



Mídias Sociais e Eleições: Primeiros Impactos do Uso das Plataformas Digitais nas Eleições Lagartense¹

ALMEIDA, Francielle Wilze Prata²

XAVIER, Jair dos Santos³

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, UFS

Resumo

O uso das mídias nas eleições ou no fazer político (comunicação política), não é nada novo ou espontâneo, a mídia oferece suporte para transmitir informações em geral, estabelecendo assim a divulgação de mensagens e comunicação; coexistindo em várias formas de difusão vinculadas hegemonicamente ou não. - O objetivo desse artigo é sondar a utilização, impactos e engajamentos das mídias sociais (plataformas digitais) e ativismo digital, nas eleições para prefeito da cidade de Lagarto/SE no ano de 2020; para tanto a metodologia utilizada foi baseada no aporte teórico sobre o tema, além do recolhimento de dados online e entrevista dos envolvidos. Com isso, os resultados apontam que os usos das mídias sociais trazem um cenário diverso e montado com todos os recursos que tais ferramentas apresentam; demonstrando uma configuração personalizada do candidato e também do eleitor, visto no engajamento digital e correlacionado com todas as formas de se “fazer política” em período eleitoral.

Palavras-chave: Mídias sociais; Ativismo digital; Eleições Municipais;

Introdução

O artigo aqui apresentado surge das inquietações advindas de leituras envolvendo o tema da política a partir das dinâmicas das eleições enquanto manifestação das disputas de poder, além das contribuições propostas para a compreensão do fenômeno político do ativismo digital (KARPF, 2018) e suas várias implicações.

Além do fato, desse artigo está sendo produzido durante o tempo presente do tido “tempo da política”, no qual ocorrem as campanhas eleitorais, aumentando enormemente a incidência de representações do fenômeno. Ou seja, é importante salientar que as hipóteses e apontamentos aqui colocados, foram produzidos e apresentados quase que simultaneamente ao próprio surgimento de alguns dados, o que deve ser levado em consideração, visto as quase que infinitas possibilidades de

¹ Trabalho apresentado no GT 02 – Dinâmicas de poder e práticas políticas do III Seminário Nacional de Sociologia, realizado de forma remota de 08 a 16 de outubro de 2020.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFS, e-mail: francielle_wilze@hotmail.com.

³ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFS, e-mail: xaviersociologia@outlook.com.



análises e interpretações, que datadas da temporalidade síncrona ao fato, podem e devem ser revistas e acompanhadas posteriormente em outras produções.

A “digitalização da política”, dinâmicas velhas e novas disputas

Compreender algumas perspectivas da pesquisa etnográfica a luz do universo político digital suas transformações e impactos tanto no próprio campo da política, como também nas formas de compreender etnograficamente tais fenômenos. Leva o pesquisador a assumir uma postura atenta aos dados obtidos e a própria relação de proximidade com a constância dos dados virtuais. É muito comum a visão errônea de que o mundo digital se trata de um mundo paralelo ao mundo real ou offline e que tais universos interagem exclusivamente a partir dos dispositivos e plataformas tecnológicas. Outro fatídico erro nesse sentido é a visão muito comum, nas análises políticas, de que essa nova era não tenha sido de fato afetada por tais relações e que elas, não sejam nada mais nada menos, do que reflexos de uma política antiga, agora atualizada. Ambas as visões são insustentáveis, visto que para compreender o cosmos gigantesco da política, a luz do mundo digital é fundamental garantir uma visão tão reflexiva e ampliada da realidade quanto o próprio empírico sugere.

O que se compreende desse modo é que tal conjunto de fatores virtuais tem sim influências no mundo da política, mas sem necessariamente comprometer a estrutura das relações, ou seja, a política não é outra após a digital, ao mesmo tempo que ela não é mais a mesma, existe um meio termo, uma relação de interdependência. Com a internet o mundo da política, passa a agregar um conjunto de recursos inovadores, processo alavancado pela globalização do acesso tecnológico (mesmo com as ressalvas de desigualdades sociais), além dos avanços tecnológicos dos dispositivos, softwares de da própria rede mundial de computadores. Os impactos desse universo tecnologicamente compartilhado chegam as grandes massas, tornando possível conectar-se com o outro e compartilhar linguagem, vivências e ideias, em tempo real, de modo que é evidente que em algum momento esse processo de transformação chegasse ao mundo político

