



● Gastos com redes sociais e eleições: candidatos

PRINCIPAIS DESCOBERTAS

- **Candidatos jovens priorizam as redes:** os dados revelam que candidatos a prefeito de até 30 anos gastam proporcionalmente mais com campanhas na internet, quando comparados com concorrentes de outras faixas etárias.
Espaço das elites? Os grupos que investem mais na internet são aqueles de candidatos com educação de nível superior e que se declaram brancos. Candidatos identificados como pardos ou sem nível superior, por sua vez, parecem ter menos acesso ou aplicar menos recursos neste tipo de campanha.
- **Direita e esquerda com estratégias semelhantes:** embora em valores absolutos a direita gaste mais com campanhas nas redes, em termos proporcionais os números são equilibrados. Os dados não corroboram a hipótese de que campanhas de direita priorizam mais a comunicação na internet do que a esquerda.

Em relatório anterior do Política nas Redes, analisamos dados de prestações de contas de candidatos que concorreram nas últimas eleições municipais, e verificamos que os gastos de campanha na internet — criação e inclusão de páginas na internet, despesa com impulsionamento de conteúdos — apresentam tendência de crescimento nas disputas locais. Além disso, há correlação positiva e estatisticamente significativa entre a cobertura de internet no município e investimento nas campanhas virtuais. Por outro lado, a análise das prestações de contas não esgota o peso (e impacto) de campanhas virtuais no Brasil, pois não podemos descartar ações de campanha que não são contabilizadas na prestação de contas do TSE.

1. Coleta de dados

Coletamos os dados de prestações de contas de candidatos e candidatas a vereador e prefeito nas eleições de 2024. Para este pleito, temos as informações das prestações de contas parciais (despesas contratadas), apresentadas ao TSE. Os dados foram coletados diretamente do repositório de dados eleitorais do Tribunal. As informações sobre as candidaturas também foram retiradas do site do TSE, como as características de gênero, idade, escolaridade e partido político.

2. Quem gasta com internet?

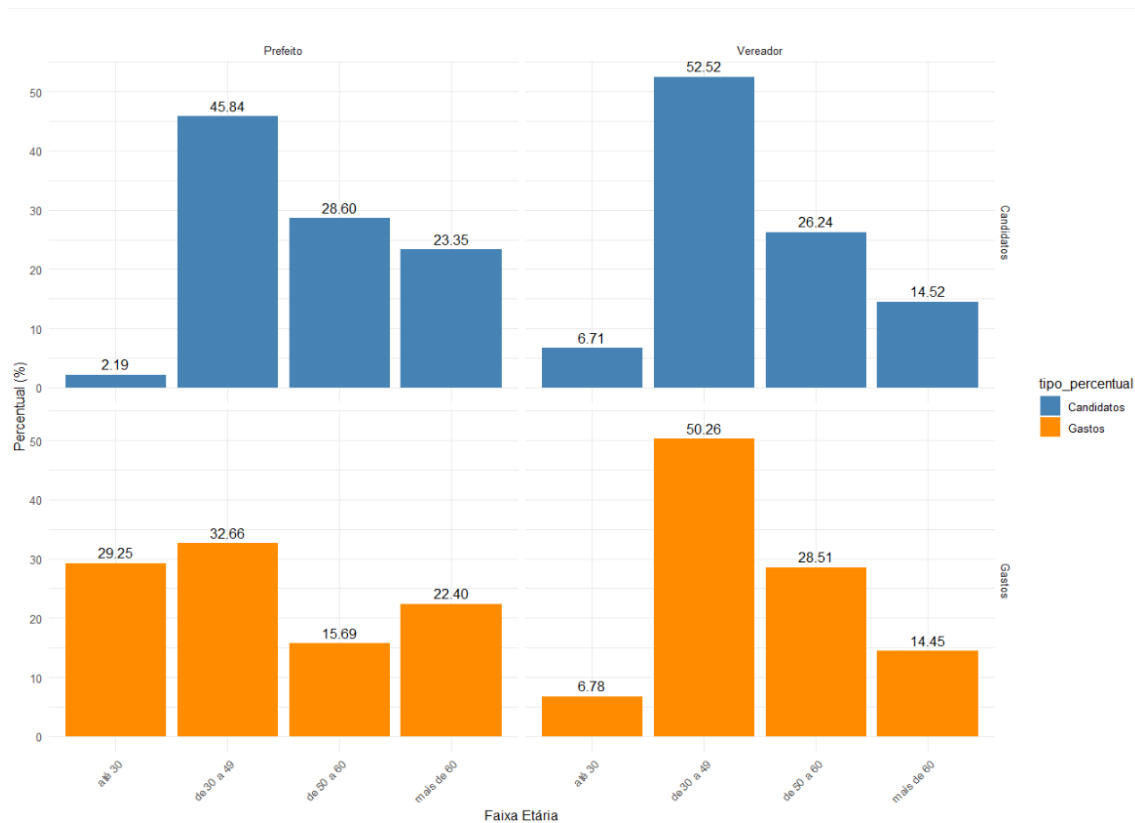
Para avaliar a variação dos gastos com redes sociais e internet nas eleições locais brasileiras, criamos uma variável intitulada “gastos com internet”. Quando candidatos preenchem sua prestação de contas, destacam a descrição e tipo de despesa. Consideramos os tipos: "criação e inclusão de páginas na internet" e "despesa com impulsionamento de conteúdos", como gastos com internet. Seguimos a classificação já realizada na literatura sobre o tema na Ciência Política (Sampaio, 2020; Souza & Freitas, 2024; Speck & Mancuso, 2017).

