Universidade Federal de Alfenas - MG
Instituto de Ciências da Natureza
Curso Geografia - Bacharelado

A INFLUÊNCIA DO CIBERESPAÇO E DAS REDES SOCIAIS NAS ELEIÇÕES PARA DEPUTADO FEDERAL EM MINAS GERAIS, 2022

LUIZ FELIPE WANDERLEY FÁVERO

2024
Alfenas-MG

LUIZ FELIPE WANDERLEY FÁVERO

A INFLUÊNCIA DO CIBERESPAÇO E DAS REDES SOCIAIS NAS ELEIÇÕES PARA DEPUTADO FEDERAL EM MINAS GERAIS, 2022

Trabalho de conclusão de curso apresentado como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Geografia pelo Instituto de Ciências da Natureza da Universidade Federal de Alfenas-MG sob orientação do Prof. Dr. Flamarion Dutra Alves.

2024

Alfenas-MG

Agradecimentos

Agradeço meu orientador Flamarion Dutra Alves, por toda paciência e encaminhamento no desenvolvimento desse projeto. Agradeço meus pais que sempre me apoiaram, incentivaram e prezam pela educação, agradeço também a todo o corpo docente da geografia bacharelado da UNIFAL, em especial os professores Ana Rute do Vale e Estevan Leopoldo de Freitas Coca, e por fim agradeço a toda aprendizagem

Resumo

O ciberespaço e as redes sociais vêm tomando cada vez mais espaço entre as relações do meio material, influenciando diretamente na construção sócio- espacial, tendo uma rede abrangente de amplo acesso pela população influencia nos mais diversos temas. O artigo presente busca através da Geografia Virtual de Michael Batty definir a diferença entre c- espaço, ciberespaço e ciber lugar, exemplificando como seu acesso e importância vem crescendo no espaço material, se tornando uma força modeladora da realidade. Através de dados de índice de conexão nacionais e regionais obtidos através do site da ANATEL- Agência Nacional de Telecomunicações mostrando sua abrangência nacional e regional no estado de Minas Gerais, além de dados sobre o uso político das redes na região sul do estado de Minas Gerais obtidos através do estudo regional "IDENTIDADE SUL-MINEIRA: DIAGNÓSTICO CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO DO SUL DE MINAS GERAIS", e dados do uso político de influência a das redes sociais e do ciberespaço no processo eleitoral nas eleições obtidos através do TSE- Tribunal Superior Eleitoral para os candidatos que obtiveram duas das maiores votações durante o processo eleitoral em Minas Gerais, nas campanhas de Duda Salabert (deputada mais votada) e Nikolas Ferreira (.deputado mais votado) no ano de 2022, evidenciando assim as redes sociais e o ciberespaço como uma poderosa ferramenta da nova política.

Abstract

The cyberspace and social media had been increasing its influence on the relations that occured in the material space, impending directly on the socio spatial structuring caused by that big net that can reach an huge amount of people with the most different subjects. The present article tries through the concepts of the Virtual Geography of Michael Batty defines the difference between c-espace, cyberspace and cyber place, showing its increasing importance through the accesses and the expression of the cyber world´s matters on the material space modeling it with news shapes.Within data obtained through ANATEL -National Agency of Telecommunications about the indexes of connectivity on the country and the regional aspect in the state of Minas Gerais, using data about political uses in a regional context in south Minas Gerais an study named “IDENTIDADE SUL-MINEIRA: DIAGNÓSTICO CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO DO SUL DE MINAS GERAIS” and for the analysis about the importance and influence of the cyberspace and social media in 2022 elections for congressman in Minas Gerais where collected data from TSE - Superior Election Tribunal, for that two deputies were selected Duda Salabet (PDT) the most voted woman and Nikolas Ferreira (PL) the most voted man and their electoral process were compared in matters of use and spending into social media end cyberspace publicity for this new way of making politics.

Lista de Ilustrações

Figura 1: Caminho de influência na relação espaço material e ciberespaço……...11
Figura 2 - Distribuição espacial do IBC por municípios no Brasil em 2023……..18
Figura 3 - Distribuição espacial do IBC por estados em 2023……20
Figura 4 - Legenda mapa de densidade do acesso à banda larga fixa Montes Claros em relação ao estado de Minas Gerais.....21
Figura 5 - Mapa de densidade dos acessos de banda larga fixa em Montes Claros-MG em relação ao estado de Minas Gerais…….22
Figura 6 - Legenda do mapa de densidade do acesso de telefonia móvel em Montes Claros-MG em relação ao estado de Minas Gerais.....23
Figura 7 - Mapa de densidade do acesso de telefonia móvel em Montes Claros-MG em relação ao estado de Minas Gerais……23
Figura 8 - Legenda mapa de densidade de acesso à banda larga fixa em Betim-MG em relação ao estado de Minas Gerais.....24
Figura 9 - Mapa de densidade de acesso à banda larga fixa em Betim-MG em relação ao estado de Minas Gerais…….....25
Figura 10 - Legenda mapa de densidade a telefonia móvel em Betim-MG em relação ao estado de Minas Gerais.....26
Figura 11 - Mapa de densidade da telefonia móvel em Betim-MG em relação ao estado de Minas Gerais……...26
Figura 12 - Legenda do mapa densidade de acesso à banda larga fixa em Alfenas-MG em relação ao estado de Minas Gerais.....28
Figura 13 - Mapa de densidade de acesso à banda larga fixa em Alfenas-MG em relação ao estado de Minas Gerais……..28
Figura 14 - Legenda mapa de densidade de acesso a telefonia móvel em Alfenas-MG em relação ao estado de Minas Gerais…….....29
Figura 15 - Mapa de densidade de acesso a telefonia móvel em Alfenas-MG em relação ao estado de Minas Gerais……..29
Figura 16 - Deputada federal por Minas Gerais Duda Salabert PDT……47
Figura 17 - Deputado federal por Minas Gerais Nikolas Ferreira PL…….50
Figura 18 - Perfil de Nikolas Ferreira no Instagram……55
Figura 19 - Perfil de Duda Salabert no Instagram……57

Lista de Tabelas e Gráficos

Gráfico 1 - Municípios brasileiros com maiores índices ICB em 2023……16
Gráfico 2 - Municípios brasileiros com menores índices ICB em 2023……..16
Tabela 1 - Ranking do IBC por estados em 2023……18
Tabela 2 - Níveis de acesso à informação pelos meios midiáticos 2018 - 2021……34

Gráfico 3 - Gráfico de autoria própria utilizando dados provenientes do Reuters Institute (2018; 2022); Categorias: “Online” inclui redes sociais (“Redes”) e outras plataformas da Internet (que aqui se encontram sob a denominação residual “Onl.Out”).....34

Gráfico 4 - Frequência de atividade: Assiste ou lê notícias sobre política na televisão, internet, rádio, ou em revistas e jornais/ percentual…….....…….42

Gráfico 5 - Frequência de atividade: Assiste ou lê notícias sobre política na televisão, internet, rádio, ou em revistas e jornais/ Idade…….....….43

Gráfico 6 - Frequência de atividade: Assiste ou lê notícias sobre política na televisão, internet, rádio, ou em revistas e jornais / Escolaridade…….....….44

Gráfico 7 - Frequência de atividade: Assiste ou lê notícias sobre política na televisão, internet, rádio, ou em revistas e jornais / Renda…….....…...45

Sumário

1 Introdução……..08
2 DISTRIBUIÇÃO E DESIGUALDADE DA INTERNET NO TERRITÓRIO BRASILEIRO……..15
2.1 Desigualdade de acesso da internet no Brasil……15
2.2 Distribuição da internet em Minas Gerais……..20
3 - REDES SOCIAIS, INFORMAÇÃO E PODER: espacialidades e diferentes usos……...31
3.1 Fake News……35
3.2. - Pânico moral……36
3.3 - Dissonância cognitiva……37
3.4 - Poder e comunicação: Mídias Tradicionais……...38
3.5 - Ciberespaço e a nova política: influência das redes sociais no processo político eleitoral através da instrumentalização das fake news ……...41
3.6 - Informação, política e redes sociais no Sul de Minas Gerais……...42
4 - ANÁLISE DOS GASTOS MIDIATICOS E CONTEÚDOS PROPAGADOS EM ÉPOCA ELEITORAL ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS E PROPAGANDA POLÍTICA DE CANDIDATOS PARA DEPUTADO FEDERAL ELEITOS EM 2022……..…….47
4.1 - Duda Salabert……..48
4.2 - Nikolas Ferreira……...50
4.3 - Breve comparação nos discursos……52
4.4 - Análise das publicações do instagram……...54
5 - Conclusão……59

1 - INTRODUÇÃO

A partir da criação e instrumentalização dos computadores eletrônicos em meados da década de 1940, pode-se observar que ao passar do tempo a influência dos mesmos no mundo material vem aumentando, uma vez que seus contextos de uso se diversificaram passando de grandes computadores, puramente técnicos m, restrito aos Estados e gestão de corporações, usados para cálculos matemáticos, estatísticos e análises de dados, para em meados da década de 1970 se tornarem máquinas capazes de criar representações da realidade através do uso gráficos.

Um exemplo são os mapas e modelos de terreno tanto de paisagens reais como para Games de uma multi midiatização permitindo que a veiculação de informações de diversas maneiras independentes de sua origem, sejam elas particulares ou empresariais, de diversas maneiras, através de hipertextos, imagens, vídeos, áudios revolucionando as comunicações tanto em termos de espaço uma vez que a informação pode percorrer milhares de quilômetros, e temporalmente, uma vez que em questão de segundos todos essa distância pode ser ultrapassada pela informação, fato que propiciou o surgimento do ciberespaço, lugar que abriga e age como ambiente de troca de dados entre as interseções da rede informacional entre as mais distintas mídias digitais e seus usuários (aqueles que as alimentam) como a exemplo das redes sociais que permitem o acesso coletivo a conteúdos postados pelos próprios usuários.

A geografia é a expressão institucionalizada do pensamento geográfico, corpo de conhecimentos socialmente e historicamente construídos, elaborado pela sociedade com base nas diferentes formas de relação entre ela e o meio em que se insere. O meio técnico-científico-informacional propiciou a partir do século XX uma mudança radical da espacialidade global, principalmente quando se trata da troca de informações uma vez que promoveu uma troca cada vez mais rápida e eficiente entre interlocutores em diferentes espaços geográficos e muitas vezes separados por diferentes contextos históricos e sociais.

Segundo Milton Santos, as técnicas se instalam em sistemas, e representam o momento histórico em que se inserem, e condicionam. O grande diferencial do atual contexto histórico (globalizado) é a faceta informacional do desenvolvimento técnico, que vai permitir uma integração, historicamente inédita, entre os diversos sistemas técnicos operantes nas sociedades, além do adensamento das relações que se fundamenta na simultaneidade e instantaneidade (SANTOS, 2000). Ou seja, a

informacionalização se mostra como uma característica do momento histórico atual, e atua como meio que interliga as ações econômicas, sociais e culturais, movimento que integra o indivíduo aos processos políticos e econômicos e criam uma representação de pertencimento espacial à rede.

Ruy Moreira (2007) lança mão de duas perspectivas conceituais sobre o conceito de lugar: lugar como ponto de intercruzamento de relações, tanto endógenas quanto exógenas; e o lugar uma relação de identidade entre o indivíduo e o espaço em que se insere. Ambas as perspectivas se complementam no movimento de compreensão das (até então) novas dinâmicas espaciais concebendo o “Lugar como relação nodal e lugar como relação de pertencimento podem ser vistos como dois ângulos distintos de olhar sobre o mesmo espaço do homem no tempo do mundo globalizado” (MOREIRA, 2007) a mudança da organização espacial anterior para a o espaço em rede exige uma mudança na forma de pensar, trabalhar, se relacionar e, assim, exercer política.

A partir do século XXI, com a diversificação dos computadores cada vez menores e a evolução dos celulares que mais parecem pequenos computadores portáteis, indo muito além de apenas realizarem ligações, permitiram que o acesso a rede se diversifique entre a população e suas diferentes classes e faixas etárias, fazendo com que a quantidade e heterogeneidade do conteúdo que alimenta as redes aumente, e possuam as mais diversas finalidades e métodos e nichos de circulação.

Para Raffestin (1999) o ciberespaço é o espaço de comunicação aberto pela intercomunicação mundial dos computadores e das memórias dos computadores, incluindo o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (conjunto de redes), na medida que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização, ou seja, o autor insere como parte do ciberespaço a estrutura necessária no mundo material para sua existência, bem como os seres humanos que nela navegam e a alimentam com dados e informações.

Michael Batty em seu artigo Geografia Virtual de 2003, nos confronta com a importância dos estudos geográficos na área, pois, uma vez que a geografia trata do lugar que quando abstraído se torna espaço onde estão abrigadas as relações sociais as quais são as atividades e processos que levam a determinação da forma física do mundo material. Ou seja, para Batty a geografia virtual é o estudo de lugar como espaço etéreo e seus processos dentro dos computadores estão modificando o espaço material fora dos mesmos.

O autor nos traz uma estrutura balizada em 2 níveis Macro e Micro:

- Nível Macro: distinção entre espaço e lugar, nível onde se situa o lugar/ espaço (material), o C-espaço (espaço dentro dos computadores), o ciberespaço (espaço que emerge do C-espaço atrelado a comunicação) e o ciber lugar (Impacto da infra-estrutura do ciberespaço na infra-estrutura do lugar tradicional).

C-espaço nasceu entre as décadas de 1950/1960 e seria o espaço criado dentro dos computadores por simulações de modelos analíticos espaciais baseados em dados extensos, basicamente processamento de dados. Usado para representações de modelos geográficos através de dados, análise de relações espaciais, e aplicações para políticas públicas são características gerais da geocomputação, os software mais usados para tal finalidade são o SIG,GIS e CAD.

Ciberespaço é o lugar da interatividade entre computadores distantes, é o abrigo da rede criada através da comunicação de agentes que para todos os efeitos, são humanos, essa conexão pode acontecer em quaisquer lugares e em todos os lugares WORLD WIDE WEB (WWW), a internet é um domínio de sítios no ciberespaço.

Conforme ressalta o autor, uma extensão dessa colaboração em rede envolve muita construção de simulações pelas comunidades de usuários distantes, usando várias formas de colaboração na tomada de decisão, tendo a possibilidade de reprodução física do ciberespaço em que a rede é usada para compartilhar conhecimentos em busca de objetivos ou na resolução de problemas envolvendo tomadas de decisão altamente organizadas de estruturas apropriadas para softwares importantes de uso e acesso de dados e construção de modos inovadores de consenso pessoal, ou seja, grupos que falam e agem através da rede, de modo informal, convenientemente arranjados e alojados na ação da rede.

Ciber Lugar consiste de todas as linhas eletrônicas que compreendem as redes, que estão sendo embutidas dentro das redes artificiais, como as estradas e os edifícios. e estendem-se para as redes materiais que são usadas para dar apoio a essa infraestrutura , como as máquinas de produção, consumo e movimento que estão agora rapidamente se tornando um misto entre o digital e o analógico**,** a internet é apenas a ponta do iceberg, da mesma maneira que o sistema telefônico e as novas formas de rede foram utilizadas, também é a maneira que diferentes organizações

em diversas escalas, sejam elas a firma local na municipalidade até a corporação global e agências mundiais estão fazendo uso de suas próprias redes.

A interação entre o lugar/espaço material, C-espaço, Ciberespaço e ciber lugar acontece de forma cíclica evidenciando o caminho da influência, aquilo que acontece no mundo material influencia e modifica o c- espaço e ciberespaço quem em resposta se expressa através do ciber lugar que modifica e influencia na construção do espaço material.

