

## A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA CAMPANHA ELEITORAL

*Marcio Pereira da Silva*

*Prof. Dr. Nivaldo dos Santos*

**RESUMO:** As redes sociais é um dos meios de comunicação que vem ganhando um grande espaço nos últimos anos, e tendo a cada, mais um papel de influência sobre seus usuários, que automaticamente reflete-se no meio político. O presente trabalho tem como intuito, muito mais que buscar esclarecer, busca questionar e levar a reflexão sobre uma nova realidade pautada em informações obtidas através desse novo meio de comunicação. É necessário compreender o contexto social vivido por nosso país, a falta dessa compreensão é o que gera certa perda por parte de setores da sociedade e principalmente de antigos personagens da política, em muitos casos é analisando essa nova realidade virtual que é possível entender e se adaptar a esse novo fenômeno da sociedade. A luta por transparência e informações verdadeiras é problema de todos, é dessa forma que o eleitor poderá através de muita pesquisa identificar os *Fake News* e analisar de forma justa e coerente o perfil de cada candidato e assim poder escolher o que mais representa os anseios do povo para ser eleito e se tornar representante do povo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Redes Sociais. *Fake News*. Eleições.

### INTRODUÇÃO

As redes sociais se tornaram uma grande aliada para a conquista do eleitorado, tornando cada vez maior o destaque do *marketing* digital nas campanhas eleitorais. Muitos ainda estão reservados, mas os políticos já sabem que inevitavelmente terão que estruturar uma parte de suas campanhas nos novos meios de comunicação, como as mídias sociais, caso desejem realmente um contato maior com o eleitorado.

Trazer o *marketing* político para as redes sociais tem o poder de aproximar e criar um relacionamento mais próximo entre o candidato e o eleitor, utilizando um canal de comunicação mais rápido, eficiente, que alcance milhares de pessoas, que seja de fácil acesso a todos e com baixo custo, esse canal servirá para o candidato defender suas ideias e conversar com os seus eleitores e vice e versa.

Como todas as outras redes sociais e principalmente no caso do *Facebook*, a implementação de uma campanha de *marketing* político eleitoral deve ser cercada de cuidados técnicos para que não tenha um efeito contrário em sua imagem.

Devido a essa nova realidade tecnológica, o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) autorizou a propaganda eleitoral na internet, que inclui pagar para exibir anúncios eleitorais ou impulsionar publicações em plataformas como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e o *YouTube*. O tribunal também permite que campanhas usem sites, e-mails, blogs e aplicativos de mensagem instantânea, a partir de 16 de agosto de 2018.

Somente candidatos, partidos e coligações poderão fazer suas propagandas nas redes, fornecendo dados sobre sua identidade eletrônica à Justiça Eleitoral. Estão proibidos de impulsionar conteúdo eleitoral nas redes perfis falsos, páginas ligadas a empresas e a entidades da administração pública.

Sendo assim, de acordo com a nova realidade das informações e da comunicação no ano de 2018, a autorização do TSE, foi benéfica, pois, possibilitou todos os candidatos a alcançarem a visualização de um público maior de eleitores por um valor econômico inferior que as rádios e televisão, agora podendo ouvir as necessidades do seu eleitorado e dar uma resposta de uma possível ação para resolver tais problemas.

## **METODOLOGIA**

O trabalho consiste na análise de vários artigos retirados da internet, para a produção de um artigo que aborde os aspectos da influência das redes sociais nas campanhas eleitorais e a problemática que gira em torno do *Fake News*.

## **RESULTADO E DISCUSSÕES**

Como mencionado, as mídias sociais terá um papel muito importante e um impacto muito grande nesse processo eleitoral, pois facilita a comunicação com os internautas que também são eleitores, sendo assim, o candidato que não tenha a ficha limpa será facilmente identificado, classificado e rotulado. Os erros do passado virão à tona e será a hora de desculpar-se pelos erros e tentar reconstruir a imagem, mesmo que seja um processo lento e difícil.

Nas eleições anteriores o fator bem decisivo era o tempo de televisão, tinha maior vantagem aquele candidato que possuía maior tempo de televisão. Esse cenário muda completamente com as redes sociais, pois elas permitem comunicação em tempo real, ou seja,

cobranças, pressão e mais pressão. O candidato que não estiver preparado para dialogar nas redes sociais terá sérios problemas de aceitação com uma comunidade que cresce diariamente, somando mais de 100 milhões de usuários no Brasil só entre *Facebook* e *Twitter*.