Tal dimensão online deve ser compreendida e refletida em sua complexidade quando observada a partir de um olhar etnográfico, principalmente pelo fato de considerar os limites de cada plataforma, rede, ferramenta e linguagem que estão inseridos nessa dimensão. Porém, tal conjunto de aspectos necessários a atenção do



pesquisador etnográfico, exige que o mesmo ao observar um fenômeno político, deve estar atrelado a compreensão de que boa parte das categorias possíveis em sua observação possui também seus paralelos no contexto offline. Quanto a dimensão política tratada enquanto digital, deve sempre ser ressaltada de que não se trata de capaz de se sobrepor ao “mundo real”, mas sim uma cosmovisão de um mundo que agora ganha outra camada de relações e fenômenos sociais, o virtual.

Desse modo os dados veiculados nas redes, desde fotos, vídeos, textos e disparos de mensagens acabam sendo algumas das estratégias de mobilização no universo da política, fazendo assim, com que tais repertórios possam impactar diretamente na tomada de decisão tanto daqueles que detêm poder direto sobre as instituições, como também da própria sociedade civil em se posicionar ideologicamente. Observando as dinâmicas políticas atuais fica cada vez mais evidente o potencial desse tipo de ativismo frente ao funcionamento “tradicional” da política. A partir do momento que um determinado grupo político consegue de modo mais amplo direcionar uma cultura de dados, em torno de objetivos específicos próprios, assim o modo como são tomadas as decisões e a forma como são articulados os repertórios de mobilização são significativamente modificados.

Todos esses novos adventos demonstrados no mundo virtual, são acompanhados pela sociedade, desse modo, a esfera política também acompanhou tais mudanças, da mesma forma que foi feito e implementado o uso da mídia tradicional, para difusão de ideias e informações. A esfera política enxergou nas mídias sociais (“mídias alternativas”) como mais um campo a ser apropriado, tornando importante vetor para o engajamento, tanto dos políticos quanto dos seus “seguidores”, eleitores, participantes, integrantes, dentre outros. A força do uso das “mídias alternativas” tem sido demonstrada desde as eleições do Barack Obama nos Estados Unidos (Eleito em 2008 e empossado em 2009), que usou a rede social virtual FACEBOOK, para absorver e observar as preferências dos americanos, personalizando a sua campanha ao eleitorado. É possível apontar que esse foi um dos primeiros experimentos do uso das mídias sociais para as eleições. Esta ferramenta não vem sendo usada apenas nas eleições democráticas ocorridas mundo a fora, o uso desta tem sido também direcionado em ações coletivas e protestos públicos e massivos

Após estes primeiros usos coletivos, as mídias sociais tomam maiores dimensões e maiores acessos, crescendo concomitantemente. Seu uso é feito



cotidianamente, ou seja, torna-se comum a vida dos que tem acesso. Nas eleições do Donald Trump (2012) para presidente dos Estados Unidos, o uso dessa ferramenta toma frentes decisivas, tendo em vista a característica que o Trump e sua equipe emprega, ou seja, os usos das “mídias alternativas” tornam-se ponto central na campanha eleitoral americana. O que acontece em outros países também, a campanha do Jair Bolsonaro (2018) no Brasil desdobra-se no exemplo americano, principalmente com o centralismo na personalização das causas/ pautas, logo a busca da aproximação da política com o eleitorado.

Ao mesmo que essas questões são evidenciadas no uso das “mídias alternativas”, pontos contra são levantados, as edições e manipulações que podem ser feitas, a falta de acesso, o personalismo exacerbado, dado as irregularidades e proporções desiguais que o mundo virtual oferece, dentre outros (SILVA; SALES; LUFT; 2013). Outro ponto a ser elencado é que o uso dessa ferramenta interfere nas campanhas eleitorais, inclusive nas leis eleitorais, que precisam equiparar-se ao uso desenfreado dos candidatos das mídias. No Brasil, esse contexto apareceu principalmente nas últimas eleições presidenciais, mas teve como ponto de partida o uso direcionado a ações coletivas das “mídias alternativas”, as jornadas de junho de 2013.