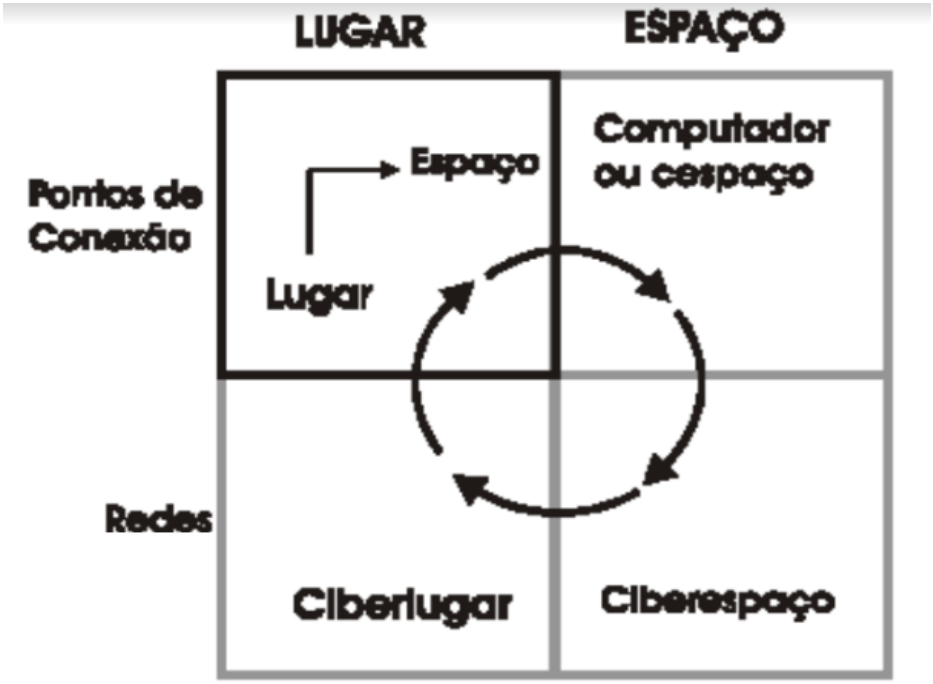


Figura 1: Caminho de influência na relação espaço material e ciberespaço

- Nível Micro: são os usos coletivos, individuais, pessoais ou organizacionais no c-espaço, ciberespaço e ciber lugar, os territórios destes espaços/lugares, são um arranjo de abstrações geográficas, imaginárias ou reais, diversificadas pela maneira com as quais as abstrações digitais podem ser utilizadas.

A pesquisa busca contextualizar a crescente influência das redes informacionais e da cibercultura, nas mudanças socioespaciais, tendo como ênfase o âmbito político, buscando evidenciar as estratégias usadas pelos candidatos em suas postagens e discursos, uma vez que as redes sociais e a internet criaram novos

desafios para a política moderna criando um ambiente propício, onde narrativas desinformativas se engajam culminando numa nova interpretação política. Um fato qual exemplifica a característica influenciadora das redes informacionais e sua capacidade de interferência nos aspectos sociais, culturais e principalmente políticos, podemos citar o fenômeno das Fake News (notícias falsas), processo que culminou numa polarização política tendo as redes como principal base de sustentação e disseminação de discursos ideológicos, com o fim de desinformar os eleitores, incentivar o pânico moral a fim de manipular a decisão final de voto.

Ciberespaço e a cibercultura se mostram cada vez mais presentes no conjunto de práticas, atitudes, modos de pensamento e valores, das sociedades e no contexto atual, culminado numa mudança sócio-política e estrutural a qual necessita de olhar analítico, afim de se compreender a extensão dessas mutações tanto sociais quanto espaciais.

Como objetivo geral tem-se, compreender o uso e a influência das redes sociais durante a campanha para deputado federal por Minas Gerais dos candidatos Nicolas Ferreira e Duda Salabert a fim de determinar o comportamento político e ideológico de suas postagens nas redes e sua possível influência no número de votos recebidos.

A pesquisa se justifica pela necessidade de compreensão dos processos políticos perante a introdução de novos contextos técnicos e tecnológicos ao cenário atual, o qual se encontra em um período de forte polarização político-ideológica. O projeto contém em sua finalidade possibilitar a construção de metodologias científicas de levantamentos de dados quantitativos e qualitativos, secundários sobre a influência das redes sociais no processo eleitoral de outubro de 2022 nas eleições para deputado federal em Minas Gerais.

Devido ao crescente uso das redes sociais, e a difusão de notícias falsas(fake news) amplamente utilizadas nas eleições estadunidenses do ano 2016, onde Donald Trump foi eleito[1] e posteriormente condenado pela propagação de notícias falsas[2].

Após essa eleição várias empresas investiram pesado em publicações de redes sociais inclusive com a propagação de notícias falsas, observou-se nas últimas

[1] https://www.bbc.com/portuguese/live/internacional-37915840
[2] https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.htm

eleições Brasileiras desde o âmbito municipal ao presidencial o uso significativo das redes sociais por parte dos candidatos.

Conforme análise promovida por Hount Allcott and Matthew Gentzkow, Donald Trump poderia não ter sido eleito sem as Fake News e difamação dos outros candidatos.

Hount Allcott and Matthew Gentzkow, apontam também que as redes sociais são condutivas de fake News, devido ao seu baixo custo de produção e divulgação além da utilização de uma linguagem a qual tende a simplificar e relativizar problemas de maior complexidade, diante do fato de que sua averiguação é dificultada devido à falta de regulamentação das redes e a utilização de algoritmos que direcionam os internautas a grupos e conteúdos personalizados que reforçam as fake News e discursos ideológicos daqueles que as produzem, afetando na escolha final do eleitor.

No Brasil, essa expressão nas mídias sociais na política escalonou-se a partir do ano de 2016 com o impeachment do então presidente Dilma Rousseff do Partido dos trabalhadores, processo que foi acompanhado pela crescente aparição das Fake News culminando num cenário de polarização política impulsionada pelas redes sociais e que serviu de base para o transcorrer das eleições de 2018.

Assim, o presente trabalho tem como finalidade esboçar e explicitar algumas relações sócio políticas que tomam lugar no ciberespaço e ciber lugar, e que possuem consequências rápidas e diretas no meio material, a exemplo das fake news que interferem não apenas no processo eleitoral, mas também dificultam o trabalho dos governos eleitos.

Para isso o trabalho está estruturado no capítulo introdutório, em seguida uma breve contextualização e distribuição da internet no Brasil, o capítulo três discute o papel das redes sociais, informação e poder, em seguida o capítulo quatro traz uma análise dos discursos e conteúdos das redes sociais dos deputados federais de Minas Gerais, e por fim o capítulo das considerações finais.

2 - DISTRIBUIÇÃO E DESIGUALDADE DA INTERNET NO TERRITÓRIO BRASILEIRO

Neste capítulo será discutida uma breve contextualização da distribuição geográfica da internet no Brasil, sua disposição e diferenciação na infraestrutura.

2.1 - Desigualdade de acesso da internet no Brasil

Apesar de sua grande difusão desde seu aparecimento e de acumular cada vez mais funções em atividades do dia a dia a desigualdade de acesso continua a ser um dos maiores problemas do acesso digital e do acesso à rede, fatores como condições financeira, idade, local de residência, infraestrutura e outros acabam por manter uma imensa parcela da população mundial em posição de não pertencimento a rede e suas ferramentas.

Para explicitar essa desigualdade de acesso, podemos observar dados do (Índice de Conectividade Brasileiro (ICB) produzido pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), o índice apresenta o ranking dos municípios e dos estados brasileiros comparando seus respectivos estágios de conectividade com base em dados do setor de telecomunicações do país. O IBC é o resultado da média ponderada da composição de sete variáveis:

- Densidade de acessos móveis de telefonia móvel: número de acessos à telefonia móvel dividido pela população, ponderada por faixa de velocidade (2G, 3G, 4G, 5G);
- Percentual da população coberta pela telefonia móvel;
- Adensamento de estações: quantidade de estações de rádio base (ERB) por 10.000 habitantes
- Existência de Backhaul de fibra ótica nas respectivas localidades;
- Grau de competitividade de banda larga fixa, medido pelo inverso do índice de Herfindahl-Hirschman (HHI)

Segundo o IBC realizado em 2023, o gráfico 1 e 2 mostram os municípios com maiores e menores índices de conectividade no país:

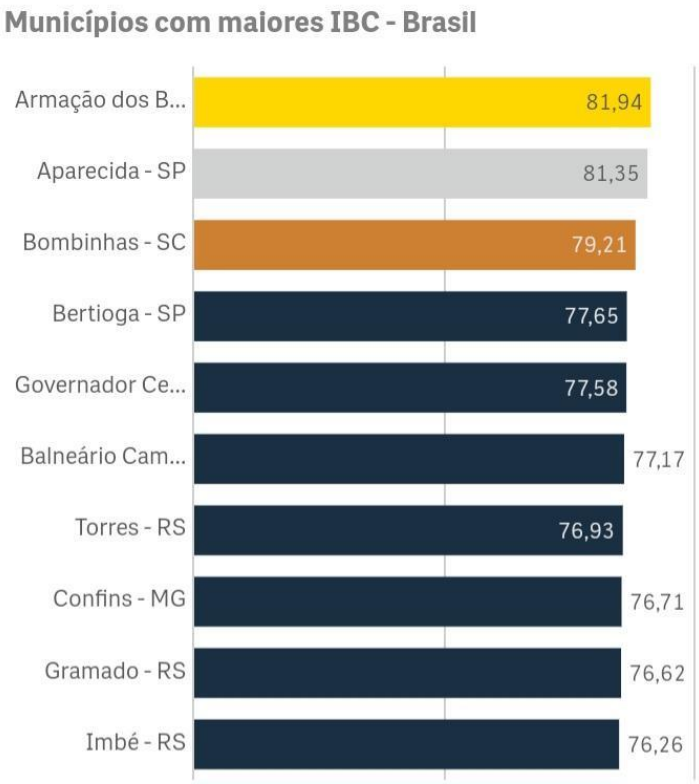


Gráfico 1 - Municípios brasileiros com maiores índices ICB em 2023.

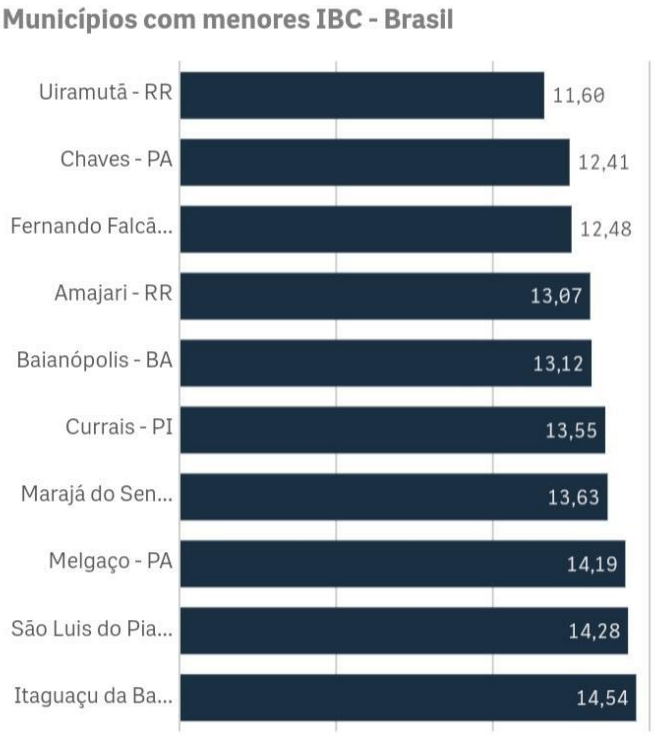


Gráfico 2 - Municípios brasileiros com menores índices ICB em 2023.

Como se pode notar nos gráficos 1 e 2 os municípios onde se obteve os maiores índices de conectividade estão localizadas nos estados mais ricos da federação entre eles São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, são estados que possuem um poder aquisitivo maior, possuindo uma urbanização avançada e consequente industrialização advinda desse processo urbano que foi historicamente favorecido pelo Estado Brasileiro durante regimes desenvolvimentistas a exemplo das ditaduras de Getúlio Vargas durante o período do Estado Novo 1937-1945, Presidência de Juscelino Kubitschek 1956-1961, e a Ditadura Militar 1964-1985 as quais claramente propiciaram e aceleraram o processo de informatização nesses locais. Dados esses que entram contraste com a realidade dos municípios com menor índice de conectividade pois são cidades localizadas em estados como Piauí, Rondônia e Bahia, estados que foram deixados de lado do mesmo processo que beneficiou os estados com maior índice de conectividade, possuindo uma urbanização e industrialização tardias e pontuais que atingem alguns focos dos estados mas não sua totalidade, explicitando como as condições socioeconômicas, interferem na infraestrutura dos locais, estruturas essas imprescindíveis para conectividade da rede (Figura 1).

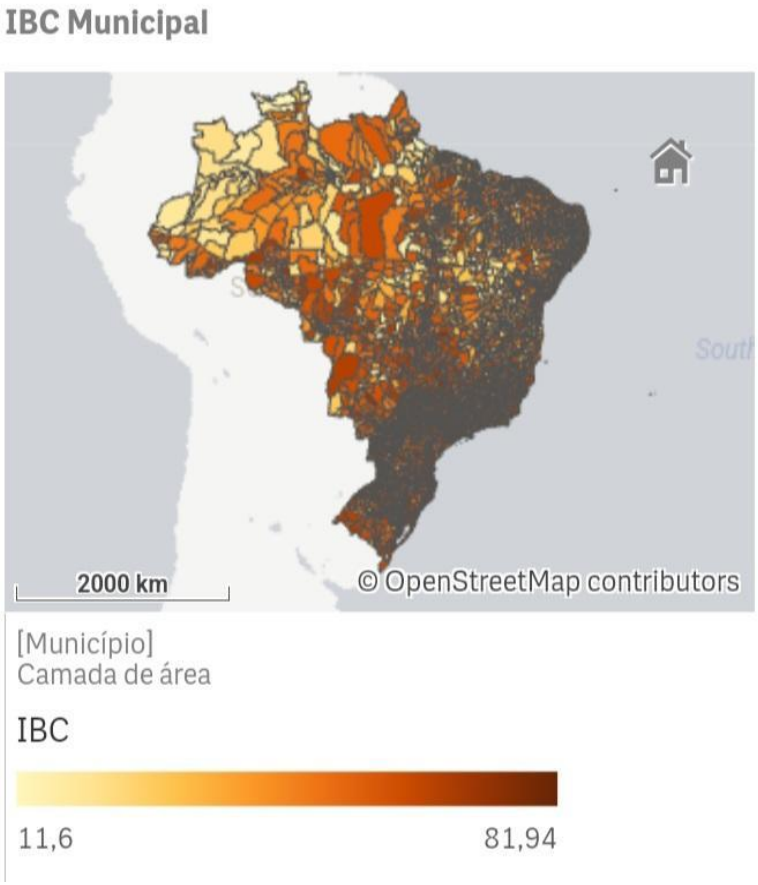


Figura 2 - Distribuição espacial do IBC por municípios no Brasil em 2023.

A figura 1 mostra a grande concentração das melhores conectividades nos municípios da região Centro-Sul do país na faixa litorânea, com uma densidade de serviços técnicos mais concentrada nessas áreas, o interior do país, sobretudo nas regiões norte e nordeste ainda carecem de indicadores mais elevados (Tabela 1 e Figura 2).

Tabela 1 - Ranking do IBC por estados em 2023.

