

Monitoramento das

Eleições Municipais de 2024

Relatório 4 - 6 a 27 de outubro 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:

- Dos/as candidatos/as à prefeitura de São Paulo que foram ao segundo turno;
- Das agências de checagem de fatos;

Os dados coletados no Relatório 4 referem-se ao período do segundo turno destas eleições, compreendido entre 6 e 27 de outubro de 2024.



Análises de dados

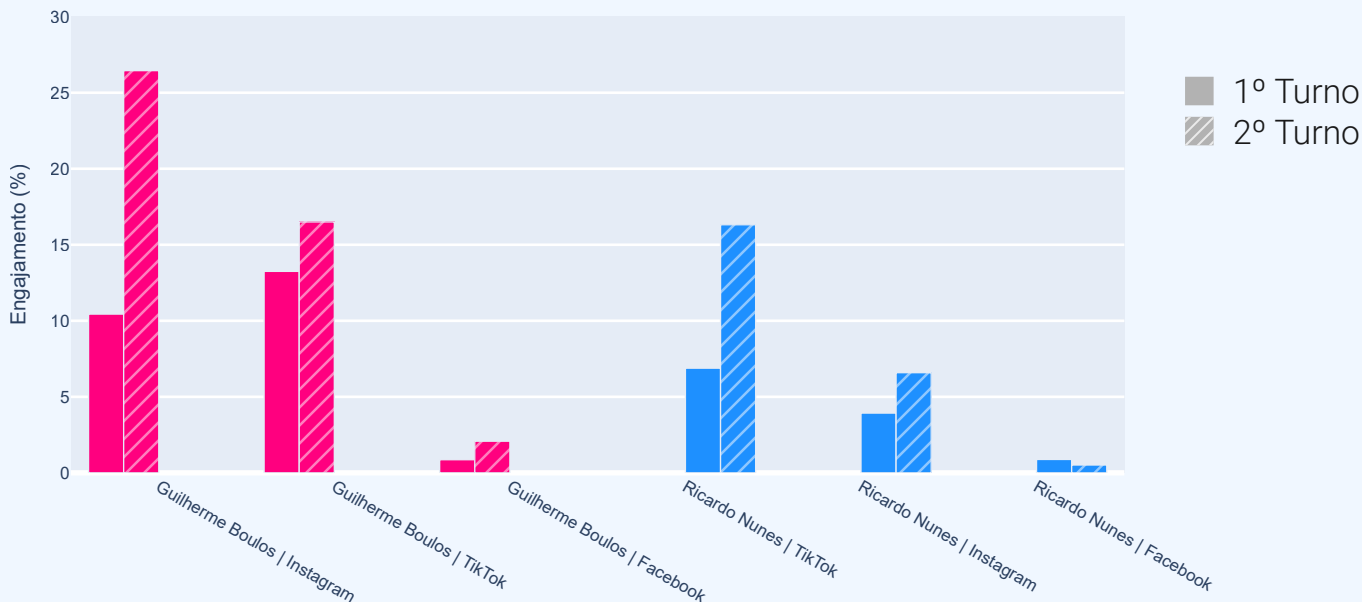
Clique em cima dos gráficos para acessar a versão interativa.



Prefeitura de São Paulo

Análise Quantitativa

Engajamento por perfil e Rede Social



No decorrer do 2º turno, as campanhas de Ricardo Nunes (MDB) e Guilherme Boulos (PSOL) se utilizaram de diferentes estratégias para obtenção de engajamento nas redes sociais.

Boulos seguiu direcionando seus esforços ao Instagram e ao TikTok, plataformas nas quais já tinha um nível de engajamento elevado, demonstrando uma tentativa de se conectar com públicos mais jovens e mais suscetíveis ao apelo visual.