A popularização destes meios no mundo contribuiu para essa ocorrência, o uso em campanhas eleitorais, sejam em campanhas maiores ou menores, como campanhas municipais e/ou nacionais, na pesquisa realizada numa cidade do interior brasileiro em 2012, os cientistas levantaram dados para compreender o uso dos instrumentos de comunicação política na campanha eleitoral municipal, com o propósito de identificação dos reais espaços da internet nas eleições. Após a análise dos dados nas redes sociais pesquisadas e comparadas (ORKUT, TWITTER, FACEBOOK), comparando as formas de uso de cada candidato, a pesquisa concluiu no ano de 2012, “a internet está longe de ser uma ágora pública digital” (SILVA, SALES, LUFT, 2013, p.136), ou seja, no âmbito das eleições municipais deste ano a internet não tornou-se recurso decisivo (SILVA, SALES, LUFT, 2013).

Outro ponto importante, mostrado nos estudos comparativos em 18 países, a comunicação utilizada com o recurso das redes sociais (evidenciando o FACEBOOK) durante as campanhas eleitorais, demonstram o aumento do uso efetivo das redes, atualizações e como este uso carrega uma personalização e envolvimento da comunicação política, ao mesmo que o recurso das redes sociais também é



impulsionado com o uso de outros recursos de comunicação, já usados na política (CECCOBELI; 2018).

Outrossim, ao observar e analisar o uso das mídias sociais por 53 candidatos nas eleições regionais da Itália em 2010, Mascheroni e Matton (2013), explanam os diversos pontos abordados por este uso em eleições regionais, seja a apropriação, negociação, resistência e o uso dos candidatos e seus desdobramentos. As características do ativismo digital apontadas por Karpf (2018), se sobressaem a partir dos recursos que tais ferramentas apresentam, seja na velocidade, no poder de mobilização de curto prazo, ou na hibridização com outros meios midiáticos (TRERÉ, 2018)

Há inúmeras questões podem ser levantadas com uso das mídias sociais, desde a sua verdadeira força aos impactos causados. As possibilidades de veracidade, questionamentos, visibilidade, velocidade e relevância eleitoral, o fato é que atualmente não se vê campanhas exclusivamente off-line, talvez porque este seja um ponto principal ofertado, e a lógica de hibridismo desses universos seja muito mais coerente dentro das disputas de poder.

Saramandaia e Bole-Bole, a política em Lagarto – SE

Para tanto, faz-se necessário compreender o contexto político da cidade estudada, Lagarto é considerada a maior cidade do interior do Estado de Sergipe, e é conhecida por sua cultura, sua população e também por suas tradições políticas, a esse último ponto destaca-se no bipartidarismo expresso em grupos familiares tradicionais locais que se enfrentam politicamente em âmbito local e nacional.

Trata-se dos agrupamentos Saramandaia e Bole-Bole. Esses dois grupos são representados por famílias tradicionais que se destacam politicamente, socialmente economicamente, com um histórico relacional extenso. A título de curiosidade a nomeação dos grupos estão ligadas ao imaginário local fazendo referência a novela Saramandaia, exibida na rede globo na década de 1970, foi dessa trama televisiva que surgiram os nomes das duas correntes políticas, na trama Lagartense diferenciar mocinhos e vilões é quase impossível, ambos exercem papéis nos dois campos e sustentam em comum o ódio e a rivalidade entre os agrupamentos, estabelecendo a polarização política, simbolicamente exercidas por seus líderes, componentes familiares e seguidores dos grupos.



Os Bole Bole, em sua composição tem origem na família Ribeiro, com a sua liderança centrada no senhor Rosendo Ribeiro Filho, popularmente conhecido por “Ribeirinho”, que exerceu cargos de vereador e prefeito da cidade, além de ter sido por algumas vezes deputado estadual por Sergipe, é importante a ressalva que com o adoecimento e morte de Ribeirinho, a representação individual do grupo passa a ser do seu neto, herdeiro de sangue da família e da carreira política Gustinho Ribeiro, que exerce posicionamento político e cargos políticos dentro da linhagem fiel dos Bole Bole, sendo vereador pela cidade e logo depois assumindo cargos de deputado estadual e atualmente deputado federal, o grupo nas eleições de 2020 está enfrentando o pleito eleitoral com a representação de Hilda Ribeiro, esposa do Gustinho.