Posição	UF	IBC
1	DF	95,24
2	SC	87,35
3	SP	87,29
4	RJ	84,42
5	RS	80
6	PR	78,58

7	ES	76,39
8	GO	72,12
9	MG	71,66
10	MS	66,71
11	MT	62,59
12	CE	59,09
13	AP	58,67
14	PE	56,37
15	SE	54,85
16	RN	53,87
17	RO	51,43
18	PB	49,53
19	TO	47,32
20	BA	43,52
21	AL	42,58
22	AC	41,71
23	PA	36,28
24	AM	34,2
25	PI	31,87
26	RR	27,92
27	MA	25,59

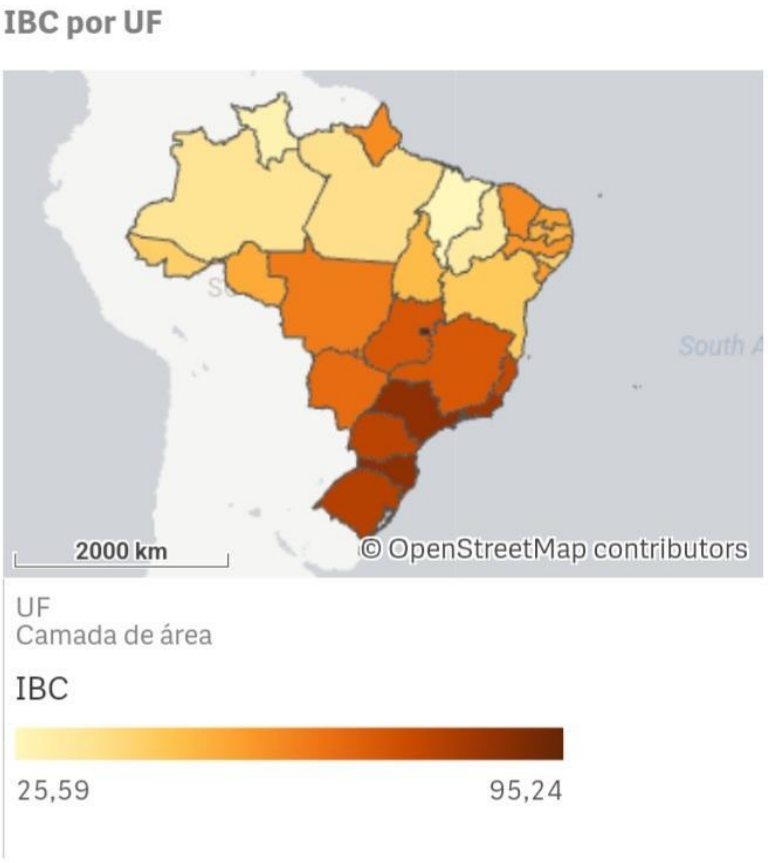


Figura 3 - Distribuição espacial do IBC por estados em 2023.

Em seu mapa de densidade para o IBC pode-se notar com clareza a diferença de conectividade entre os estados do Sudeste e Sul, com os estados das demais regiões, fato que se deve ao histórico de investimentos em urbanização e infraestrutura para industrialização.

2.2 - Distribuição da internet em Minas Gerais

Adentrando ao recorte regional proposto para análise no presente projeto, focamos no estado de Minas Gerais-MG, nele pode-se perceber que a diferença regional de conectividade entre as regiões é bem marcante, para análise dessas diferenças, 3 cidades de 3 regiões distintas do estado de Minas Gerais-MG foram escolhidas: Montes Claros (Norte), Betim (Centro), Alfenas (Sul), todas escolhidas devido a sua importância regional e suas diferentes condições socioeconômicas e infraestruturais.

Os dados apresentados a seguir são referentes aos períodos de junho e novembro de 2023 e estão disponíveis no site da ANATEL (Agência Nacional de

Telecomunicações) www.anatel.gov.br a intenção dessa comparação é de se encontrar indícios da diferença de acesso presente à população e indiciar a presença de infra estrutura para existência da rede.

- **Montes Claros-MG**: A cidade de Montes Claros-MG, é constituída por um número de 413.487 habitantes, possui como principal atividade econômica a pecuária de corte e a agricultura.

  Em novembro de 2023, Montes Claros - MG registra 97.504 acessos de banda larga fixa, contendo uma densidade do serviço de 23,5 acessos a cada 100 habitantes, um valor 8,2% menor que a densidade do estado de Minas Gerais que é de 25,6.A cidade ficou em 266° em 853 cidades do estado, 702° em relação à região Sudeste e 1.458° no país.

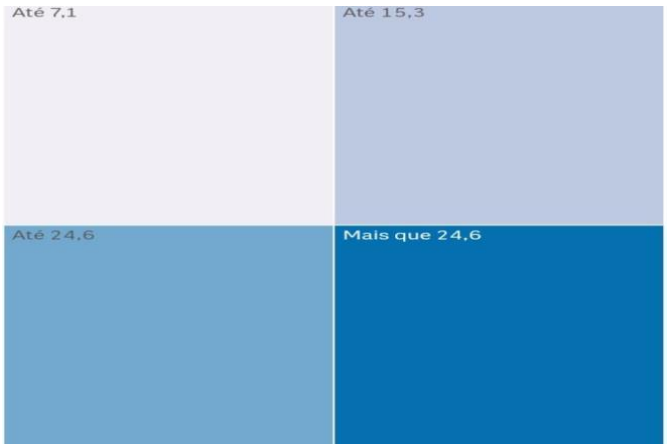


Figura 4 : Legenda mapa de densidade do acesso à banda larga fixa Montes Claros em relação ao estado de Minas Gerais (Figura 5).

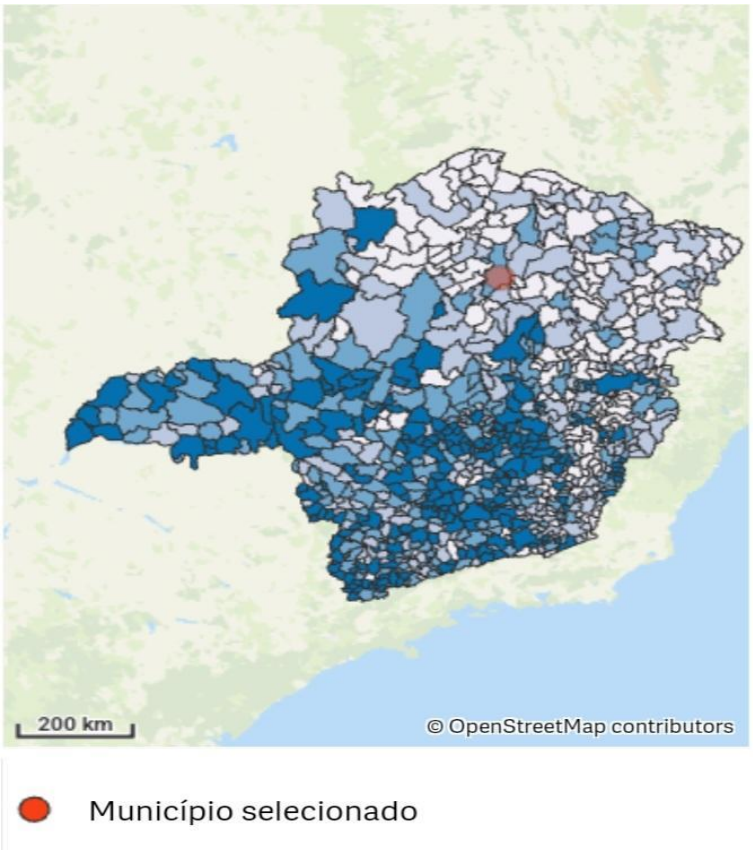


Figura 5 - Mapa de densidade dos acessos de banda larga fixa em Montes Claros- MG em relação ao estado de Minas Gerais.

Apesar do número de acessos à banda larga fixa estar abaixo da média do estado, o município ocupa uma posição relativamente alta no ranking das 853 cidades do Estado.

Para telefonia móvel, o município registra 622.227 acessos em novembro de 2023, indicando uma densidade do serviço de 115,9 acessos a cada 100 habitantes (excluindo acessos M2M, e ponto de serviço), um valor 11,2% maior que a densidade do estado que é de 104,2 e 10,8% maior que a densidade do Brasil que é de 102,6.

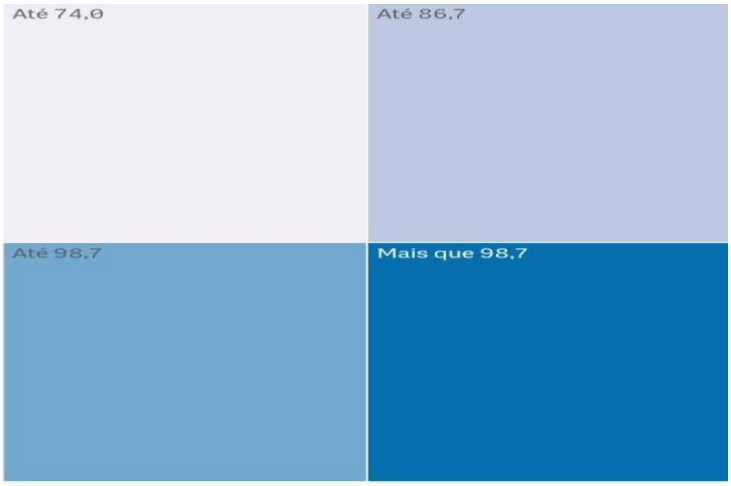


Figura 6 - Legenda do mapa de densidade do acesso de telefonia móvel em Montes Claros-MG em relação ao estado de Minas Gerais (figura 7).

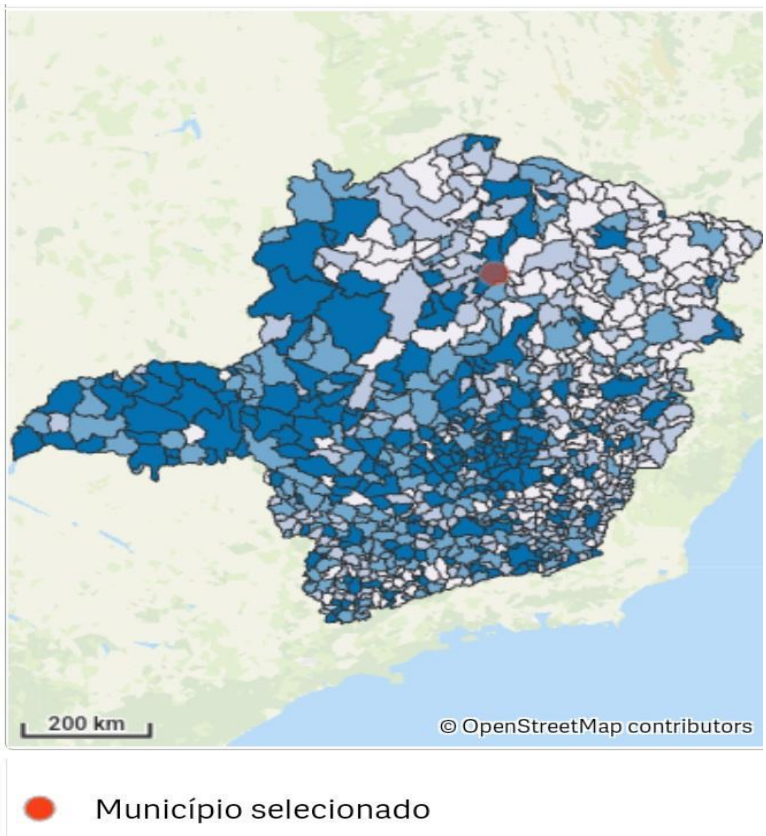


Figura 7 - Mapa de densidade do acesso de telefonia móvel em Montes Claros-MG em relação ao estado de Minas Gerais

Para telefonia móvel vemos um aumento do número de acessos que excede a quantidade de habitantes, evidenciando uma maior facilidade do acesso à rede via dispositivos móveis.

Em Montes Claros, 98,8% dos moradores estão cobertos por sinal de telefonia móvel com tecnologia 4G, valor 4,7% maior que a população coberta no estado de Minas Gerais, que é de 93,4% e 5,8% maior que a população coberta no Brasil que é 92,4%. O município possui uma área coberta de 45,4% de seu território nesse espaço estão instaladas 141 estações de telefonia móvel, o que representa um adensamento de 3,4 estações a cada 10.000 habitantes, alcançando a 88° posição no estado (Minas Gerais) e a 908° no Brasil.

- **Betim :** Cidade situada na região Metropolitana de Belo Horizonte, Betim possui uma população de 444.784 habitantes que tem como principais atividades econômicas a indústria petroquímica, indústria automotiva e siderúrgica. Em novembro de 2023 Betim-MG registrou um número de 107.367 acessos de banda larga fixa, alcançando uma densidade do serviço de 26,1 acessos a cada 100 habitantes, valor 2% maior que a média do estado que é 25,6 e 12,5% maior que a densidade no Brasil que é de 23,2 sendo a 167° entre as 853 do estado de Minas Gerais , a 480° na região Sudeste e a 998° no Brasil.

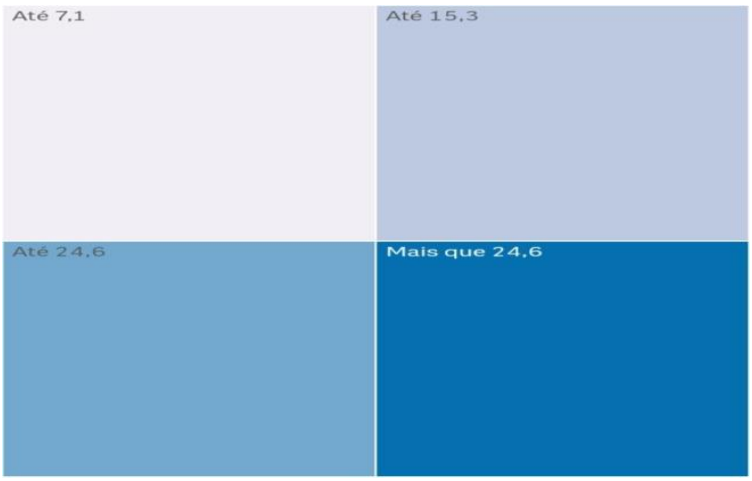


Figura 8 - Legenda mapa de densidade de acesso à banda larga fixa em Betim-MG em relação ao estado de Minas Gerais (Figura 9).

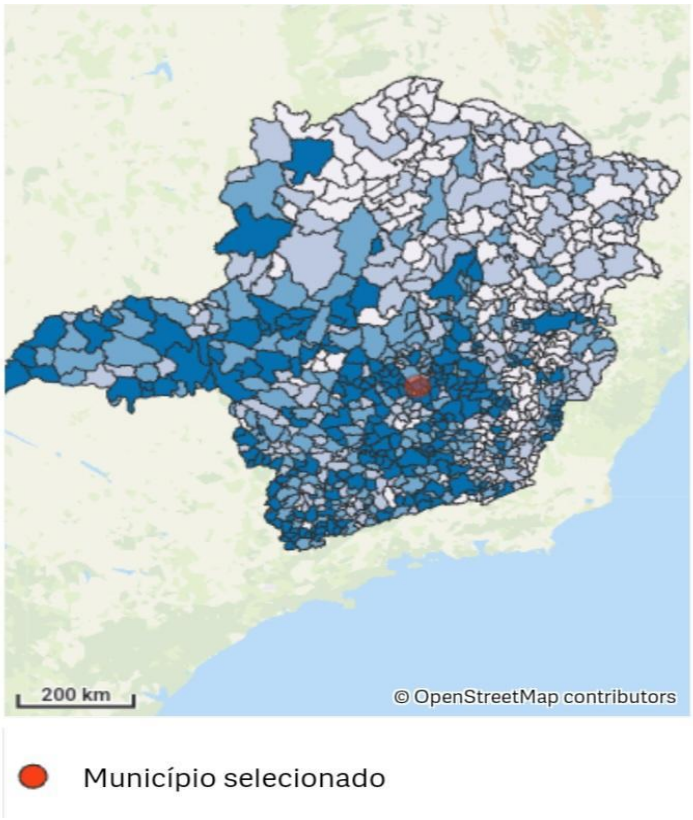


Figura 9 - Mapa de densidade de acesso à banda larga fixa em Betim-MG em relação ao estado de Minas Gerais

Apesar de possuir um grande número de acessos de banda larga fixa devido ao seu alto número de habitantes, sua média é apenas 2% superior à do estado, indicando dificuldade de uma grande parte da população em manter um acesso fixo à rede.

