

Monitoramento das

Eleições Municipais de 2024

Relatório 1 - 15 a 29 de Agosto de 2024



CIL



Apresentação

O projeto temático "**Criminalidade, Insegurança e Legitimidade: uma abordagem transdisciplinar**" (CIL), financiado pela FAPESP (2022/09091-8), tem como objetivo desenvolver metodologias analíticas inovadoras para investigar fenômenos complexos relacionados à criminalidade e à persistência do sentimento de insegurança na população, reverberado e amplificado pelas mídias sociais.

Uma de suas frentes é o **Observatório da Legitimidade Democrática** (OBLED), que visa analisar as relações entre a legitimidade democrática e a opinião pública, monitorando as representações e discursos sobre instituições, segurança pública e direitos humanos nas mídias sociais.

Considerando que as eleições são um mecanismo central para as democracias representativas, responsáveis por aferir e renovar a legitimidade institucional, e configuram um momento de ampliação e intensificação do debate político, propomos o acompanhamento do processo eleitoral municipal de 2024 através das mídias sociais. Com esse esforço, buscamos observar se, e de que forma, os temas mencionados se relacionam nos discursos políticos e como repercutem entre o eleitorado conectado.



Metodologia

Utilizando a plataforma *Fanpage Karma*, que permite a extração de conteúdos de cinco mídias sociais distintas (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube e X), realizamos uma análise quantitativa e qualitativa da atuação nas redes dos seguintes perfis:

- Candidatos/as à prefeitura de São Paulo;
- Candidatos/as à vereança da cidade oriundos/as das forças de segurança pública;
- Candidatos/as à vereança autodeclarados/as negros/as e pardos/as;
- Candidatos/as à vereança jovens, com idades entre 18 e 29 anos;
- Influenciadores/as digitais com relevância no debate político.

Os dados coletados neste Relatório 1 referem-se ao período de 15 a 29 de agosto de 2024.



Análises de dados

Clique em cima dos gráficos para acessar a versão interativa.



Prefeitura de São Paulo

As eleições municipais de 2024 começaram com força total. Entre as capitais, a disputa pela Prefeitura de São Paulo tende a ser uma das mais acirradas. Isso se deve, em boa medida, ao redirecionamento do marketing político às mídias sociais da Meta e à presença de candidatos com atividade destacada no Instagram.

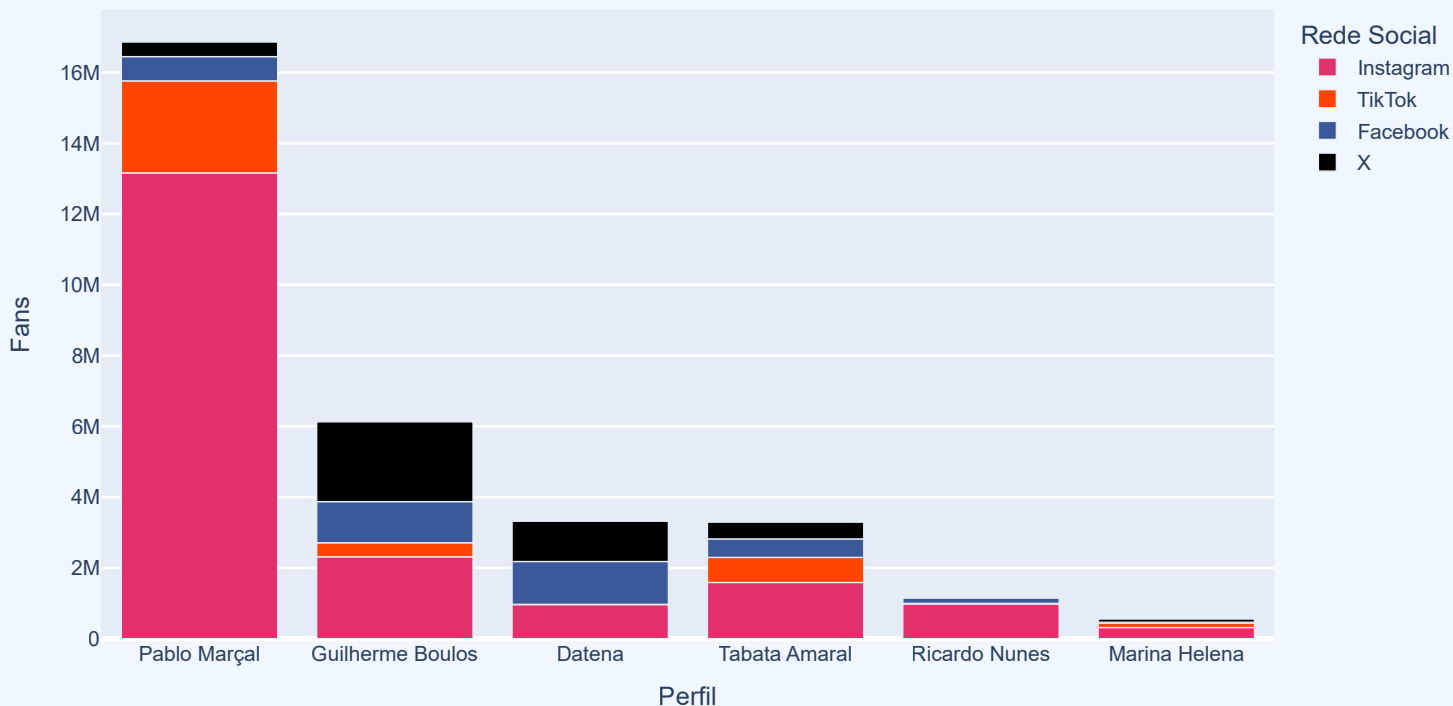
Dez candidatos estão em campanha pela Prefeitura de São Paulo: o atual prefeito, Ricardo Nunes (MDB); os deputados federais Guilherme Boulos (PSOL) e Tábata Amaral (PSB); o jornalista José Luiz Datena (PSDB); o ex-coach e empresário Pablo Marçal (PRTB); a economista Marina Helena (NOVO); o metroviário Ricardo Senese (UP); o jornalista João Pimenta (PCO); o empresário Beto Haddad (DC); e o ferroviário Altino Prazeres (PSTU).

