

FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO

IX SEMINÁRIO DE PESQUISA DA FESPSP

AS REDES SOCIAIS NAS ELEIÇÕES 2020: UM ESTUDO DO SEU EMPREGO NO INTERIOR CEARENSE DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Raniere de Carvalho Almeida¹

profraniere85@gmail.com - UNIVASF/UFCA

Ramário de Carvalho Almeida²

Ramario_carvalho@hotmail.com - UNIVASF

RESUMO: Esta pesquisa científica trata do uso das redes sociais, a exemplo do *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* e *YouTube*, como ferramentas de informação e comunicação nas eleições 2020 em cinco municípios do interior cearense, situados na região Sul e Leste do Cariri: Penaforte, Jati, Brejo Santo, Jardim e Juazeiro do Norte, os quais adotaram temporariamente, assim como outras cidades brasileiras o *lockdown*. Justifica-se pela necessidade de avaliá-las como recursos comunicacionais úteis no processo eleitoral democrático, frente ao isolamento social em que a sociedade brasileira e mundial se encontra em decorrência da pandemia da COVID-19, o novo coronavírus. Seu objetivo é explorar a utilização das redes sociais nas eleições municipais em cidades de pequeno, médio e grande porte no interior cearense. O procedimento metodológico adotado foi o estudo de caso, a partir de revisões bibliográficas e documentais, associadas à observação direta do pesquisador e pesquisa de opinião pública, aplicada de forma online. Este estudo apresenta resultados significativos quanto ao acesso a tecnologias, uso de mídias digitais e sua adequação ao pleito eleitoral. Conclui-se que é cabível o seu emprego nas eleições 2020, devido ao seu acesso e poder de influência por parte da população desses municípios, além das limitações de aproximação entre o cidadão (eleitor) e os candidatos a vereador e prefeito, impostas pela pandemia na região e em todo o planeta.

Palavras-chave: Redes Sociais. Eleições. Pandemia. Isolamento. Cariri

1 INTRODUÇÃO

1. Formado em Letras e Serviço Social, especialista em Língua Portuguesa, Literatura, Educação Física, Gestão Escolar e em Saúde. É professor da rede estadual do Ceará, atualmente, na função de coordenador escolar.

2. Formado em Enfermagem, especialista em Saúde da Família, Enfermagem do Trabalho e Gestão em Saúde. É técnico administrativo do IF Sertão-PE.

A comunicação é vista como um aspecto essencial à sociedade e seus sujeitos, por difundir informações e conhecimentos em diferentes momentos históricos e contextos sociais. “(...) ocorre quando o emissor traduz a sua ideia para uma linguagem ou código que possa ser compreendido pelo receptor (TEIXEIRA, 2012).

Nos primórdios era baseada em formas rudimentares como ruídos, e gravuras, invocando os sentidos humanos junto à natureza. Evoluiu, a partir do advento da oralidade e escrita. Traduz o percurso da humanidade, ultrapassado a dimensão pessoal e alcançado a coletividade, a partir de meios impressos, audíveis, visíveis ou digitais. Segundo Filho *et al.* (p. 7, 2012) “A sociedade sempre passou por um processo de aprendizagem e evolução e este fenômeno é sempre contínuo”.

O jornal e outros manuscritos emergiram na era moderna, seguidos do rádio, o qual representou um marco na comunicação. Logo após veio a TV, que uniu o som a imagem, e na contemporaneidade a internet e suas redes sociais como o *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook*, recursos multimídia que encurtaram as distâncias, promovendo uma maior interação entre as pessoas dos mais longínquos lugares do mundo.

Segundo Dias et al. (2016, p. 124):

“No contexto contemporâneo, a internet oferece meios de comunicação multidimensional, além de figurar como um espaço profícuo para as novas formas de atuação e engajamento da juventude, revitalizando os espaços de participação encontrados pelas gerações anteriores. As tecnologias transformaram a comunicação e a socialização” (DIAS et al., 2016, p. 124).

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) possibilitam definições e comercializações de atividades e serviços, inclusive, os mais limitados pela questão geográfica ou cronológica da produção e do consumo (FREEMAN e SOETE, 2008). Para Filho *et al.* (2012) o final do Século XX presenciou uma revolução cultural de extremo alcance no globo terrestre: a organização em rede. A partir dela foi possível o aprimoramento e expansão das TICs.

No Século XXI, mais precisamente em 2020, as mídias sociais têm sido fundamentais para o estabelecimento de vínculos comunicativos em meio à pandemia da COVID-19, que

promoveu mudanças radicais na sociedade. O novo coronavírus foi detectado em 31 de dezembro de 2019 em Wuhan, na China (LANA *et al.*, 2020).

Em 9 de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) confirmou a sua circulação mundial. Este ocasionou o isolamento social como forma de prevenção ao vírus, requerendo dos sujeitos uma maior atenção e apropriação de informações.

Nesse cenário catastrófico ocorrerão as eleições para prefeito e vereador, tendo a internet e suas mídias sociais como principais recursos comunicativos para alcançar o cidadão. Para Belém *et al.* (p. 128, 2018) “As novas mídias ampliaram as possibilidades de comunicação e relacionamento no contexto das campanhas eleitorais”.

A onda de contaminação provocada pelo coronavírus interferirá no contato proximal entre os eleitores e candidatos, exigindo o emprego de recursos alternativos como as redes sociais. Os recursos digitais permitem armazenar informações acerca das candidaturas, associados à disseminação rápida e personalizada (BELÉM *et al.*, 2018).