Para telefonia móvel, a cidade de Betim-MG em 2023 registrou 547.499 acessos de telefonia móvel, tendo uma densidade de acessos de 113,6 acessos a cada 100 habitantes (excluindo acessos do tipo M2M e ponto de serviço), valor 9% maior que a média para o estado de Minas Gerais, que é de 104,2, e 8,6% maior que a densidade no Brasil, que é 104,6.

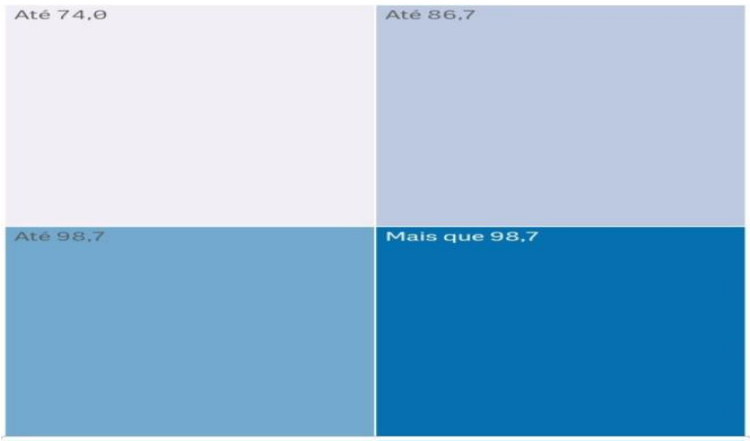


Figura 10 - Legenda mapa de densidade a telefonia móvel em Betim-MG em relação ao estado de Minas Gerais (Figura 11).

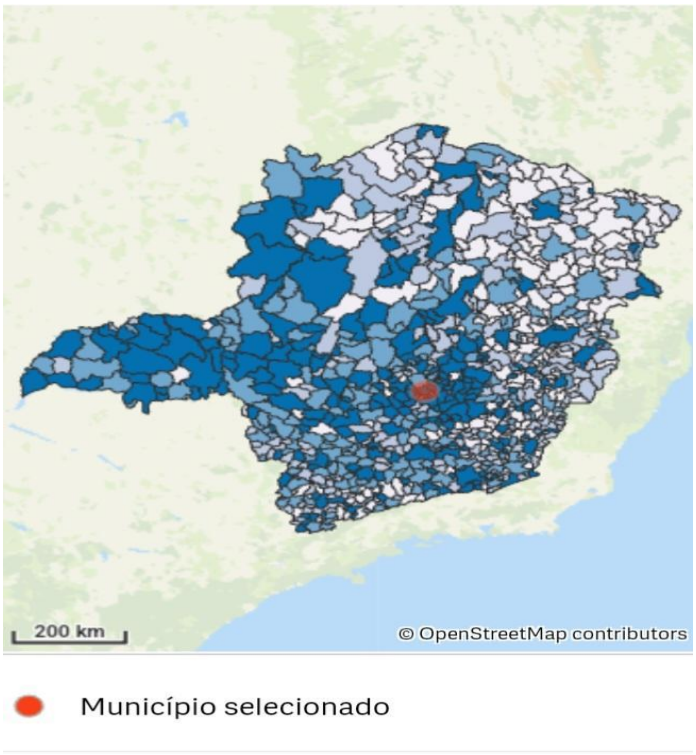
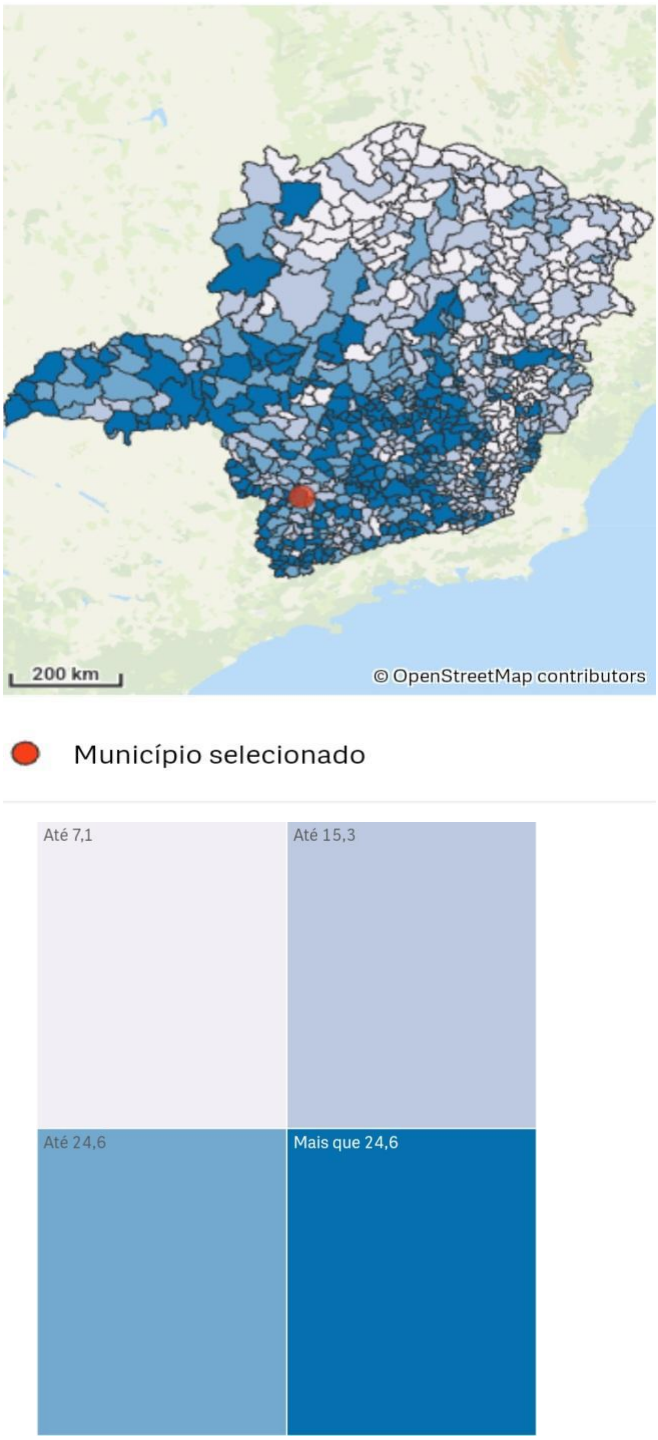


Figura 11 - Mapa de densidade da telefonia móvel em Betim-MG em relação ao estado de Minas Gerais.

A cidade de Betim obteve a 167° posição entre as 853 do estado de Minas Gerais , 480° na região Sudeste e 289° no país com relação a densidade de acessos de telefonia móvel.

Em junho de 2023, Betim registrou 100% da população coberta com sinal de telefonia móvel com tecnologia 4G, um valor 7,1% maior que a população coberta no estado de Minas Gerais, que é de 93,4%. O município possui 170 estações de telefonia móvel, representando um adensamento de 4,3 estações a cada 10.000 habitantes, alcançando 7° colocação no estado de Minas Gerais, 54° na região Sudeste, e 104° no país.

- **Alfenas:** cidade composta 78.970 habitantes situada no Sul de Minas Gerais com principais atividades econômicas cafeicultura e o setor de serviços,em novembro de 2023 registrou 30.163 acessos a rede a partir de banda larga fixa, tendo uma densidade de serviço de 38,2 de acessos a cada 100 habitantes, esse valor é 49,2% maior que a densidade média do estado de Minas Gerais que é de 25,6%.



Figuras 12 e 13 - Legenda e mapa de densidade de acesso à banda larga fixa em Alfenas-MG em relação ao estado de Minas Gerais.

Alfenas possui um valor 64,7% maior que a média brasileira que é de 23,2, a cidade alcançou a 18°colocação no estado de Minas Gerais, 89° na região Sudeste e posição 200° no Brasil.

Em novembro de 2023 alfenas registrou 97.931 acessos de telefonia móvel, atingindo uma densidade do serviço de 112,5 acessos a cada 100 habitantes, valor 8% maior que a densidade média do estado de Minas Gerais, que é de 104,2 e 7,6% maior que a densidade no Brasil, que é 104,6.

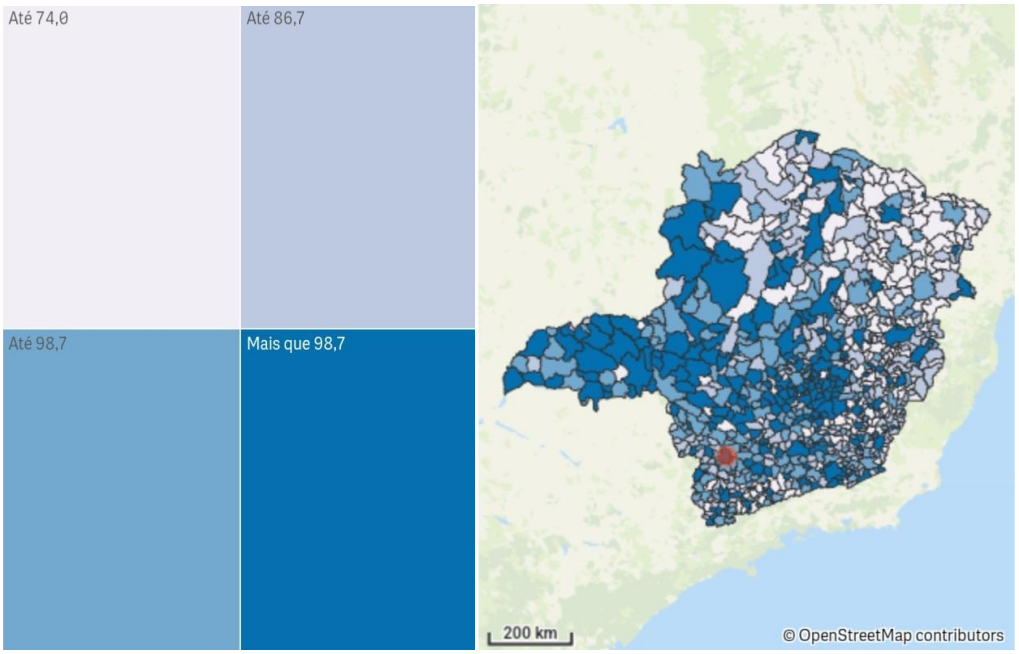


Figura 14 e 15 - Legenda e mapa de densidade de acesso a telefonia móvel em Alfenas-MG em relação ao estado de Minas Gerais.

Alfenas é o 18° município no ranking de Minas Gerais, está em 89° na região Sudeste e é a 331° do país. A cidade possui 70,1% de seu território coberto e em junho de 2023 registrou 98,2% da população com o sinal de telefonia com tecnologia 4G, valor 5,1% maior que a população coberta no estado de Minas Gerais, que é 93,4% e também 6,2% maior que a média do país que é de 92,4%. O município possui 24 estações de telefonia móvel, o que representa um adensamento de 3,04 estações a cada 10.000 habitantes, seu ranking no estado é a posição de 83° no estado, 455° na região Sudeste e 836° no país

A partir da análise dos dados disponíveis no site da ANATEL pode-se notar que existe uma grande diferença entre a possibilidade de conexão, e a concretização da mesma, pois cidades como Betim apesar de possuir uma grande população, uma grande área com indústrias altamente tecnológica e possuir cobertura total de seu território ocupa apenas a posição número 167 no ranking de acessos a cada 100 habitantes, enquanto alfenas aparece na 18° posição do mesmo ranking, tal fato se explica pois existem diversos fatores do espaço material que devem ser preenchidos

a título de acessar a rede, condições econômicas, sociais devem ser atingidas para propiciar e manter a conectividade na rede através das ferramentas necessárias para o mesmo. Outros fatores como idade dos usuários também interferem na frequência de atividade e nos usos atribuídos a rede.

3 - REDES SOCIAIS, INFORMAÇÃO E PODER: espacialidades e diferentes usos.

O desenvolvimento da telemática teve como consequência o progressivo distanciamento dos indivíduos e de suas referências de tempo e espaço num processo denominado por Giddens, 1994 como “Desencaixe” segundo o autor, o desencaixe seria o deslocamento das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço. Surgindo então o que denominamos de ciberespaço, que seria um processo de desencaixe promovido pela realidade capitalista contemporânea.

As redes transformaram a interatividades no tempo e no espaço, a world wide web e o correio-eletrônico possibilitaram um fenômeno denominado por Harvey,1993 de compressão espaço-tempo ou seja a superação do espaço pelo processo de intensificação do tempo, essa mudança modificou a relação com o tempo através da velocidade das mídias transformando a noção de tempo-duração, para tempo-velocidade essa instantaneidade, esse tempo se caracteriza pela presentificação, das relações sociais criando um ambiente propício para o surgimento das relações on-line das redes sociais que são espaços virtuais, que permitem que pessoas e empresas circulam a informação através de mensagens, e partilha de conteúdos garantindo a conexão e interação, entre aqueles que possuem interesse em um tema em comum.

É nesse sentido que Silva e Tancman (1999) afirmam que “ O ciberespaço é uma dimensão da sociedade em rede, onde os fluxos definem novas formas de relações sociais. Ao contrário do senso comum em torno do aniquilamento do espaço pelo tempo, parece-nos que, tal como afirma Castells (1999: 490), é o espaço material que organiza o tempo, “estruturando a temporalidade em lógicas diferentes e até contraditórias de acordo com a dinâmica socioespacial”.(Silva e Tancman,1999. p 56). Sendo assim a formação de espaço informacional leva a reestruturação do espaço material pré-existente, gerando novos processos e dinâmicas sócio-espaciais os quais consequentemente culminam em novas dinâmicas culturais e econômicas.

As redes sociais popularizadas no século XXI, utilizam-se de um aparato multi-midiático, que possui diferentes ferramentas para interconexão de conteúdo, o uso de imagens, fotos, vídeo-chamadas ao vivo, tanto particulares como abertas ao público (Lives), recursos digitais de edição e criação de imagens e vídeos, e outros a exemplo dos algoritmos (conjuntos de regras usadas para processar e utilizar os dados de um sistema) utilizados para distribuição de conteúdo e marketing digital.

Os algoritmos são definidos como uma sequência finita de ações executáveis que visam obter a solução para determinado problema, possuem a entrada e saída de informações mediadas por regras sendo a base da linguagem de programação em computadores, e dos computadores e seus softwares. No caso das redes sociais os algoritmos podem ser comparados a pequenos robôs que analisam quais publicações devem ser entregues para diferentes grupos de pessoas baseando se nas informações coletadas do usuário pelos mesmos, ou seja, trabalhando a favor da distribuição de conteúdo a partir de um perfil de preferências do próprio usuário.

As redes sociais possuem diferentes formas de funcionamento, apesar de todas atenderem a um objetivo comum, que se resume na transmissão de conteúdo dos mais diversos tipos de temas apresentando diversos usos, ao mesmo tempo que se encontra perfis e grupos direcionados a causa científica por exemplo, convive na mesma plataforma com grupos negacionistas e anti-ciência, perfis de esquerda e perfis de direita, assim como voltado aos mais diversos temas existentes no mundo material e no âmbito cibernético. Exemplos dessas plataformas são: o Facebook, Instagram, TikTok, o X/Twitter e o Whatsapp.