Em nosso monitoramento, selecionamos os seis candidatos com maior atividade em suas mídias sociais (exceto no YouTube): Pablo Marçal, Guilherme Boulos, Tábata Amaral, Ricardo Nunes, José Luiz Datena e Marina Helena.

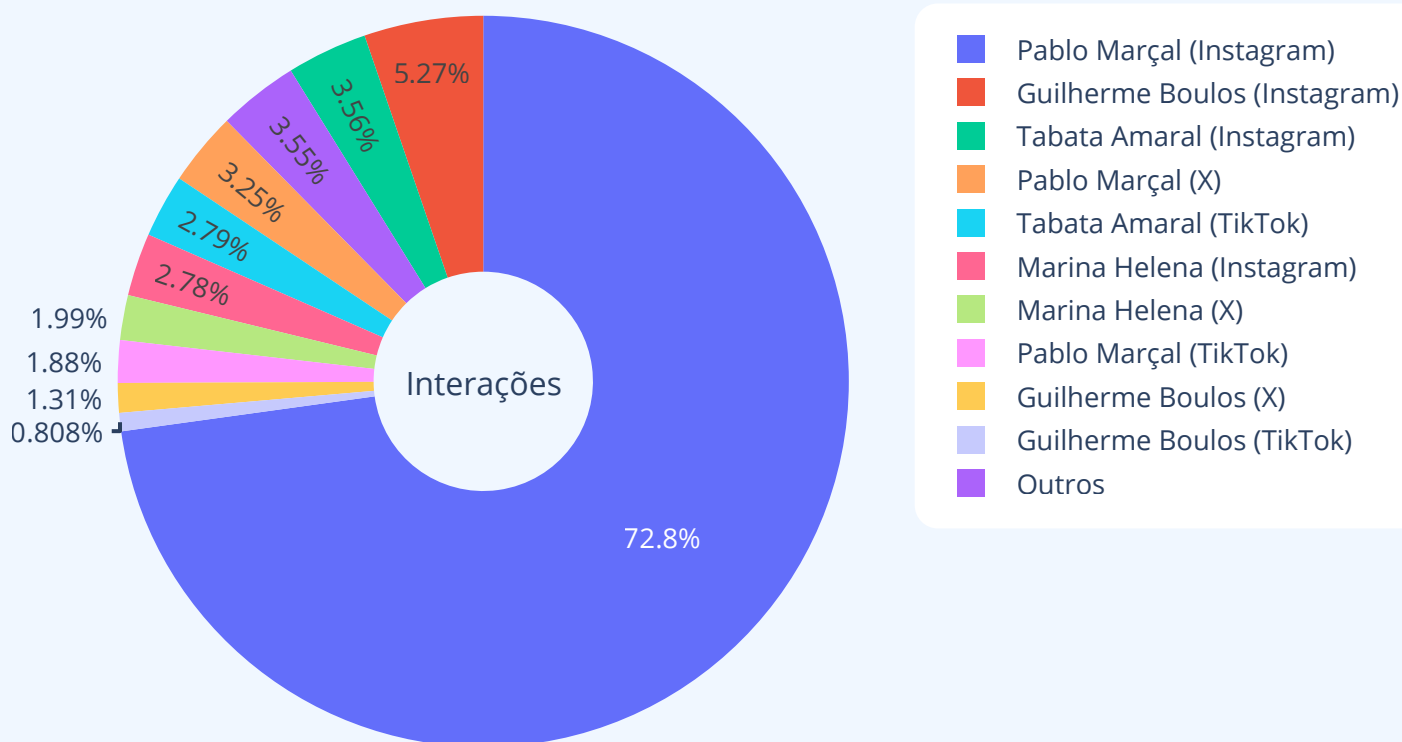
Até o momento, a disputa eleitoral tem sido marcada pela troca de acusações e ofensas entre os candidatos. Embora as pesquisas de opinião revelem um cenário de indefinição e empate técnico, o desempenho de Pablo Marçal nas redes sociais tem se destacado, com sua influente base de seguidores catalisando um apoio significativo à sua candidatura à Prefeitura.



Perfis com maior número de seguidores



Distribuição das interações



Entre os perfis selecionados, Pablo Marçal é, disparadamente, o candidato com a maior quantidade de seguidores no Instagram (13,2 milhões) e no TikTok (3,7 milhões), sendo que, no Instagram, ele possui ao menos 112% mais seguidores do que a soma de seus adversários (6,2 milhões).

Os perfis de Guilherme Boulos no Instagram (2,3 milhões) e no Twitter (2,2 milhões), assim como o de Tábata Amaral no Instagram (1,6 milhões), merecem destaque por serem de candidatos oriundos do meio político com grande número de seguidores. Os perfis de José Luiz Datena no Facebook (1,2 milhões) e do atual prefeito, Ricardo Nunes, no Instagram (943 mil), também buscam ampliar sua base de seguidores.

A expressiva quantidade de seguidores de Pablo Marçal no Instagram faz com que as interações em seus posts – número de reações, comentários e compartilhamentos – representem pouco mais de 70% das interações recebidas pelos perfis de todos os candidatos. Quando somadas às interações no TikTok, Marçal eleva essa marca para cerca de 80%. No entanto, observa-se um crescimento progressivo nas interações de Tábata Amaral (PSB) no Instagram e de José Luiz Datena (PSDB) no TikTok.

Essas métricas reforçam a relevância do Instagram para as campanhas eleitorais, bem como a importância de estratégias que favoreçam a viralização de conteúdos e vídeos curtos, como os Reels, amplamente utilizados por Marçal.



Análise qualitativa das publicações

Entre os assuntos que mais geram engajamento nas redes dos candidatos, destaca-se a suspensão dos perfis de Pablo Marçal pela Justiça Eleitoral, a pedido do PSB, em razão de indícios de fraude e abuso de poder econômico. No entanto, o bloqueio teve um efeito inesperado: o influenciador pediu a seus seguidores que migrassem para outros perfis, o que gerou um significativo engajamento (785 mil) e criou um novo problema para a Justiça Eleitoral.

Marçal é responsável por 9 das 10 publicações com maior engajamento no período analisado. Nessas publicações, além de abordar o bloqueio, o influenciador promove sua legenda e faz diversas menções positivas a Bolsonaro e Silvio Santos, buscando associar-se à popularidade de ambos. Já Tábata Amaral, no TikTok, alcançou um alto engajamento (729 mil) com um vídeo em que procura expor Marçal, recuperando suas condenações criminais por furto qualificado e associação criminosa, suas ações fraudulentas na internet e sua suposta ligação com o Primeiro Comando da Capital (PCC).