Por outro lado, Ricardo Nunes, que no primeiro turno não se dedicou muito à campanha digital, intensificou sua presença nas redes durante o 2º turno. Essa mudança indica uma resposta estratégica à necessidade de reforçar sua visibilidade e captar votos na reta final da disputa. A adoção de uma postura mais ativa nas plataformas sugere um direcionamento a públicos de faixa etária mais ampla, nos quais o engajamento, embora menor em comparação a Boulos no Instagram e TikTok, poderia ser decisivo para captar eleitores mais moderados ou indecisos.



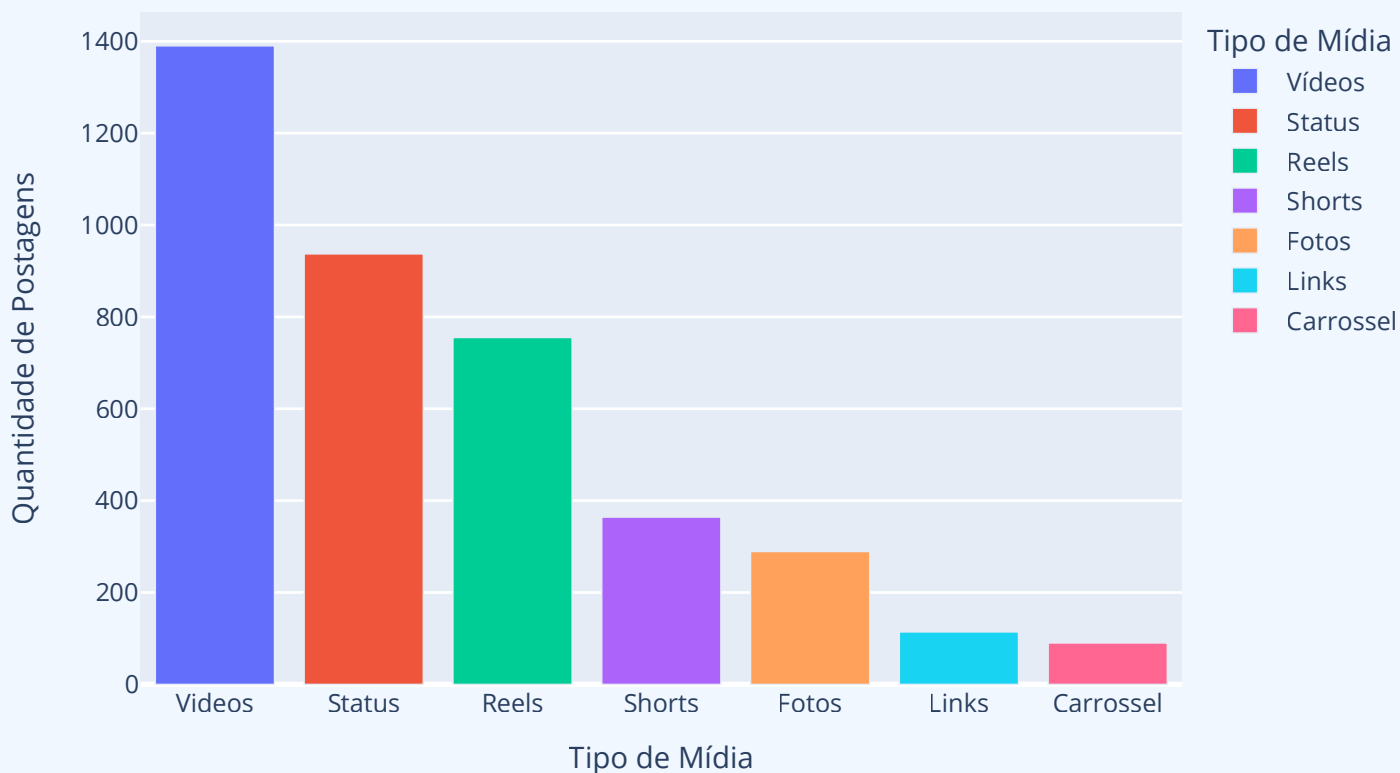
Nota-se que o engajamento nos perfis de Nunes apresentou uma trajetória ascendente, sinalizando que a sua estratégia de intensificação nas redes gerou impacto positivo no alcance de suas publicações, embora não tenha se revertido em um aumento orgânico de seguidores. Esse aumento, mesmo sem superar os picos de Boulos em plataformas como o Instagram, sugere que a mudança lhe permitiu alcançar novos segmentos do eleitorado, equilibrando a disputa em um ambiente no qual o seu adversário apresentava melhor desempenho.