Esta pesquisa científica parte da hipótese de que as redes sociais são úteis em uma campanha eleitoral, inclusive, no cenário de isolamento social em que a população encontra-se em *lockdown* em seus lares, tenda a internet como meio de comunicação alternativo e democrático. Sua problematização parte da questão: como as redes sociais podem ser empregadas nas eleições municipais 2020 no interior cearense?

Seu objetivo principal foi explorar a utilização das redes sociais nas eleições municipais. Seu alcance baseou-se em: I - avaliar o acesso dos cidadãos à internet e suas mídias digitais no processo eleitoral e II - analisar a influência dessas sobre o cenário político de municípios cearenses.

A realização desta pesquisa transcorreu de 1 de setembro a 15 de outubro de 2020. O procedimento metodológico empregado na sua realização foi o estudo de caso de natureza básica e caráter qualitativo, apoiado em revisões bibliográficas e documentais, observação direta da realidade e pesquisa de opinião online. Segundo Yin (2015) o estudo de caso explora e/ou descreve um fenômeno de forma empírica, investigativa e qualitativa.

Foi constituído pelos pesquisadores um banco de dados virtual contendo livros, artigos, resumos, dissertações e outros escritos, a partir do emprego de descritores relacionados ao tema da pesquisa, os quais foram inseridos em bases como o Portal de Periódicos da CAPES, Google Acadêmico, SciELO e ResearchGate. Foram definidos ainda critérios de inclusão e exclusão alinhados ao seu tema e periodicidade, assim como a análise de conteúdo como recurso para a escrita.

Os dados secundários utilizados remontam os últimos 15 anos, exceto, documentos e autores clássicos da literatura. Os dados primários foram coletados virtualmente com amostra controlada por conveniência, abrangendo 5 municípios localizados no Cariri cearense, respeitando-se o isolamento social, os princípios éticos e Direitos Humanos. Por não se tratar do estudo de seres humanos, esta pesquisa dispensa a autorização do Comitê de Ética e Pesquisa (CEP), respeitando a Resolução 644/2012 do Conselho Nacional de Saúde (CNS).

2. A TECNOLOGIA A SERVIÇO DA DEMOCRACIA

“Durante a pandemia, a corrida eleitoral migrou para os ambientes virtuais, o que pode representar uma desvantagem tanto para as candidatas (no uso das tecnologias para realizar as campanhas e se tornarem visíveis), quanto para eleitoras (para conhecerem as candidatas que podem melhor lhes representar)” (ONU MULHERES, 2020, p. 3).

2.1 A COVID-19 x Eleições Municipais

O novo coronavírus registrou seu primeiro caso no Brasil em 26 de fevereiro de 2020, após o surto em países asiáticos, onde o vírus surgiu. Foi registrado o caso de um homem que esteve na Itália, o qual se recuperou (PINHEIRO, 2020). A doença logo se tornou uma pandemia, coincidentemente, em um ano eleitoral para 5.570 cidades brasileiras.

As eleições representam o momento em que a população pode conhecer as propostas dos candidatos e exercer seu direito ao voto livre e secreto em um processo democrático, onde o futuro da sua cidade ou país dependerá das suas escolhas. “[...] A representação por mandato é uma situação em que as políticas adotadas pelos representantes seguem suas plataformas eleitorais e essas políticas são as melhores para os cidadãos sob as condições observadas pelos representantes” (MANIN, 2006).

A pandemia da COVID-19 paralisou diferentes atividades, inclusive, no Ceará, estabelecendo-se um retorno progressivo. Foi decretado *lockdown* nas cidades com crescente risco de contaminação, a partir de decretos baseados nas diretrizes da Organização Mundial da Saúde (OMS) e indicadores (CEARÁ, 2020). Isso impactou diretamente as campanhas eleitorais, onde os candidatos comumente viam eleitor cara a cara, além de realizar eventos.

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a fim de manter a realização das eleições, resolveu prorrogar o pleito eleitoral, mudando a data de 3 de outubro para 15 de novembro de 2020, estabelecendo regras de distanciamento e limitações quanto à campanha dos candidatos, de modo a evitar a contaminação dos mesmos com a COVID-19 e conseqüentemente da população (BRASIL, 2020).

As convenções partidárias para a formação das coligações e escolha dos candidatos ocorreram de forma online, a partir da transmissão de *lives* em redes sociais como o *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. Para Marques (2006) a internet é vista como uma espécie de revigorante da esfera pública política. Eventos tradicionais como carreatas, passeatas, comícios e correlatos, que envolvem público, foram restritos ou proibidos.

2.2 As redes sociais e seu papel político

As plataformas digitais de comunicação, popularmente conhecidas como redes sociais, são utilizadas no Brasil e demais países do mundo, através da internet, tendo surgido no Século XXI. Sua versatilidade, acesso livre e crescente número de seguidores têm impulsionado a sua existência. Para Souza (2011) a internet trouxe diferentes possibilidades de expressão e interação como o e-mail, blogs, sites, Messenger, Facebook e WhatsApp.

A aplicação das redes sociais, comumente, se destina ao entretenimento e lazer de diferentes públicos, inclusive, a juventude. Não há idade para acessar esses recursos comunicacionais, que se tornaram uma febre mundial, por possibilidade uma interação e atratividade nunca antes vistas, o que era mais comum de modo presencial. O consumo de informações sobre questões públicas, causas políticas e movimentos sociais, é frequente nas redes sociais (DAVID, 2009).