O procedimento utilizado por Marçal para aumentar seu engajamento, por meio do pagamento a usuários para fazer cortes estratégicos de seus vídeos — motivo do bloqueio judicial —, gerou outras repercussões, que acabaram por aumentar sua visibilidade na disputa. No X, uma postagem de Ricardo Nunes sobre o tema gerou uma alta taxa de interação (96%) com seus seguidores. Nunes pediu à Justiça Eleitoral providências para evitar abusos ou para que seja regulamentado o uso desse recurso. Por outro lado, Marina Helena classificou o bloqueio como censura e acusou o Judiciário de ser o “maior problema de nossa democracia”.



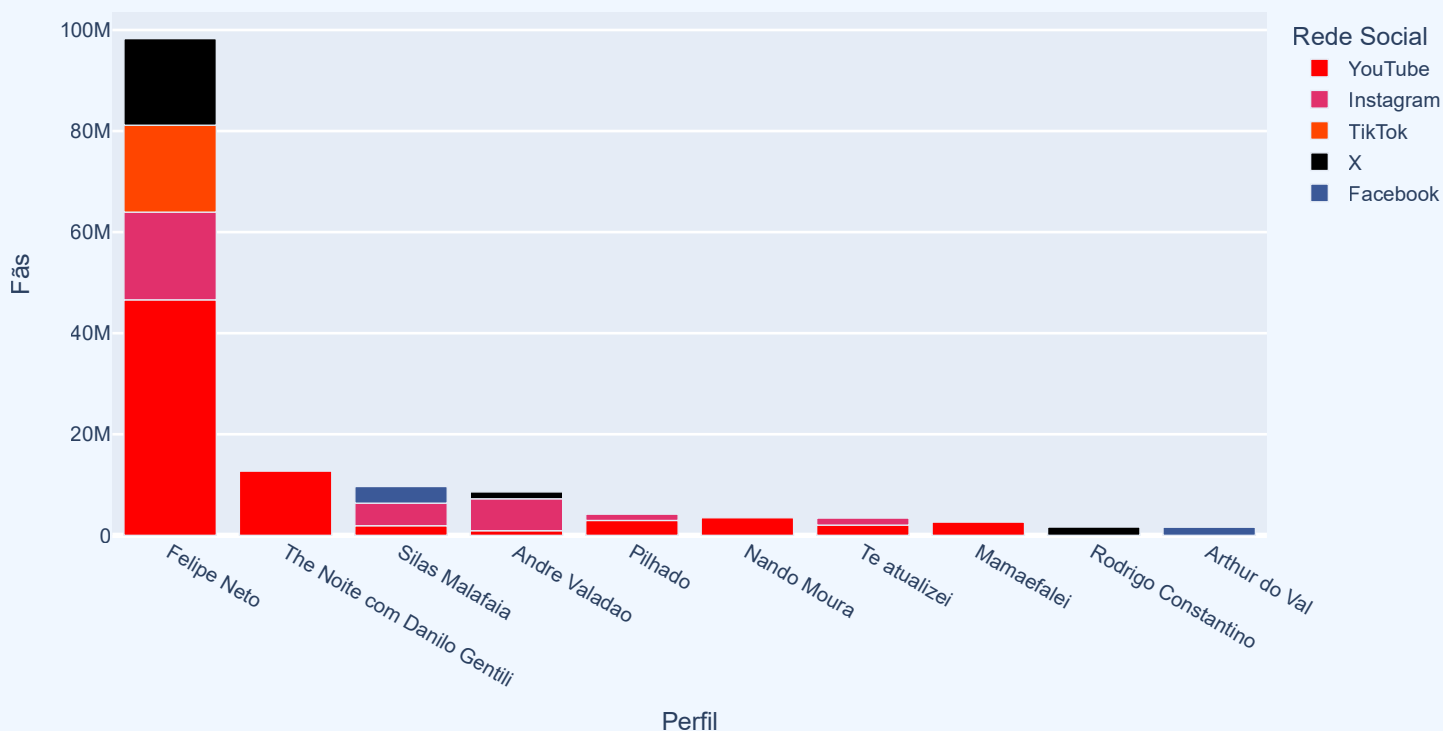
Influenciadores

Na seção dedicada aos influenciadores, os critérios de seleção foram baseados na escolha de perfis com mais de 200 mil seguidores e que apresentaram alguma expressão política significativa nos últimos anos. Para determinar essa expressão política, foram considerados fatores como o uso de termos específicos, menções ou vínculos com partidos/atores políticos e rankings online.

