tem a ver com o que Carvalho (2020) diz que leitores interessados em informação de qualidade tendem a optar por publicações que privilegiem abordagens plurais e equilibradas, baseadas em fatos e dados objetivos.

Com relação à temática feminina, os Argumentos 05, 06, 07, 12 e 13 explicitam ou mencionam tanto as características da candidata como o tema geral relacionado ao *ciberfeminismo*, que, muito bem explorado pelas autoras Pires e Castro (2020), relacionam um trabalho pioneiro (dissertação de Leidiane Alves de Farias, intitulado “Ciberfeminismo no Brasil: Um estudo de caso da Rede Universidade Livre Feminista”) que está incluído em estudos de gênero, em que traça uma visão sobre a forma de as mulheres lidarem com o meio digital interna e externamente ao *ciberespaço*. Pelos dados extraídos do TSE, o percentual de eleitores do sexo feminino é maior do que o do sexo masculino, mostrando que há o mesmo potencial para a concorrência, o mesmo páreo, digamos, e que depende também da motivação e das políticas que as incluam no ambiente político.

Sobre as críticas postas no Argumento 14, sobre a atual gestão à época, a respeito de obras realizadas na cidade, bem como o Argumento 15, que trata de um argumento colaborativo tratando da “falta de responsabilidade”, o que se tem a contrapor é o trabalho de Albino e Rubim (2004, p. 556), em que fazem menção à dificuldade de se ter total cobertura

para um bom acompanhamento de processos de projetos de lei, emendas de lei, julgamentos jurídicos etc. na sociedade. Essa parte de seus trabalhos menciona a dificuldade de a gestão acompanhar em tempo real execuções e monitoramentos, o que poderia ser utilizado por algum indivíduo nas postagens para contrabalancear os referidos Argumentos.

O papel da inteligência artificial corrobora que cada vez mais que robôs são capazes de gerar debates artificiais (Ruediger, 2017). Tal informação é importante para entender a influência muitas vezes provocada por simplesmente uma máquina, no que causam dissensos por sociedades em todo o mundo (*online* e real). Corroborando, Borba (2008) evidencia na teoria da cultura política que há certa materialização de padrões comportamentais. Em seu estudo, a respeito da abstenção, do voto branco e do voto nulo, o autor faz correlações com indicadores de cultura política. A respeito disso e fazendo a ligação com a influência artificial nas redes sociais, é totalmente possível que parte da população seja levada a tomar decisões que possam incorrer em resultados inesperados ou até mesmo negativos para o coletivo social.

A partir da leitura de autores como Cervi, Massuchin e Cavassano (2016), Quadros (2011), Albino e Rubim (2004) e Marques (2016), compreende-se que os resultados aqui descritos tratam de forma esclarecedora de uma parte ínfima da comunicação digital que se têm em todo e qualquer Estado de direito (e *online*), inclusive no Brasil. Marques (2016, p. 38) salienta que deve ter habilidade para conduzir os instrumentos de comunicação digital.

Em se falando de *fake news*, Cervi, Massuchin e Cavassano (2016) demonstram que a velha tradição da reivindicação da mentira ronda ainda o ambiente dos governantes e, que o tema também está presente nas comunidades digitais a despeito da intensificação do debate eleitoral; Quadros (2011) faz alusão à barganha do poder quando se domina o meio midiático, o que vai ao encontro dos objetivos deste projeto, dando bases para se discutir as interações entre os eleitores e os próprios candidatos; Albino e Rubim (2004) contribuíram para despertar o interesse na proposição de ações para se desmistificar o *marketing* político enquanto atitude negativa e cheia de desinformação. Os pesquisadores investem na ideia de se “fazer a diferença entre o *marketing* político e o eleitoral”; Já Marques (2016) ajudou no entendimento do grande intento que o candidato tem de marcar presença no maior quantitativo de redes, em que se encontram seus potenciais candidatos.