A internet tende a potencializar as discussões e a transmissão de informações, formando laços de forma autônoma (MARQUES, 2006). Suas redes sociais são acessadas por aplicativos livres, baixados gratuitamente em plataformas como a *Google Play*. São acessíveis, a partir de celulares, tablets, computadores, televisores *smart* e outros aparelhos eletrônicos em rede.

Segundo Howard et al. (2011) as redes sociais são fundamentais para o ativismo político na contemporaneidade. É comum acompanhar nas redes sociais transmissões ao vivo (*lives*), debates, listas de discussão, divulgações e outras situações produtivas. Por outro lado, atualmente, são disseminadas *fake news* (notícias falsas), que objetivam contrariar a verdade

dos fatos, sendo, portanto, uma “faca de dois gumes”. Discute-se sua regulamentação, estabelecendo limites.

Os candidatos visualizaram as redes sociais como ferramentas úteis na campanha 2020, por despertar segurança em saúde, evitando aglomerações comumente presentes nos pleitos anteriores e conseqüentemente a contaminação pelo novo coronavírus. Sebastião (2012) ratifica que a internet aprofunda a relação entre os atores políticos e a sociedade, ampliando sua participação política, a e-participação.

2.3 Campanhas virtuais no Sul do Ceará

As eleições 2020 no Ceará e demais estados brasileiros estabeleceram uma nova forma de fazer campanha política, construindo e lançando de forma virtual propostas de governo, e o pedido do voto ao eleitor. As redes sociais foram recursos importantes ao processo eleitoral, inclusive, nesse ano em que a COVID-19 parou o mundo. Para Castells (1999) a internet possibilita o elo entre várias pessoas em diferentes lugares, ampliando as redes de comunicação e sociabilidade.

Antes da campanha, todos os partidos se organizaram através das redes sociais para a realização das *lives* “ao vivo” referentes à convenção política, onde foram firmadas as coligações, lançadas suas diretrizes e os nomes dos candidatos a vereador e prefeito que concorreram aos cargos eletivos pelos próximos 4 anos. Pela ciberespaço é possível estabelecer discussões e a formação de opiniões (Marques, 2006).

Todas as cidades do Cariri cearense adotaram as convenções virtuais, amparadas pelas redes sociais, contando com a participação presencial, apenas, dos candidatos e assessores. Para Souza (2011) a internet é de livre expressão, sem censura nem barreira. É acessível e circula informações, que possibilitam o fortalecimento da democracia. No período oficial destinado à campanha, além das redes sociais, os candidatos utilizaram a tradicional propaganda gratuita no rádio e/ou TV, visando estarem mais próximos do eleitor.

Nas cidades de Penaforte, Jati, Brejo Santo, Jardim e Juazeiro do Norte, localizadas no Cariri cearense, os candidatos buscaram as redes sociais como meios de comunicação capazes de levar sua mensagem até o eleitor. Cada candidato procurou criar seu perfil virtual ou modificar o pessoal. Para Nicolás et al. (2011) oferecer canais de comunicação e interação acessíveis e econômicos, contribui para os sujeitos se relacionem em diferentes esferas sociais.

Diariamente, era possível visualizar *posts* (postagens) contendo fotos, nomes e números dos candidatos, uma espécie de santinho virtual, além de vídeos amadores e

profissionais, entrevistas e depoimentos de familiares e militantes. Nas *lives*, por exemplo, os candidatos divulgaram suas propostas e interagiram com os eleitores. É notável a realocação de espaços utilizados na política do passado como ruas e praças para os online (GUISORDI e BORIN, 2014).

O uso das redes sociais, apesar do seu potencial, alcance e segurança, não foi acatado integralmente por todos os candidatos. Segundo o Diário do Nordeste, no Ceará 18 municípios foram investigados por suspeita de aglomerações durante a campanha eleitoral, mesmo cientes dos riscos de contaminação pelo coronavírus (CASTRO e CAVALCANTE, 2020). Fotos de candidatos em eventos e ao lado de militantes eram comuns nas suas *fanpages*, que foram utilizadas – nesse caso – apenas de forma paralela, complementar.

O Ministério Público do Ceará (MPCE) entrevistou sobre abusos cometidos nos municípios, emitindo notificações e até mesmo aplicando multas, amparadas pela legislação eleitoral e, principalmente, pelo decreto estadual que determinou o isolamento social no período de campanha, o qual, infelizmente, foi desrespeitado por candidatos e eleitores ao contrariar as regras sanitárias (CASTRO e CAVALCANTE, 2020).

2.4 O uso das redes e resultado das eleições

As eleições municipais de 2020 foram marcadas pela utilização intensa das redes sociais nas cidades do Ceará e demais estados brasileiros, devido à pandemia da COVID-19, que ocasionou o isolamento social, dificultando assim a visita presencial dos candidatos aos eleitores, além da realização de eventos públicos em ruas, clubes e praça com a ocorrência de aglomerações.

Nas cinco cidades cearenses onde a pesquisa de opinião foi aplicada virtualmente, o processo eleitoral ocorreu, basicamente, através da internet associada a eventos restritos, porém, transmitidos online, a partir de redes sociais como o Facebook, Instagram e YouTube, de modo que os cidadãos pudessem acompanhar dos seu lares pelo aparelho celular, computador ou televisor. Segundo Castells (1999), a arquitetura de rede modelou uma estrutura de comunicação capaz de promover um amplo acesso público e a sociabilidade.