- **Facebook:** Rede social que conecta usuários através de perfis, pessoais e profissionais onde é possível encontrar pessoas, acompanhar personalidades públicas, criar, compartilhar e consumir conteúdos e produtos. A plataforma apresenta diversas ferramentas multimídia para comunicação seja ela com usuários selecionados ou com toda a plataforma, ferramentas como criação de textos, edição e compartilhamento de imagens, áudios, chamadas telefônicas e chamadas de vídeo tanto particulares como abertas ao público LIVES, a rede também é usada como loja virtual tendo sua própria seção para anúncios.
- **Instagram:** É uma plataforma essencialmente focada no estímulo visual onde o usuário posta fotos e vídeos de curta duração, e podem receber interações e interagir com outros usuários através de comentários e curtidas, a rede social também oferece a possibilidade de streaming (vídeo ao vivo). Uma outra característica é a opção voltada para comercialização de serviços e produtos que o software oferece.
- **X/Twitter:** A rede social simula um blog pessoal, onde oferece 280 caracteres textuais para o usuário enviar a rede atualizações de seus status pessoais, juntamente com sua própria visão sobre os fatos e dinâmicas que ocorrem no meio socioespacial, preferindo a opinião em detrimento da veracidade dos fenômenos.

- **Tik Tok:** Plataforma focada no compartilhamento de vídeos de pequena duração entre 15 segundos e 3:30 minutos, a plataforma oferece uma ampla variedade de ferramentas de edição de vídeo, como playlists de músicas de todo o mundo, recursos visuais de filtros, etc. Um fenômeno peculiar sobre a plataforma são as trends (tendências), que nada mais são que formatos de vídeo que são repetidas por diversas pessoas, em diferentes espaços geográficos do espaço material, lugares separados por milhares de quilômetros, e que possuem realidades socioespaciais, culturais e econômicas distintas, mostrando de maneira imediatista que a rede não apenas interfere no mundo material mas em diversos níveis.
- **Whatsapp:** Funciona como serviço de mensagens conectado à internet (on-line), apesar de possuir recursos de compartilhamento e edição de fotos e vídeos, o aplicativo se concentra no compartilhamento de textos, diferente das outras plataformas o whatsapp não possui uma timeline que exibe e sugere perfis indicados, mas é possível criar grandes grupos

As redes sociais citadas acima apesar de possuírem interfaces distintas e funcionamentos diversos, possuem o mesmo objetivo, a disseminação de conteúdo e produtos para os usuários, ou seja, a comunicação, agindo assim como veículos de informação simplificada, pois, a estrutura de criação e compartilhamento das informações possuem um formato que impede que conteúdos mais densos e complexos possam ser integralmente exibidos, e necessitem de um seccionamento ou adaptação ao formato de estrutural que a plataforma exige.

Tomando como partida que aqueles que alimentam as redes residem no espaço material, a gama de temas presentes ao alcance de uma simples pesquisa é massiva, sendo assim, explicitando uma característica das redes sociais que é a possibilidade de diferentes usos em gerando diferentes espacialidades. Dentre esses usos, existe o uso político da ferramenta, seja ele de pessoas querendo saber sobre as notícias recentes sobre o tema, ou pessoas que ocupam cargos parlamentares, e também é possível encontrar diversos pontos de vista sobre os fatos políticos, perfis e grupos de direita e de esquerda convivem nas mesmas plataformas.

As redes sociais vêm ganhando cada vez mais importância no cenário político brasileiro, segundo dados expostos por Fernando Lattman-Weltman- em Mídia e eleições 2022: comunicação e política em contexto de alta e previsível imprevisibilidade.

Tabela 2 - Níveis de acesso à informação pelos meios midiáticos 2018 - 2021

Categorias	online	TV	Impressa escrita	Redes sociais	Online outros
2018	90,00%	75,00%	34,00%	66,00%	24,00%
2021	83,00%	61,00%	12,00%	63,00%	20,00%
diferenças	-7,00%	-14,00%	-22,00%	-3,00%	-4,00%

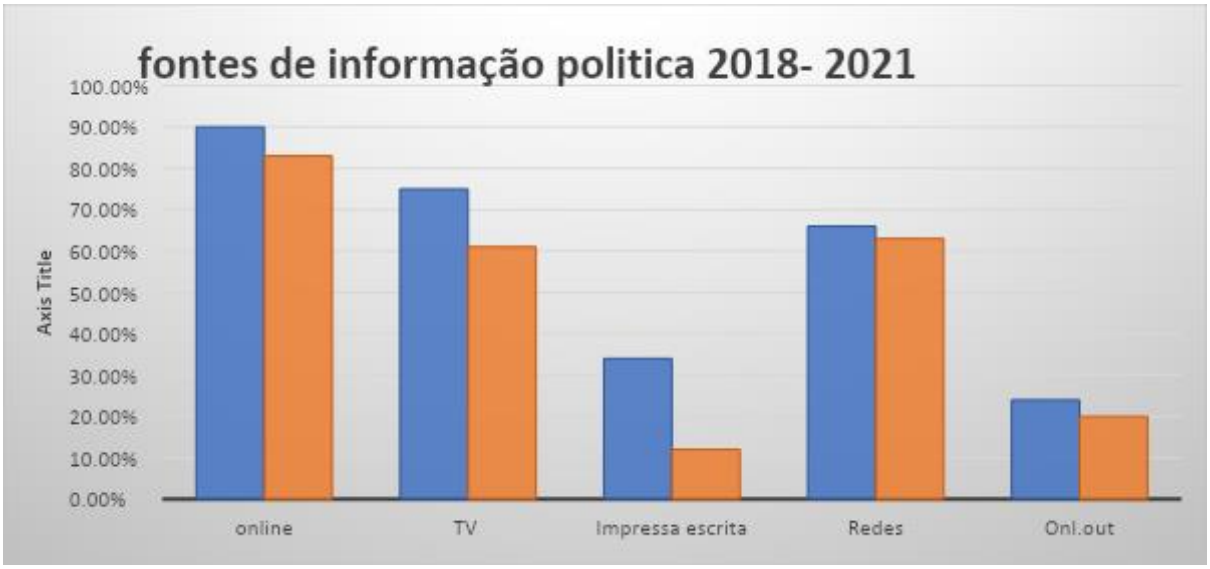


Gráfico 3 - Gráfico de autoria própria utilizando dados provenientes do Reuters Institute (2018; 2022); Categorias: “Online” inclui redes sociais (“Redes”) e outras plataformas da Internet (que aqui se encontram sob a denominação residual “Onl.Out”).

Os dados nos evidenciam que apesar das mudanças e diminuição da porcentagem do uso das redes em comparação às outras modalidades midiáticas, elas ainda são de longe as mais utilizadas, partindo da perspectiva da experiência passada, mas acima de tudo, levando em conta o contexto atual de impasse político, insegurança institucional e de quase total incerteza informacional em que a revolução tecnológica em curso vem nos legando — no quadro geral de precarização mencionado — podemos concluir, que a capacidade de influência midiática geral nas escolhas do eleitor, militante ou comum, deverá ser, mais uma vez, muito relevante nas eleições de 2022.

3.1 Fake News

O advento das redes informacionais e redes sociais e o ciberespaço criaram uma nova ferramenta comunicacional que segundo Levy, se diferencia das mídias clássicas, pois nesse espaço todas as mensagens tornam-se interativas, ganham uma plasticidade e têm uma possibilidade de metamorfose imediata, ou seja, o indivíduo toma o protagonismo para si. A partir da primeira década do século XXI, concomitante com o avanço tecnológico e consequente popularização das redes e dos smartphones o indivíduo recebe um protagonismo na difusão de informações antes não existente através da mídias hegemonizados clássicas a exemplo da televisão, rádio, jornal, e utilizando-se das redes sociais através de vídeos, imagens, podem reproduzir a realidade a partir de seus pontos de vistas e leitura dos fatos, os processos e fenômenos socioeconômicos e culturais.

As redes sociais e a internet criaram novos desafios para a política moderna criando um ambiente propício, onde narrativas desinformativas se engajam culminando numa nova interpretação política. Um fato qual exemplifica a característica influenciadora das redes informacionais e sua capacidade de interferência nos aspectos sociais, culturais e principalmente políticos, podemos citar o fenômeno das Fake News(notícias falsas) as quais tiveram sua intensificação de uso pela primeira vez nas eleições para presidente da república dos Estados Unidos da América em 2016 na qual o candidato Donald Trump utilizou-se amplamente das Fake News como tática de campanha a fim de circular conteúdo difamatório e mentiroso sobre seus opositores políticos através das plataformas de redes sociais como o Facebook e Twitter, afim de influência na decisão final do eleitorado em seu favorecimento.

O ciberespaço apenas recentemente começa a ser entendido como um espaço virtual (imaterial) que apresenta consequências no espaço material, portanto o surgimento de novos fenômenos e novos modos de comportamento devido ao nível tecnológico disponível acabam sendo novidades técnicas muitas vezes de difícil previsão, fato que dificulta a criação de uma legislação sobre o uso das mesmas. As fake news, são um fenômeno que apesar de não ser exclusivamente das redes sociais, e ocorrem em outros tipos de mídias, não redes sociais esse tipo de conteúdo encontra terreno fértil para disseminação. Segundo Hount Allcott and Matthew Gentzkow, apontam as redes sociais são condutivas de fake News, devido ao seu baixo custo de produção e divulgação além da utilização de uma linguagem a qual

tende a simplificar e relativizar problemas de maior complexidade, diante do fato de que sua averiguação é dificultada devido à falta de regulamentação das redes e a utilização de algoritmos que direcionam os internautas a grupos e conteúdos personalizados que reforçam as fake News e discursos ideológicos daqueles que as produzem, afetando na escolha final do eleitor.

3.2. - Pânico moral

As fake news utilizam-se de discursos curtos e relativistas que buscam despertar o pânico moral, que se define num sentimento de medo/indignação para determinar a perseguição de determinados grupos e formas de pensamento, o pânico moral no contexto político é instrumentalizado na tentativa de “Demonização” dos adversários e através desse medo se abster e desviar de discussões cujos temas realmente importam para sociedade.

Segundo Cohen,1972 é um fenômeno no qual alguma condição, episódio, pessoa ou grupo, emergem para serem definidas como uma ameaça dos valores e interesses sociais, sua natureza é apresentada de maneira estereotipada e estilizada pela classe dominante. Ainda segundo o autor as barricadas morais são constituídas por religião, mídia hegemônica, políticos e outros indivíduos que pensam a direita que se utilizam de experts socialmente reconhecidos que proferem seus diagnósticos e soluções, assim formas de enfrentamento são desenvolvidas ou antigas formas são reutilizadas. O objetivo do pânico moral pode ser recente ou recorrente, mas seu início são temas que subitamente entram em cena culpabilizando novos ou antigos protagonistas, os pânicos morais possuem uma variedade de formatos e tamanhos assim como as formas de desvios os quais supostamente respondem e os efeitos subsequentes no mundo social. Os pânicos morais variam em intensidade, duração e impactos sociais.

3.3 - Dissonância cognitiva

A instrumentalização do pânico moral através da propaganda política e eleitoral se faz atrelado a outro fenômeno de natureza psicológica, denominado de dissonância cognitiva, segundo Leon Festinger, 1957 “ As pessoas buscam um estado de coerência consigo mesmo, adaptando naturalmente o que sabem ou aquilo que creem saber com o que fazem. Durante conflito denominado pelo autor como dissonância cognitiva (dúvida), ocorre o ajuste interno ao conjunto de crenças de cada

indivíduo, retirando sempre o “estado de incoerência”, tentando evitar o mal-estar psicológico, tal processo tem como resultado, um novo equilíbrio que organiza nem sempre de forma coerente, os elementos cognitivos e a realidade. A dissonância se mostra como um incômodo a curto para que evolui a um sentimento insuportável a médio/longo prazo, na busca constante da mitigação da dissonância, uma vez completando e supostamente resolvendo o conflito interno, o indivíduo evitará situações ou informações que o tragam de volta ao estado desconforto, dúvida.

No âmbito da propaganda eleitoral, busca-se a opção individual por um determinado candidato entre vários outros, apenas uma escolha. A propaganda eleitoral permite a criação de imagens e personas para confundir o eleitor, sendo assim, o objetivo do profissional de comunicação eleitoral é o de causar antes de mais nada a dúvida (dissonância), uma vez provocado o conflito interno, apresenta-se novas propostas que utilizando técnicas que a revestem de valores e convicções, da grande massa de eleitores que se não vão diretamente ao encontro, dos valores da grande massa eleitoral, ao menos não vão contra as mesmas.

Conforme ressalta festinger,1975 a propaganda eleitoral segue um fluxo se assemelha a publicidade comercial a qual possui o seguinte procedimento, primeiro apresenta-se uma nova opção gerando a dúvida, e depois se protege a cognição do consumidor atribuindo -se argumentos racionais e emocionais valorizando o produto ou o serviço oferecido, proporcionando ao consumidor uma zona de conforto resultando numa diminuição da dissonância através da comunicação de elementos cognitivos consoantes com a ação apreendida.

No contexto eleitoral, Cocenza (2016) nos aponta que esse fenômeno da dissonância cognitiva é um comportamento muito observado junto aos grupos “raiz” que se identificam com determinado candidato ou vertente política, criando sucessivos mecanismos de negação psicológica a quaisquer estímulos de comunicação que contrariem suas convicções, havendo tendência de se valorizar e se prestar mais atenção aos fatos que pertencem a repertório pré-existente do que aqueles que o desafiem. Tendo uma crença existe uma percepção prioritária de tudo aquilo que a reforce ou confirme, em detrimento das informações que as ponham em dúvida ou as contrariem.

A mídia, principalmente a mídia informacional e o ciberespaço vêm ganhando cada vez mais importância na disseminação de informações que influenciam nas decisões políticas, e eleitorais, quando aliadas aos fenômenos descritos

anteriormente, pânico moral e estado de dissonância cognitiva formam a base das conhecidas como Fake News que utilizam recursos midiáticos, vídeos e fotos atrelados a informações simplificadas e estilizadas aos valores daqueles que as produzem

3.4 - Poder e comunicação: Mídias Tradicionais

A comunicação sempre se postou como uma forma de garantir e perpetuar as formas de poder sejam eles preceitos morais, religiosos, sociais e principalmente políticos, ou seja, a comunicação é um potente veículo de mudança do mundo material. A partir da 1° revolução industrial e o advento das conduções a vapor e a combustíveis fósseis permitiu que a difusão da informação se acelerasse de maneira vertiginosa se comparada ao período anterior, iniciando uma nova forma comunicacional. Os avanços técnicos e científicos permitiram que a mídia se desenvolvesse e se diversificasse, saindo da exclusividade do formato impresso para criação de aparelhos como a finalidade de facilitar e agilizar a comunicação entre os indivíduos que se encontram em lugares geográficos distintos, aparelhos que devido sua forma de funcionamento permitiam a expansão do poder vertical, um exemplo de grande sucesso desses aparelhos que apareceram no final do século XIX, é o Rádio (aparelho receptor de ondas eletromagnéticas) que permitia uma certa simultaneidade entre a difusão e a recepção da informação em um espaço geográfico de tamanho limitado sendo muito popularizado durante a primeira guerra mundial (1914-1918) teve papel decisivo sobre as organizações geopolíticas do período além de contribuírem para difusão dos conceitos da classe dominante da época.

Concomitantemente com o surgimento do rádio no final século XIX, tivemos a invenção do cinematógrafo inaugurando assim uma nova fase da multiplicidade de formatos de difusão de informações na qual era possível a transmissão de imagens em movimento permitindo uma nova forma de se produzir a informação embutida não apenas do discurso dominante, mas também de seus preceitos estéticos e de reprodução de poder na sociedade. Raffestin aponta que:

> Sendo toda relação um lugar de poder, isso significa que o poder está ligado muito intimamente à manipulação dos fluxos que atravessam e desligam a relação, o saber, a energia e a informação. (Raffestin, 1980 p. 54)

Após o final da primeira guerra mundial, outra forma comunicacional surgiu, a televisão, intensificando a recepção de informação pelo indivíduo, que assim como o

rádio conseguiu adentrar a residência dos cidadãos no mundo inteiro, tornando-se um meio propício para disseminação de ideologias e visões de mundo totalitaristas, e hegemônicas, exemplos de países que utilizaram da publicidade e a propaganda televisionadas para fins massivos de dominação foram a Alemanha e Itália durante os regimes totalitários do nazismo e do fascismo respectivamente.