Após a coleta dos dados, cruzamos as informações de gastos com características do perfil dos candidatos (idade, gênero, escolaridade, ideologia). O objetivo é estimar a diferença entre o percentual de candidatos dentro de cada categoria, com o percentual de despesas na internet.



Na figura 1, apresentamos o cruzamento entre percentual de gastos e candidaturas por grupos etários. Dividimos os candidatos em quatro categorias: até 30 anos; de 30 a 49; de 50 a 60; e mais de 60 anos. No canto esquerdo, estão distribuídos os valores para candidatos a prefeito e à direita para vereador. Os valores da linha superior indicam o número de candidatos por categoria de faixa etária, e os da linha inferior indicam o percentual de despesas com internet nas campanhas. Por exemplo, dos mais de 15 mil candidatos a prefeito registrados nas eleições de 2024, apenas 2,19% possuíam menos de 30 anos. No entanto, eles foram responsáveis por 29,95% de todo o investimento das campanhas com internet. Ou seja, postulantes mais jovens às prefeituras investiram de forma massiva no impulsionamento de conteúdo e criação de páginas e sites. Nos demais grupos etários, há diferenças negativas, sendo que o grupo de 30 a 49 anos representou mais de 45% das candidaturas e 32% das despesas). No caso de vereadores, a distribuição entre gastos e candidaturas é mais equilibrada entre os grupos.