Os Saramandaias, tem seus integrantes principais a família Reis, com a liderança do grupo ligada ao senhor Arthur de Oliveira Reis, conhecido popularmente como “Gavião”, foi prefeito da cidade e deputado estadual, hoje devido à idade avançada e problemas de saúde, o seu posto de liderança foi passado ao seu filho Jerônimo Reis, que também foi prefeito da cidade e deputado federal, Jerônimo atualmente sem mandato, agora ver em seu filho e neto o deputado federal Fábio Reis a continuação da liderança familiar, então candidato a prefeito nas eleições de 2020. Sobre os grupos Modesto, evidencia:

“Denominações circunscritas aos dois grupos locais, inspirados nas novelas O Bem Amado e Saramandaia, de autoria do dramaturgo Dias Gomes exibidas pela Rede Globo de Televisão em meados da década de 70. Tais denominações simbólicas, já que não consta registro legal, têm validade no imaginário coletivo para substituir as siglas partidárias que ora possam ser integrados. Mas, no entanto, esse hábito de dar nomes a grupos políticos, não é uma característica apenas do município de Lagarto, em outros municípios sergipanos, tal peculiaridade também se evidencia [...]. De qualquer maneira, é em Lagarto que a denominação simbólica é muito forte e Bole Bole e Saramandaia são símbolos de identificação, tão forte quanto o partido, muitos moradores, inclusive, não sabem qual o partido do seu líder político, identificando, apenas, por essa denominação simbólica. Por outro lado, ao passo que são tomados pela população como ícones de identificação fica mais fácil para os detentores do mando dessas agremiações se perpetuarem na representação política, pois torna-se muito mais difícil um elemento externo tirar-lhe no voto essa representação, já que esse elemento não está inteiramente identificado com o Bole Bole ou Saramandaia. Talvez, aí se justifique a polarização política local.” (MODESTO, 2008, p.46).

Para tanto o objetivo deste artigo, além de enfatizar o papel das mídias sociais digitais é demonstrar o desenrolar da política Lagartense e como mesmo com novos



recursos e estratégias de campanha eleitoral são incorporados. O contexto político não apresenta desdobramentos longe desta realidade estabelecida de polarização política local.

No pleito eleitoral do ano de 2020, foi apresentado cinco candidaturas a prefeitura, o que aparentemente julga ser uma fuga a polarização, os principais candidatos estão vinculados aos grupos Saramandaia e Bole Bole. Os candidatos são:

- Fábio Reis (MDB – Saramandaia),
- Hilda Ribeiro (SOLIDARIEDADE – Bole Bole),
- Ibrain Monteiro (PSC),
- Jorge Prata (PODEMOS)
- Nininho da Bolo Bom (CIDADANIA).

Na configuração política atual, essas candidaturas surgem inicialmente com o Fábio Reis assumindo a candidatura do irmão Sérgio Reis que foi impedido judicialmente de ser candidato, mesmo tendo sido anunciado como candidato na convenção oficial do partido. A candidata Hilda Ribeiro, surge no contexto de reeleição, pois ocupava o cargo de vice-prefeita e assumiu a prefeitura da cidade interinamente em março de 2019, por conta da cassação do prefeito Valmir Monteiro e em dezembro de 2019 é empossada em definitivo até dezembro do ano de 2020.⁴

As candidaturas que fogem ao contexto tradicional familiares surgem nas pessoas de Ibrain Monteiro filho do ex-prefeito Valmir Monteiro, anteriormente um representante do grupo Bole Bole, mas que agora surge como oposição por sustentar a narrativa de traição pela atual prefeita, já o Jorge Prata se dispõe como candidato com a defesa de um projeto de renovação e contra a corrupção, e o candidato Nininho da Bolo Bom, surge com um histórico de envolvimento empresarial na cidade, e que no ano de 2020 se dispõe ao pleito, defendendo a pauta de renovação política, com críticas incisivas a perpetuação dos grupos Saramandaia e Bole Bole no poder e contra corrupção.

Vale ressaltar que até aqui todos os dados apresentados dialogam, tanto aspectos históricos do próprio município, como também o processo de observação

⁴ Hilda Ribeiro é empossada em definitivo como prefeita de Lagarto. G1 Sergipe, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2019/12/05/hilda-ribeiro-e-empossada-em-definitivo-como-prefeita-de-lagarto.ghtml>, Acesso em 14 de novembro de 2020.



por parte dos pesquisadores, em acompanhar as movimentações, notícias e informações sobre o cotidiano da política durante o período supracitado.

