

ST22: MÍDIA E POLÍTICA

O RESIGNIFICADO DA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA E OS EFEITOS NAS MÍDIAS DIGITAIS NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018

Kelly Cristina Costa Soares (UFCG)
<http://lattes.cnpq.br/4490702885382062>

Kyev Moura Maia (UFCG)
<http://lattes.cnpq.br/1289134692632682>

CAXAMBU-MG

2019

O RESIGNIFICADO DA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA E OS EFEITOS NAS MÍDIAS DIGITAIS NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018

Kelly Cristina Costa Soares (UFCG)

Kyev Moura Maia (UFCG)

O instituto da representação política, assim como o ideal democrático, passou por várias transformações desde sua gênese histórica, e aparentemente, com o advento da internet, uma nova mudança parece estar acontecendo. Com a popularização da internet e as mídias sociais abre-se um novo espaço digital para o debate político, o que, automaticamente chama atenção de candidatos que buscam emplacar sua agenda política nessas plataformas. A última eleição presidencial brasileira foi marcada por certo protagonismo dentro desses ambientes digitais, principalmente no Twitter, portanto, esse estudo tem o objetivo de analisar o comportamento digital no Twitter dos cinco principais candidatos à Presidência da República do Brasil no processo eleitoral de 2018. Trata-se, metodologicamente, de uma pesquisa empírico-qualitativa de cunho exploratório, usando dados angariados através da ferramenta *Twittonomy*, que permitiu a extração dos *tweets* e *retweets* do período eleitoral, entre os meses de agosto e outubro de 2018. Qualitativamente, através do software MAXQDA, foi realizada a nuvem de palavras com os *tweets* obtidos, listando as 60 palavras mais utilizadas pelos candidatos. Os principais resultados obtidos foram a consistência dos discursos na esfera digital com os proferidos em meios tradicionais, apesar do alto número de compartilhamento de links; Ciro Gomes foi quem mais fez uso do Twitter durante a campanha presidencial, quase o triplo de vezes mais que Jair Bolsonaro, que foi quem menos se utilizou da ferramenta; Para a maioria dos candidatos, o período eleitoral representou um pico no uso dessa rede social bem como buscou fomentar apoio à agenda política de cada candidato.

Palavras – Chave: Twitter; Eleições 2018; Processo Eleitoral; MAXQDA;

INTRODUÇÃO

A evolução das instituições e comportamentos democráticos pode ser percebida através de uma análise histórica de suas conceituações. A cada nova possibilidade surgida na sociedade, lá estará o sentimento democrático pronto para engloba-la ou não ao seu corpo teórico. Manin (1997) acredita que o governo representativo, desde o seu nascimento, possuiu quatro grandes características que apesar dos diferentes modelos de sociedade, sobreviveram e estiveram presentes em todas as sociedades democráticas, o que levou a diversas mudanças no seu entendimento no tocante aos modelos de democracia, sendo um deles a democracia de público que privilegia a personificação da política na figura dos candidatos em detrimento aos partidos políticos.

O advento da internet marca uma nova fase da existência da humanidade. A possibilidade de se comunicar e transmitir notícias para os quatro cantos do mundo em questão de segundos mudou completamente a forma como os seres humanos interagiam entre si. Fruto dessa nova era, as redes sociais despontam hoje como uma das atividades que mais ocupa o tempo das pessoas no mundo inteiro (DATAREPORTAL, 2019). Aproximadamente 4.388 bilhões de pessoas já possuem acesso à internet no mundo inteiro, chegando ao patamar de 57% de penetração mundial (DATAREPORTAL, 2019).

Recentemente o mundo foi testemunha de um grande protagonismo nas redes sociais por parte de atores políticos no tocante a fomentação de apoio nas redes digitais, contorno as mídias tradicionais, implementação de agenda política e ataques contra candidatos adversários (STROMER – GALLEY, 2014; VACCARI, 2014; KREISS 2014; PARMELEE e BICHARD, 2012) principalmente no Twitter e no Facebook. Portanto, necessitam tais mudanças de uma melhor compreensão por parte da Ciência Política visto a baixa quantidade de estudos sobre o tema.

O presente estudo tem a pretensão de lançar luzes sobre como se dá as principais características de uma nova forma de representação política no Twitter durante as eleições presidenciais brasileiras de 2018. Para tanto, utilizando-se de pesquisa empírico-descritiva de cunho quali e quantitativo, buscou analisar os *tweets* e *retweets* dos cinco principais candidatos à presidência da república nas eleições de 2018, no período eleitoral de 01 de Agosto a 07 de Outubro, no intuito de compreender padrões

de uso, quantidade e principais termos usados como referência para caracterização de uma agenda governamental.

Para tanto, parte-se de uma revisão de literatura, sobre os principais temas e teóricos que trabalham o tema desde a perspectiva de democracia representativa, passando pela representação e chegando até as novas configurações políticas com o advento da internet e redes sociais. A seção dos resultados traz uma análise do perfil de uso, nuvem de palavras e quantidade de postagens por candidato. Ao final, conclui-se com os principais resultados e limitações obtidos, além de traçar novos caminhos para futuras agendas de pesquisas.

REVISÃO DE LITERATURA

Noberto Bobbio (2007) em seu clássico dicionário de política alertou para a dualidade das teorias democráticas existentes até então: a teoria clássica nascida em berço ateniense e a nova teoria da democracia cunhada por Schumpeter na sua seminal obra, *Capitalismo, socialismo e democracia* (1942).

A democracia se baseia num ideal de igualdade (DAHL, 2001, p.20) e necessita de determinadas condições para prosperar. O autor ainda discorre que houve vários momentos durante a antiguidade que foram moldando o modelo primitivo de democracia, sendo principalmente na Grécia, em Roma e países do norte da Europa. Considerada o berço do ideal democrático, o já conhecido conceito de democracia grega advém das palavras *demos* e *kratos*, que significam povo e governar, respectivamente. Aqueles que poderiam ser considerados cidadãos atenienses se reuniam regularmente em assembleias para deliberar sobre determinados assuntos públicos buscando alcançar o *bem comum*, sendo todos livres e dotados de *isegoria*. A seleção para cargos públicos se dava não através de eleições, mas sim através de sorteio, porém, alguns cargos não seguiam essa regra (DAHL, 2001; MANIN, 1997). A democracia grega chega ao fim com a dominação dos macedônios sobre as terras atenienses, e o ideal democrático adormece por um bom tempo, mais precisamente, até o final do século XVIII, com a revolução americana.

Absorvendo experiências de formas de governo durante o tempo, a democracia se alia aos valores liberais que marcavam a época, e eclode o que Samuel P. Huntington (1991) cunha de primeira onda democrática, com o surgimento da independência dos

Estados Unidos da América em 1776. Os Federalistas propunham um governo regido através de uma constituição formal que asseguraria direitos e deveres, independência dos estados e, onde cada um dos três poderes fiscalizaria a atuação dos demais, estabelecendo o mecanismo de freios e contrapesos, além de estabelecer uma Suprema Corte para a defesa das minorias e por fim, a possibilidade de votar por parte dos cidadãos, dando início ao governo representativo em virtude do grande contingente de pessoas que inviabilizaria a democracia direta (MADISON, HAMILTON e JAY, 2000).