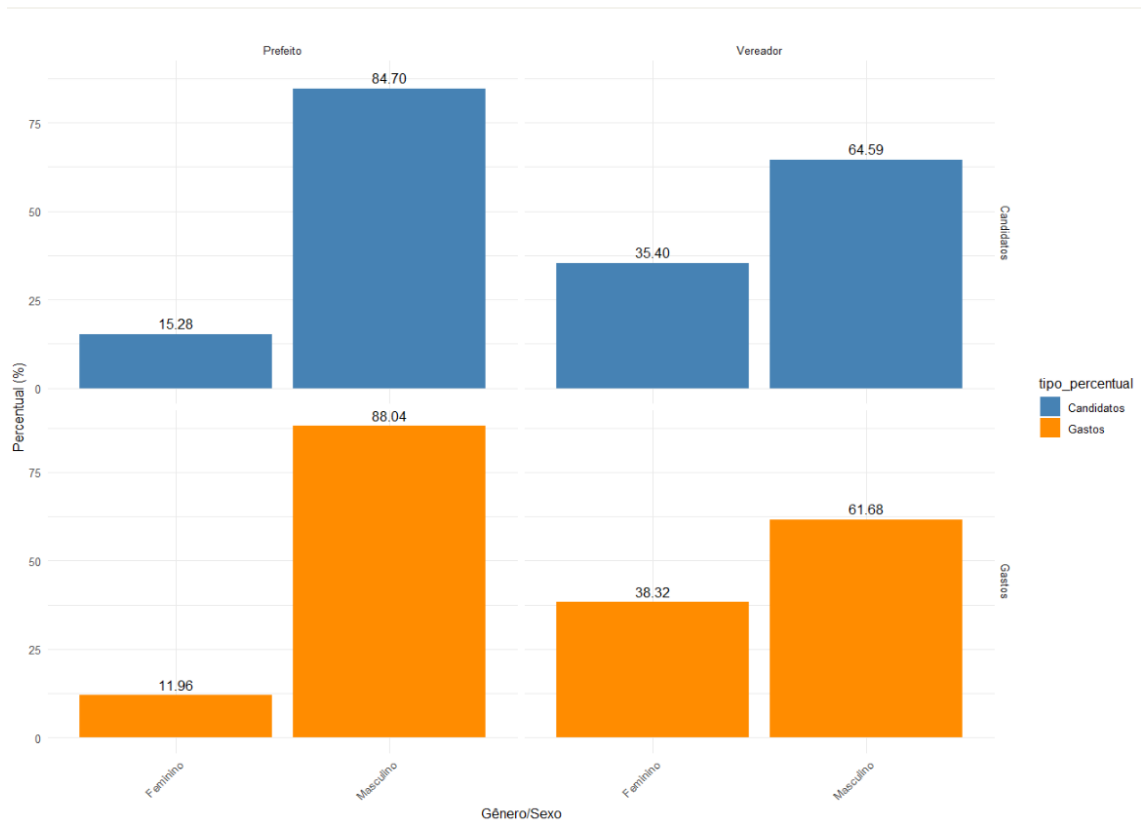
Figura 1: Gastos com internet por faixa etária



Seguindo a mesma estrutura da figura 1, abaixo apresentamos a relação entre o percentual de candidaturas e investimento com internet, observando o gênero do postulante. O primeiro dado importante é a manutenção da disparidade entre candidaturas de homens e mulheres, especialmente na disputa majoritária. Quando consideramos a diferença entre percentual de candidaturas e gastos, as mulheres que concorreram a prefeituras representaram 15% das candidaturas e apenas 11% do total de gastos com internet (diferença negativa). No caso da vereança, a diferença é positiva (35% das candidaturas e 38% dos gastos).