O uso da propaganda permeando a todos os níveis comunicacionais existententes propiciou terreno fértil para narrativas desinformativas que se baseiam no pânico moral contra supostos inimigos que seriam os causadores das mazelas sociais e supostos destruidores de antigos conceitos sociais, políticos e econômicos, e suas propostas de solução pela classe dominante seja ela econômica (Elite) ou estrutural (Militar), que foram amplamente disseminadas e exaltadas através da propaganda não apenas permitindo a chegada ao poder desses autores mas sendo um meio de manutenção dos mesmos no poder, culminando nos eventos da 2° guerra mundial (1939-1945). No período subsequente durante a polarização global entre os países capitalistas representados pelos Estados Unidos da América e os países comunistas representados pela União soviética no período conhecido como guerra fria propiciou uma intensificação na criação de tecnologias nos dois blocos de maneira a aperfeiçoar as redes de informação e consequentemente aprimorar as formas dissuasão promovida pelos diferentes meios comunicacionais que agora além de estarem atrelados com a disseminação de ideologias e modos de vida também eram atrelados ao consumo de bens e serviços principalmente no bloco capitalista, reforçando mais uma vez a relação do trabalho e da produção com a manutenção do poder. Segundo Raffestin nos mostra que o poder quanto aos meios mobilizados, é definido por uma combinação variável de energia e informação, a partir dessa combinação pode definir os poderes com forte componente energético a exemplo do modo de produção e os poderes com forte componente informacional, as publicidades e a propaganda.

O mesmo aumento técnico que ajudou na formação das novas tecnologias de informação, o meio computacional se desenvolveu muito nesse período, usado principalmente para fins científicos de análise espacial e criação de modelos espaciais para análises estatísticas fato que resultou no fim do século XX na popularização dos computadores abrindo as possibilidades do c- espaço para o cidadão comum com a criação do computador pessoal, assim ressignificando a ferramenta. Não demorou muito para que o computador fosse usado como meio comunicacional, primeiramente

a criação da world wide web e outras ethernets conectando os usuários através do ciberespaço das redes, o grande diferencial do ciberespaço é sua independência de atores hegemônicos, fato que, possibilitou uma inversão do protagonismo da produção de conteúdo dando possibilidade para que várias formas diferentes de visão sobre os fatos fosse compartilhada dando visibilidade a temas antes deixados de lado pelas elites dominantes e que não condizem com a idealização e personalização sócio espaciais que promoviam, o ciberespaço permitiu uma granulação da informação de maneira que apesar de fragmentar as características do poder não o dissolve completamente mas o ressignifica sob as novas formas que o ciberespaço permite.

3.5 - Ciberespaço e a nova política: influência das redes sociais no processo político eleitoral através da instrumentalização das fake news

Como foi visto anteriormente os meios comunicacionais exercem papel crucial na difusão e manutenção do poder hegemônico, principalmente o poder político, durante o século XX a extrema direita se aperfeiçoou para entender e dominar os princípios da propaganda e da publicidade, para propagar diferentes projetos de hegemonização sociocultural, econômica e espacial, através da dissonância cognitiva (estado de dúvida) e o pânico moral (suposta ameaça ao estado conformativo pré instalado dos preceitos morais, sociais religiosos, etc) como opção de escolha que tem como base uma manutenção de supostas dinâmicas anteriores e informacionalmente induzidas como formas de conduta.

Após a mudança do milênio, houve uma drástica mudança no modo de funcionamento das redes informacionais, a partir da popularização dos computadores pessoais os quais abrigam uma forma inovadora de comunicação que traz o protagonismo ao indivíduo, e o transforma em criador de conteúdo e não apenas consumidor, culminando numa reestruturação das relações de poder que não mais são uniformes diretas e hegemônicas, mas sim, fragmentadas em diversos nós das redes ciberespacial.

O advento das redes sociais, para política, significou o resgate de antigas formas de dominação através das novas formas comunicacionais as quais por conta da contemporaneidade de seu surgimento e pouco tempo de existência contam com pouco ou nenhuma regulação legislativa na maioria dos países é difícil checagem de fatos por meios confiáveis, criaram um espaço propício para narrativas

desinformativas, as quais contêm a finalidade de descredibilização e demonização de adversários políticos através do pânico moral, aumentando consideravelmente o estado de dissonância cognitiva que induz o indivíduo a acreditar em discursos moldados e linhas de pensamento simplificadas e relativizadas através dos veículos de informação simplificada para voltar ao estado de "normalidade cognitiva", mas como apontado por leon festinger,1974 "tal processo tem como resultado, um novo equilíbrio que organiza nem sempre de forma coerente, os elementos cognitivos e a realidade… desse modo tendo uma visão que privilegia tudo aquilo que confirme ou reforça sua crença em detrimento daquilo que causa a dúvida".

3.6 - Informação, política e redes sociais no Sul de Minas Gerais

Dados do estudo regional realizado na Universidade Federal de Alfenas em 2022 denominado "IDENTIDADE SUL-MINEIRA: DIAGNÓSTICO CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO DO SUL DE MINAS GERAIS" na qual a foi medida a frequência de acesso à rede para se informar sobre política no sul de Minas Gerais, os dados mostram não apenas a frequência de uso mas o nível de interesse sobre o tema entre diversos grupos não apenas na internet mas através de outros meios de comunicação.

Frequência de atividade: Assiste ou lê notícias sobre política na televisão, internet, rádio, ou em revistas e jornais

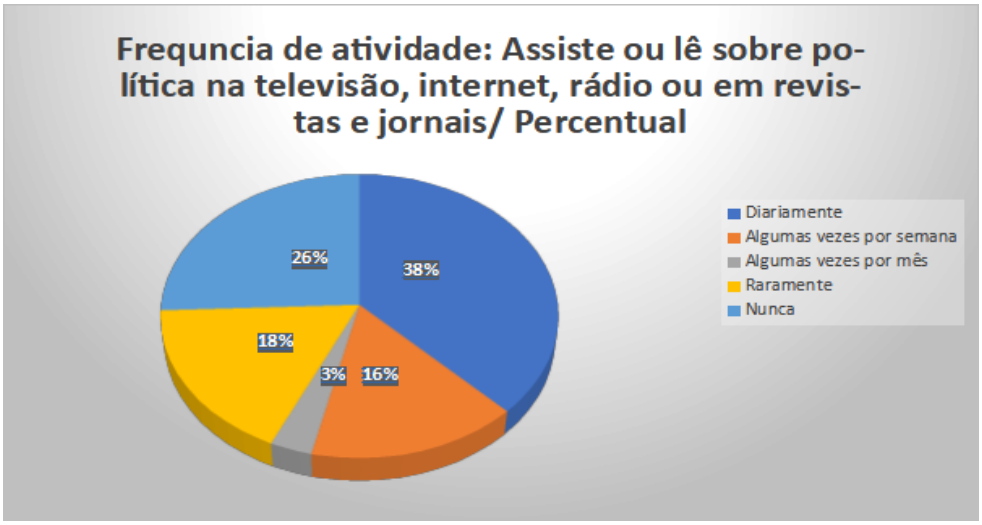
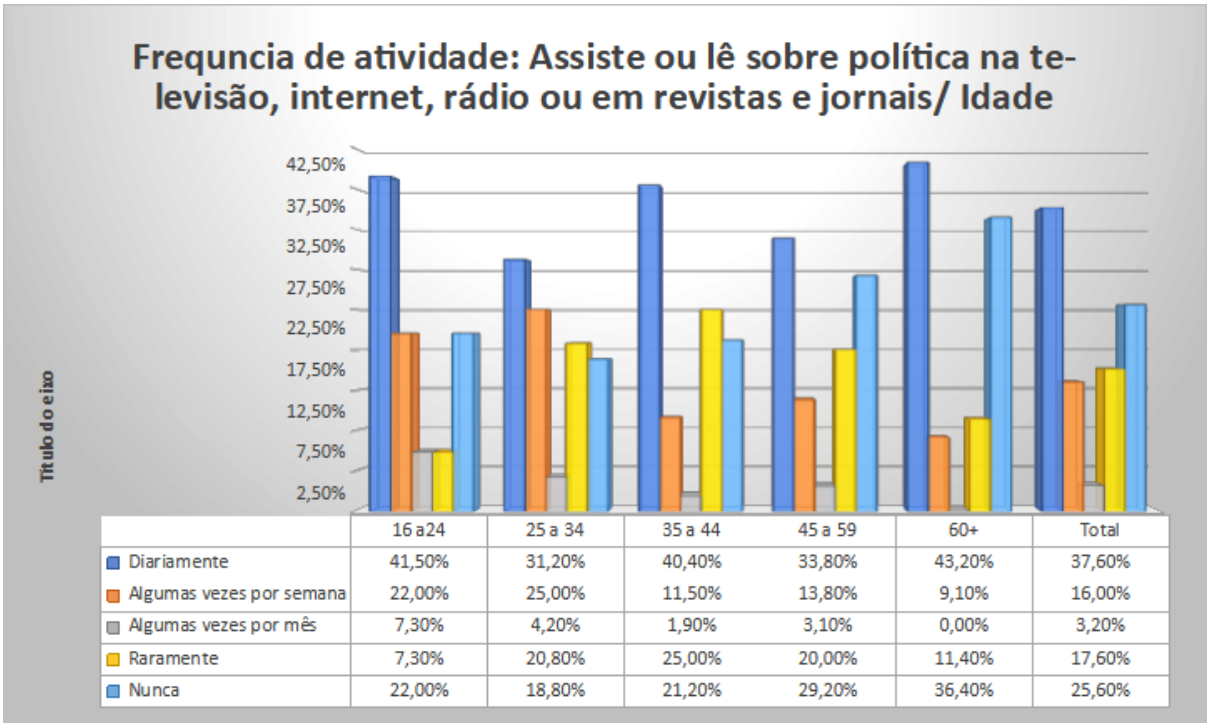


Gráfico 4. Fonte: gráficos próprios constituídos com dados da pesquisa "IDENTIDADE SUL-MINEIRA: DIAGNÓSTICO CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO DO SUL DE MINAS GERAIS"

Perante o gráfico geral, nota- se que ao mesmo tempo uma grande parcela utiliza-se diariamente dos meios de comunicação para obter notícias políticas 39% e ao mesmo tempo percebe-se que uma grande parcela 26% nunca se informa politicamente através destas mídias.

Entre aqueles que mais utilizam esses meios comunicacionais como fonte de notícia política estão pessoas entre 16 a 24 anos com 41,5% e as pessoas com mais de 60 anos sendo 43,2%, já o grupo de pessoas com menor acesso e responderam nunca usar também são as pessoas com mais de 60 anos e as pessoa s entre 45 a 59 anos



	16 a24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60+	Total
Diariamente	41,50%	31,20%	40,40%	33,80%	43,20%	37,60%
Algumas vezes por semana	22,00%	25,00%	11,50%	13,80%	9,10%	16,00%
Algumas vezes por mês	7,30%	4,20%	1,90%	3,10%	0,00%	3,20%
Raramente	7,30%	20,80%	25,00%	20,00%	11,40%	17,60%
Nunca	22,00%	18,80%	21,20%	29,20%	36,40%	25,60%

Gráfico 5, Fonte: gráficos próprios constituídos com dados da pesquisa "IDENTIDADE SUL-MINEIRA: DIAGNÓSTICO CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO DO SUL DE MINAS GERAIS"

Para o nível de escolaridade temos que a maioria da pessoas que se informam diariamente sobre o política através das mídias são pessoas que possuem curso superior com 53,70% dos pesquisados, e entre aqueles que nunca se informam sobre política/ não possuem interesse no assunto 44,40% são pessoas sem instrução/ ensino fundamental incompleto.

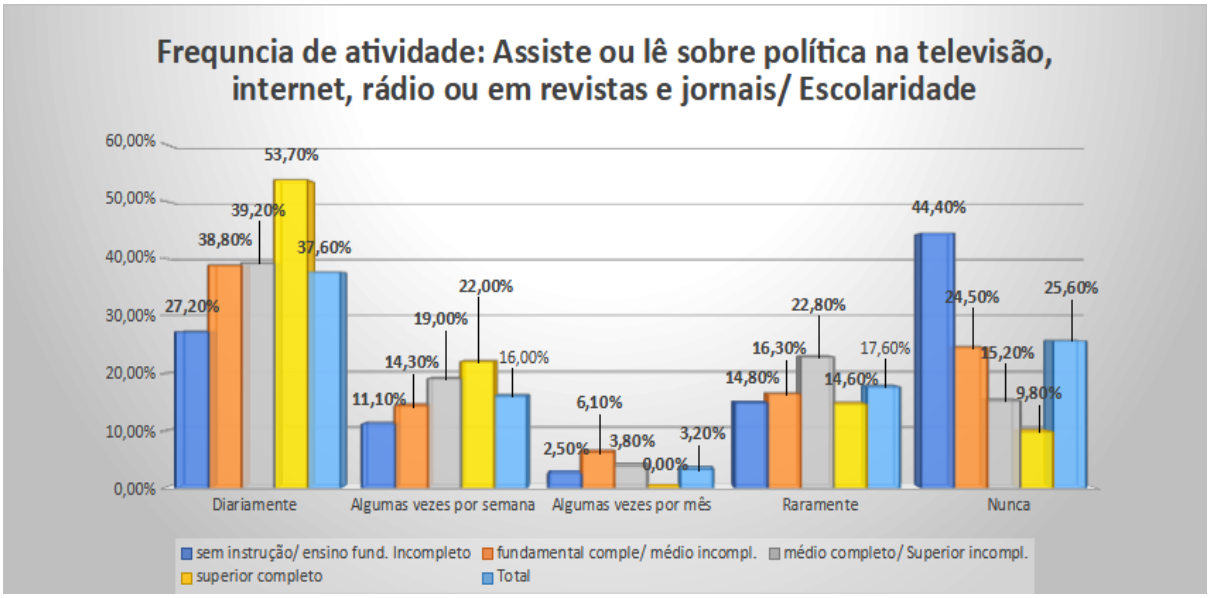


Gráfico 6 Fonte: gráficos próprios constituídos com dados da pesquisa “IDENTIDADE SUL-MINEIRA: DIAGNÓSTICO CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO DO SUL DE MINAS GERAIS”

Além do nível de escolaridade e a idade, outros fatores influenciam na busca por informações políticas através das mídias é a renda dos indivíduos, pois é um fator que interfere muito na possibilidade de acesso às mídias tradicionais e às redes, pois são necessárias a compra de equipamentos (ponto de acesso) e ferramentas(televisão, computador, celulares, etc.) para se concretizar o acesso à informação segundo os dados do estudo as pessoas com renda maior que 10 salários mínimos são as que mais buscam esse tipo de conteúdo nas mídias, e as que menos buscam são aquelas com renda de até 2 salários mínimos.