No início do século XX, Schumpeter (1942), baseado numa premissa racional buscou compreender e teorizar essa nova forma de democracia que nascera pós-revoluções americana e francesa. Percebeu que o ideal democrático antigo não passava de uma teoria, no máximo normativa. Para tanto ele baseou suas críticas nas noções individuais sobre o que seria o *bem comum* e as atitudes do ser humano em grupo/massa. Propôs um novo entendimento sobre a democracia, como sendo apenas um meio para um fim, um procedimento, a forma de como escolher líderes políticos (SCHUMPETER, 1942). A Democracia procedimental para Schumpeter se comportaria como um mercado, onde os líderes oferecem seus serviços e os votantes podem ou não “compra-los” através do voto (SCHUMPETER, 1942). Tal pensamento inaugura para a Ciência Política uma nova forma de encarar a democracia e suas instituições (HUNTINGTON, 1991; MIGUEL, 2014)

Em suma, independente de qual compreensão do conceito de democracia que se tenha em mente, seja ela moderna ou antiga, não se pode olvidar seu princípio basilar no qual o povo – a *demos* – entendida como uma comunidade de cidadãos, exerça seu poder enquanto soberano, apesar de haver quem discorde (SCHUMPETER, 1942). Com a impossibilidade da democracia direta ateniense e o advento do Estado moderno e logo em seguida, liberal, outras variáveis foram incorporadas ao conceito democrático, dentre elas a representação política. Como tal, a democracia representativa não é aristocrática nem visa ser um substituto imperfeito para a democracia direta, mas um meio pelo o qual poderá a democracia se recriar constantemente e aprimorar-se (URBINATI, 2005).

6.1 REPRESENTAÇÃO E A METAMORFOSE DO CONCEITO

Representação tem uma conceituação difícil, a começar por sua raiz etimológica. A palavra latina *representare* significaria tornar presente ou manifesto, e possuía um

uso quase que exclusivamente reservado para objetos inanimados (PITKIN, 2006). A palavra começa discretamente a ganhar os contornos nos quais hoje se apresentam. A partir do século XIV, ganhou a seguinte conotação: dizia-se com frequência que o Papa e os cardeais representavam a pessoa de Cristo e dos apóstolos (LAGARDE *apud* PITKIN, 2006). Entre os séculos XIV e XVII houve um constante desenvolvimento no sentido político da palavra, visto que os Reis da época constantemente convocavam cavaleiros, nobres e burgueses que habitavam terras em seu reino para consulta-los sobre novos tributos, preparação para guerras dentre outras necessidade reais, e estes, aproveitavam a viagem para apresentar queixas de suas comunidades ao Rei (PITKIN, 2006). Ainda para a autora, somente no quartil do século XVII a palavra inglesa *represent* ganha efetivamente sua conotação política, em virtude de toda a panfletagem e o debate público que precedeu e acompanhou a Guerra Civil Inglesa e o surgimento da supremacia do Parlamento.

Em 1651, Thomas Hobbes lança sua obra celebre *O Leviatã*, e a ideia de representação, cuja justificativa para uso do termo devia-se a sua concepção do estado de Natureza como ambiente vulnerável constante estado de guerra. Assim sendo, considerou a necessidade dos seres humanos volitivamente celebrarem um contrato para surgimento do soberano, alguém que receberia toda autoridade para agir por outros. A partir de então todos teriam suas ações vinculadas diretamente aos seus representantes (HOBBS, 2010).

Com a deflagração das revoluções pelo mundo e demais contribuições de teóricos (BURKE, 2012; ROUSSEAU, 2010; MADISON, HAMILTON e JAY, 2000; MILL, 2000), surge finalmente, o governo representativo. Conceituando, Pitkin (1967) acreditava que a representação política é primeiramente pública, um arranjo institucional que envolve grupos e pessoas e que opera em uma complexa larga escala de outros arranjos sociais, fazendo da representação política não só uma única ação de um único participante, mas sim, a estrutura geral e o funcionamento do sistema, os padrões emergentes das múltiplas atividades de um número indefinido de pessoas. Em outras palavras conclui, representar é tornar o presente o ausente (PITKIN, 1967, p.221-222). A representação depende tanto da vontade que autoriza o representante, quanto do julgamento político ou da fiscalização do representado, para poder existir de fato em sua propriedade como autorização vigilante (ALMEIDA, 2014).

Bernard Manin (1997) um dos grandes estudiosos da representação política e do governo representativo, analisando a história e o desenvolvimento dessas instituições

concluiu que de todos os governos representativos até então existentes desde o século XVIII, poderiam ser vislumbrados quatro princípios que os acompanham desde sua gênese. O primeiro diz respeito à necessidade dos representantes serem eleitos periodicamente pelos governados, sendo o processo eleitoral o legitimador dos poderes que são concedidos ao representante por consentimento dos representados. Devido a periodicidade das eleições, os representados poderão exercer determinada influência nas decisões do governo, votando pela manutenção ou não daqueles que estão no poder (MANIN, 1997). O segundo princípio trata de uma certa independência que os representantes devem ter diante das preferências dos representados, visto que nenhum dos governos representativos desde o final do século XVIII admitiu mandatos imperativos ou qualquer outra forma de vinculação total as instruções dadas pelos eleitores. Não será papel do representante votar da maneira como o povo deseja em todas as ocasiões, visto que a superioridade do sistema representativo se encontra justamente no fato de permitir um certo distanciamento entre as decisões do governo e a vontade popular, a representação virtual, na perspectiva burkeana (MANIN, 1997).

Os outros dois princípios têm ligação direta com a formação da opinião dos eleitores e a tomada de decisão por parte dos representados após debate social. O terceiro princípio pressupõe que a opinião pública pode e deve se manifestar sem nenhum tipo de interferência do governo. Nessa perspectiva, deverá o eleitor ter total direito de se informar conforme bem entender com informações reais prestadas pelos veículos de imprensa bem como através de *accountability* (PITKIN, 1967) do próprio governo (MANIN, 1997). O último princípio diz respeito a necessidade de se tomar uma decisão política somente após o debate público, visto que um dos pressupostos de um governo representativo é possibilitar a diversidade social, e o debate público teria a tarefa específica de balizar o consentimento entre as determinadas camadas sociais (MANIN, 1997). Ainda para Manin, a representação política mudou muito menos do que se pensa, visto que os princípios permaneceram constantes durante toda a vida do governo representativo, porém suas aplicações práticas de acordo com as vicissitudes da época, levaram a três espécies de governo representativo, que serão analisados brevemente nas próximas seções.