Para Mailini e Antuon (2013) as redes sociais evocam a esfera singular em uma ordem invertida, onde o veículo não cria o público, mas este é quem o faz. Nessa campanha eleitoral, os candidatos inseriam diariamente em suas páginas oficiais postagens com mensagens associadas a imagens, onde o eleitor era chamado a votar. O fator persuasivo nunca foi tão empregado quanto nesse ano eleitoral. A cada imagem, vídeo ou áudio postado, surgiam centenas de *likes* (curtidas), mensagens e compartilhamentos. Segundo

Nas cidades pesquisadas, a internet teve um maior alcance nas eleições que outros meios de comunicação, inclusive, de massa como a televisão, já que só uma delas possui emissoras, onde a propaganda eleitoral destina-se aos candidatos locais, não aos de grandes centros como a capital Fortaleza. Nas demais há apenas rádios locais e o uso das redes sociais. Para Jodelet (2001) a comunicação de massa denota o pensamento social, difundindo possibilidades e representações em seu seio.

Outro ponto discutível relacionado à adoção das redes sociais nas eleições 2020 é que possibilitaram aos candidatos e seus eleitores um acesso equilibrado à informação, já que são recursos livres e gratuitas, compatíveis com a maioria dos dispositivos de comunicação digital disponíveis no mercado e diferentes bandas/conexões de internet, inclusive, *hotspot* (pontos de acesso). De acordo com Brugnago e Chaia (2014, p. 119):

“A informação passou a ser posse de todos, todos podem a qualquer momento pesquisar e conhecer sobre tudo e sobre todos. A proliferação da informação transformou esta em mercadoria e, com o tempo, entendeu-se que as próprias pessoas passaram a ser informação e, conseqüentemente, se tornaram mercadorias” (BRUGNAGO e CHAIA, 2014, p. 119).

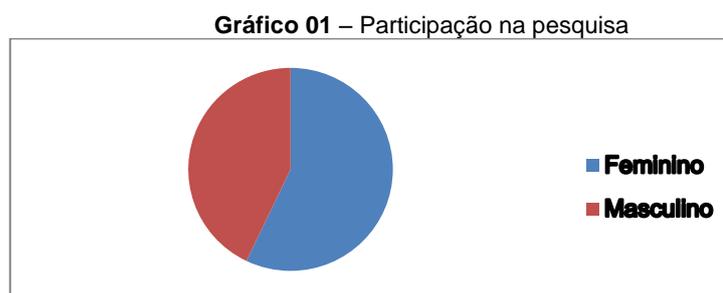
De acordo com Dias (2016) “se por um lado, a crise de confiança afeta a participação on-line, por outro não se pode deixar de reconhecer a grande influência da internet na política [...]”. O resultado das eleições 2020 trouxe à tona a ideia de que as redes sociais atingiram o objetivo de levar informações, propostas e o pedido do voto de confiança ao eleitorado, que acompanhou as suas postagens e transmissões. O processo ocorreu de forma segura com poucas exceções, referentes a denúncias de aglomerações.

Os candidatos a vereador e prefeito foram eleitos no 1º ou 2º turno empregando as redes sociais como principal recurso de campanha, inclusive, reduzindo os gastos financeiros com publicidade impressa, *outdoors* e outras estratégias de *marketing*. Essa experiência atípica, motivada pelo contexto pandêmico, revelou o potencial da internet e suas mídias, cabendo aperfeiçoá-las nos próximos pleitos, já que recusa a hierarquização entre representantes e representados, assim como a mídia tradicional, desvirtuando-se da realidade (MAILINI e ANTUON, 2013).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

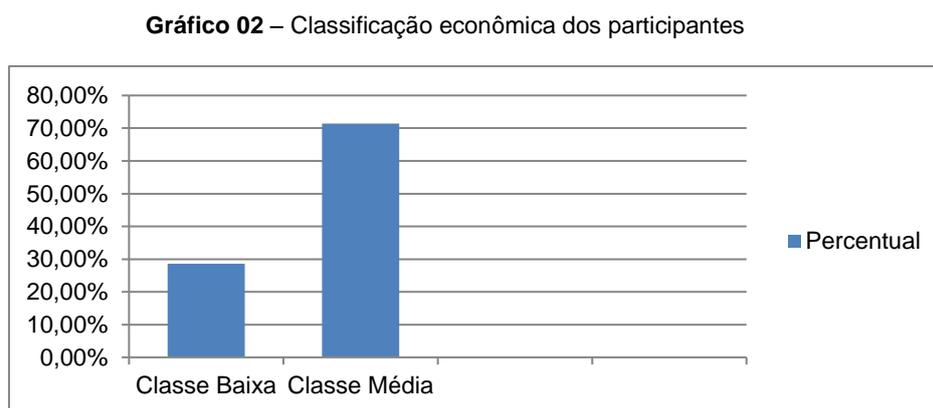
A partir da análise dos dados foi possível chegar aos resultados desta pesquisa e sua discussão à luz das Ciências Sociais. Participaram da pesquisa de opinião de forma voluntária 14 pessoas de cinco municípios localizados no interior cearense, localizados na região Sul e Leste do Cariri.

Todos os sujeitos concordaram em participar da pesquisa, a qual dispensou sua identificação, preservando a ética e os Direitos Humanos. 57,1% são do sexo feminino e 42,9% do masculino, demonstrando uma maior participação feminina no estudo em questão, de acordo com o Gráfico 1.