As publicações de Boulos acumularam maior volume de engajamentos ao longo de todo o período. Seus posts mais populares nas redes comemoravam sua ida para o segundo turno, incentivavam seus eleitores a “virar votos” em prol de sua candidatura e faziam menção ao apoio recebido de Tabata Amaral (PSB). Também se destacaram os posts nos quais se defendia acerca da acusação do governador Tarcísio de Freitas a respeito de sua suposta ligação com o Primeiro Comando da Capital (PCC) e críticas à atual gestão de Ricardo Nunes, principalmente referentes ao apagão, às enchentes e a denúncias de corrupção. Contudo, as publicações de Ricardo Nunes, sobretudo no TikTok e no Twitter, obtiveram maior percentual de interações. Nesse âmbito, sobressaíram os posts sobre o apagão em São Paulo, nos quais o prefeito responsabilizou a ENEL e o governo federal pelo transtorno que deixou milhões de pessoas sem energia elétrica na cidade por mais de 24 horas.

Cabe notar ainda que, com a saída de Pablo Marçal da disputa, a configuração das publicações veiculadas pelas campanhas mudou. No segundo turno, a maioria dos posts consistia em vídeos (35,3%), seguidos de status (23,8%). Os reels foram somente o terceiro recurso mais empregado nas publicações (19,2%).