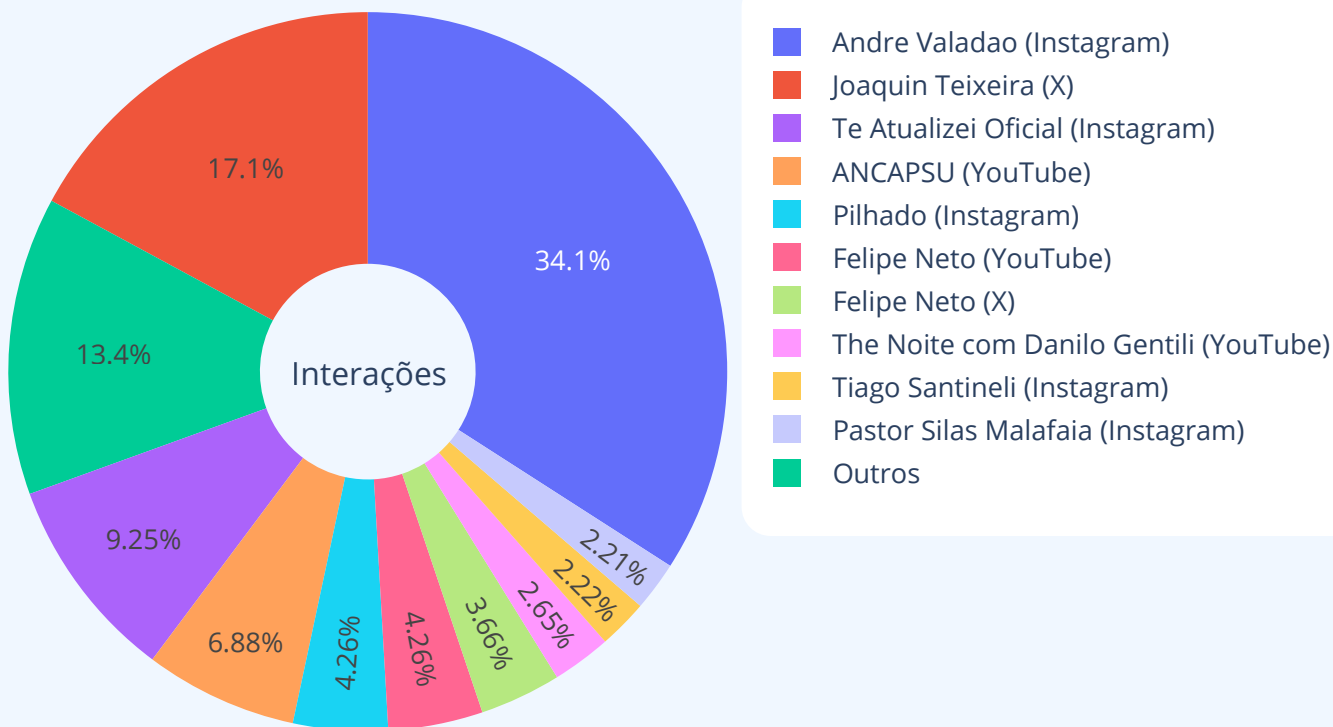
No que diz respeito à quantidade de seguidores, observa-se que influenciadores digitais com conteúdo político de direita (ou extrema-direita) predominam no ranking, embora haja algumas nuances. Os perfis que lideram esse ranking são os únicos fora do espectro da direita, pertencendo ao youtuber de centro-esquerda Felipe Neto, consagrado nas plataformas e como personalidade pública desde 2010. Embora seu conteúdo atual seja mais politizado do que anteriormente, é importante destacar que seu sucesso como influenciador se deve muito mais ao entretenimento do que ao ativismo, ainda que haja uma intersecção entre essas áreas em sua produção de conteúdo. Por essa razão, é difícil equiparar o perfil de Neto ao de outros influenciadores de esquerda, cujo foco central é a militância.



Perfis com maior número de seguidores



Distribuição das interações



No quesito interação, perfis de direita se destacam por apresentarem mais interações proporcionais ao número de seguidores. No entanto, o ranking de posts específicos com maior taxa de interação revela que, no engajamento de publicações isoladas, há uma vantagem para a esquerda, que ocupa 4 posições no top 10. Considerando o tema dessas postagens, uma hipótese para o alto engajamento em publicações de esquerda seria o impacto da opinião pública diante das falas e posturas do candidato Pablo Marçal, bem como da notícia, amplamente divulgada no período, sobre seu suposto envolvimento em esquemas de estelionato e com o crime organizado de São Paulo (acusações levantadas principalmente pela candidata Tábata Amaral). Dessa forma, Marçal se torna um assunto que também impulsiona engajamento para influenciadores de esquerda.



Jovens

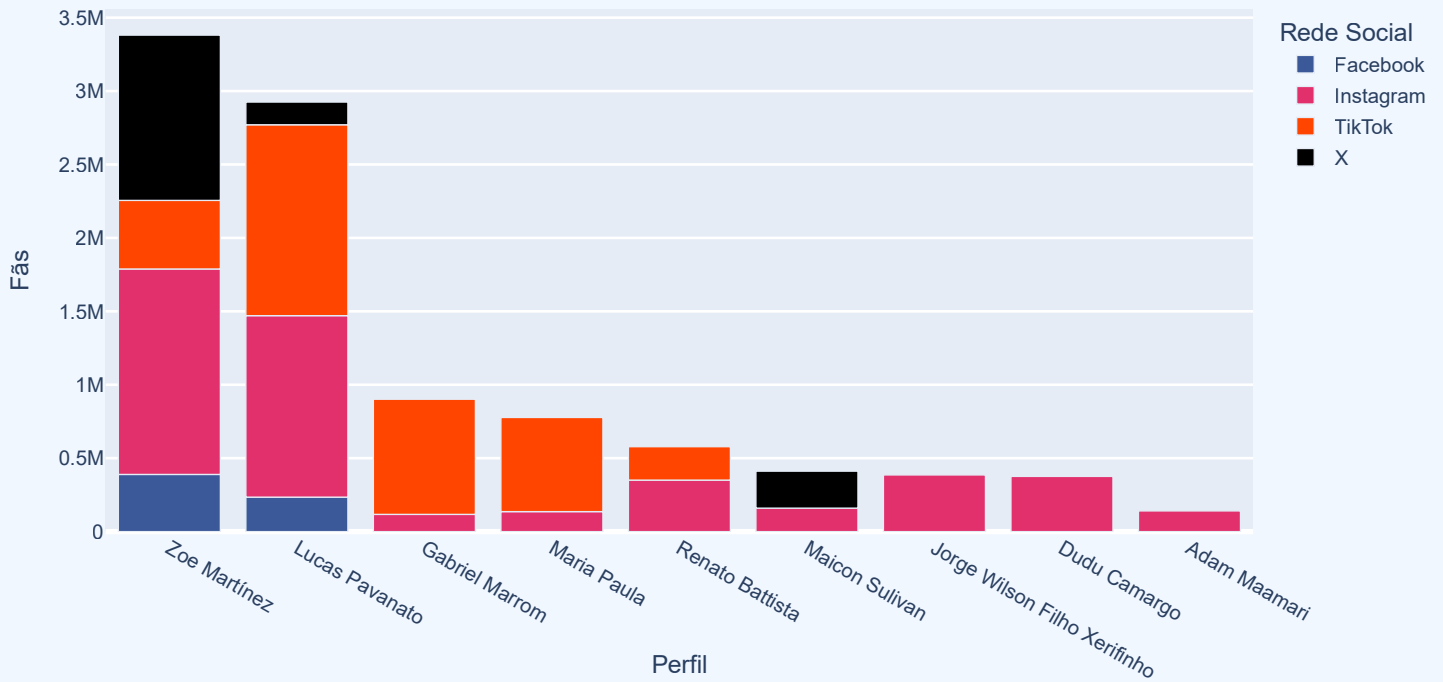
Com base nos dados do TSE, entre as 1.012 candidaturas ao cargo de vereador(a) na cidade de São Paulo, identificamos 41 (4,05%) que se enquadram na faixa etária de 18 a 29 anos, o que, de acordo com o IBGE, os coloca no grupo de jovens. Assim, foram selecionados para esta seção os perfis públicos dos(as) candidatos(as) identificados no Instagram (31), Facebook (7), TikTok (26), Twitter (14) e YouTube (10).