Online e tradicional: O uso dos recursos e repertórios políticos

Apresentado o contexto eleitoral, o intuito do artigo é a compreensão do impacto do uso das plataformas digitais, para tanto, foi observado suas interações e usos da plataforma Instagram, que foi o aplicativo mais utilizado durante as campanhas eleitorais municipais, e por conta disso, escolhido aqui como recorte. Todos os cinco candidatos apresentaram perfis nesta plataforma e os direcionaram para suas campanhas, utilizando como um recurso importante, ao mesmo faz-se necessária a ressalva de que o uso deste recurso não anulou ferramentas de campanhas, tidas como tradicionais, como passeatas, carreatas, adesivos, camisas, pesquisas boca de urna, dentre outros, o que demonstra um hibridismo (TRERÉ, 2018) entre o espaço físico e o espaço virtual.

O fato é que tendo em vista que a campanha aconteceu em meio a uma pandemia, onde aglomerações deveriam ser evitadas, mesmo ocorrendo e sendo necessário o acionamento da justiça para proibições de carreatas, por exemplo, levando aos espaços virtuais a assumir dimensão expressiva para divulgação e debate das campanhas. Os perfis dos candidatos se mostraram durante a campanha alimentados constantemente o que manteve uma interação entre os eleitores, indecisos e oposição, expressos em comentários, replicação de postagens, vídeos, fotos e os memes. O direcionamento dos cinco perfis para a campanha, deixa claro que o uso do recurso virtual, é mais uma via importante de campanha.

Outro fator que deve ser elencado, foi o uso de blogueiros e influenciadores digitais durante toda a campanha, estes tinham o papel de replicarem as postagens oficiais dos candidatos e também de se posicionarem publicamente sobre o seu voto e a quem os mesmos apoiaram, alguns inclusive saíram enquanto candidatos, mas não conseguiram ter êxito em suas campanhas individuais, o que demonstra que a influência virtual não está ligada a quantidade expressiva de seguidores. Esse ativismo digital, não pode ser visto como espontâneo, como também o uso da plataforma, pois muitos dos envolvidos nas campanhas receberam pagamentos, para a replicação das postagens e pelo engajamento.



Os dados coletados dos perfis, foram a quantidade de seguidores e postagens, foi também observado a interação nos comentários e a forma que as ferramentas que esse recurso apresenta foram utilizadas, como vídeos e fotos adequadas ao formato da plataforma, demonstrando um trabalho de adaptação a mídia e retirando as vantagens e também conhecendo as desvantagens, afinal um dos diferenciais do recurso digital é a velocidade e publicização dos fatos, para o bem e para o mal, como no caso do uso das Fake News e de comportamentos dos próprios candidatos tidos como desaprovados.

Dentre os candidatos o Fábio Reis foi o que apresentou o maior número de seguidores e publicações com 31,4 mil e 2,659 publicações, já a Hilda Ribeiro fica em segundo com 23,4 mil seguidores e 428 publicações, seguida de Ibraim Monteiro 16,1 mil seguidores e 891 publicações, na quarta colocação está Nininho da Bolo Bom com 8,380 seguidores e 519 publicações e em quinto está Jorge Prata com 1,732 e 101 publicações, é importante evidenciar que os perfis já eram utilizados anteriormente a campanha, porém durante a mesma é que foram direcionadas a divulgação, engajamento e visibilidade.

O destaque no uso do recurso digital cabe a adaptação no uso de vídeos, fotos, paródias, danças e memes, formatos oferecidos pela plataforma para as publicações, o impacto foi mensurado, nas replicações, comentários, resultando engajamento diferentes a cada candidato, os candidatos também se mostraram dispostos a interação e adaptação a plataforma, usando de divulgação dos seus ideais, causas e posturas. As junções dos diferentes recursos nas campanhas eleitorais demonstraram uma hibridização (TRERÉ, 2018) no uso entre as novas e tradicionais ferramentas, é importante a ressalva que o uso do espaço virtual nas campanhas eleitorais vem sendo regulamentado pela justiça eleitoral e práticas como a disseminação de informações falsas, têm sido duramente punidas.