Quantidade de Postagens por Tipo de Mídia



Fact-Checking

Perfil	Data	Mensagem	Reações, Comentários e Compartilhamentos	Rede Social
Aos Fatos	08/10/2024 12:53	Pablo Marçal (PRTB) dominou o noticiário no primeiro turno da corrida eleitoral em São Paulo ao apresentar um laudo forjado contra Guilherme Boulos (PSOL). A tentativa de enganar eleitores com uma falsa prova de que o oponente teria sido internado numa clínica em decorrência do uso de cocaína...	13083	Instagram
Agencia Lupa	27/10/2024 20:12	As declarações sem provas do governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas, de que membros do PCC orientaram voto em Guilherme Boulos repercutiram no WhatsApp e no Telegram...	7502	Instagram
Aos Fatos	24/10/2024 17:30	Em entrevista ao podcast inteligencialtda nesta quarta-feira (23), a quatro dias do segundo turno da eleição municipal, o candidato à Prefeitura de São Paulo Guilherme Boulos desinformou sobre sua atuação como deputado federal.	4213	Instagram
Agencia Lupa	27/10/2024 13:11	Circula nas redes vídeo que sugere que Guilherme Boulos se encontrou com terroristas do Hamas. A informação é FALSA.	3679	Instagram
Agencia Lupa	07/10/2024 12:05	Apoiadores do influenciador Pablo Marçal (PRTB) estão espalhando conteúdos falsos de suposta fraude nas eleições municipais de São Paulo.	3491	Instagram
Aos Fatos	15/10/2024 02:25	Os candidatos à Prefeitura de São Paulo Ricardo Nunes (MDB) e Guilherme Boulos (PSOL) se enfrentaram na noite desta segunda-feira (14) no debate da Band, o primeiro do segundo turno.	2836	Instagram
Agencia Lupa	15/10/2024 03:21	O apagão que afetou São Paulo foi alvo de troca de ataques entre Ricardo Nunes (MDB) e Guilherme Boulos (PSOL) no debate da Band desta segunda (14).	2567	Instagram
Aos Fatos	26/10/2024 01:16	Os candidatos à Prefeitura de São Paulo Ricardo Nunes (MDB) e Guilherme Boulos (PSOL) se enfrentaram na noite desta sexta-feira (25) no debate da Globo, o último antes das eleições no domingo.	2360	Instagram
Agencia Lupa	27/10/2024 15:00	Circula nas redes a afirmação de que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) desistiu de apoiar Boulos nas eleições de São Paulo e, por isso, teria cancelado seu voto no segundo turno.	2066	Instagram
Aos Fatos	07/10/2024 18:14	Logo que começaram a ser divulgados os primeiros resultados da votação do último domingo (6), uma nova leva de desinformação sobre as eleições tomou as redes sociais.	1765	Instagram
Agencia Lupa	07/10/2024 17:12	Vídeo nas redes sociais alega que Guilherme Boulos (PSOL) foi cassado pela Justiça Eleitoral e, desta forma, Pablo Marçal (PRTB) irá para o segundo turno da eleição em São Paulo contra Ricardo Nunes (MDB).	1721	Instagram
Agencia Lupa	10/10/2024 13:49	O candidato Guilherme Boulos (PSOL) participou de sabatina nesta quinta (10) promovida por O Globo, Valor e CBN. Esse seria o primeiro debate do segundo turno em São Paulo, mas Ricardo Nunes (MDB) não compareceu.	1606	Instagram
Agencia Lupa	26/10/2024 03:07	Ricardo Nunes (MDB) e Guilherme Boulos (PSOL) voltaram a trocar farpas sobre corrupção, leniência com crimes e transparência na gestão municipal no último debate do segundo turno para a Prefeitura de São Paulo (SP).	1584	Instagram
Agencia Lupa	08/10/2024 20:01	Post diz que, no 1º turno das eleições de 2024, Boulos virou a apuração de votos sobre Marçal às 18h45. Neste mesmo horário, Lula teria virado sobre Bolsonaro em 2022 e Dilma teria ultrapassado Aécio em 2014.	1571	Instagram
Aos Fatos	16/10/2024 13:43	Os candidatos à Prefeitura de São Paulo Ricardo Nunes (MDB) e Guilherme Boulos (PSOL) se enfrentaram na noite desta segunda-feira (14) no debate da Band, o primeiro do segundo turno.	1470	TikTok



Ao longo do segundo turno, a checagem com o maior número de interações (13 mil) foi uma publicação da agência Aos Fatos no Instagram, que ainda versava sobre a falsificação de um laudo de internação de Guilherme Boulos (PSOL) em uma clínica de reabilitação para dependentes químicos pela campanha de Pablo Marçal (PRTB), divulgado dois dias antes do primeiro turno das eleições municipais de São Paulo. A checagem possui quase o dobro de interações que a segunda colocada (7 mil), referente a um post da Agência Lupa sobre as declarações do governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas (Republicanos). O governador, na véspera do segundo turno, usou desinformação como ferramenta política para prejudicar Guilherme Boulos. Tarcísio afirmou que em um evento público que integrantes do Primeiro Comando da Capital (PCC) orientaram o voto em Boulos, tentando associá-lo ao crime organizado. Vale ressaltar que, ao longo da corrida eleitoral, muito se falou sobre o PCC; no entanto, anteriormente, as narrativas abordavam supostas ligações da organização com os candidatos Pablo Marçal e Ricardo Nunes.

Apesar de também haver checagens de entrevistas e falas de Guilherme Boulos (PSOL), em um balanço geral dentre as 15 publicações com maior número de interações, ele foi o candidato que mais sofreu com narrativas desinformativas, seja por parte de Pablo Marçal e seus apoiadores, seja por iniciativa da campanha de Ricardo Nunes. Outro ponto a ser destacado é a atuação da plataforma Instagram nas redes sociais como a mais expressiva em termos de reações, comentários e compartilhamentos: as primeiras 14 publicações com mais interação foram postadas no Instagram, e apenas a última no TikTok.