Fonte: autores (2020)

Desse total 71,4% dizem pertencer à classe média, enquanto 28,6% à classe baixa, conforme o Gráfico 02, o que denota uma melhoria da situação econômica da região em decorrência de fatores como uma maior oferta de empregos e distribuição de renda, proveniente de uma maior escolarização e políticas públicas de desenvolvimento socioeconômico.

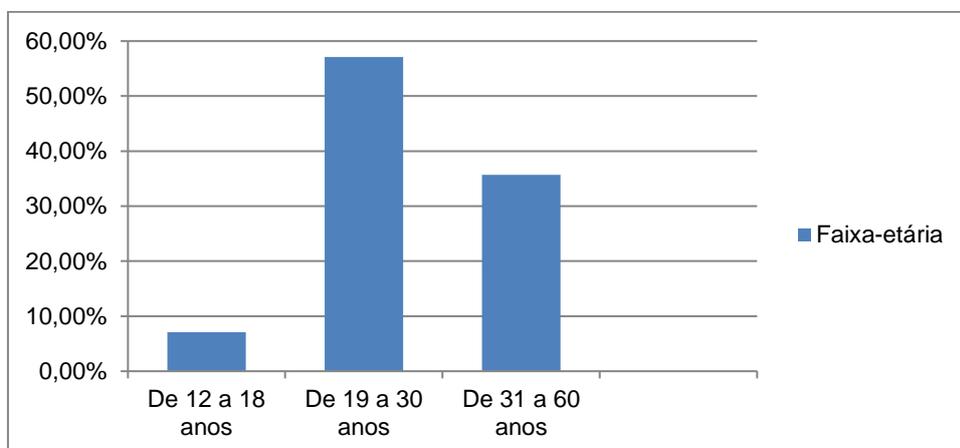


Fonte: autores (2020)

Entre os participantes, 57,1% estão na faixa etária de 19 a 30 anos de idade, 35,7% entre 31 e 60, e 7,1% de 12 a 18 anos, conforme representado no Gráfico 03. Isso remonta a uma maior taxa de desenvolvimento humano e expectativa de vida, associada a uma redução

progressiva das taxas de natalidade na região e em todo o Brasil, decorrente de políticas públicas de saúde e assistência, melhorando a qualidade de vida da população.

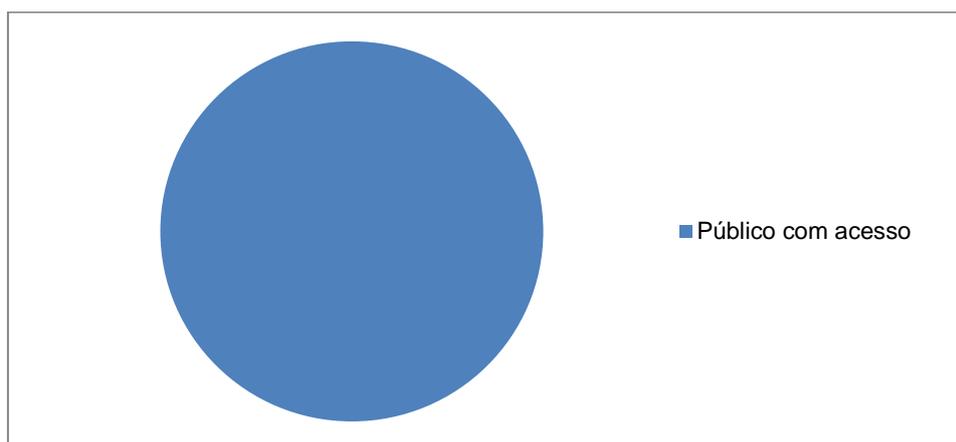
Gráfico 03 – Faixa etária dos participantes



Fonte: autores (2020)

Os participantes da pesquisa residem nos municípios de Penaforte, Jati, Brejo Santo, Jardim e Juazeiro do Norte, todos no interior cearense. De acordo com o Gráfico 04, 100% afirmam que tem acesso a tecnologias como o celular, computador e/ou *smart TV* conectados à internet, denotando uma maior inclusão digital, um fenômeno crescente a partir da Globalização.

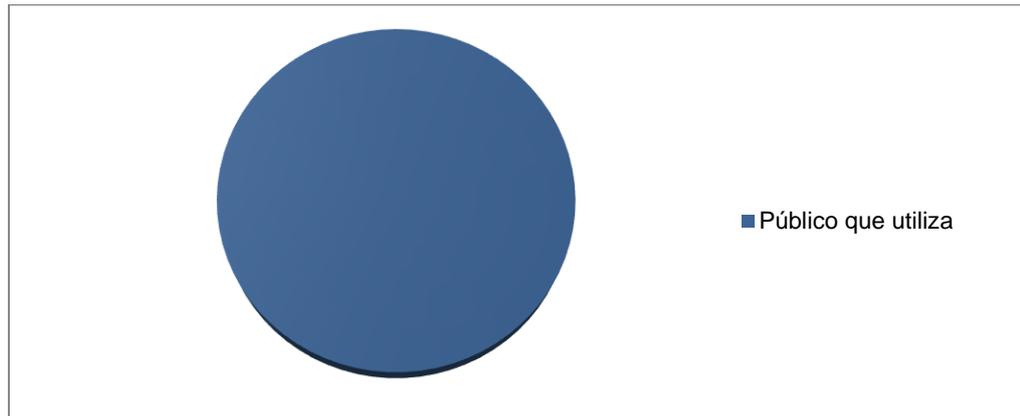
Gráfico 04 – Acesso às tecnologias conectadas à internet



Fonte: autores (2020)

Todos os sujeitos pesquisados (100%) dizem utilizar redes sociais como o *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *YouTube*, entre outras, conforme a leitura do Gráfico 05. Na atualidade é quase uma necessidade estar conectado ao mundo e as pessoas através das mídias digitais, canais alternativos que contribuem para uma comunicação ágil e interativa.