Nos primórdios do governo representativo, o tipo parlamentar, os representantes eram escolhidos através das relações locais e a confiança que seus representantes estimavam por ele, visto que estes notáveis pertenciam as mesmas comunidades que seus eleitores. Sendo o notável eleito, este não seria um porta voz de seus eleitores, mas

sim um homem de sua confiança, visto que boa parte dessa sua independência se devia ao fato que sua eleição foi em consequência de um fator não político, *i.e* seu prestígio local (MANIN, 1997). Ainda no tipo parlamentar, seria o parlamento um local de deliberação, um lugar onde os atores definem suas posições através da dialética buscando sempre o consenso através de argumentos racionais. Esse modelo durou somente até quando se estabeleceu a possibilidade da extensão do sufrágio às massas, o que trouxe uma quantidade imensa de novos eleitores para a esfera eleitoral.

E a partir dessa entrada gigantesca de novos atores políticos, temos a migração do modelo representativo parlamentar para o de partidos políticos (MANIN, 1997). Nesse tipo, é praticamente impossível aos eleitores terem contato direto com o candidato a representante, como acontecia no modelo parlamentar, e daí surgem os militantes e agitadores políticos que esbravejam a plataforma e as cores dos partidos, logo, o voto agora deixa de ser pessoal e passa a ser nos candidatos de determinado partido. É muito comum que os partidos eram orientados de acordo com as classes e clivagens sociais da época, e através dessa plataforma, ganham a confiança dos eleitores. Outra diferença entre os tipos de governo representativos em tela se dá no tocante a vinculação da atuação do deputado no parlamento de acordo com os ditames do partido, o que outrora não ocorria no tipo parlamentar. É nesse momento também que nascem as coalizações partidárias, visto que nenhum partido sozinho conseguia obter a maioria dos votos nas casas legislativas, e nem podia abandonar sua plataforma eleitoral (MANIN, 1997). Esse modelo começa a decair quando surgem os primeiros meios de comunicação de massa, tais como rádio e televisão, o que abre o caminho para a personificação da política, a queda da mediação pelos partidos e a volatilidade eleitoral (MANIN, 1997; URBINATI, 2005).

A democracia de público gira em torno do poder influenciador que as mídias de massa proporcionaram, através da rádio e TV era possível aos candidatos ficar novamente “cara a cara” com o eleitor, e sem nenhum tipo de intermédio partidário, passar sua mensagem diretamente ao seu representado. Essa característica contribuiu para explicar porque tantas pessoas mudavam de votos de uma eleição para outra, visto que a cada processo eleitoral surgia um excepcional comunicador, que conseguia passar sua mensagem aos eleitores e angariar votos. O modelo representativo de público dá ênfase às individualidades de cada candidato, dispensando uma base partidária, visto que pela complexidade de decisões que o governo deve tomar, os seus programas precisam ser mais simples para compreensão do eleitor (MANIN, 1997). O público é

reativo ao que acontece na arena política, desde debates, entrevistas até pesquisas de desempenho eleitoral, como um torcedor em um jogo de futebol, o público reagirá diferente a cada jogada. E nesse “palco” os candidatos devem procurar o divisor de águas (MANIN, 1997), aquele tema ou programa que claramente demonstre ter o maior apoio do eleitorado, e o confirma através das pesquisas eleitorais. Em últimas palavras, Manin acredita que a democracia de público, funcionava como um grande teatro, onde no palco estariam os candidatos, buscando formas de atingir o interesse da plateia, e observando tudo das cadeiras, estariam os eleitores, participando através do apoio e ao final do processo eleitoral, através do veredito que seria o voto (URBINATI, 2005).

Percebe-se então que a representação é um processo político permanente (URBINATI, 2005; ROSANVALLON, 2009; ALMEIDA, 2014), diferente do que se possa pensar a representação como um conceito estático ou um contrato, através do qual devem os representantes adotar as preferências dos representados. Logo, a representação é um conceito sempre em construção, que sofre influência direta do que ocorre na sociedade, nos meios de comunicação e atualmente, da internet.

6.2 INTERNET E DEMOCRACIA: OS NOVOS RUMOS DO GOVERNO REPRESENTATIVO

A internet atualmente é, sem sombra de dúvidas, o maior e mais utilizado meio de comunicação e informação da atualidade. De acordo com o *Reuters Institute Digital News Report 2018*, a internet já cobre mais de 66% da população brasileira. Muito de sua utilização deve-se a sua praticidade e baixo custo: se pode conectar através de computadores, tablets, smartphones, seja via roteadores ou então através dos dados móveis. Com isso, a internet tornou-se um meio central na redefinição dos valores democráticos, sendo capaz de construir significados dentro do processo político global e de politizar populações (DAHLBERG; SIAPERA *apud* HANSEN e FERREIRA, 2018).

Desde o início do século XXI, a Ciência Política debate sobre o potencial democrático que teria a internet. A priori, aquilo dividia os cientistas políticos, uns acreditavam que aquela poderia ser um caminho para superar as falhas da democracia representativa como meio para deliberação, e existiam aqueles que acreditavam que a internet serviria apenas como mecanismo aprofundador das já existentes desigualdades (HANSEN e FERREIRA, 2018). Ao longo dos primeiros anos de uso da ferramenta e sua popularização quanto capacidades de comunicação e interação, levou boa parte dos

estudos a busca de verificação acerca da sua real influência nas preferências, escolhas e processos de socialização, concentrando-se em torno do que ficou conhecido como “imaginário da cibercultura” (LEMOS, 1998). Ademais, a discussão sobre a internet era dividida em: os “ciberotimistas”, os “ciberpessimistas” e os “cibercéticos” (HANSEN e FERREIRA, 2018; MARGETTS, 2013; NORRIS, 2001).

Como o próprio nome indica, os ciberotimistas acreditavam que a internet poderia suprir o déficit da democracia representativa, servindo-a com uma plataforma para um debate político mais inclusivo e interativo e bem menos custoso para os indivíduos (MARGETTS, 2013; CHADWICK, 2009; NORRIS, 2001). Já os ciberpessimistas diziam que novas tecnologias não possuíam efeito mobilizador, e que elas somente serviriam para polarizar e aumentar as desigualdades já existentes, além de favorecer o anonimato, o que atrairia a atenção do Estado e dos atores comerciais sobre os indivíduos (MARGETTS, 2013; NORRIS 2001). Por fim, os cibercéticos não acreditavam que a internet tivesse força para mudar o panorama vigente, e que ela se adaptaria ao sistema político e social, não conseguindo construir novas oportunidades de participação política para os indivíduos (HANSEN e FERREIRA, 2018; MARGETTS, 2013; NORRIS, 2001).