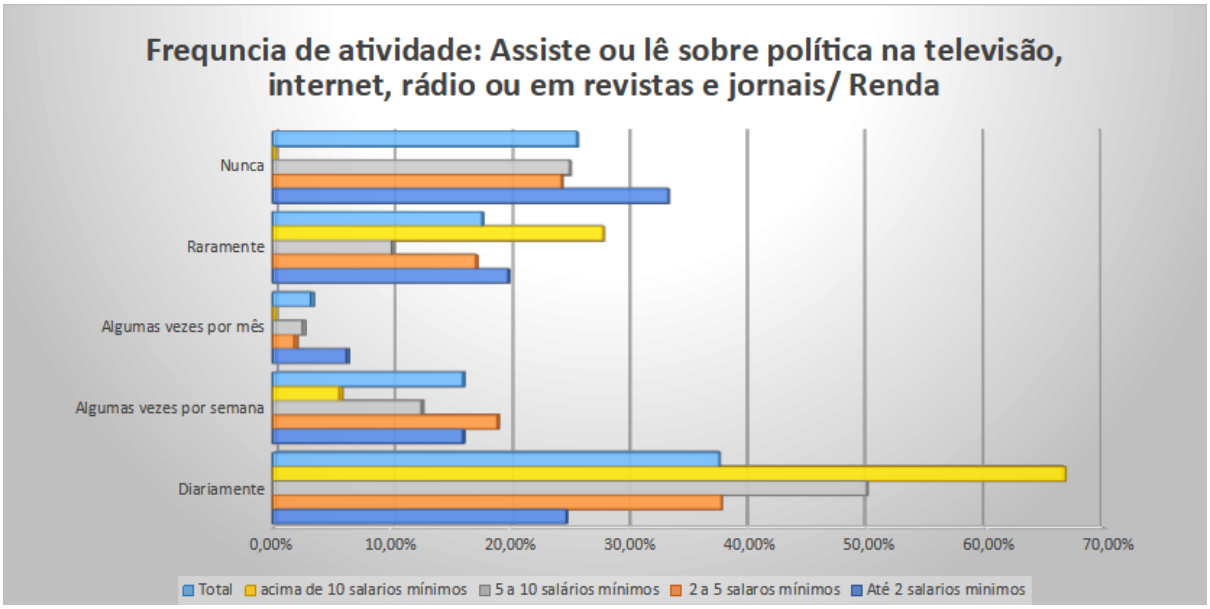


Gráfico 7 Fonte: gráficos próprios constituídos com dados da pesquisa “IDENTIDADE SUL-MINEIRA: DIAGNÓSTICO CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO DO SUL DE MINAS GERAIS”

Podemos concluir através dos dados apresentados que apesar de haver uma grande diferença entre os indivíduos da amostra, a busca por informações sobre política através das mídias tradicionais e informacionais possui uma grande procura, sendo um canal informacional muito importante na decisão da escolha política dos eleitores, tanto as mídias tradicionais como o ciberespaço possuem espaços onde diferentes visões encontraram diferente meios de propagação.

4 - ANÁLISE DOS GASTOS MIDIÁTICOS E CONTEÚDOS PROPAGADOS EM ÉPOCA ELEITORAL ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS E PROPAGANDA POLÍTICA DE CANDIDATOS PARA DEPUTADO FEDERAL ELEITOS EM 2022

Apesar das diferenças socioculturais, econômicas e geográficas, as redes informacionais utilizam-se de métodos e ferramentas que agem de forma atrativa comumente aos indivíduos da espécie humana, preenchendo a curiosidade com excesso de informação a qual é disseminada em sua maioria de forma simplificada gerando assim um sentimento de falso conhecimento e aquietando os sinais da dissonância cognitiva, nesse contexto aqueles que se utilizam da instrumentalização do pânico moral para cooptar eleitores encontram terreno fértil para suas ações que uma vez que envolvem o indivíduo com uma realidade simplificada e de fácil explicação em consonância com suas crenças e criam uma visão de mundo condizente com as realidades factuais.

A propaganda política por si, tem como objetivo a criação da dissonância cognitiva para que a partir do questionamento da realidade com as propostas possa se definir uma escolha final, mas a chegada das redes sociais além de modificar a forma de propagação da informação, permitiram que sua instrumentalização se fizesse acompanhada e preenchidas de fenômenos sociais como a propagação do pânico moral ideológico e a disseminação de mentiras (fake news), cenário que propiciou um processo de ressurgimento da extrema direita contemporaneamente reinventada aos caprichos Neoliberais e atrelando esses princípios ideológicos a formas de conduta moral, fato que acaba separando aquele que compactua com essas ideias como indivíduo descolado do restante da sociedade e colocando o outro (aquele que não compactua) como cidadãos de segunda classe que deve ser combatido e evitado, elevando o nível da discussão política a um status simples de briga de grupos com seguidores que acabam por defender não os seus interesses, mas sim os interesses impostos pelo grupo ao qual se identifica com medo da rejeição daquilo que acredita ser um espaço seguro.

Para comparação dos discursos ideológicos apresentados na campanha eleitoral de 2022 e que ainda hoje possui desdobramentos na câmara dos deputados federais, foram escolhidos dois deputados eleitos pelo estado de Minas Gerais, são eles Duda Salabert e Nikolas Ferreira, ambos os políticos possuem uma posição de

antagonia dentro do contexto políticos os quais se desenvolvem desde antes das eleições para deputado federal pois ambos também se candidataram concomitantemente para o cargo de vereador na cidade de Belo Horizonte nas eleições de 2020 na qual ambos foram eleitos representando ideologias e práticas divergentes.

4.1 - Duda Salabert

Duda Salabert (Figura 16) primeira vereadora Trans da cidade de Belo Horizonte representante da esquerda da inclusão social, de movimentos sociais e direito de minorias foi candidata a deputada federal em 2022 pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT) eleita com 208.332 votos, fez uma campanha que acompanhando os padrões da campanha política atual, segundo dados oficiais obtidos no site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), focaram em publicidade tanto no ciberespaço quanto no meio material, tendo um gasto total na campanha de R$1.280.277,04 seus gastos com publicidade focaram em: produção de programas de rádio e televisão ou vídeo R$ 220.487,04, 17,22%; Despesa com impulsionamento de conteúdo 7,67%, R$ 98.200; Publicidade de materiais impressos 0,12%, R$ 1.488; Publicidade por adesivos 0,03% R$ 360,00, seus baixos gastos com publicidade impressa deve-se pelo compromisso tomado pela chapa de criar uma campanha de lixo 0, reduzindo ao máximo o gasto com papel e impressão. O alto valor investido rendeu a chapa a terceira colocação entre candidatos a deputado federal mais votados atrás apenas de Nikolas Ferreira do Partido Liberal (PL) que obteve 1.492.047 votos e André Janones do AVANTE com 238.967 votos.



Figura 16 - Deputada federal por Minas Gerais Duda Salabert PDT.
Fonte: https://www.camara.leg.br/deputados/220623

Em 2022, Duda Salabert aos 41 anos de idade se torna uma das primeiras deputadas federais Transgênero do Brasil ao lado de Erika Hilton. Professora de Literatura formada pela Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG), ativista ambiental e presidenta da ONG Transvest que oferece suporte a transsexuais e travestis na cidade de Belo Horizonte - MG, seus temas de campanha se baseiam em problemas reais sejam eles sociais, estruturais ou de natureza econômica como a inclusão social de minorias em políticas públicas, apoio a movimentos sociais que visam o atendimento de pessoas em estado de necessidade, direitos das mulher apoio a educação e a necessidade eminente de cuidar do meio ambiente segundo consta em seu perfil no site da câmara dos deputados “Sua atuação é voltada ao campo educacional, defesa dos direitos humanos e segurança pública. Na pauta de seus mandatos, estão inseridos temas relacionados à emergência climática, incluindo acesso e direito à água, segurança hídrica, desenvolvimento urbano e rural, mobilidade urbana e resíduos sólidos, entre outros. Também se coloca no enfrentamento à mineração que destrói fauna, flora e a vida das pessoas.”

Na posição de vereadora da cidade de Belo Horizonte aprovou projetos para garantir o direito de pessoas surdas terem acompanhamento de intérprete de Libras em casas de parto, maternidades e hospitais; a criação do Dia Mundial da Semana do Brincar, para incentivar a prática de lazer para crianças na cidade de Belo Horizonte;

o reconhecimento oficial da Língua Brasileira de Sinais em Belo Horizonte; a proibição de tatuagens em animais; a criação da Semana dos Povos Indígenas em Belo Horizonte; o Dia da Conscientização e Enfrentamento do Parto Prematuro em Belo Horizonte; e projeto de dignidade menstrual para doação de absorventes em escolas municipais de Belo Horizonte, entre outros.

Apesar de seus amplos recursos financeiros para realização da campanha para deputada federal a então candidata apesar do sucesso em seu objetivo de se eleger e da ampla utilização dos recursos digitais manteve uma linha ideológica discursiva que se mantém na proposta de resolução de antigos problemas de forma técnica e abrangente, utilizando-se de uma publicidade que não se vale de artifícios midiáticos de difamação de adversários ou infusão de preceitos e morais religiosa na política lidando com temas fora do aspecto de pânico moral, ou utilização de fake news para interferir na decisão do eleitor.

Após eleita, a deputada federal busca fortalecer as políticas públicas nos temas em que já atua, assim como outros que vêm a ser úteis para sociedade como um todo . Segundo dados obtidos através do site portal câmara dos deputados[3] Duda é integrante das seguintes comissões entre 2023 e junho de 2024:

Titular: Comissão Externa sobre a Transposição do Rio São Francisco; Comissão Externa sobre fiscalização dos rompimentos de barragens e repactuação; Comissão de Educação; Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.

Suplente: Comissão de Relações Exteriores e de Defesa Nacional; Comissão de Legislação Participativa; Comissão de Segurança Pública e Combate ao Crime Organizado .

4.2 - Nikolas Ferreira

Para falarmos do nosso segundo candidato, vamos às eleições para deputado federal de 2022 na qual nos deparamos com um processo político que encontrou nas fake news uma forma eficiente de disseminação de pânico moral e mentiras em âmbito nacional, e a pouco ou inexistente legislação ou precedência judicial incentivaram sua ampla utilização.

[3] https://www.camara.leg.br/deputados/220623?ano=2024

O então candidato Nikolas Ferreira (figura 17) embarcou suas ideias dentro vasto oceano das Fake news incitando uma verdadeira tempestade de pânico moral, autointitulado defensor da moral e dos bons costumes, conservador e utiliza se de um discurso que envolve política e religião. Segundo sua chamada política durante o horário eleitoral na televisão, Nicolas de forma simples define esse principios, ele diz: “Sou um jovem cristão que venho lutando a anos a favor da vida, contra o aborto e a ideologia de genero defendendo nosso maior bem, a família… ou você é cristão ou é de esquerda. Os dois impossível”[4], pode se perceber claramente a criação de uma obrigação criada com base na moral religiosa para se aderir a um grupo e demonizar seu adversário político como o causador de condutas que vão contra os princípios morais pessoais dele e não da ética de um estado laico.



Figura 17 - Nikolas Ferreira, deputado federal por Minas Gerais PL.
Fonte: https://www.camara.leg.br/deputados/209787

A utilização da cooptação de eleitores através das igrejas,

Durante as eleições de 2022 o candidato Nikolas Ferreira, mais de uma vez teve suas redes sociais bloqueadas devido à divulgação de fake news a exemplo, no ano das eleições conforme consta no site do jornal Brasil de Fato em 03/04/2024, Nicolas durante a corrida eleitoral de 2022, publicou um vídeo no qual dizia que o candidato Luiz Inácio Lula da Silva se ganhasse as eleições confiscaria bens e ativos

[4] https://www.instagram.com/p/CiLuLNnJ5Mr/

financeiros da população[5].Mesmo a informação não sendo verdadeira segundo matéria do jornal Brasil de Fato em 03/de abril/2024 no dia 2 de abril de 2024 Nicolas foi condenado a pagar 30 mil reais por danos morais.

Nas eleições de 2022 Nikolas apresenta um custo muito menor que Duda Salabert com um total de R$283.391,19 seus gastos com propaganda e publicidade foram de materiais impressos, R$92,485,00, ou seja 25,85% do orçamento total; 10,7% com impulsionamento de conteúdo R$30 mil; 9,19% com publicidade de adesivos, R$25.780,00 e gastos de produção de programas de rádio e televisão ou video de 0,89%, R$2.500,00.

Depois de eleito Nikolas segundo o portal da câmara dos deputados, foi integrante das seguintes comissões entre 2023 e junho de 2024:

Titular: Comissão de Direitos Humanos, Minorias e Igualdade Racial; Comissão de Fiscalização Financeira e Controle; Comissão de Segurança Pública e Combate ao Crime Organizado.

Suplente: Comissão de Defesa dos Direitos das Pessoas com Deficiência; Comissão de Comunicação; Comissão de Administração e Serviço Público; Comissão de Fiscalização Financeira e Controle; Comissão Especial da Imunidade Tributária (PEC 005/23); Comissão de Segurança Pública e Combate ao Crime Organizado.

4.3. Breve comparação nos discursos

Afim de realizar uma análise comparativa entre os candidatos com relação aos seus diferentes modos de agir nas redes sociais através de seus discursos e ideologias foram escolhidas dois vídeos de entrevistas concedidas a jornais que foram transmitidas via youtube uma com Duda Salabert pelo jornal pode 360 em 5 de outubro de 2022, na entrevista que ocorreu dois dias após as eleições a deputada discorrer sobre assuntos distintos como saúde, educação, segurança pública e meio ambiente se propondo a implementar medidas estruturais desses departamentos do Estado, a fim de fortalecê-los de maneira ampla, organizada e consonante com os

[5]https://www.brasildefato.com.br/2024/04/03/stf-determina-que-nikolas-ferreira-pague-multa-de-r-30-mil-por-fake-news-contra-lula

estudos científicos, além de apoiar reformas no sistema tributário e na estruturação segundo Duda Salabert - "... Colocamos o direito ambiental, os direitos humanos e a educação como nossa tríade principal de concepção política"[6], a deputada também alegou precisar por uma melhora legislativa para atender as novas sociedades.

Vale lembrar que Duda Salabert em toda campanha da deputada, foi através dos meios de comunicação e informacionais com o uso da televisão e investimentos pesados em impulsionamento pela rede do ciberespaço de redes sociais como o Facebook, Youtube, Instagram, Twitter/ X e TikTok permitindo que seu alcance fosse maior e mais abrangente, também concretizando a primeira campanha para o congresso nacional com "lixo 0", segundo palavras da mesma, isso mostra que é possível fazer política respeitando a bioética.

A entrevista de Nicolas Ferreira foi concedida para o Band News exibida ao vivo durante a programação do dia 04 de outubro de 2022[7], dias depois das eleições, durante a entrevista Nicolas se apresenta como jovem cristão, que se diz contra a chamada 'ideologia de gênero' (sic) que seria qualquer gênero fora do heterossexual e que defende a chama pauta de bons costumes,durante a entrevista o candidato se utilizou amplamente do pânico moral descrito por Cohen(1972) que se define como um fenômeno no qual alguma condição, episódio, pessoa ou grupo, emergem para serem definidas como uma ameaça dos valores e interesses sociais, sua natureza é apresentada de maneira estereotipada e estilizada pela classe dominante.

Conforme suas respostas são ditas, existe sempre uma tentativa de difamação, diminuição e demonização de certos grupos e pessoas transformando o adversário político em inimigo, ao incitar através de relativismos e simplificações de assuntos e processos de alta complexidade, tendo colocar o outro como uma pessoa a ser combatida para que se possa preservar sua existência. Fato que incita o pânico moral através do medo, gerado da dissonância cognitiva, e em seguida, a oferta de soluções rápidas pautadas no cumprimento da agenda de costumes e no neoliberalismo.

4.4 - Análise das publicações no Instagram

[6] https://www.youtube.com/watch?v=zdIcCPYO5fw&t=318s
[7] https://www.youtube.com/watch?v=a-eI1dV3wk0

Do dia 16 de agosto de 2022 até 1º de outubro de 2022, período que corresponde ao início da divulgação dos candidatos e sua identificação com número para votação até o final da campanha, foram 56 postagens na linha do tempo no instagram por Nikolas Ferreira e 42 postagens na linha do tempo de Duda Salabert. Nessa análise, não foi contabilizando os storys, tendo em vista sua duração de 24h.