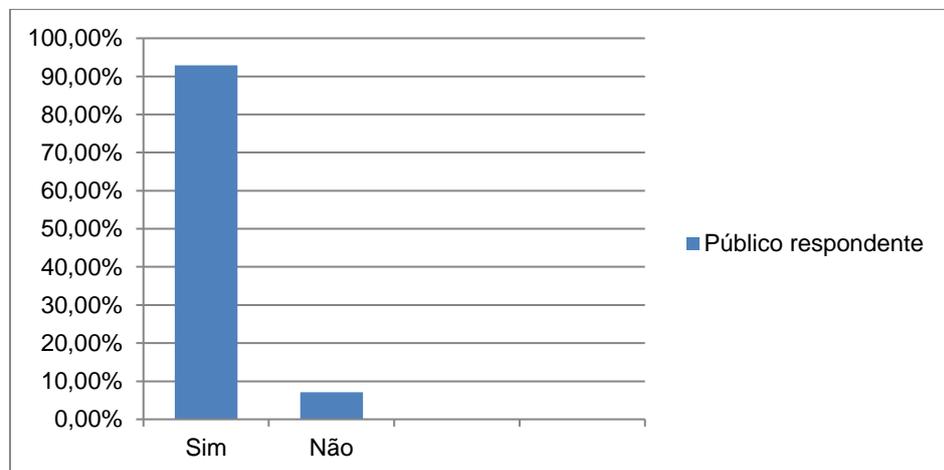
Gráfico 05 – Utilização de redes sociais no dia a dia



Fonte: autores (2020)

Entre o público da pesquisa 92,9% diz ser possível realizar uma campanha eleitoral de forma online, através das redes sociais na internet, enquanto 7,1% contrariam, afirmando não ser viável como demonstra o Gráfico 06. Um maior contingente de cidadãos vê nos meios alternativos a possibilidade de fazer política, levando à sociedade propostas visando o bem comum.

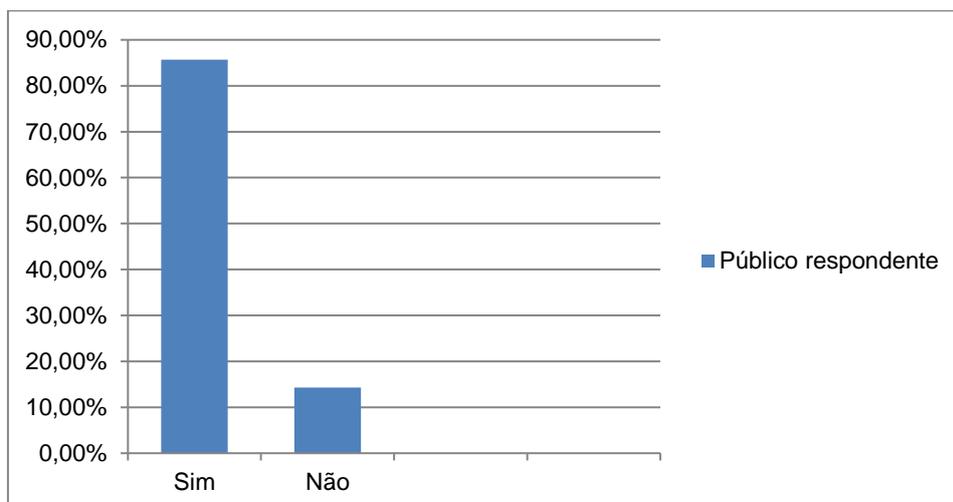
Gráfico 06 – Possibilidade de realizar a campanha online



Fonte: autores (2020)

Um percentual de 85,7% afirma que as redes sociais são capazes de influenciarem na decisão do eleitor quanto à escolha dos seus candidatos. Somente 14,3% diz o contrário como demonstra o Gráfico 07. Isso remete que esses instrumentos de comunicação virtual têm ganhado espaço na sociedade, inclusive, nas cidades do interior, sendo aliados da população na sua tomada de decisão, inclusive, político-partidária, a qual impacta diretamente à vida.