Na primeira quinzena de campanha, os perfis de Zoe Martinez (PL) e Lucas Pavanato (PL), ambos apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro, destacaram-se em engajamento. Antes do período eleitoral, ambos já contavam com mais de um milhão de seguidores no Instagram e, atualmente, concentram os 10 posts de maior repercussão. O aumento mais significativo de seguidores foi o de Pavanato no TikTok, com um crescimento de 8,3%.

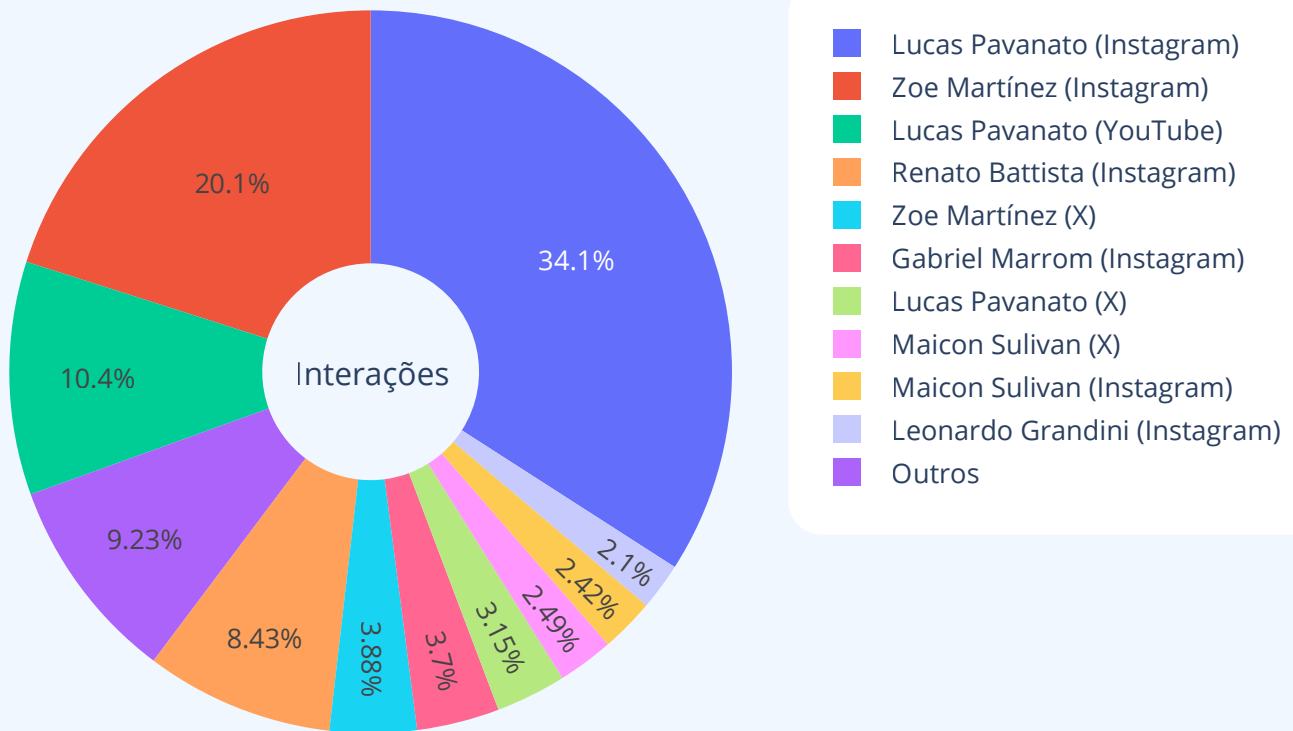
Em termos de interação com as postagens, também se destacam os perfis de Renato Battista (UNIÃO) – autodeclarado líder da frente Anti-Boulos – e Gabriel Marrom (PR), candidato "contra as ideologias de esquerda". As postagens dos quatro candidatos não manifestam apoio explícito a candidaturas à Prefeitura, concentrando-se na produção e disseminação de conteúdos com ataques diretos a pessoas, candidatos ou agendas identificados como pertencentes à esquerda. Nesse campo político, apenas os perfis de Leonardo Grandini (PSOL), Vini Lima (REDE) e Janderson, o funkeiro comunista (PCB), aparecem entre os 30 maiores, todos com menos de 100 mil seguidores.



Perfis com maior número de seguidores



Distribuição das interações



Mapa de Hashtags

saopaulo
BoulosNoRodaViva
#impeachmentalexandredemoraes
explore Zoe22522
eleições vereador #SP
#foraptralhas #liberdadeexpressão
politica RodaViva #shorts
#boulos direita
#foralulaesuaquadrilha #shortsbrasil
Boulos50 lula FaZoZ
#bancadacomunista
#BancadaComunista #16555
#vamosjuntos #Xerifinho ZoeVereadora
venezuelalibre #foralula
pablomarçal #Jorgewilsonfilho
#feminista #rogeriovasquezsp
#BancadaComunista16555
sp #50050 bolsonaro
esquerda olavodecarvalho
#direitaconservadora
#grandini

Por realizarem postagens sobre temas mais amplos, o uso de hashtags é uma prática comum nesses perfis, sinalizando o alinhamento com a polarização política nacional por meio de termos como "direita", "bolsonaro", "lula" e "esquerda". Apesar da frequência semelhante, as duas primeiras hashtags apresentam maiores níveis de interação, o que pode estar relacionado ao fato de que 18 dos 20 maiores perfis pertencem a candidatos(as) que declaram alinhamento à direita.