Em menos de vinte anos, revoluções tecnológicas aconteceram: a expansão da internet para a população em geral, redução nos preços dos microcomputadores, inclusão digital, a criação dos *smartphones* e o surgimento das redes sociais, pontos que os estudiosos da internet e democracia do início do século não contavam. Também conhecidas como mídias sociais, tais redes são plataformas online, através das quais os indivíduos podem compartilhar fotos, opiniões e visões de mundo com um simples clique, em um espaço público pessoal na internet. Seu crescimento é oriundo do final dos anos 2000, com o surgimento de fóruns, blogs e com o Orkut. Atualmente, o cenário digital brasileiro é dominado por Facebook, Whatsapp, Twitter e Instagram que são as principais mídias sociais utilizadas pela sociedade para comunicação e troca de mensagens instantâneas (NEWMAN *et al*, 2018; SORJ, *et al* 2018). Com a internet e as redes sociais, ocorreu também uma ruptura entre a distinção da comunicação oral e escrita, além da necessidade de uma resposta rápida entre os interlocutores. Segundo Bernardo Sorj (2018), a internet erodiu as fronteiras entre a comunicação oral e a escrita, surgindo uma nova maneira de escrita: a “fala escrita” onde há a prevalência de mensagens curtas e rápidas (SORJ *et al* 2018, p.10).

As redes sociais permitem a participação de qualquer indivíduo que submeta seus dados a um cadastro prévio. Uma vez dentro das mídias sociais, o usuário pode curtir, comentar e compartilhar fotos, mensagens, se informar e comentar notícias, expor sua opinião, participar de grupos, adicionar amigos e parentes, mobilizar pessoas, organizar eventos, entre outras possibilidades. Adicionado os amigos e curtida determinada quantidade de páginas, o usuário passará então a possuir um *feed*, um aparato que organiza através de um algoritmo, aquilo que será exibido ao usuário de acordo com suas preferências prévias. Apesar dessas facilidades para comunicação, divulgação, informação e a participação política dos cidadãos, nem tudo são flores nas mídias sociais. É crescente a utilização dos discursos de ódio, *clickbait*s, surgimento das chamadas “*echo chambers*” ou bolhas de informação, aumento das clivagens ideológicas resultando numa polarização online, e principalmente as tão badaladas *Fake News* (SORJ *et al*, 2018; DELMAZO e VALENTE, 2018).

Ademais, compreende-se por importantíssima questão investigativa desvelar esse universo nebuloso das mídias digitais no que concerne aos impactos na performance da democracia e da representação. Pois o sistema político vem sofrendo crescente influência desse mundo digital, tornando-os a internet e as redes sociais protagonistas do cenário das disputas. Nesse sentido, a democracia brasileira vem acompanhando as inovações tecnológicas, pois os debates e as disputas político-eleitorais têm tomado o campo das interações digitais. Atualmente, grande parte dos políticos brasileiros já possuem contas em praticamente todas as mídias sociais, como forma de representação permanente e de consolidação de agenda política (COLEMAN, 2005; PARMELEE, 2013). Por isso, pode-se considerar o poder dessas interações digitais como propositivas ao debate público. Não obstante, assumem também riscos de produzir desinformação e os consequentes resultados políticos.

METODOLOGIA

Para a confecção desse trabalho, foi utilizada a metodologia empírico-qualitativa de cunho exploratório, buscando traçar um perfil geral de uso do Twitter no decorrer do processo eleitoral de 2018, focado na disputa presidencial por parte dos 05 principais candidatos a Presidência da República, tendo em vista a incipiente discussão sobre a representação digital, principalmente como campo deserto na Ciência Política e possuir

grande repercussão nos últimos anos em meio aos processos eleitorais tanto no Brasil quanto no mundo.

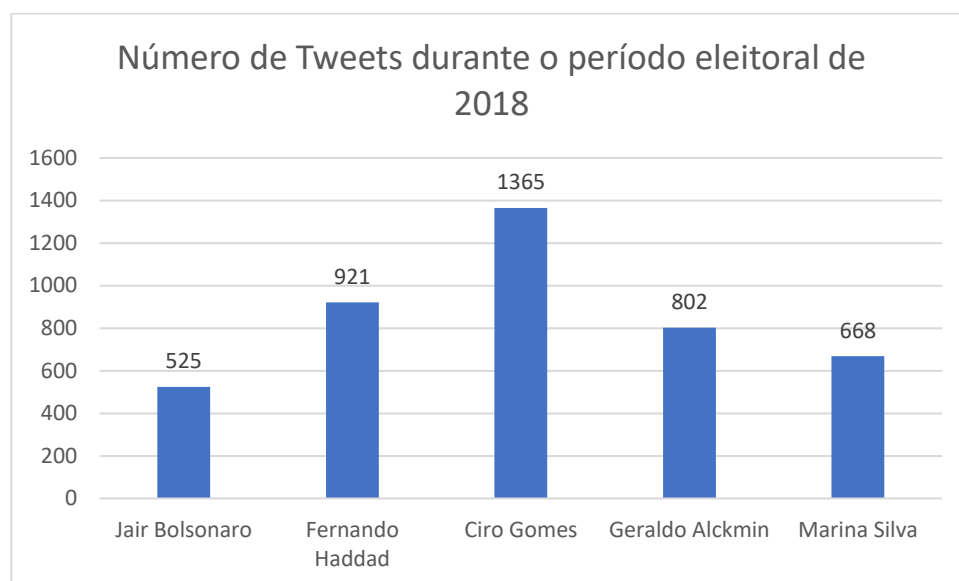
A coleta de dados se deu através da ferramenta online *Twittonomy*, que consegue minerar até as últimas 3200 publicações via API (*Application Programming Interface*), interações na rede social de qualquer usuário público, inclusive por determinados lapsos temporais, até o limite já mencionado. Coletados os dados, realizou-se a transferência para o tratamento através do software Microsoft Excel, os tweets e retweets entre o período de 01 de agosto, mês em que se inicia a campanha eleitoral, e 07 de outubro, data da realização do primeiro turno das eleições. Traçada o parâmetro geral de uso e interação com os usuários e elaboração dos gráficos, passou-se então para a análise qualitativa.

Utilizando-se dos tweets e retweets coletados, procedeu-se a análise de discurso dos candidatos no Twitter através da nuvem de palavras, ferramenta disponível no Software MAXQDA. Filtrou-se as 60 palavras mais utilizadas pelos candidatos em suas publicações no Twitter, sendo previamente retiradas dessa lista, os conectivos e expressões individuais sem nexos, valendo ainda ressaltar que o tamanho da palavra indica o maior número de vezes que a mesma foi utilizada, logo, quanto maior o tamanho apresentado, mais vezes determinada expressão foi utilizada pelo candidato em questão.

RESULTADOS

A unidade que se segue tem a pretensão de apresentar como se portaram os cinco principais candidatos à Presidência da República durante o período eleitoral no tocante ao uso do Twitter, buscando analisar descritivamente a quantidade de postagens e o conteúdo mais utilizado pelos candidatos em suas publicações. A coleta de dados se orientou através dos cinco principais candidatos a Presidente da República no pleito de 2018, sendo eles: Jair Messias Bolsonaro (PSL); Fernando Haddad (PT); Ciro Gomes (PDT); Marina Silva (REDE); e Geraldo Alckmin (PSDB). Todos os *Tweets* e *Retweets* entre 01 de Agosto e 07 de Outubro, ambos do ano de 2018, foram considerados para fins deste trabalho. A visão geral desse apanhado pode ser esquematizada abaixo no Gráfico.