Nas redes de Nikolas, que em junho de 2024 tinha 11.2 milhões de seguidores, os temas abordados nas redes foram (Figura 18):

- Perseguição e/ou desinformação a candidatos opositores: 19
- Temas religiosos: 9
- Temas relacionados a 'família tradicional': 5
- Notícias falsas: 2
- Proposta de campanha: 1
- Aborto : 7
- Ações preventivas Covid-19: 6
- Anticomunismo: 2
- Esquerda: 13
- Fotos e vídeos com Bolsonaro: 11
- "Ideologia de Gênero": 5

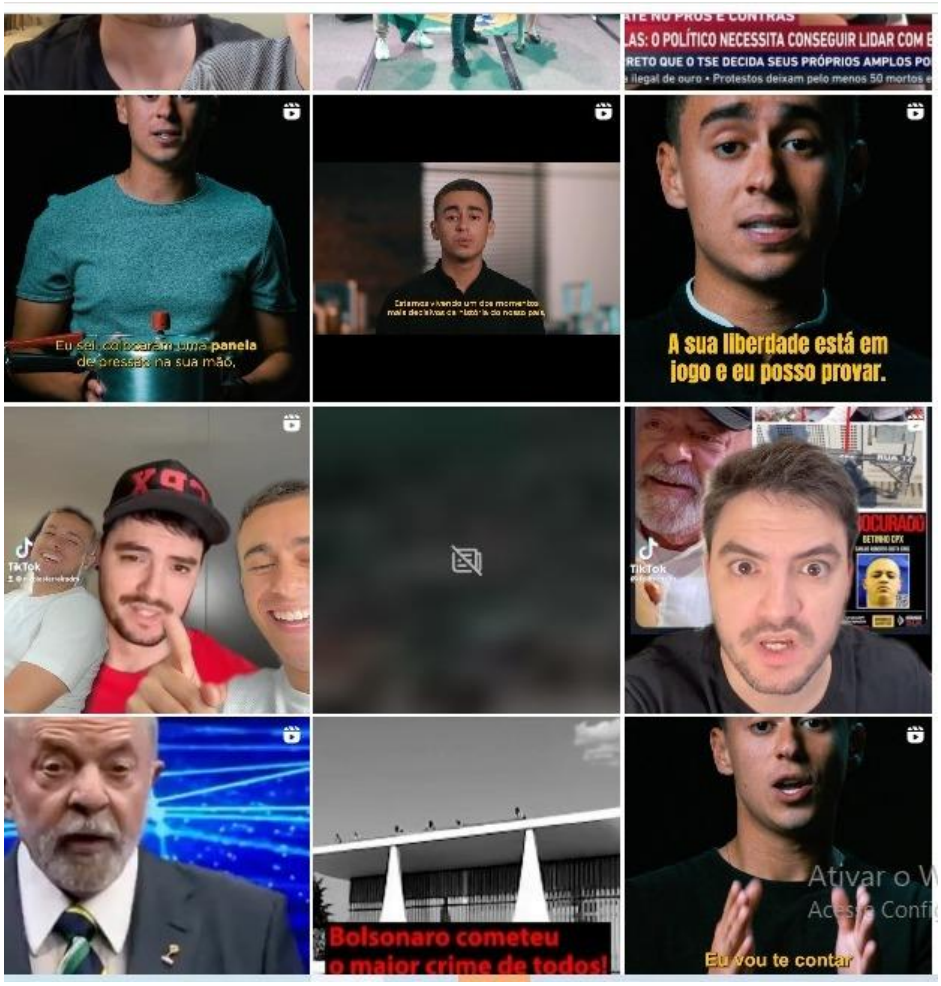


Figura 18 - Perfil de Nikolas Ferreira no Instagram.

Fonte: https://www.instagram.com/nikolasferreiradm/

Para exemplificar, a publicação de 14 de setembro de 2022[8], há uma postagem sobre temas sobre costumes, tentando relacionar cristianismo, bíblia, educação e marxismo. Para isso, faz um compilado de frases soltas de pessoas desconhecidas e de políticos do PT, inclui partes da Bíblia e tenta induzir os seguidores que o candidato em questão a presidente, Lula, 'acabaria' com o mundo cristão no Brasil, e que a esquerda não defende o cristianismo. Nos comentários da postagem, diversos seguidores ressaltam que o conteúdo de fake news, mas a postagem segue até o momento.

8 https://www.instagram.com/reel/CifjqpnDjtv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Dentre as postagem há uma ocultada pois é fake news, e o próprio Instagram bloqueou postagens sobre os “inimigos” como Lula e o influencer Felipe Neto, além de temas como liberdade, família e religião.

Uma estratégia bastante difundida nas redes sociais por Nikolas, é colocar ao fundo uma imagem ou vídeo de jornalistas ou políticos opositores, e discursar com base em sua ideologia e enfatizando seus princípios sem provas ou dados científicos, induzindo os seguidores a crer que a notícia é falsa.

um outro exemplo desse modo de produção midiática de nikolas é publicação do dia 17 de agosto de 2022[9], na qual ele promove a difamação do então candidato à presidência Luiz Inácio Lula da Silva na qual nicolas afirma que Lula tem relações com o presidente da nicarágua, e que alem de apoiar a ditadura, se for eleito as igrejas seriam invadidas, tentando relacionar cristianismo com politica, aborto e “Ideologia de Genero” o comparando ao demonio e aponteando sua forma de visão na qual cristão nao podem votar no Lula.

Uma outra característica bem comum nos vídeos de Nikolas Ferreira e que pode ser vista na maioria das publicações do formato react é o movimento de estapear a câmera como forma de simular uma agressão às pessoas que possuem ideias e visões que diferem da dele.

Nas redes de Duda, que em junho de 2024 tinham 312 mil seguidores, os temas abordados nas redes foram (Figura 19):

- Perseguição e/ou desinformação a candidatos opositores: 0
- Temas religiosos: 0
- Temas sobre a população LGBTQIA+: 7
- Notícias falsas: 0
- Proposta de campanha: 14
- Temas sobre questão ambiental: 17
- Educação: 11
- Ameaça de morte: 3
- inclusão social: 17

[9] https://www.instagram.com/p/ChXcQaQF_QE/



Figura 1 - Perfil de Duda Salabert no Instagram.

Fonte: https://www.instagram.com/duda_salabert/

Para exemplificar a publicação de 29 de setembro de 2022[10], postou em suas redes um conjunto de imagens contendo 14 propostas de campanha são elas:

1. **Desmatamento Zero em Todos os Biomas do Brasil**: Para o desenvolvimento sustentável e crescimento econômico, o Brasil precisa e pode melhor utilizar as áreas já desmatadas ou subutilizadas;

[10] https://www.instagram.com/p/CjFwu9Pumam/?img_index=4

2. **Renda Básica Permanente:** Criação de uma renda básica permanente que garanta a dignidade para as pessoas mais pobres, fortaleça a economia das cidades e reduza a desigualdade no país;
3. **Segurança Climática na Constituição Brasileira como Direito Fundamental:** As políticas públicas, as atividades empresariais e o modelo econômico tem que levar em consideração a crise climática;
4. **Valorização do Salário dos Professores e de Profissionais da Educação:** O Brasil tem a menor média do salario inicial dos professores do ensino fundamental entre 40 países analisados pela OCDE, entre os quais estão México, Colômbia e Chile;
5. **Política Nacional de Redução de Agrotóxicos:** É necessário maior rigidez na legislação e na fiscalização de registro e uso de agrotóxicos e pesticidas no Brasil;
6. **Política de Preservação do Cerrado:** Apenas 8% do Cerrado é legalmente protegido. Precisamos incluir o Cerrado entre os biomas a serem priorizados com recursos do Fundo Nacional do Meio Ambiente;
7. **Proibição de Venda de Produtos Ultraprocessados nas Escolas e Ampliação de Produtos Orgânicos na Merenda:** Temos que lutar pela segurança alimentar e nutricional nas escolas;
8. **Fundo de Diversificação Econômica para Municípios Mineradores:** Diversificar a economia dos municípios que sofrem impacto cos da mineração e potencializar alternativas de crescimento econômico sustentável como alternativa a mineração exploratória;
9. **Zerar Impostos sobre Absorventes e Fraldas:** Absorventes e fraldas são itens básicos para higiene e saúde. Infelizmente uma parte considerável da população não tem acesso a esses itens devido ao preço e a carga tributária;

10. **Reforma Tributária Justa, Compromissada com a Taxação das grandes fortunas, das Heranças, Lucros e Dividendos:** No Brasil o sistema tributário é injusto: a pessoa que recebe um salário mínimo paga sobre o consumo os mesmos tributos que uma pessoa que ganha mais de 20 salários mínimos;
11. **Inclusão Transdisciplinar dos Direitos dos Animais, nas redes Pública e Privada:** Segundo a OMS, 70% das novas doenças foram de origem zoonótica, animal. Isso mostra a relação irresponsável que temos com os animais e a importância de fortalecermos a "Saúde Única", entendendo que a saúde humana, ambiental e animal estão interligadas;
12. **Sistema Único de Mobilidade Urbana:** Criação de um sistema nacional que assegure recursos para desenvolvimento das políticas de mobilidade das cidades, objetivando o direito social ao transporte público e potencializar a descarbonização da economia;
13. **Incentivo a Contratação de Mulheres Vítimas de Violência doméstica e de Travestis/ Transsexuais:** 90% das Travestis/ Transsexuais estão na prostituição devido ao preconceito estrutural. O número de mulheres vítimas de violência doméstica vem aumentando. É importante oferecer incentivos fiscais a empresas que contratem esses grupos que estão em vulnerabilidade;
14. **Programa Nacional de Analfabetismo Zero:** Cerca de 6% da população brasileira com mais de 15 anos não sabem ler ou escrever e 38% dos universitários brasileiros podem ser considerados analfabetos funcionais (Fonte: INAF Indicador de Analfabetismo Funcional).

Pode-se observar que suas propostas estão dentro de diretrizes progressistas mas envolvem sempre o pensamento técnico e objetivo para redução de problemas estruturais, sociais e econômicos.

Um outro formato de publicação utilizado pela campanha de Duda Salabert foi a criação de vídeos que explicam suas diretrizes de campanha através da introdução ao público de projetos já realizados por ela, enquanto vereadora de Belo Horizonte, exemplo desse tipo de vídeo é a publicação do dia 26 de setembro de 2022 na qual enquanto são mostradas imagens das ações, Duda Salabert comenta sobre projetos bem sucedidos durante sua gestão de vereadora , no vídeo ela comenta sobre o plantio de mais de 3.000 árvores no período de um ano, dobra no orçamento de combate a incêndios em Belo Horizonte com dinheiro adquirido via emenda parlamentar e também fala sobre o projeto desenvolvido junto a prefeitura de ecoalfabetização, relacionando ações voltadas ao meio ambiente e educação ao mesmo tempo.

Ao analisar o conteúdo das publicações feitas durante o período eleitoral pelos dois candidatos, pode-se perceber uma diferença gritante entre as pautas abordadas por Duda Salabert e Nikolas Ferreira, enquanto uma mostra preocupação com temas e projetos estruturadores de projetos sociais, educacionais, relacionadas ao meio ambiente e inclusão social através de políticas públicas e fortalecimento de instituições públicas através de ações objetivas, o outro se embasa na difamação de adversários, fake news e entrelaçamento entre fé e política, incitação ao pânico moral, combate a esquerda, a “Ideologia de Gênero” e outros temas relacionados a pauta de costumes.

Nikolas com um quantitativo expressivo de seguidores, alcança seus objetivos sem se preocupar com a verdade, propostas ou um programa detalhado de governo, justamente com temas irrelevantes do ponto de vista prático e das funções que exercem um deputado. Enquanto Duda, detalha suas propostas, diretrizes e plano de governo, destacando os temas centrais de sua campanha.

5- CONCLUSÃO

A preposição de que o ciberespaço infere uma grande influência no meio material se confirma, uma vez que através dos dados coletados e as análises feitas no meio político as redes sociais veem ganhando cada vez mais importância tanto para políticos de esquerda como para políticos de direita, mostrando-se uma ferramenta muito eficaz na arrecadação de votos.

Sua importância é tanta que, ressalta-se que toda campanha foi feita on-line aproveitando das novas formas de fazer política que estão atreladas as redes sociais e mídias digitais, apesar da diferença de gastos ter sido grande entre as duas campanhas, ambas utilizaram-se amplamente dos recursos virtuais que as plataformas oferecem alcançando marcos importantes, Nikolas foi eleito com mais de 1,4 milhões de votos, e Duda Salabert se tornou a primeira deputada federal trans da história e também se transformou na mulher mais votada em Minas Gerais.

As redes sociais e o ciberespaço vem influenciando e se confundindo cada vez mais com o espaço material fazendo parte da rede de fluxos de informações que moldam as relações socioespaciais mudando as maneiras de interagir e dos autores que podem ser pequenas inferências de âmbito pessoal ou de âmbito local, podendo chegar ao nacional facilmente através da política.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT. Hunt and GENTZKOW. Matthew. **Social Media and Fake News in the 2016 Election**. 2. ed. Journal of Economic Perspectives: Journal of Economic Perspectives, 2017. 211-236 p. v. 31.

CIBERESPAÇO em uma reflexão geográfica. A geographical reflection on the cyberspace, Vértices, Campos Goytacazes, v. 12, ed. 3, setembro - dezembro 2010

BATTY, Michael. Geografia virtual. Geografia , [*s. l.*], v. 12, ed. 1, janeiro de 2023.

DE CASTRO, Murilo. O espaço Geográfico e o Ciberespaço. Revista Brasileira de Geografia, Revista Brasileira de Geografia, v. 58, ed. 1/4, Janeiro- Dezembro 1996.

GARLAND, David. Sobre o conceito de Pânico Moral. ON THE CONCEPT OF MORAL PANIC , Delicate, v. 4, ed. 6, january 2019.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. **Mídia e eleições 2022**: comunicação e política em contexto de alta e previsível imprevisibilidade. Av. Prof. Luciano Gualberto, 315 – 1º andar Cidade Universitária CEP 05508-010 São Paulo SP: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, 2022.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. 1. ed. [*S. l.*]: Editora 34 ltda, 1999.

LÉVY, Pierre. **A EMERGÊNCIA DO CYBERSPACE E AS MUTAÇÕES CULTURAIS**. O Festival Usina de Arte e Cultura, promovido pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 1994.

LIMA, Maria Conceição Alves De. **Ciberespaço, Cibercultura, Ciberescola**: : Revisitando Pierre Lévy. 3. ed. ARTEFACTUM – REVISTA DE ESTUDOS EM LINGUAGEM E TECNOLOGIA: ARTEFACTUM – REVISTA DE ESTUDOS EM LINGUAGEM E TECNOLOGIA, 2009. v. 2.

LOBATO, Azevedo; MONTEIRO, Henrique. Ciberespaço e uma dimensão geográfica., Vértices, Campos Goytacazes, v. 12, ed. 3, p. 139-147, set/outubro 2010 2010.

OLIVEIRA, Pablo Muryllo; SANTOS, Flaviane Ramos Dos. **AS REDES GEOGRÁFICAS NA ERA DA GLOBALIZAÇÃO: ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE A REDE URBANA EM SUA HISTORICIDADE E NA PRÁTICA TEÓRICO–METODOLÓGICA**. 47. ed. Revista Formação (ONLINE): Revista Formação (ONLINE), 2019. v. 26.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. R. Barão de Iguape, 110: Editora Ática S.A, 1993.

SEBRAE (Brasil). Como funcionam os algoritmos. *In*: Como funcionam os algoritmos. [*S. l.*], 2021. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-funcionam-os-algoritmos. Acesso em: 23 abr. 2024.

UOL NOTÍCIAS (Brasil). Notícias UOL eleições de 2022. *In*: Apuração eleitoral 2022. [*S. l.*], 2022. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/minas-gerais/. Acesso em: 15 maio 2024.

HTTPS://WWW.CAMARA.LEG.BR/DEPUTADOS/. *In*: Dados sobre deputados federais. [*S. l.*], 4 jun. 2022. Disponível em: https://www.camara.leg.br/deputados/. Acesso em: 4 maio 2024.