Segurança Pública

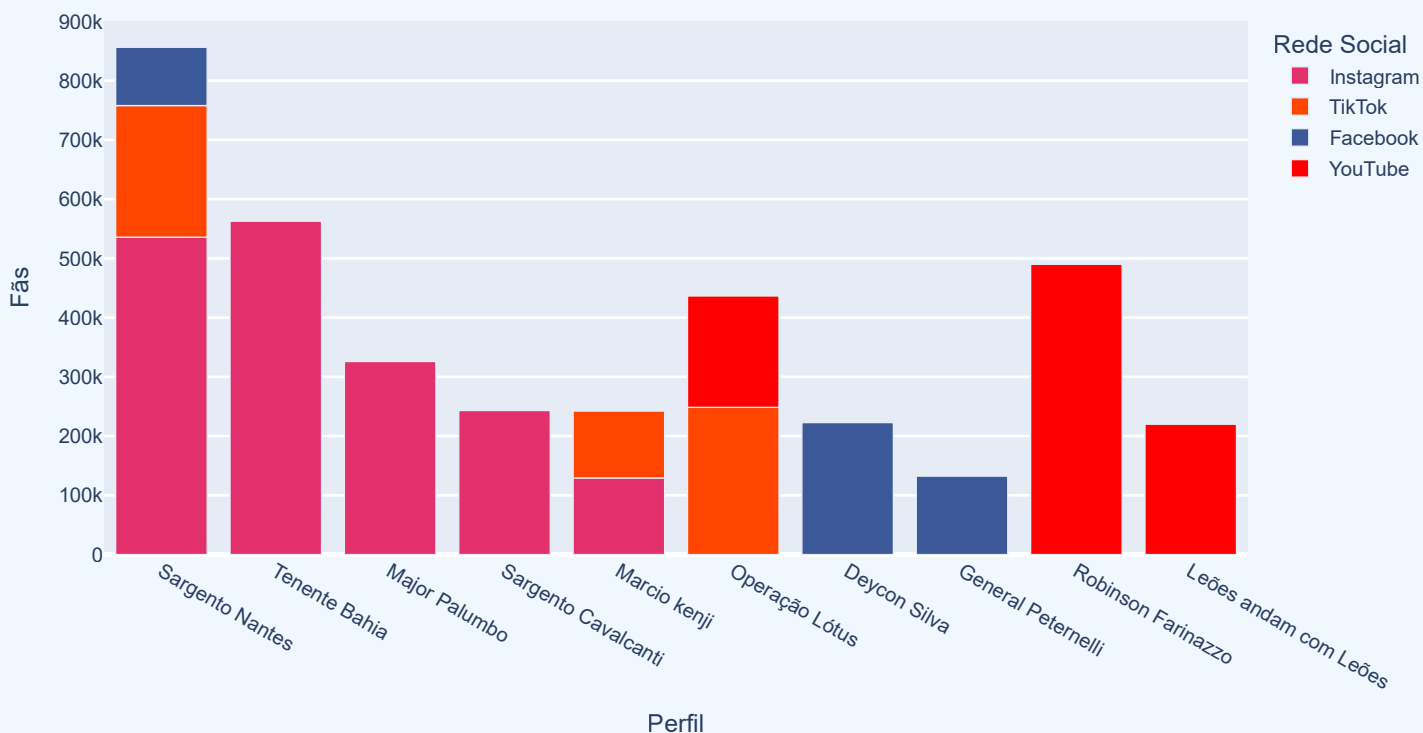
De acordo com o TSE, a cidade de São Paulo conta com 43 candidatos(as) com profissões relacionadas à segurança pública (policiais civis, militares, bombeiros e membros das Forças Armadas), o que corresponde a cerca de 4,1% do total de candidaturas na capital paulista. Desses, 40 concorrem a uma vaga na Câmara de Vereadores, enquanto três integram chapas como candidatos(as) a vice-prefeito(a). Foram identificados e analisados perfis no Instagram (31), TikTok (22), Facebook (14) e YouTube (13) desses candidatos(as).

O candidato Tenente Bahia (PL) possui o maior número de seguidores em uma única rede, totalizando 562 mil em seu perfil no Instagram. No Facebook, o bombeiro militar Deycon Silva (PODE) lidera com 222 mil seguidores, enquanto no TikTok, o destaque é o candidato Sargento Cavalcanti (PSD), com 248 mil seguidores.

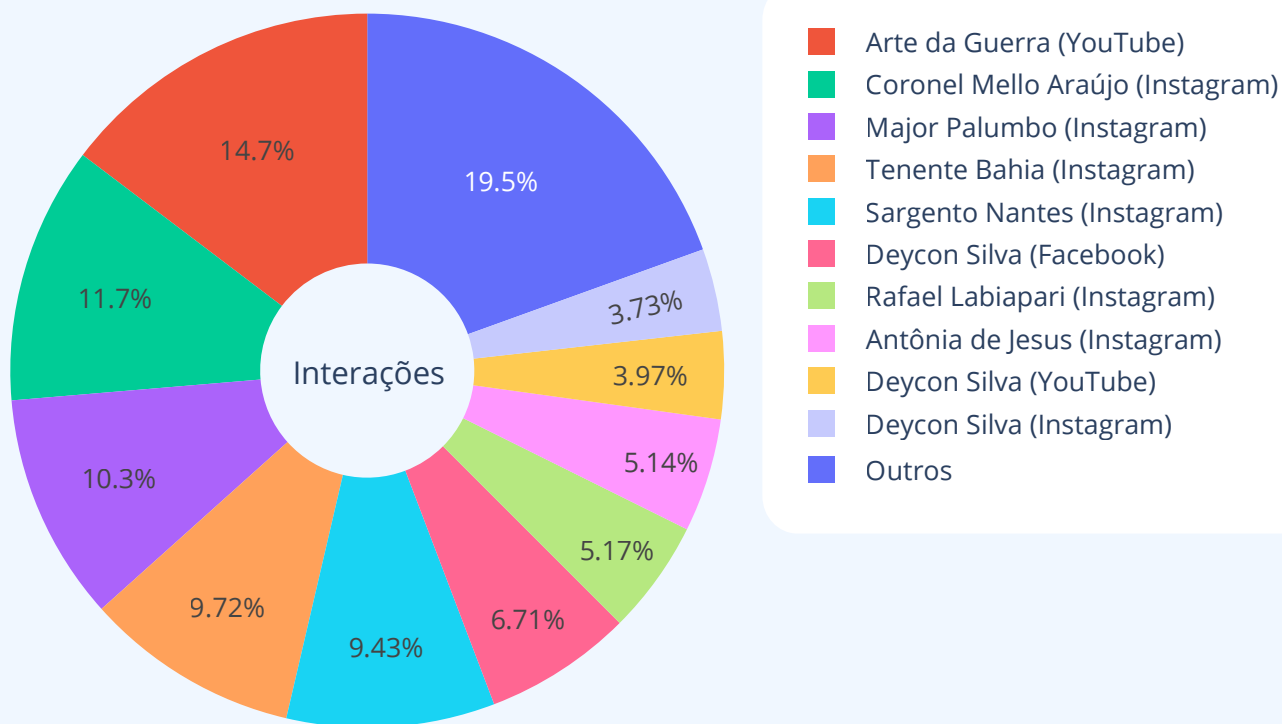
É no Instagram que se concentram os posts com o maior número de interações, sendo cinco os candidatos que somam os dez principais posts nessa categoria: Antônia de Jesus (PRTB), Deycon Silva, Major Palumbo (PP), Sargento Nantes ROTA (Progressistas) e Tenente Bahia. Com exceção da candidata a vice-prefeita Antônia de Jesus, que engajou seus seguidores em um post relacionado à candidatura de Pablo Marçal (PRTB), os outros quatro candidatos mobilizaram pautas distintas. Nantes, membro da ROTA, e Major Palumbo, bombeiro militar, engajaram seus seguidores em temas de segurança pública, como recrudescimento e maior rigor punitivo, críticas ao uso de câmeras corporais por policiais, e conteúdos sobre treinamentos e operações policiais, especialmente envolvendo membros da ROTA, gerando cinco dos dez posts com maior volume de interações na plataforma. Tenente Bahia e Deycon Silva focam sua narrativa em outros temas, como a exaltação da família cristã e a oposição ao governo federal em questões econômicas e ambientais, evidenciando a heterogeneidade entre os candidatos e as nuances presentes na direita brasileira.



