

SUBMISSÃO DE RESUMO PARA GT - GT 02 - POLÍTICA, CULTURA
POLÍTICA E CONFLITOS CONTEMPORÂNEOS: PRÁTICAS, DISPUTAS E
SENTIDOS EM TRANSFORMAÇÃO

**TRANSFORMAÇÕES DIGITAIS NA POLÍTICA SUBNACIONAL: ANÁLISE
DAS CAMPANHAS ELEITORAIS NAS CAPITALS BRASILEIRAS EM 2024
PELO FACEBOOK**

Sophia Tália Barbosa Rodrigues (sophia.rodrigues@discente.univasf.edu.br)

Michelle De Jesus Carvalho (michelle.carvalho@discente.univasf.edu.br)

O projeto intitulado “Transformações Digitais na Política Subnacional: Análise das Campanhas Eleitorais de candidatos(as) às prefeituras das 26 capitais brasileiras em 2024” apresenta reflexões sobre a relação entre política, internet e comunicação eleitoral em âmbito local no Brasil. O estudo parte do reconhecimento de que as mídias sociais, notadamente o Facebook, desempenham papel estratégico nas campanhas políticas, moldando interações entre candidatos e eleitores e refletindo dinâmicas da democracia

contemporânea. Como objetivo geral estabelecemos o mapeamento dos padrões de

atuação dos três candidatos mais competitivos em cada uma das capitais brasileiras,

analisando discursos, estratégias de comunicação e níveis de engajamento digital. Entre os

objetivos específicos: identificar e monitorar as contas oficiais; examinar

os conteúdos publicados e seus formatos; avaliar métricas de interação como curtidas,

comentários e compartilhamentos; e verificar indícios de polarização política, especialmente

em torno das figuras de Lula e Bolsonaro. A metodologia envolveu coleta manual de dados

no período eleitoral de 16 de agosto a 5 de outubro de 2024. Foram identificadas, verificadas e registradas as contas oficiais dos

candidatos, organizando um banco de dados em planilha com informações sobre texto,

data, hora, curtidas, comentários e compartilhamentos. A análise empregou estatísticas

descritivas para observar padrões gerais e estatísticas inferenciais para identificar

tendências e correlações, complementadas por programação para tratamento dos dados;

obtendo assim os seguintes resultados: forte protagonismo de partidos nacionais na disputa

digital, com o PL liderando em volume de postagens, seguido por PSOL, PT, MDB e União

Brasil. A análise regional mostrou maior intensidade de postagens no Nordeste, seguido por

Norte, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, com destaque para capitais como Teresina, Belém e

João Pessoa. Observou-se também a desigualdade de gênero, com candidatos homens

publicando em média 179 vezes contra 138 das mulheres. Em relação aos formatos,

prevaleceram reels e vídeos curtos, seguidos por imagens e vídeos convencionais,

confirmando a centralidade do conteúdo audiovisual no engajamento eleitoral.

Concluimos, portanto, que o estudo evidenciou, que mesmo diante da ascensão de novas

plataformas como TikTok e Instagram, o Facebook permanece relevante nas disputas

políticas locais. Foram identificadas variações regionais, partidárias e de gênero no uso da

plataforma, além da predominância de recursos audiovisuais como estratégia de

mobilização. A pesquisa contribui para o campo da ciência política ao fornecer subsídios

sobre como candidatos utilizam mídias sociais em campanhas eleitorais subnacionais, e

abre perspectivas para investigações futuras de caráter comparativo entre diferentes

plataformas e pleitos.

Palavras-chave: campanhas digitais facebook eleições municipais discurso político interatividade.