Figura 2: Gastos com internet por gênero

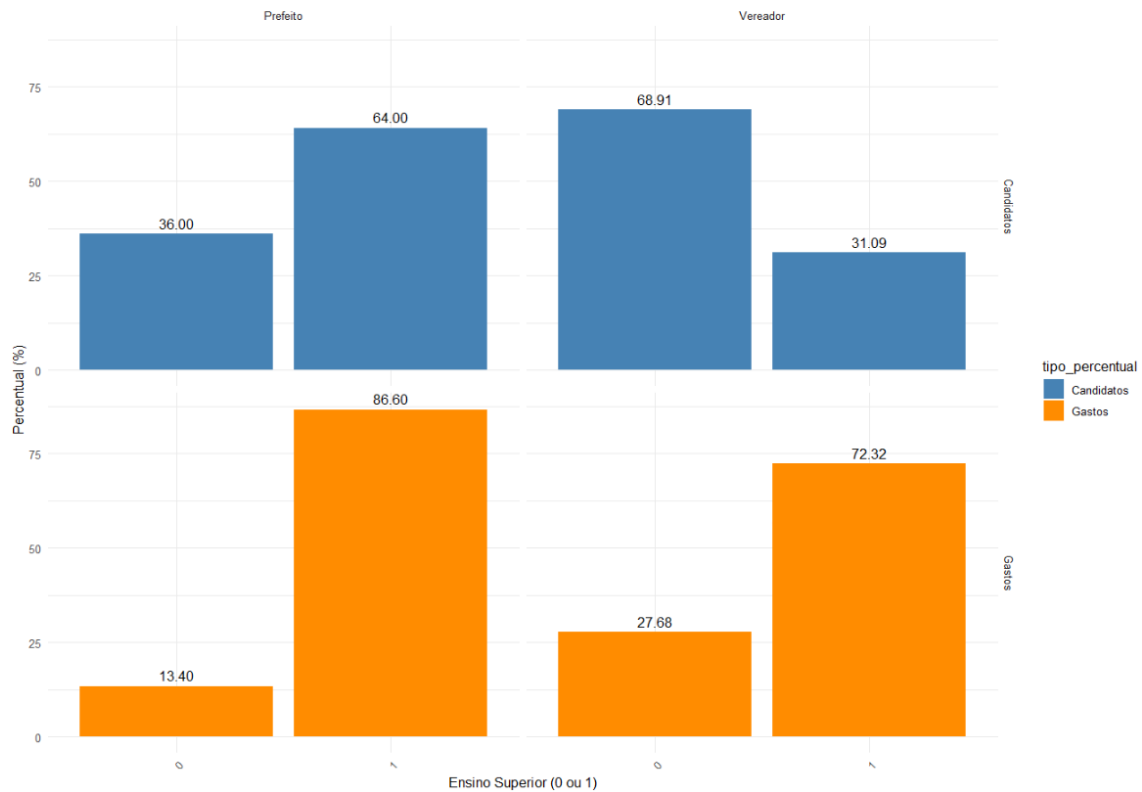


A figura 3 traz a comparação por nível de escolaridade. Para medir a escolaridade usamos uma variável dicotômica, sendo 0 para candidatos sem ensino superior completo e 1 para os que completaram o ensino superior. Aqui é interessante observar a diferença entre os candidatos aos dois cargos: a maioria dos candidatos a prefeito completaram o ensino superior, enquanto candidatos a vereador com a graduação são minoria.

Ao olharmos para os gastos, vemos que candidatos com ensino superior tendem a gastar mais com internet. A diferença entre percentuais de candidatos e gastos é positiva e bastante acentuada para os dois cargos. Mas, na disputa de vereador, enquanto apenas 31% dos candidatos têm ensino superior, eles respondem por mais de 70% dos gastos nas redes. Isso pode indicar que candidatos com escolaridade mais alta dão mais importância a esses meios de comunicação, além de terem maior domínio das ferramentas e recursos necessários para usá-los.