Perfis com maior número de seguidores



Distribuição das interações



Raça

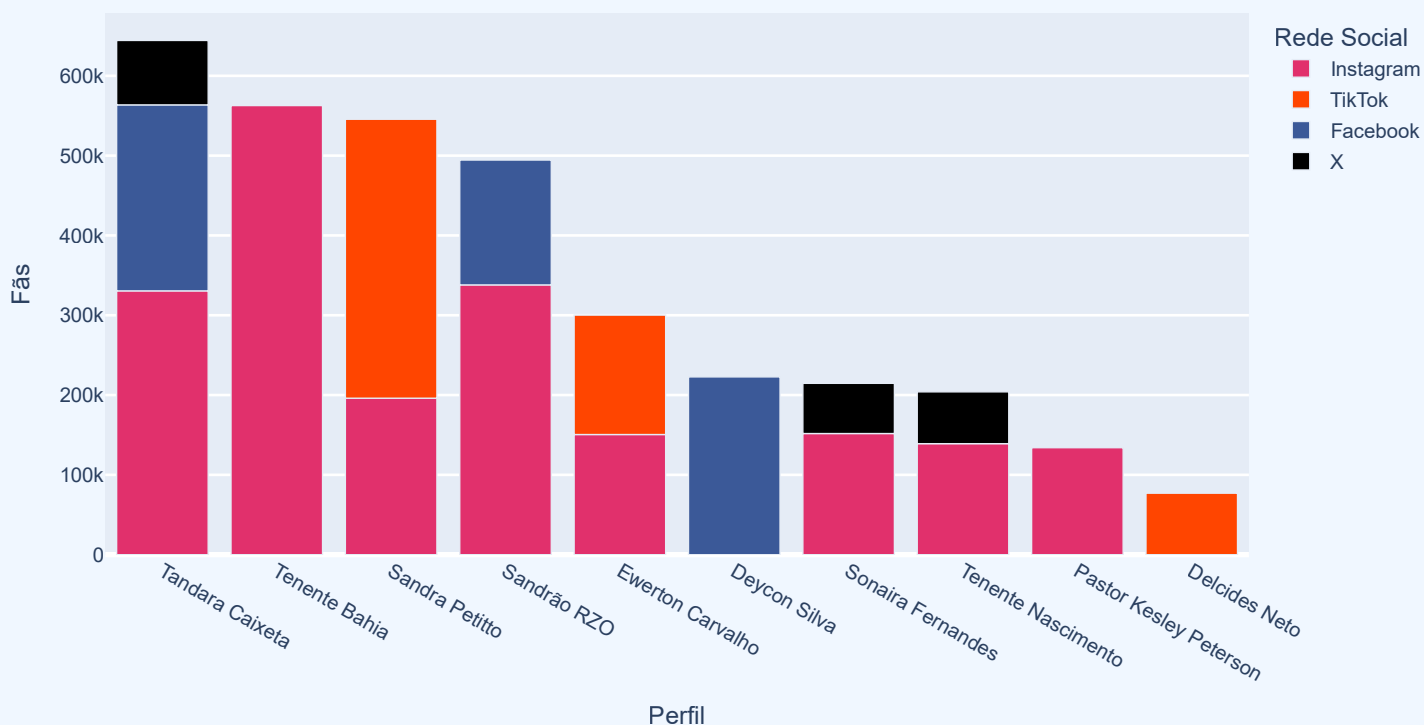
De acordo com os dados do TSE, das 1.113 candidaturas ao cargo de vereador na cidade de São Paulo, 249 (24,58%) são de pessoas autodeclaradas pardas, 175 (17,28%) de pessoas autodeclaradas pretas e 4 (0,39%) de pessoas autodeclaradas indígenas. Na seleção dos perfis, além da autodeclaração, foi considerado o número de seguidores nas mídias sociais. Isso resultou em 32 candidaturas: seis do PT, seis do PL, seis do PSOL, quatro do PRTB, três do Podemos, três do MDB, dois do Republicanos e dois do PSB.

Entre os 20 perfis de candidaturas com o maior número de seguidores, todos os candidatos do PL estão presentes, seguidos por dois candidatos do PT, dois do PODEMOS, dois do PSOL e um do MDB, com cinco desses candidatos ativos em mais de uma rede. O Instagram se destaca como a principal plataforma (com 10 perfis), seguido pelo Facebook (4 perfis), TikTok (3 perfis) e Twitter/X (3 perfis). Em termos de interações, a presença de todos os candidatos do PL também se repete, seguida por quatro candidatos do PSOL, três do PT, três do PODEMOS e um do MDB. O Instagram novamente se sobressai como a plataforma com o maior número de interações, com uma única exceção para a página do Facebook do candidato Deycon Silva (PODEMOS).

