

CAMPANHAS ELEITORAIS MUNICIPAIS E O USO DA TV E DA INTERNET COMO IMPULSIONADOR ELEITORAL

XXXIX Encontro de Iniciação Científica

Maria Carla do Nascimento, Joanna Selma Maria Silva de Sousa, Karla Cássia de Sousa
Oliveira, Jose Weligton Felix Gomes

As campanhas eleitorais sempre foram alvo de grandes disputas e investimento. No decorrer dos anos e com as evoluções tecnológicas os pleitos eleitorais também passaram por essas mudanças, tendo como ponto inicial o uso da TV de forma gratuita, onde os candidatos não pagam pelo horário político, porém, esses gastos são descontados do imposto de renda das emissoras. A tv sempre foi a maior fonte de propagação da agenda política e da promoção dos candidatos, contudo a partir de 2016 uma nova ferramenta que pretendia expandir ainda mais o alcance dos pleitos eleitorais surgia, a internet e o uso das mídias sociais, a partir da Lei das Eleições no 9.504/1997. Esse trabalho tem como objetivo analisar e comparar os gastos das eleições municipais no ano de 2016 e 2020 e ver os comparativos com os gastos de TV e internet, e seus impactos no impulsionamento dos candidatos. Como metodologia foi usado dados do TSE (Tribunal Superior Eleitoral), da biblioteca de anúncios do facebook que mostra dados detalhados dos anúncios feitos na plataforma durante as campanhas e que podem ser acessados de forma livre. Os resultados obtidos mostram que, as propagandas e o horário eleitoral na TV ainda são uma variante de extrema influencia, mas, teve um pequeno declínio quando se comparado no ano de 2016 e 2020, com o início do uso de mídias sociais como facebook e Instagram, percebemos uma maior elevação nos investimentos, causando maior alcance do eleitorado e atingindo em sua maioria jovens e mulheres. Nessa via, poderemos concluir de forma preliminar que, a internet em sua crescente transformação e evolução cada dia mais estar sendo um fator relevante na hora de escolher determinados produtos, e isso não é diferente quando falamos sobre política e as variantes envolvidas, sendo algo cada vez mais promissor em pleitos futuros.

Palavras-chave: Campanhas Eleitorais, Propagandas, Mídias Sociais, Eleitorado..