Nas figuras abaixo podemos observar os dados supracitados⁵ e demonstram também as formas que foram utilizadas os recursos da plataforma, a padronização das cores usadas, o uso de imagens também padronizadas, juntamente com legendas, o uso da biografia do perfil para expor seus posicionamentos mais significativos, cargos que ocuparam e que ocupam, demonstrando relevância pessoal, o uso dos destaques para apresentar as propostas e as obras que já realizaram, além

⁵ Imagens de campanha, eleições de 2020 na cidade de Lagarto/ SE (Fonte: Arquivo dos autores, 2020)



dos números de seguidores e publicações que não necessariamente apontam um vencedor, mas demonstram como cada candidato lidou com as interações e também demonstrando o tamanho do engajamento virtual.

Na figura 01 é possível observar o uso dos dois candidatos Nininho da Bolo Bom e Jorge Prata, eles fizeram uso significativo da plataforma Instagram, porém é perceptível que o desempenho no recurso digital foi menor que os outros candidatos, é importante a ressalva que esses dois candidatos também se encontram como vias distantes da política tradicional lagartense, inclusive fugindo dos dois grupos tradicionais.



Figura 01 – Recurso virtual com pouco desempenho

Já a figura 02 apresenta os três candidatos que mais se destacaram durante a campanha e as formas que estes usaram os seus perfis, é possível perceber, o grande número de seguidores e publicações, juntamente com uma padronização das páginas, utilizando as cores dos seus partidos, usando todos os recursos apresentados pela ferramenta Instagram, como vídeos e imagens e adequando formatos da campanha tradicional e levando para o meio virtual, como já falado as cores, os números dos partidos, dentre outros.

É importante evidenciar também que o envolvimento desses três candidatos, estão relacionados às famílias tradicionais Saramandaia e Bole Bole, Fábio Reis e



Hilda Ribeiro, respectivamente e o Ibrain Monteiro surge como filho do ex-prefeito Valmir Monteiro, ou seja, o uso das ferramentas digitais surge como mais um espaço a ser apropriado pelos candidatos e não necessariamente seja uma revolução no meio político. Além de ser mesclado o tempo todo com outros tipos de mídias, como o rádio, por exemplo, e outras formas de campanha.