Gráfico 1 - Quadro geral de tweets e retweets por candidato



Fonte: *Twitter*.

Apesar de hoje ser conhecido com um assíduo utilizador do Twitter, e um dos mais influentes líderes mundiais na Facebook (BURSON, COHN E WOLF, 2019), Jair Bolsonaro foi o que, enquanto candidato, menos se utilizou da ferramenta durante o primeiro turno das eleições. Em posição antagônica, Ciro Gomes “twittou” e “retwittou” 1365 mensagens durante a campanha buscando se aproximar da representação permanente, estando sempre em contato com seus seguidores (COLEMAN, 2005). Haddad, Geraldo e Marina figuram entre os extremos com 921, 802 e 668 publicações, respectivamente.

Utilizando-se da ordem de classificação do maior para o menor, de acordo com a figura 1, a próxima seção esmiúça as atividades de cada candidato durante a campanha, trazendo um gráfico de linhas fornecido pela ferramenta *Twittonomy* até os limites do API (últimas 3200 publicações) disponibilizadas pelo Twitter, bem como uma análise das 60 principais palavras utilizadas nessas postagens, que darão uma noção dos temas mais tratados durante o período eleitoral de 2018.

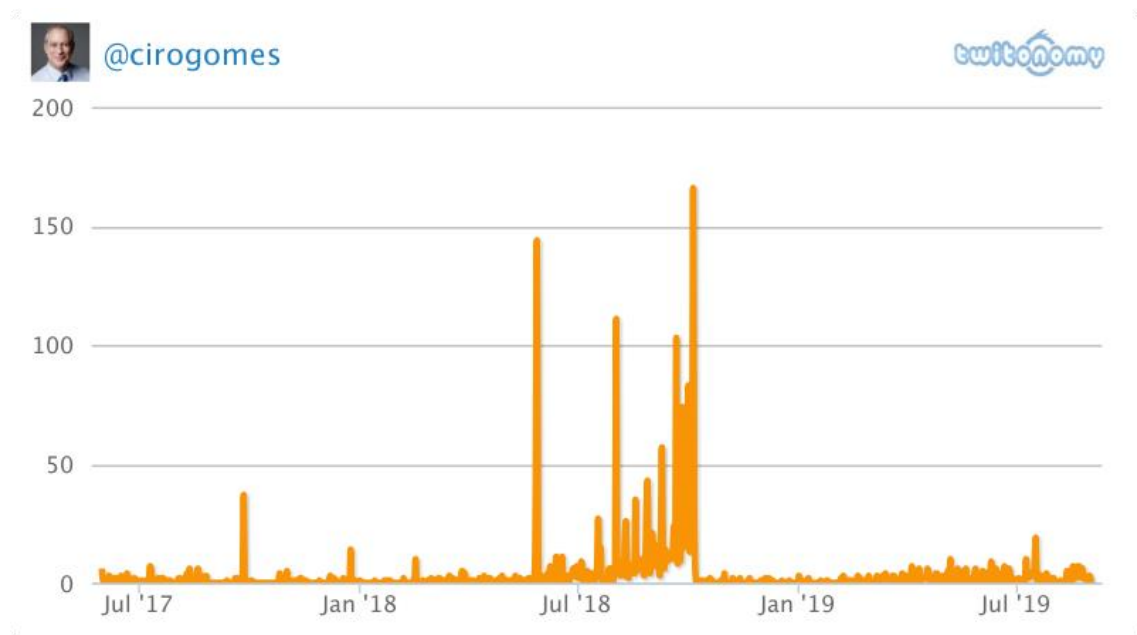
CIRO GOMES – PDT

Ciro Gomes, candidato pelo PDT, nascido em Pindamonhangaba – SP e radicado no Ceará, ex-deputado, prefeito e ministro, tentou mais uma vez em 2018 se

eleger Presidente da República. Obtendo 13.344,366 de votos, representando 12,47% dos votos válidos, obtendo grande parte de sua votação no estado do Ceará (TSE, 2018).

Ciro entrou no Twitter em 2009, possui pouco mais de setecentos mil seguidores e mais de 2500 *tweets*, grande parte deles obtidos dentro do período eleitoral, conforme mostra o gráfico.

Gráfico 2 - Últimos tweets de Ciro Gomes

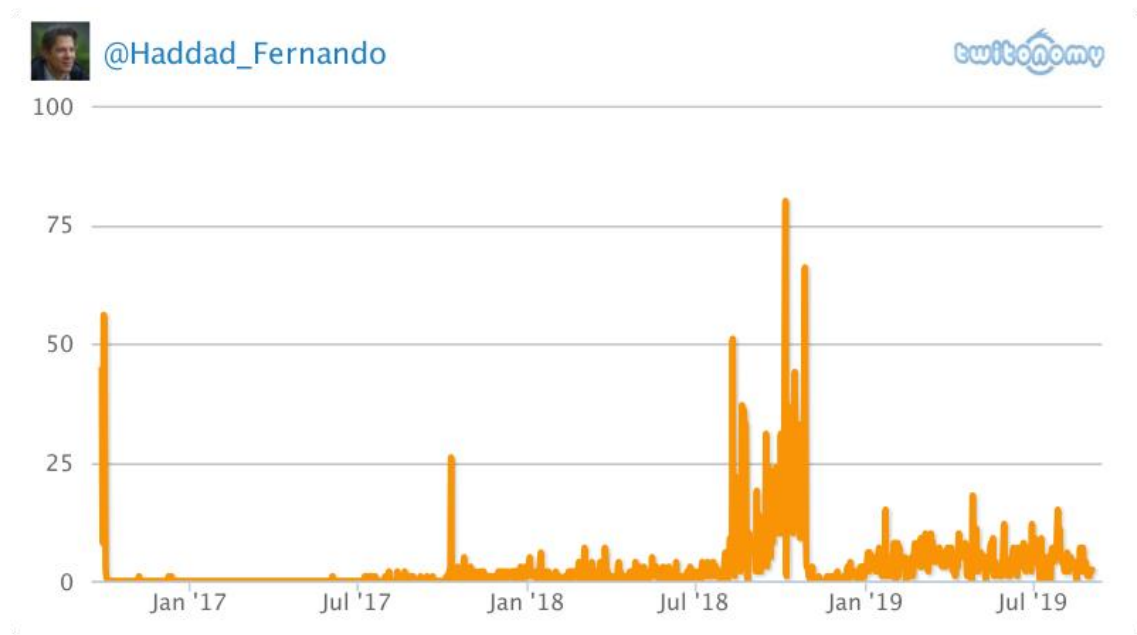


Fonte: Twittonomy

É notável que o pico de uso da conta entre Julho de 2017 e Julho de 2019 se concentra exatamente nos meses que antecedem o período eleitoral e durante, havendo uma considerável queda após o pleito. Ciro assim como os demais candidatos, nunca deixa de utilizar-se totalmente da ferramenta, porém intensificam o uso durante a campanha eleitoral.