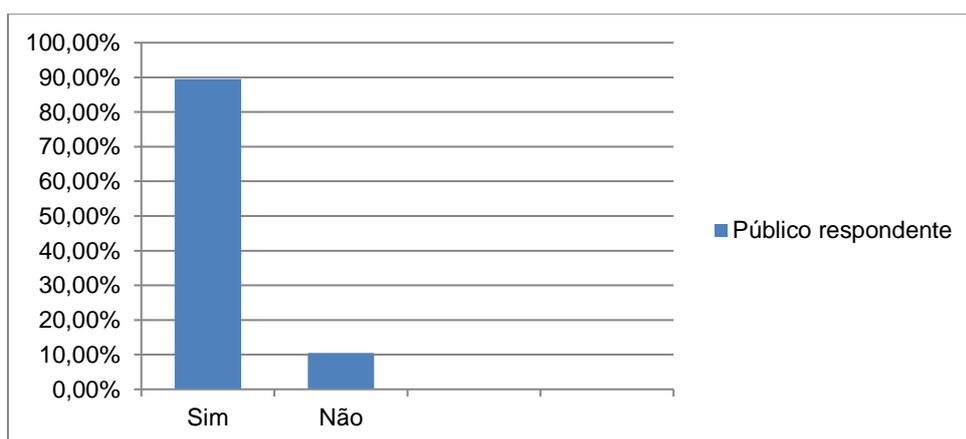
Gráfico 07 – Capacidade das redes influenciarem o eleitor



Fonte: autores (2020)

A pesquisa aponta ainda que 9,5% dos seus participantes acreditam que as redes sociais podem mudar a intenção de voto do eleitor, conforme o Gráfico 08, fazendo o mesmo repensar a sua escolha, inclusive, nos últimos dias de campanha, próximos à eleição. Já o restante do público (10,50%) acredita que as redes não têm o poder de reverter o voto do eleitor consciente, decidido, que já fez a escolha dos seus candidatos a vereador e prefeito.

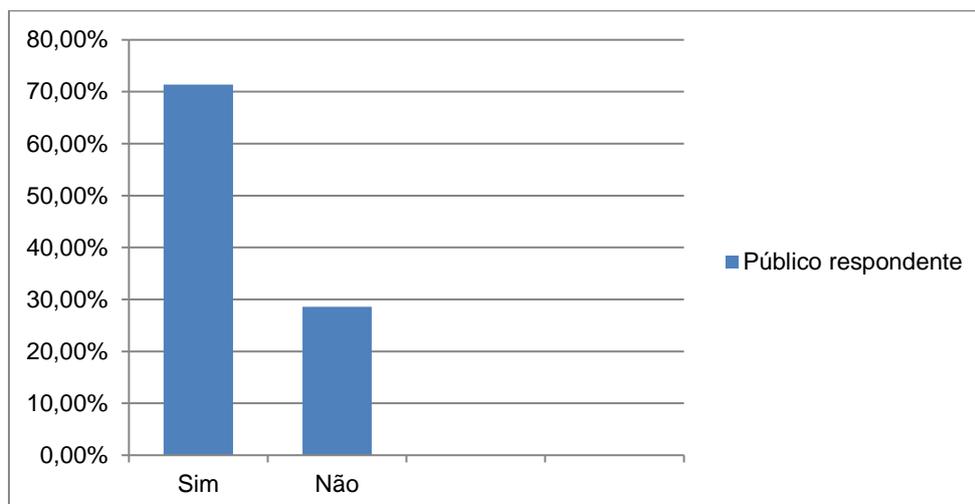
Gráfico 08 – Mudança da intenção de voto



Fonte: autores (2020)

Outro dado que chama atenção é o fato de 71,4% dos seus participantes afirmarem que o emprego das redes sociais por estabelecer a comunicação entre eleitores e candidatos tende a reduzir a compra de votos. Já 28,6% acreditam que não diminui esse ato criminoso, visto como corriqueiro em cidades do interior e periferias, interferindo sobre o exercício da cidadania.

Gráfico 09 – Tendência à redução de crimes eleitorais



Fonte: autores (2020)

4 CONCLUSÃO

Conclui-se, a partir deste estudo, que o emprego das redes sociais nas eleições é uma necessidade motivada pelo isolamento social devido à pandemia da COVID-19 no Brasil e no mundo. É vista como um meio de comunicação acessível e adequado ao momento atual, tendo sido utilizado no pleito eleitoral 2020 por todos os municípios pesquisados, tendo possibilitando a realização de campanhas virtuais, que influenciaram os eleitores quanto à escolha dos seus candidatos.

Este estudo demonstrou que recursos tecnológicos conectáveis a internet são acessíveis a 100% dos sujeitos pesquisados, assim como o seu acesso diário às redes sociais, seja pelo celular, computador ou outra TIC, o que tende a refletir sobre a população em geral. A literatura e os participantes da pesquisa concordam que as redes podem ser empregadas nas eleições e que influenciam na decisão do eleitor quanto à escolha dos seus candidatos.

As redes sociais são acessíveis aos sujeitos pesquisados, assim como aos candidatos dos municípios analisados na pesquisa, o que possibilitou a realização da campanha eleitoral 2020, mesmo em meio a uma pandemia, que por sua vez ocasionou uma mudança radical no estilo de vida dos sujeitos e conseqüentemente na forma de se fazer política. Os candidatos se reinventaram, utilizando os recursos oferecidos pela internet e suas mídias sociais, tendo uma boa aceitação dos eleitores, algo comprovado observando-se suas *fanpages*.

A pesquisa revelou que o emprego das redes sociais nas eleições municipais 2020 pode combater crimes eleitorais como a “compra de votos”, o que virtualmente é quase impossível, visto à geração de provas do candidato contra si, já que na internet toda atividade é registrada. Demonstrou-se ainda que as TICs estão presentes no interior cearense, possibilitando o acesso às mídias sociais. Para a continuidade desse estudo são sugeridos os seguintes temas: I. As redes sociais e sua influência sobre a escolha política dos sujeitos; e II. As redes sociais como ferramentas para o exercício da cidadania.