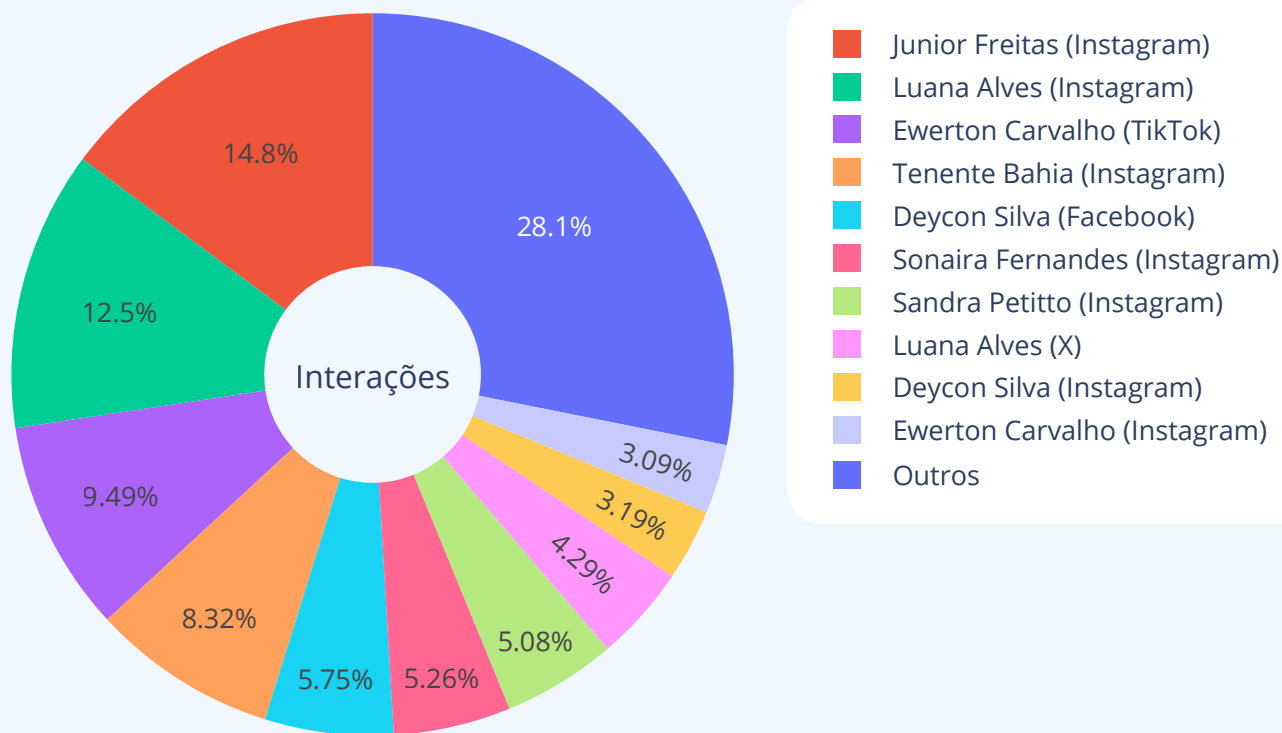
Embora os candidatos do PL liderem em número de seguidores, em termos de interações, os destaques vão para Júnior Freitas (PSOL) e Luana Alves (PSOL). As duas publicações de Freitas com maior engajamento no TikTok incluem, respectivamente, uma acusação contra o atual prefeito por cometer crime eleitoral ao expor uma faixa em via pública e críticas a Ricardo Nunes e Pablo Marçal por "usarem o funk como massa de manobra". Freitas destaca que o atual prefeito tem o apoio da GR6 e Marçal, da Love Funk, duas organizações que, segundo ele, defendem pautas como a luta antirracista e contra a violência policial, o que expõe, em sua visão, suas contradições.



Perfis com maior número de seguidores



Distribuição das interações



Considerações Finais

Na primeira quinzena do período oficial das campanhas municipais, a candidatura de Pablo Marçal se destacou por engajar grande parte das interações em todas as mídias sociais sobre temas políticos.

Esse destaque se deve não apenas à predominante presença do ex-coach nas redes, mas ao bloqueio judicial de seus perfis e às diferentes reações a esse fato, além das revelações recentes sobre suas condenações criminais e possível associação com o crime organizado.

Observamos também a continuidade da disputa de narrativas em âmbito federal, vista em 2018 e 2022, reproduzida entre as candidaturas ao Executivo e, principalmente, entre as candidaturas ao Legislativo municipal. Esse alinhamento se mostra estratégico e evidencia um cenário político ainda fortemente polarizado.

A demarcação desses posicionamentos políticos torna-se especialmente visível nas publicações de candidatos jovens, onde os sujeitos se constroem discursivamente como "comunista", "de direita" ou "anti-esquerda", acompanhados de referências a Bolsonaro e Lula.

As tensões discursivas emergiram também nas mídias sociais, com críticas de perfis de candidatos(as) negros(as) de esquerda, especialmente pela predominância de candidatos(as) que se autodeclaram negros(as) filiados ao PL, partido que articula discursos contrários à luta antirracista.

Como era de se esperar, pautas de segurança pública punitivistas foram mobilizadas por candidatos de direita e centro-direita. Contudo, suas publicações também se concentraram em questões de foro privado, como família e fé, reforçando a conhecida associação entre conservadores no que diz respeito à moral e ordem pública.



Realização

Coordenadores do CIL e da frente “Legitimidade”

Luis Gustavo Nonato 

Marcos César Alvarez 

Responsáveis pelo monitoramento

Natasha Bachini 

Pablo Almada 

Pesquisadores envolvidos

Bárbara Nascimento 

Beatriz Bensen 

Cláudia Lago 

Dayana Melo 

Daniela Osvald Ramos 

Felipe Ramos Garcia 

Isadora de Oliveira Perim 

Lucas Batista Pilau 

Lucas Sander 

Ricardo Marcacini 

Roberta Novello 

Verónica Ferreira 

Vitor Blotta 

Repositório dos Dados

Repositório dos Gráficos