Figura 3: Gastos com internet por Escolaridade

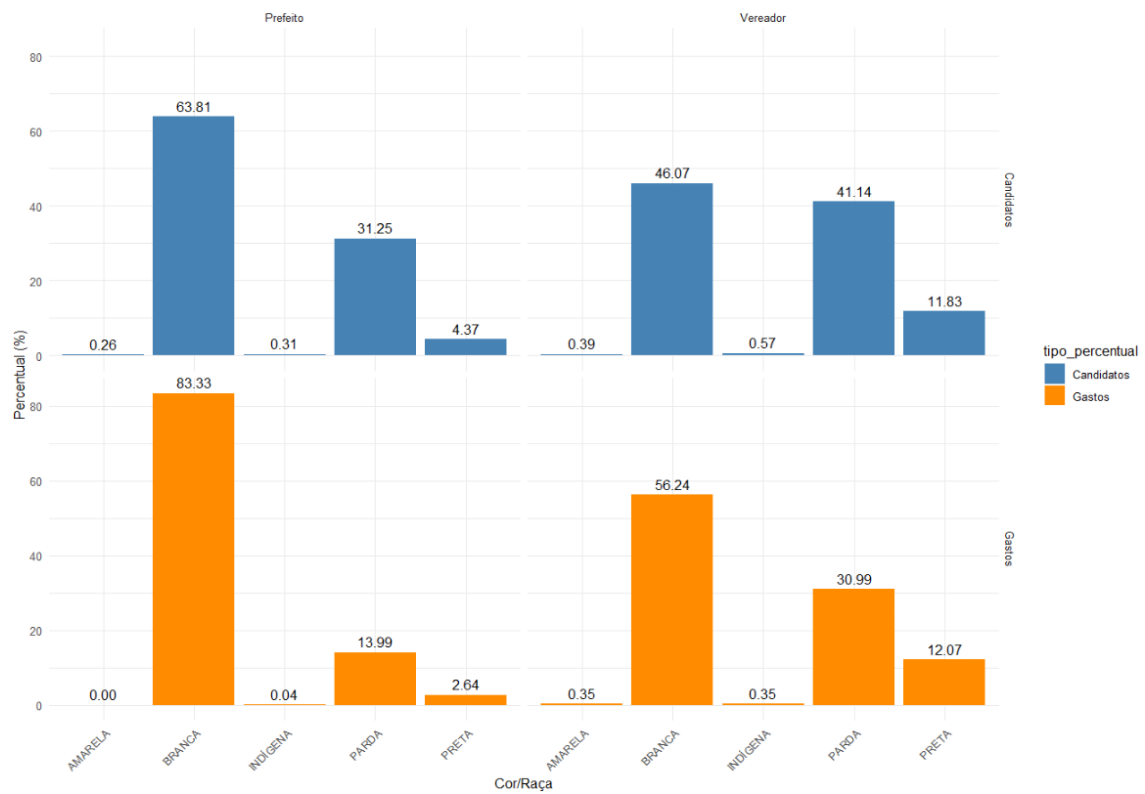


E como a variável cor/raça se relaciona com gastos com internet? Inicialmente, vemos que a oferta de candidatos a prefeito que se autodeclaram brancos é muito maior que a de outras raças. Para candidatos a vereador, entretanto, essa relação é mais equilibrada entre brancos e pardos. Esse pode ser outro sinal do filtro de elitização que existe na disputa da prefeitura assim como observado entre níveis de escolaridade.

Essa preponderância de candidatos brancos fica ainda mais evidente quando examinamos os gastos com internet, com diferença positiva tanto para postulantes a prefeito, quanto a vereador. Um dado possivelmente surpreendente é que candidatos a vereador pretos também apresentam diferença positiva, ainda que pequena, entre percentual de candidatos x percentual de gastos com internet.