REFERÊNCIAS

BELÉM, V. C. F; FARIAS, C. C; AVELAR, R. A. **Redes sociais e eleições municipais: um estudo sobre a campanha no Facebook do candidato Assis Ramos em Imperatriz-MA.** Revista Comunicação & Informação. v. 21, n. 1, p. 126-141, Goiânia, jan./mai. 2018.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Plenário aprova resoluções com novas datas de eventos das Eleições Municipais de 2020.** Notícia. Site do TSE. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Agosto/plenario-aprova-resolucoes-com-novas-datas-de-eventos-das-eleicoes-municipais-de-2020>>. Acesso em: 30 nov. 2020.

BRUGNAGO, F; CHAIA, V. **A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook.** Revista Aurora, São Paulo, v.7, n. 21, p. 99-129, out./jan. 2015.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, A.; CAVALCANTE, I. **Candidatos de 18 municípios do CE estão na mira do Ministério Público por aglomeração.** Notícia. 2020. Diário do Nordeste. Política. Disponível em: < <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/politica/candidatos-de-18-municipios-do-ce-estao-na-mira-do-ministerio-publico-por-aglomeracao-1.3002683>>. Acesso em: 24 nov. 2020.

DAVID, C. C. Learning **political information from the news: A closer look at the role of motivation.** Journal of Communication, 59, p. 243-261, 2009. doi:10.1111/j.1460-2466.2009.01414.x

DIAS, D. L.; DOULA, S. M.; CARDOSO, P. O. **Participação política nas redes sociais: um estudo com jovens universitários.** Artigo Livre. p. 124-143. Revista Sociais & Humanas - vol. 30 / nº 1 – 2017. DOI: 10.5902/2317175824940.

FILHO, E. P. F; NASCIMENTO, M. F. do; SÁ, R. J. de. **Redes Sociais Digitais: uma Nova Configuração no Estilo de Vida.** Artigo. IX SEG e T. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. 2012.

FREEMAN, C.; SOETE, L. **A economia da inovação industrial.** Campinas. Editora Unicamp, 2008.

GUISORDI, P. C.; BORIN, M. do E. S.. **Ciberespaço e mobilização política: a campanha da ficha limpa.** Ponto-e-vírgula, nº16, pp. 237-252, 2014.

HOWARD, P. N.; DUFFY, A.; FREELON, D.; HUSSAIN, M.; MARI, W.; MAZAID, M. **Opening closed regimes**: What was the role of social media during the Arab Spring? Seattle: University of Washington, Project on Information Technology and Political Islam, 2011.

JODELET, D. **Representações sociais**: um domínio em expansão. In: D. Jodelet (org.) As Representações Sociais. Rio de Janeiro: Ed UERJ, pp, 17-44, 2001.

LANA, R. M; COELHO, F. C; GOMES, M. F. da C. *et al.* **Emergência do novo coronavírus (SARS-CoV-2) e o papel de uma vigilância nacional em saúde oportuna e efetiva**. Artigo. SciELO. Caderno Saúde Pública 36. 13 mar. 2020.

MALINI, F.; ANTOUN, H.. **O devir mundo do ocupar**. In: A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais/ Fábio Malini e Henrique Antoun. – Porto Alegre: Sulina, 2013. 278 p.

MANIN, B; PRZEWORSKI, A; STOKES, S. C. **Eleições e Representação***. Artigo/Capítulo I do livro de Adam Przeworski, Susan C. Stokes e Bernard Manin (eds). 1999. Lua Nova, São Paulo, 67: 263-269, 2006.

NICOLÁS, M. A; BECHER, A; BRAGA, S. **Elites políticas e NTICs**: uma análise do uso da internet pelos candidatos aos governos estaduais e ao senado nas eleições brasileiras de outubro de 2010. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/35_encontro_gt/GT01/Nicolas_becher_braga.pdf> Acesso em: 02 dez de 2020.

ONU MULHERES. Organização das Nações Unidas (ONU). **Incorporando mulheres e meninas na resposta à pandemia de COVID-19**. Igualdade e COVID-19. 7 p. Informe v3 30.10.2020. Brasil, 2020.

PINHEIRO, C. **Grande estudo mostra como o coronavírus chegou e se espalhou pelo Brasil**. Trabalho é o maior já feito sobre a dispersão do Sars-CoV-2 em solo nacional. Reportagem. Veja Saúde. Disponível em: <<https://saude.abril.com.br/medicina/grande-estudo-mostra-como-o-coronavirus-chegou-e-se-espalhou-pelo-brasil/>> Acesso em: 05 dez. 2020.

SEBASTIÃO, S. P.; ELIAS, A. C. **O ativismo like**: as redes sociais e a mobilização de causas. Soc. e Cult., Goiânia, vol. 15, nº. 1, pp, 61-70, jan./jun, 2012. Disponível em <<https://www.revistas.ufg.br/fchf/article/view/20673/12324>> Acesso em 10 dez. 2020.

SOUSA, C. A. M. **Novas linguagens e sociabilidades**: como uma juventude vê novas tecnologias. Interações, Brasília, vol. 7,n. 17,pp,170-188, 2011. Disponível em: <<http://revistas.rcaap.pt/interaccoes/article/view/452>>. Acesso em 23 nov. 2020.

TEIXEIRA, M. M. **Da comunicação humana a comunicação em rede**: uma pluralidade de convergências. Artigo. p. 1-30. Revista Temática. ano VIII, n. 02. fev, 2012.

YIN, R. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução de Daniel Grassi. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.