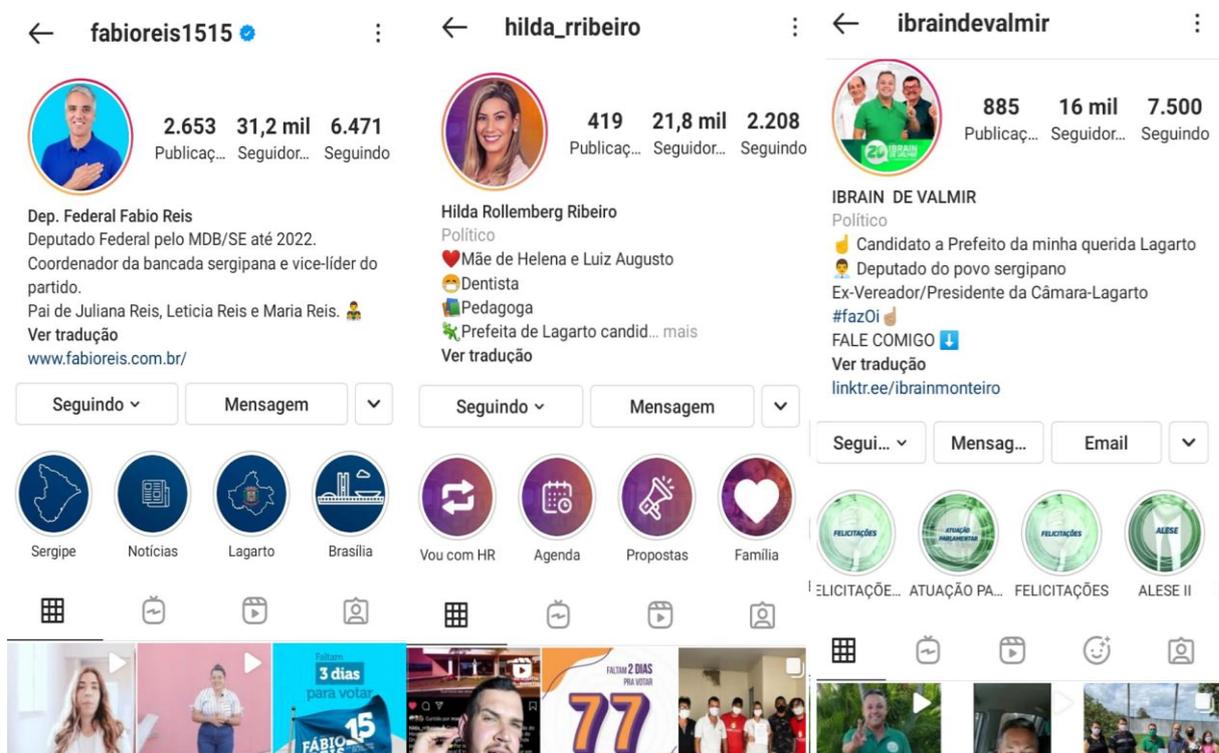


Figura 02 – Recurso virtual com grande desempenho

Para tanto como apresentado na figura abaixo (figura 3), os usos dos recursos tradicionais continuam a acontecer, simultaneamente ao uso dos recursos digitais, tais como o uso de bandeiras no centro da cidade, a distribuição durante a campanha e derrame de santinhos eleitorais, no dia do pleito em frente a colégios eleitorais (prática ilegal). Outros usos tradicionais também são, adesivos, camisas, carreatas, caminhadas, uso de divulgação em rádio, pesquisas encomendadas e divulgação das mesmas, dentre outros.



Figura 03 – Recursos tradicionais

Considerações Finais

Com isso, os resultados apontam que os usos das mídias sociais trazem um cenário diverso e montado com todos os recursos que tais ferramentas apresentam, um novo espaço ocupado e sendo visto como oportunidade de divulgação e engajamento; demonstrando uma configuração personalizada do candidato e também do eleitor, visto no engajamento digital e correlacionado com todas as formas de se “fazer política” em período eleitoral.

Um ponto em comum, importante a ser levantado é a adesão dos candidatos, construindo páginas, tornando-se usuários das redes e adaptando as formas das “campanhas tradicionais” a “campanhas virtuais”, não sendo a única via, mas mantendo a presença dos principais candidatos, ou seja, garantindo ao menos a exposição também neste campo. Ao caso estudado, fica visível a aceitação desse novo espaço, aproveitamento e adaptação, às campanhas encaminharam-se simultaneamente ao uso dos recursos tradicionais e os resultados do pleito eleitoral, acompanharam também os candidatos que mais investiram e se destacaram nos dois espaços, tanto no virtual, quanto no tradicional, levando em consideração também o seu peso político na cidade.

Tratando o resultado do pleito⁶, a candidata à reeleição Hilda Ribeiro, foi eleita com 28,041 mil votos, com 48,80%, tornando-se a primeira mulher eleita diretamente

⁶ Informações retiradas do aplicativo Resultados eleições 2020 – tribunal superior eleitoral versão 5.0.1



da cidade de Lagarto, visto que a mesma assumiu a prefeitura, após a cassação do prefeito anterior, seguida do Fábio Reis que obteve 22,963 mil votos, com 39,96%, em terceiro ficou Ibrain Monteiro com 4,630 mil votos, com 8,06 %, em quarto Nininho da Bolo Bom com 1660 mil votos, com 2,89% e em quinto lugar Jorge Prata com 164 votos, com 0,29%. é possível fazer a correlação do engajamento das plataformas digitais com o resultado, não necessariamente numericamente, mas no aproveitamento dos recursos.

Um ponto importante a se ressaltar é a fuga da polarização na cidade não foi expresso nessas eleições, mesmo apresentando um contexto adverso, os grupos tradicionais Saramandaia e Bole Bole, continuaram apontando nas primeiras posições e assumindo o poder, como diria o poeta Lagartense Alessandro Silva⁷.

“Agora o rio ribeirinho

Tentava novamente transbordar.

“- E os coronéis?”

- Um assedia com a família

Rindo na fossa,

O outro assobia Com a cara na bosta.

ou seja, o cenário político lagartense aproveita e apropria-se dos novos recursos e pautas, mas não necessariamente mostra mudanças significativas no contexto da cidade que continua “Reis, rios ribeirinhos;

Recheados de sujeira fétida

Dos coronéis de lá do centro.[...]”.