Pesquisa do Ibope divulgada, pelo jornalista José Roberto de Toledo mostra que para 56% dos brasileiros aptos a votar, as mídias sociais terão algum grau de influência na escolha de seu candidato presidencial na próxima eleição; para 36%, as redes terão muita influência;

Quem pensa comunicação política tem de deixar de ter como prioridade o *rolidiano* dos marqueteiros e refletir sobre o que a internet pede: produção de conteúdo – tarefa dos blogs -, sua disseminação (Facebook e outras redes) e fixação de conceitos. Internet é uma batalha sem tréguas, onde perder um dia pode ser perder o bonde", diz o jornalista Fernando Brito, do Tijolaço).

Porém, uma grande problemática que surgiu com o crescimento exponencial e expressivo da influência das redes sociais sobre o povo brasileiro, é o *Fake News* muitas notícias falsas são disseminadas nas redes com muita frequência, sendo capaz de enganar e influenciar um número grande de internautas.

O *Fake News* é um meio de disseminar notícias falsas deliberada de desinformação ou boatos via jornal impresso, televisão, rádio, ou ainda online, como nas mídias sociais. As notícias falsas são escritas e publicadas com a intenção de enganar, a fim de obter ganhos financeiros ou políticos, muitas vezes com manchetes sensacionalistas, exageradas ou evidentemente falsas para chamar a atenção. O conteúdo intencionalmente enganoso e falso é diferente da sátira ou paródia. Estas notícias, muitas vezes, empregam manchetes atraentes ou inteiramente fabricadas para aumentar o número de leitores que por sua vez são eleitores.

Notícias falsas têm o poder de caminhar com os próprios pés, apelando para o emocional humano. Quando uma notícia falsa com um título sensacionalista ou com um corpo de texto que careça de fontes concorda com determinadas opiniões pré-estabelecidas, ela tem mais chances de ser compartilhada porque, num momento de intensa polarização ideológica, as pessoas estão em busca de cada vez mais argumentos que justifiquem seus posicionamentos. Em resumo, os produtores de notícias falsas se aproveitam da ingenuidade e da falta de autocrítica e de checagem de informações.

À custa dessa ingenuidade, produtores de notícias falsas têm lucrado grandes cifras em apenas alguns meses. De uma maneira muito simples, eles só precisam incorporar *plug-ins* de propaganda à programação do seu site. Conforme a audiência no site aumenta, maior será sua arrecadação. A disseminação dessas notícias é feita pelas redes sociais, por anúncios pagos,

peças, *bots* e perfis falsos. Hoje, considera-se que o *Whatsapp* deve ser a mais problemática das redes sociais quando se fala em desinformação. Quando as mensagens circulam diretamente entre pessoas, e não num ciberespaço público, não existe um regulador dessas mensagens que possa classificar o que é verdadeiro ou não.

Mediante ao surgimento desse problema houve uma grande movimentação da Câmara de Deputados para ser apresentado algum projeto de lei que vise combater e punir os criadores e disseminadores de *Fake News*, a Deputada Erika Kosley do PT- DF apresentou a PL 9.931/2018, de Erika Kokay (PT-DF), pretende punir com até um ano de detenção quem publicar

notícias ou informações falsas com o intuito de influenciar a opinião pública”. A justificativa acrescenta que os meios de comunicação de massa “têm sido utilizados como instrumentos de manipulação da opinião pública, servindo a interesses escusos de todos os tipos, ou mesmo a futilidades.

A preocupação foi tanta que cerca de 16 projetos de lei foram apresentados no Congresso para se combater e punir o FAKE NEWS.

## CONCLUSÃO

Percebe-se que a rede social se reflete na nova geração de brasileiros, tornando a sociedade mais conectada. A maior luta travada é para combater a disseminação de informações falsas assim, automaticamente o *Fake News* poderá ser combatido. Teremos uma sociedade mais transparente e automaticamente mais justa através de muita informação e as redes sociais conseguem levar essas informações para o povo.

## REFERÊNCIAS

BRITO, Fernando. **Ibope**: Redes sociais lideram influência sobre o voto do eleitor para 2018. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/pt/247/midiatech/300836/Ibope-redes-sociais-lideram-influ%C3%A2ncia-sobre-voto-do-eleitor-para-2018.htm>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

EXAME. **Projetos contra notícias falsas atropelam liberdade de expressão**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/projetos-contranoticias-falsas-atropelam-liberdade-de-expressao/>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

PEREIRA, João Paulo. **Entenda a importância das redes sociais na eleição de 2014.**

Disponível em: <<https://joaopaulopereira.com.br/entenda-importancia-das-redes-sociais-na-eleicao-de-2014/>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

VIVO. **Dialogando com você.** Disponível em: <<https://dialogando.com.br/voce-sabe-o-que-e-fake-news/>>. Acesso em: 12 jun. 2017.