Considerações Finais

Ao analisar o uso das redes pelas campanhas no decorrer deste segundo turno, observamos algumas mudanças em comparação ao primeiro turno.

O Instagram foi a plataforma mais utilizada por todos os candidatos ao longo de toda a disputa e também na qual se observou maior engajamento dos seguidores com as publicações. Porém, registrou-se uma mudança no que se refere aos recursos mais empregados nas mensagens, de modo que os vídeos e links prevaleceram aos reels no segundo turno.

Com a saída de Marçal da disputa e as contingências que ocorreram no período, os outros candidatos se ativeram mais a divulgar suas posições e propostas acerca dos problemas da cidade, como a questão do fornecimento de energia por parte da ENEL, geração de emprego etc. Nesse aspecto, a campanha de Boulos mostrou uma preocupação maior em explicar suas propostas que a de Nunes, que se resumiu a criticar o seu adversário.

Houve também uma redução significativa de publicações que tratassem da agenda da segurança pública, endossassem saídas punitivistas e mobilizassem a violência como solução para o combate ao crime ou como recurso legítimo na disputa eleitoral contra adversários, visto os enunciados anti esquerdistas, misóginos e lgbtfóbicos observados no primeiro turno, especialmente entre os candidatos à vereança.

A prática de campanha negativa seguiu sendo efetuada nas redes, sobretudo por parte de Ricardo Nunes, que procurou associar Boulos ao crime organizado e ao problema de fornecimento de energia na cidade que aconteceu durante o seu atual mandato, ao transferir essa responsabilidade para o governo federal, que apoiava o pessolista.



No que se refere à circulação de desinformações como estratégia de campanha, a expectativa do uso de deep fakes e inteligência artificial pelas campanhas e, sobretudo, pela militância digital, não se concretizou. No entanto, outras formas de desinformar, talvez de mais difícil identificação, prevenção e regulação foram usadas, como os cortes nos reels que criam narrativas deturpadas sobre os acontecimentos.

Em uma conjuntura de midiaticização e plataformização societárias, as mídias sociais se tornaram o principal veículo de comunicação política. Contudo, não necessariamente o desempenho dos candidatos nessas plataformas é decisivo para os resultados eleitorais, o que mostra a relevância de outras variáveis nesse aspecto, como o domínio da máquina pública e a taxa de rejeição eleitoral.

Por fim, ainda que a partir da conexão digital as pessoas tenham mais acesso a informações sobre a cidade e os candidatos, e a possibilidade de expressar suas opiniões sobre eles, não se observa um aprofundamento das discussões acerca das questões de interesse coletivo, tampouco o aprimoramento do espírito cívico, o que é expresso também pela alta incidência de conteúdos que incentivam a intolerância política e pela maior taxa de abstenção eleitoral já registrada na capital paulista.

A concomitância destes fenômenos não é casual ou aleatória. Está relacionada a processos mais amplos de individualização e fragmentação social, e é sublinhadora da crise das democracias representativas contemporâneas. Para que a comunicação digital deixe de ter um caráter altamente personalista e de ser instrumentalizada por projetos autoritários, e se torne, de fato, um incremento à participação, é imprescindível que as pessoas compartilhem valores democráticos e estejam convencidas sobre a legitimidade das instituições. E não é o que ocorre. Essa disputa passa e deve passar pelas redes, mas a antecede. Portanto, é preciso darmos um passo atrás, no âmbito da construção da cidadania, para darmos dois à frente.



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 

Egle Müller Spinelli 

Felipe Ramos Garcia 

Gabriela Pereira 

Isabela Afonso 

Isadora de Oliveira Perim 

Lucas Batista Pilau 

Lucas Sander 

Ricardo Marcacini 

Roberta Novello 

Thiago Rodrigo Ramos

Verónica Ferreira 

Vitor Blotta 

Victor Hugo Barella 

Waqar Hassan 

Repositório dos Dados

Repositório dos Gráficos