Buscando inteirar melhor com as perspectivas desta investigação, outros autores foram tidos como cerne e complemento; Cruz (2019) realiza uma ampla pesquisa a respeito das eleições no Brasil, no que se elencam oito (8) principais diagnósticos e recomendações, a saber:

i) O crescimento de uso da *internet* como meio de comunicação provocou mudanças significativas na configuração das campanhas políticas; ii) Com sua arquitetura aberta, a *internet* favoreceu a entrada de novos atores no jogo, reduziu barreiras à produção de conteúdo e reformulou o papel da audiência; iii) A nova intermediação protagonizada pela *internet* minora o controle da produção e circulação de informações típica dos meios de comunicação de massa tradicionais, o que traz consequências para o jornalismo profissional; iv) Sobre essas novas dinâmicas de comunicação em rede vão se dar novos formatos de campanha política e novas técnicas de *marketing* político digital; v) Esse novo cenário implicou em uma crise do atual modelo regulatório eleitoral; vi) O novo cenário dos meios de comunicação de massa deu condições para componentes de campanhas em rede implementarem novas técnicas de *marketing* político, com regulamentação ainda incipiente; vii) Verdadeiras fraudes ao acesso à informação sobre o debate público, o uso malicioso de robôs, contas falsas e outros expedientes também merecem atenção; viii) Propostas sobre como lidar com campanhas em rede devem incluir novas abordagens que atualizem os valores que devem ser levados em conta nas regras do jogo democrático: pluralismo, liberdade de expressão, igualdade de chances, acesso à informação e autonomia e privacidade dos cidadãos (Cruz, 2019, p. 5-7).

Os conceitos trazidos à luz pelo citado autor foram então essenciais para contrapor os resultados obtidos quando da investigação dos dados numéricos em bases de dados confiáveis, bem como por meio do entendimento das intervenções dos cidadãos nas redes sociais aqui apresentadas.

Para contextualizar e até mencionar uma parte filosófica, Louback (2018), em sua investigação na rede social *Instagram*, percebe que aquele espaço é um “vir-a-ser”, ou seja, é algo carregado de subjetividade. Também, a autora menciona que as pessoas enxergam no ambiente virtual uma “performance de respiro e de liberdade”, o que tem tudo a ver com o que foi visto neste artigo, em que as decisões políticas, os embates e até mesmo as decisões eleitorais podem ter lugar nesse vir-a-ser de respiro e liberdade que as redes sociais proporcionam aos indivíduos do agora.

Finalizando, o Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP), em 2020, divulgou o documento “Eleições Municipais 2020: orientação a eleitores e candidatos” salientando que existem 220 milhões de perfis ativos nas principais redes sociais e que é recorrente a presença de políticos e candidatos. Também, advertem que se trata de um ambiente novo e passível de erros comuns pela maioria dos usuários. O DIAP adverte que há um mercado para impulsionar publicações, em que os candidatos utilizarão para expor conteúdos e que a polêmica será lugar-comum (Queiroz, 2020).

3 Considerações finais

É de suma importância que trabalhos como este sejam realizados no intuito de transformar o pensamento dos cidadãos, mostrando-lhes que argumentos com fatos e dados são mais bem entendidos e contribuem bem mais para a evolução do sistema, aliás, qualquer sistema.

Um dos achados relevantes, por meio dos argumentos dos indivíduos em rede social apresentados, foi o de que há três níveis de contraposições: o básico, com ideologia captada sem nenhuma reflexão; o intermediário, que vê traços de melhorias em gestões passadas ou em previsões que se fazem; e o avançado, que sabe identificar gargalos, inclusive filosóficos, contrapondo argumentos e dando inclusive soluções, por mais que tenham vieses ideológicos.

A principal recomendação que se extrai aqui é a de que o trabalho seja lido por cidadãos de qualquer município, comentado em rádios, meios digitais como os famosos *Podcasts*, ou mesmo compartilhado para que as pessoas possam entender o quanto podem crescer e fazer evoluir o sistema eleitoral como um todo no Brasil e no mundo. Seria isso uma intervenção social de grande peso.

Também, uma das lacunas foi a impossibilidade de se comparar comentários, compartilhamentos e demais aspectos quantitativos por meio de estatística multivariada, algo que se pode fazer em breve, em novo estudo relativo ao tema e subtema.

Por fim, este artigo contribui sobremaneira para validar uma vez mais a importância de se entender o contexto em que se encontram as postagens sociais em momentos tão candentes na história política do país (ou dos países), transformando-os em obras de mudança social.

Referências

ALBINO, A.; RUBIM, C. (org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: EDUFBA, 2004. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/134/4/Comunicacao-Politica_RI.pdf. Acesso em: 10 set. 2026.

ALMEIDA, F. W. P.; XAVIER, J. S. Mídias sociais e eleições: primeiros impactos do uso das plataformas digitais nas eleições lagartense. In: Seminário Nacional de Sociologia da UFS, 3., 2020, São Cristóvão, SE. **Anais [...]**. São Cristóvão, SE: PPGS/UFS, 2020. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/13839/2/MidiasSociaisEleicoes.pdf>. Acesso em: 10 set. 2026.