Figura 4: Gastos com internet por Cor/Raça

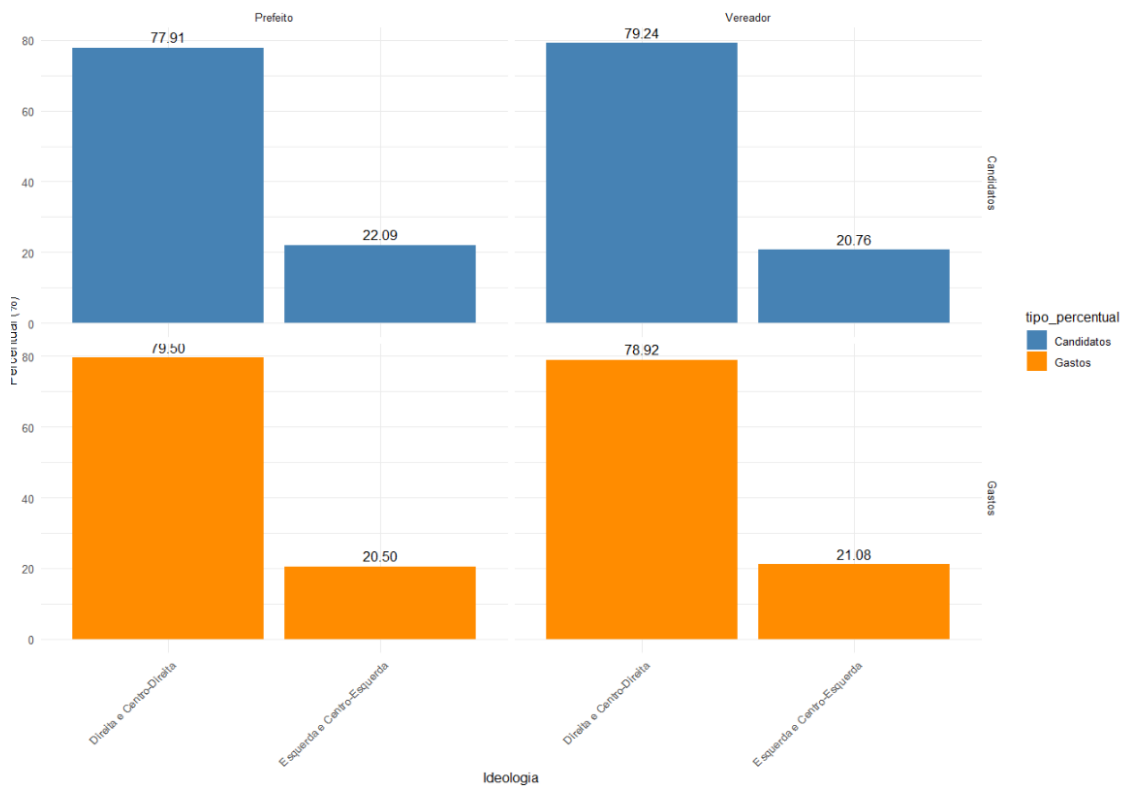


Por fim, analisamos a variável ideologia na figura 5. Muito se fala em como a direita parece ter maior domínio sobre a comunicação nas redes do que a esquerda, e os dados sobre gastos com internet podem dar alguns insights sobre isso. Vemos que candidatos à esquerda e à direita, sejam postulantes à prefeitura ou vereança, não apresentam quase nenhuma diferença quando comparados os percentuais de candidaturas x gastos. Em outras palavras, o percentual do gasto segue quase que exatamente o percentual que cada grupo representa no total de candidatos. Assim, pelo menos no nível agregado, não parece que a direita priorize mais a comunicação nas redes quando distribuem seus gastos de campanha.

No entanto, vemos que a diferença no percentual de candidatos disputando as eleições entre os dois campos ideológicos é bastante alta, com a direita representando quase 80% do total de candidatos para os dois cargos. É possível que um dos fatores que explique a aparente prevalência da direita nas redes seja o simples fato de ela contar numericamente com muito mais candidatos.



Figura 5: Gastos com internet por Ideologia



3. Discussão

As dimensões examinadas parecem revelar alguns padrões em relação aos gastos com internet.

Por um lado, o viés etário se destaca entre candidatos a prefeito. O grupo de candidatos de até 30 anos gasta proporcionalmente mais com sua presença nas redes, representando uma parcela de despesas muito maior.

Também parece existir um viés de raça e classe social, na medida em que na sociedade brasileira estes componentes estão muito relacionados. Candidatos com ensino superior gastam mais dinheiro na internet, assim como candidatos que se autodeclaram brancos. Isso pode indicar uma predileção de grupos da elite por esses meios de comunicação, ou então maior domínio das ferramentas e recursos necessários para utilizá-los.

Por outro lado, a discrepância observada entre outros grupos, quando analisado em conjunto com o percentual de candidatos, parece não ser tão grande assim. Candidatos de direita de fato respondem por uma parcela muito maior dos gastos com internet, mas na mesma proporção que são maioria no total de candidatos. Assim, os dados agregados não reforçam a hipótese de que a direita prioriza investimento na comunicação nas redes, quando comparada com a esquerda. A clivagem por gênero também não parece revelar diferenças muito marcantes de estratégia com relação a esse tipo de estratégia.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Dahis, R., Carabetta, J., Scovino, F., Israel, F., & Oliveira, D. (2022). Data Basis (Base Dos Dados): Universalizing Access to High-Quality Data (SSRN Scholarly Paper 4157813). <https://doi.org/10.2139/ssrn.4157813>

Sampaio, D. (2020). CAMPANHAS TRADICIONAIS OU MODERNAS? Estratégias de gastos nas eleições municipais de 2016. Revista Brasileira de Ciências Sociais. <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/qFcDtdWnWjspBfnRhwwKVqn/?lang=pt\&format=html>

Souza, B. M., & Freitas, A. S. K. L. (2024). Eleições pós-web: Os gastos com campanha online em destaque nas eleições municipais de 2020 no Brasil. Em Tese, 21, 01–34. <https://doi.org/10.5007/1806-5023.2024.e94415>

Speck, B. W., & Mancuso, W. P. (2017). “Street fighters” e “media stars”: Estratégias de campanha e sua eficácia nas eleições brasileiras de 2014. Cadernos Adenauer.

4. EXPEDIENTE

O POLÍTICA NAS REDES publica estudos temáticos sobre o debate político nas redes sociais produzidos pela equipe do [Manchetômetro](#), no âmbito do Laboratório de Estudos da Mídia e Esfera Pública (LEMEP), do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP), da UERJ.

Como os demais projetos do LEMEP, o POLÍTICA NAS REDES conta com o apoio do INCT – Instituto da Democracia e da Democratização da Comunicação.

Realização:

Manchetômetro

Apoio:

baselab