Referências bibliográficas

BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

CAIANI, M. Radical right-wing movements: Who, when, how and why? Sociopedia, 2017.

CAIANI, M.; KRÖLL, P. The transnationalization of the extreme right and the use of the Internet. International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice, v. 39, n. 4, p. 331–351, 2 out. 2015.

⁷ Trechos do poema SARAMAMBOLE, Alessandro Silva, poeta, professor e filósofo lagartense (09/07/2002).



- CAIANI, M.; PARENTI, L. The Dark Side of the Web: Italian Right-Wing Extremist Groups and the Internet. *South European Society and Politics*, v. 14, n. 3, p. 273–294, set. 2009.
- CECCOBELLI, Diego. Not every day is Election Day: a comparative analysis of eighteen election campaigns on Facebook. *Journal of Information Technology & Politics*, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 122–141, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1449701>
- CEFAI, Daniel. Qué es la etnografía? Debates contemporáneos Arraigamientos, operaciones y experiencias del trabajo de campo, In *Persona y sociedad*, XXVII, 1, pp. 101-119, 2013.
- DIJCK, José van; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. *The platform society*. New York: Oxford University Press, 2018.
- EARL, J. et al. Changing the World One Webpage at a Time: Conceptualizing and Explaining Internet Activism. *Mobilization: An International Quarterly*, v. 15, n. 4, p. 425–446, 1 dez. 2010.
- GERBAUDO, P. *The digital party: political organisation and online democracy*. London: Pluto Press, 2019.
- Hilda Ribeiro é empossada em definitivo como prefeita de Lagarto. G1 Sergipe, 2019, Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2019/12/05/hilda-ribeiro-e-empossada-em-definitivo-como-prefeita-de-lagarto.ghtml>, Acesso em 14 de novembro de 2020.
- KARPF, D. Analytic Activism and Its Limitations. *Social Media + Society*, v. 4, n. 1, p. 205630511775071, jan. 2018.
- MASCHERONI, Giovanna; MATTONI, Alice. Electoral Campaigning 2.0—The Case of Italian Regional Elections. *Journal of Information Technology & Politics*, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 223–240, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/19331681.2012.758073>
- MATTONI, A. A situated understanding of digital technologies in social movements. *Media ecology and media practice approaches*. *Social Movement Studies*, v. 16, n. 4, p. 494–505, 4 jul. 2017.
- MODESTO, A. MONTEIRO, P. SANTOS, R. *Uma Cidade em Pé de Guerra: SARAMANDAIA x BOLE-BOLE*. Organizador: Claudefranklin Monteiro Santos. Gráfica Editora J. Andrade Ltda. Aracaju-SE. 2008.
- OLIVEIRA, Wilson José F. Antropologia, Política e Etnografia: fronteiras disciplinares e trabalho de campo. In: PERISSINOTTO, Renato M.; CODATO, Adriano Nervo (org.). *Como estudar elites*. Curitiba, Paraná, Brasil: Editora UFPR, 2015. (Série Pesquisa n. 290).p. 187–214. E-book.
- PERISSINOTTO, R. M.; CODATO, A. N. (EDS.). *Como estudar elites*. Curitiba, Paraná, Brasil: Editora UFPR, 2015.
- SAMPEDRO, V.; MOSCA, L. Digital Media, Contentious Politics and Party Systems in Italy and Spain. *Javnost - The Public*, v. 25, n. 1–2, p. 160–168, 3 abr. 2018.



SCHATZ, E. (ED.). Political ethnography: what immersion contributes to the study of power. Chicago; London: The University of Chicago Press, 2009.

SILVA, T. C. DA; SALES, J. D. A.; LUFT, M. C. M. S. E-leições: novas mídias e política na sucupira digital. Revista Brasileira de Administração Científica, v. 4, n. 2, p. 120– 139, 6 set. 2013.

SILVA, Tiara Camera da; SALES, Jefferson David Araujo; LUFT, Maria Conceição Melo Silva. E-leições: novas mídias e política na sucupira digital. Revista Brasileira de Administração Científica, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 120, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.6008/ESS2179-684X.2013.002.0009>

TRERÉ, E. The Sublime of Digital Activism: Hybrid Media Ecologies and the New Grammar of Protest. Journalism & Communication Monographs, v. 20, n. 2, p. 137– 148, jun. 2018.