BARBOSA, S. V. S. Política e representação nas redes sociais: um estudo sobre práticas eleitorais digitais. In: Seminário Nacional de Sociologia Da UFS, 3., 2020, São Cristóvão, SE. **Anais [...]**. São Cristóvão, SE: PPGS/UFS, 2020. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/13838/2/PoliticaRepresentacaoRedesSociais.pdf>. Acesso em: 10 set. 2026.

BORBA, J. As bases sociais e atitudinais da alienação eleitoral no Brasil. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 134-157, 2008. Disponível em: https://www.cesop.unicamp.br/vw/1IMH3TawwNQ_MDA_17b09_/1F.pdf. Acesso em: 10 set. 2026.

CARREIRO, R. *et al.* As tretas políticas no Brasil e a repercussão em rede: proposta metodológica para captura e análise de discussão política online. **Comunicação & Inovação**, [s. l.], v. 21, n. 46, 2020. DOI: <https://doi.org/10.13037/ci.vol21n46.6362>. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/en/article/view/6362. Acesso em: 10 set. 2026.

CARVALHO, L. B. A democracia frustrada: fake news, política e liberdade de expressão nas redes sociais. **Internet e Sociedade**, v. 1, n. 1, p. 172-199, 2020. Disponível em: https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/ilab.01.revista01_0214-B-arrastado-2.pdf. Acesso em: 10 set. 2026.

CERVI, E. U.; MASSUCHIN, M. G.; CARVALHO, F. C. (org.). **Internet e eleições no Brasil**. Curitiba: CPOP, 2016. Disponível em: https://blogempublico.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/02/cervi_cap1_internet_eleicoes.pdf. Acesso em: 10 set. 2026.

CRUZ, F. B. *et al.* **Internet e eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações**. São Paulo: InternetLab, 2019. Disponível em: https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2019/09/policy-infopol-26919_4.pdf. Acesso em: 10 set. 2026.

DIAMANTINA (MG). Prefeitura Municipal de Diamantina. **Portal da Prefeitura Municipal de Diamantina**. Diamantina, MG, [s.d.]. Disponível em: <https://www.diamantina.mg.gov.br/>. Acesso em: 10 set. 2026.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2017.

LOUBACK, C. S. Experiência estética e potência política das performances de gênero: emergências do comum no *Instagram*. 2018. **Monografia** (Bacharelado em Jornalismo) — Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais, 2018.

MARQUES, F. P. J. **Ciberpolítica: conceitos e experiências**. Salvador: Edufba, 2016.

PAULA, L.; OLIVEIRA, F. A. A. A “nação” nas redes sociais e na política brasileira. **Revista Entrepalavras**, [s. l.], v. 10, n. 3, p. 1-23, 2020. DOI: <https://doi.org/10.22168/2237-6321-31858>. Disponível em: <https://periodicos.ufc.br/entrepalavras/article/view/99495>. Acesso em: 10 set. 2026.

PIRES, D.; CASTRO, A. M. Todo espaço é político: ativismo de mulheres nas redes sociais. **Revista Docência e Cibercultura**, [s. l.], v. 4, n. 2, p. 143-161, 2020. DOI: <https://doi.org/10.12957/redoc.2020.49604>. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/re-doc/article/view/49604>. Acesso em: 10 set. 2026.

QUADROS, D. Mídia, Poder e Política: um panorama sobre os estudos em comunicação política no Brasil. **Revista Ius Gentium**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 112-123, 2011. DOI: <https://doi.org/10.21880/ius%20gentium.v1i1.26>. Disponível em:

<https://www.revistasuninter.com/iusgentium/index.php/iusgentium/article/view/26>. Acesso em: 10 set. 2026.

QUEIROZ, A. A. **Eleições municipais 2020: orientação a eleitores e candidatos**. Brasília, DF: DIAP, 2020. (Série Educação Política). Disponível em: <https://www.diap.org.br/index.php/publicacoes/send/67-eleicoes-municipais-2020-orientacao-a-eleitores-e-candidatos/966-eleicoes-municipais-2020-orientacao-a-eleitores-e-candidatos>. Acesso em: 10 set. 2026.

RUEDIGER, M. A. (coord.). **Robôs, redes sociais e política no Brasil: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, Diretoria de Análise de Políticas Públicas (DAPP), 2017. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/69cf9a49-df41-41ad-b8b0-206a8cfa459c/content>. Acesso em: 10 set. 2026.

Data de submissão: 26/07/2021

Data de aceite: 21/07/2026