Usuário da rede social desde Agosto de 2011, possui pouco mais de 4.200 publicações na rede, possuindo 1 milhão e quinhentos e cinquenta mil seguidores. Assim como Ciro, possui um pico de uso durante o pleito eleitoral, com atesta a gráfico nº 3:

Gráfico 3 - Últimos tweets de Fernando Haddad



Fonte: *Twittonomy*

Haddad apresenta um padrão de uso parecido com o de Ciro Gomes, quando se utiliza do Twitter de forma mais ativa durante os pleitos eleitorais. Há outro pico de uso no final de 2016, período que ainda era prefeito da cidade de São Paulo. Vale salientar também que por ser o PT a principal frente de oposição, é justificável o aumento do número de *tweets* do candidato após a posse do novo governo eleito (KREISS 2014; PARMELEE e BICHARD, 2012; PARMELEE, 2013).

Figura 2 - Nuvem de palavras das publicações de Fernando Haddad durante o pleito de 2018



Fonte: *Twitter - elaboração do autor através do MAXQDA*

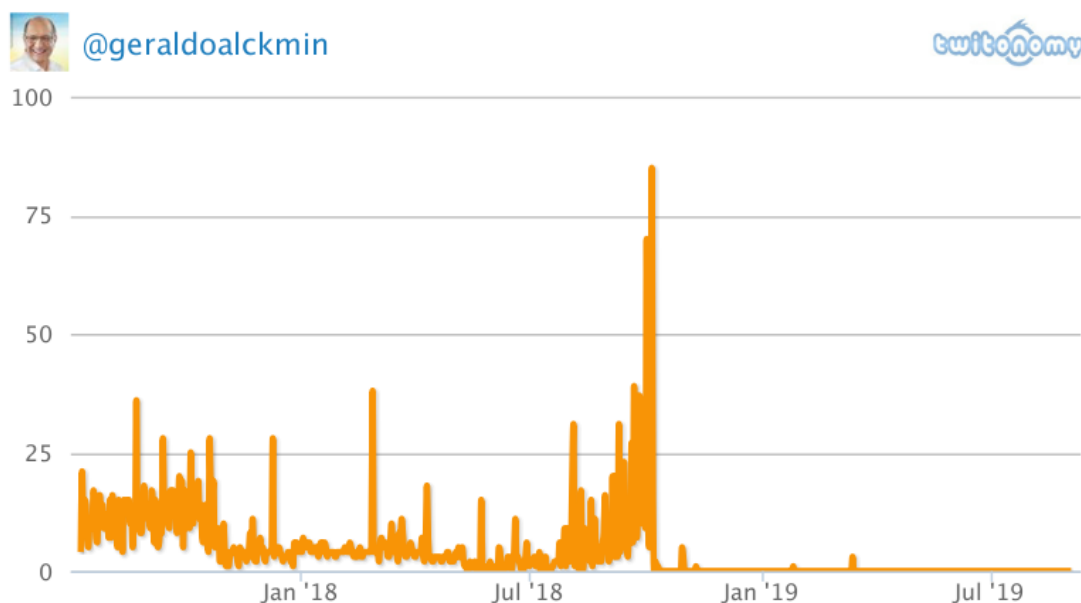
A sigla “https” também marca presença e a mais alta posição nas publicações de Fernando Haddad, o que, assim como Ciro, indica o alto número de compartilhamento de sites com informações referentes a campanha. Outro ponto que chama atenção é o grande número de vezes que a palavra ou referências são usadas para se referir ao ex-presidente Lula, o que indica um forte uso do capital político do petista. Haddad também procurou explorar temas como a educação, fomentou o debate no tocante as propostas e convidou seus seguidores também para acompanhá-lo em debates e interações na TV, além de realizar diversas críticas ao até então Presidente da República, Michel Temer.

GERALDO ALCKMIN - PSDB

O candidato e também presidente do PSDB, Geraldo Alckmin, é um dos nomes mais conhecidos na política brasileira. Foi quatro vezes governador do estado de São Paulo, o tucano disputou mais uma vez as eleições presidenciais e alcançou 5.096.349 de votos, o equivalente a 4,76% dos votos válidos (TSE, 2018).

O tucano está presente no Twitter desde Setembro de 2009, e desde então já *tweetou* mais 33,612 mensagens e possui aproximadamente um milhão e vinte mil seguidores. O padrão de uso da ferramenta por parte do candidato pode ser observado na gráfico nº 6:

Gráfico 4- Últimos tweets de Geraldo Alckmin



Fonte: *Twittonomy*

Geraldo Alckmin tem um padrão interessante de uso, visto que ele sempre se manteve relativamente ativo durante os períodos anteriores ao pleito eleitoral de 2018, porém, após o primeiro turno e sua consequente impossibilidade de ir ao segundo, resultou numa brusca queda do uso do Twitter por parte do candidato (PERMELEE, 2013; COLEMAN, 2005; KREISS 2014). Dentre os *tweets* publicados no lapso temporal analisado, a figura nº 3 mostra as 60 palavras mais repetidas pelo candidato:

Figura 3 - Nuvem de palavras das publicações de Geraldo Alckmin durante o pleito de 2018



Fonte: Twitter - elaboração do autor através do MAXQDA

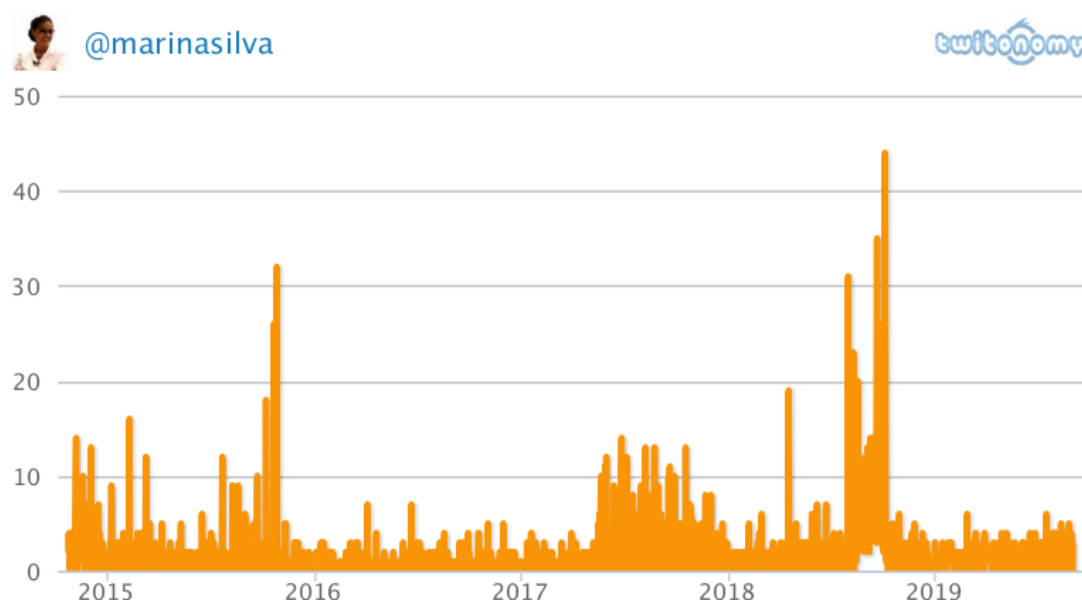
Diferente dos candidatos apresentados até agora, Alckmin se utilizou bastante da ferramenta “*retweetar*” sendo uma das expressões mais encontradas em seus *tweets*. Htps também marca presença como uma das mais citadas. O tucano fez bastante uso da palavra “Brasil” junto de outras que fortaleciam sua agenda mais ao centro, como a redução de impostos, geração de empregos e a retomada dos investimentos para retirar o país da crise. Assim como os outros candidatos até aqui analisados, percebe-se que há uma divulgação dos espaços onde o candidato estará presente, seja em veículos televisivos, seja em jornais impressos. Por fim, um ponto interessante é o aparecimento do nome do candidato adversário, Bolsonaro, o que pode indicar a presença de ataques ou menções diretas ao seu concorrente.

MARINA SILVA – REDE

Marina Silva é professora de história, já foi senadora e ministra do meio ambiente durante o governo Lula. No ultimo pleito, a acreana conseguiu 1.069.577 votos, alcançando a marca de 1.0% dos votos válidos, sendo o Acre, seu estado natal, onde a candidata adquiriu mais votos (TSE, 2018).

Marina ingressou no Twitter em janeiro de 2010 e hoje possui pouco mais de dois milhões de seguidores e “*twittou*” mais de nove mil e quatrocentas vezes. O padrão de uso da ferramenta por parte da candidata pode ser acompanhado através do gráfico nº 5:

Gráfico 5 - Últimos tweets de Marina Silva



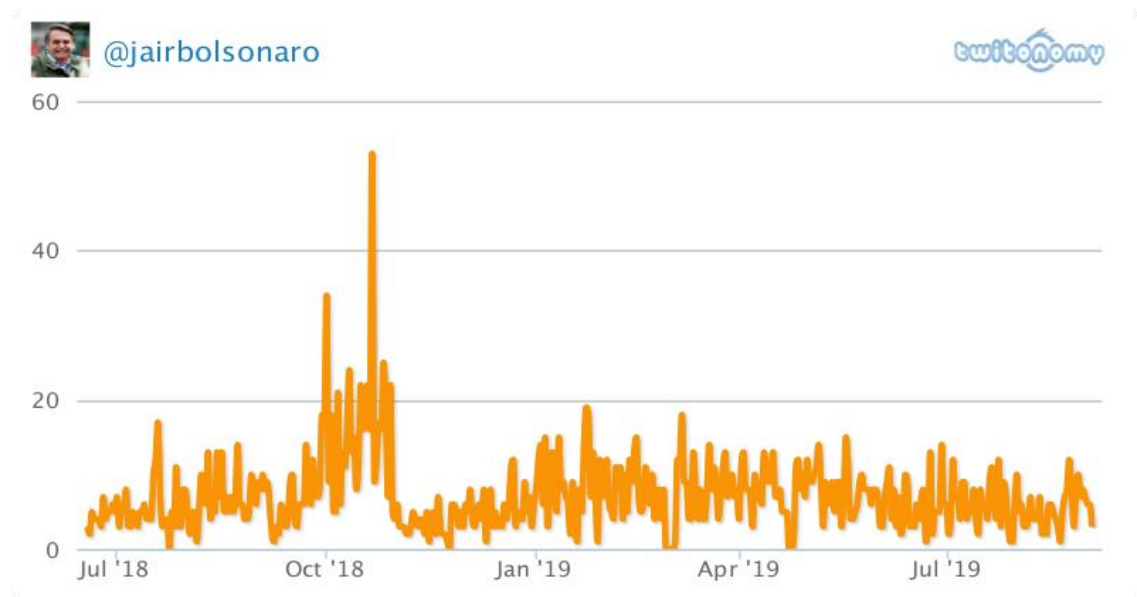
Fonte: Twitonomy

Marina tem um padrão de realizar poucas postagens, como comprova a escala com baixos números em comparação aos outros candidatos até agora apresentados. Assim também como os outros candidatos, a ex-ministra tem um padrão de uso acima do normal após o período eleitoral, e quando esse tem fim, retoma ao baixo padrão de uso que estava acostumada. Há também outros picos no final de 2015. O conteúdo principal dos seus *tweets* pode ser examinado através da figura a seguir:

49.276.990 votos ao todo, indo ao segundo turno e ao final, logrando-se o 38º Presidente da República Federativa do Brasil (TSE, 2018).

O capitão ingressou no Twitter em Março de 2010, já realizou mais de cinco mil tweets e possui mais de cinco milhões de seguidores na rede, um dos mais altos números para um chefe de Estado (BURSON, COHN E WOLF, 2018). O padrão de uso da ferramenta por parte de Bolsonaro pode ser analisado pelo gráfico abaixo:

Gráfico 6 - Últimos tweets de Jair Bolsonaro



Fonte: *Twittonomy*

Conhecido por se utilizar bastante do Twitter, Bolsonaro se assemelha e se diferencia um pouco dos demais candidatos. Se assemelha, pois, possui também um pico no uso das redes sociais durante a campanha política, e se diferencia visto que, após o resultado eleitoral o mesmo continua a fazer um uso regular do Twitter, que inclusive é parecido com o uso anterior ao pleito eleitoral. A figura a seguir mostra as principais palavras contida nos *tweets* do candidato:

algumas das possibilidades que esse novo presente tem a oferecer. Logo, compreender como funcionam as dinâmicas desse novo tempo é deveras necessário.

É comum se ouvir em espaços públicos que há atualmente uma crise de representação acontecendo. Manin (1997) acredita que não existem crises no instituto da representação, mas sim, somente um momento de transição e absorção de novos elementos, assim como aconteceu nas democracias parlamentar e de partidos. Se foi a TV o estopim para a mudança para a democracia de público, tudo leva a crer que as redes sociais serão o novo catalisador da mudança no conceito de representação, visto que esse, no entender de Rosanvallon (2009) é um conceito historicamente em constante transformação.

As eleições presidências brasileiras de 2018 marcam sem sombra de dúvidas uma nova forma de se enxergar a política e a representação digital. As redes sociais, apesar de serem um mundo fechado, suprem a necessidade de espaço público e de interação com os eleitores a qualquer hora do dia, bastando alguns cliques. Possuem também um caráter agregador, que pode fomentar apoio e auxiliar no emplacar da agenda política de determinado candidato (PARMELEE, 2013). E este trabalho tem a audácia de adentrar e explorar justamente nesse novo campo do conhecimento político que deverá se mostrar cada vez mais importante com o decorrer dos anos.

Os resultados mostraram que há uma certa unanimidade, por parte dos candidatos, no tocante ao maior uso do Twitter durante o período eleitoral. Ficou também claro que a ferramenta é bastante utilizada na divulgação de aparições dos incumbentes em meios de comunicação em massa, como jornais ou TVs. Há também uma certa dose de vinculação dos assuntos “*tweettados*” aos assuntos contidos na agenda política do candidato. Por fim, um *insight* interessante e que precisaria de uma pesquisa de maior abrangência quantitativa: o número de *tweets* por candidato não tem ligação positiva direta com o número de votos obtidos.

Por se tratar de fenômenos recentes, próximas pesquisas revelarão mais desses novos aspectos da representação política na era digital, quais seus impactos e como isso pode vir a modificar as instituições políticas já conhecidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLCOTT, Hunt. GENTZKOW, Matthew. *Social media and fake news in the 2016 election*. Journal of Economic Perspectives 31(2):1–28, 2017.
- ALMEIDA, Débora R. de. *Representação como processo: a relação Estado/sociedade na teoria política contemporânea*. Revista de Sociologia e Política V. 22, n 50. p. 175-199, Jun. 2014.
- BOBBIO, Norberto, MATTEUCCI, Nicola e PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de Política*. São Paulo: Editora UNB, 2007
- BURSON, COHN e WOLF. *Twiplomacy: World leaders on Facebook 2019*. Disponível em: <https://twiplomacy.com/blog/world-leaders-facebook-2019/>. Acesso em: 20 de Junho de 2019.
- CHADWICK, A. *Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance*. A Journal of Law and Policy for the Information Society. v. 5, n. 1, p. 1-42, 2009.
- COLEMAN, Stephen. *New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age*. New Media & Society, Londres, Vol.7, N. 2, p. 177–198, 2005.
- DAHL, Robert. *Sobre Democracia*. Tradução de Beatriz Sidou. Brasília, Editora UNB, 2001.
- DAHLBERG, L.; SIAPER, E. *Tracing Radical Democracy and Internet*. In: _____. *Radical Democracy and the Internet: Interrogating Theory and Practice*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.
- DATAREPORTAL, *Global Digital Report 2019*. We are Social, 2019.
- DELMAZO, Caroline. VALENTE, Jonas C.L. *Fake News nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques*. Média & Jornalismo. Nº 32, Vol. 18, N.1 - 2018 Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra, 2018.
- GOMES, W. et al. “*Politics 2.0*”: *a campanha online de Barack Obama em 2008*. Revista de Sociologia e Política, v. 17, p. 29-45, 2009.
- GOMES, W. Internet e participação política. In: GOMES, W.; MAIA, R. C. M. *Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2009, p.293-326.
- HANSEN, J; FERREIRA, M. A. S. *Da polarização à busca pelo equilíbrio: as relações entre internet e participação política*. Revista Eletrônica de Ciência Política, vol 9, n. 1, 2018.
- HOBBS, Thomas. *Leviatã*. In. Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 2010.
- HUNTINGTON, Samuel P. *Democracy's Third Wave*. The Journal of Democracy, 2(2), 2001.
- ITUASSU, Arthur. *E-REPRESENTAÇÃO COMO TEORIA POLÍTICA: Comunicação social, internet e democracia representativa*. XXIII Encontro Anual da Compós. Pará, 2014.
- KING, Gary. PAN, Jennifer. ROBERTS, Margaret E. *How the Chinese Government Fabricates Social Media Post for Strategic Distraction, Not Engaged Argument*. American Political Science Review 111 (3): 484-501. 2017.
- KREISS, Daniel. *Seizing the moment: The presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle*. New Media & Society, p. 1 – 18, 2014. DOI: 10.1177/1461444814562445
- MADISON, James; HAMILTON, Alexander; JAY, John. *The federalist papers*. Oxford: Oxford University Press, 2008.

MANIN, Bernard. *The principles of representative government*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

MANIN, Bernard; PRZEWORSKI, Adam; STOKES, Susan C. *Eleições e Representação*. Lua Nova, v. 67, p. 105-138, 2006.

MARGETTS, H. The Internet and Democracy. In DUTTON, W. H. (Org.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford, UK: Oxford University Press, 2013.

MIGUEL, Luis Felipe. *Democracia e representação: territórios em disputa*. 1ª Ed. São Paulo, Editora Unesp, 2014.

MILL, Stuart. *O governo representativo*. São Paulo: Editora Escala, 2000.

NEWMAN, N. et al. *Digital News Report 2018*. Reuters Institute, University of Oxford, 2018.

NORRIS, P. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. Disponível em: <<http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Books/Digital%20Divide.htm>>. Acesso em: Fev 2019.

PARISER, Eli. *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK, 2011.

PARMELEE, John. The Agenda-Building Function of Political Tweets. *New Media & Society*. 16. 434-450, 2013. DOI:10.1177/1461444813487955.

PARMELEE, J.H; BICHARD, S.L. *Politics and the Twitter Revolution: How tweets influence the relationship between political leaders and the public*. Lanham, MD: Lexington Books, 2012.

PITKIN, Hanna F. *Representação: palavras, instituições e ideias*. Lua Nova, v. 67, p. 15-47, 2006.

PITKIN, Hanna F. *The concept of representation*. Berkeley: University of California Press, 1967.

RHEIGOLD, H. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Cambridge: The Pit Press, 2000.

ROSANVALLON, P.. *La legitimidad democrática: imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires: Manantial. 2009.

ROUSSEAU, J.J. *O contrato social*. São Paulo: Martins Fontes, [1762] 2010.

SCHUMPETER, J. *Capitalism, Socialism and democracy*. New York: Harper & Row Publishers, 1942.

SORJ, Bernardo et al. *Sobrevivendo nas redes guia do cidadão*. 1. ed. Plataforma Democrática, São Paulo, 2018.

STROMER-GALLEY, J. *Presidential Campaigning in the Internet Age*. New York: Oxford University Press, 2014.

TRERÉ, Emiliano. *The dark side of digital politics: Understanding the algorithmic manufacturing of consent and the hindering of online dissidence*. IDS Bulletin 47.1, 2016.

TSE. *Repositório de dados eleitorais*. Brasil, 2018. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais>> Acesso em 20 de Julho de 2018.

URBINATI, Nadia. *Continuity and Rupture: The Power of Judgment in Democratic Representation*. Constellations, v. 12, n. 2, 2005, 194-222.

URBINATI, Nadia. *O que torna a representação democrática?* Lua Nova, n. 67, p. 191-228, 2006.

VACCARI, C. *Digital Politics in Western democracies: a comparative study*. London: John Hopkins University Press, 2014.