



**COORDENAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO**  
**CURSO DE MBA EM GESTÃO PÚBLICA E GOVERNANÇA**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO -TCC**

Docente responsável: Prof. Dr. Albano Oliveira Nunes

**AS REDES SOCIAIS E O PARLAMENTAR: ANALISANDO ESTA RELAÇÃO**

**Fagner Leandro de Lima<sup>1</sup>**

**RESUMO** – A carestia do cotidiano de atuais e modernos métodos e habilidades são de grande valia para a dinâmica e a difusão de parlamentares nas redes sociais. Com o aumento e avanço das redes sociais na sociedade, iniciou-se diversos aspectos de concentração do público entre o parlamentar e o seu eleitor. Ser conectado é uma forma de garantir a atualização do que ocorre no mundo e, principalmente, ligado ao seu público e áreas de atuação. Parlamentares adotaram diversas maneiras de interagir e mostrar seu trabalho através das redes sociais, realçando o *marketing* digital e sempre buscando mostrar o trabalho positivo do seu mandato através das redes sociais como: *WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook* e *Youtube*. Através de pesquisas bibliográficas e documentais, percebemos até que ponto as redes sociais ajudam e agregam o parlamentar, bem como os prejuízos que podem causar, como as informações falsas, que podem chegar até a morte de pessoas. É necessário ter um pouco de conhecimento e pessoas de confiança ao redor para checagens de fato e publicações para que os benefícios não se transformem em malefícios e gerem prejuízos irreparáveis ao mandato parlamentar.

---

1

Graduado em Educação Física pela Universidade Regional do Cariri – Campus Iguatu. Graduando Jornalismo pela Faculdade Estácio de Sá. Ex-assessor parlamentar na Assembleia Legislativa do Estado do Ceará e atual secretário parlamentar pela Câmara dos Deputados. E-mail: fagner.leandro.lima@gmail.com

**Palavras-chave:** Redes Sociais; Eleitor; Parlamentar, informação falsa.

**Abstract:** The daily shortage of current and modern methods and skills are of great value for the dynamics and dissemination of parliamentarians on social networks. With the increase and advancement of social networks in society, various aspects of public concentration between the parliamentarian and his voter began. Being connected is a way of ensuring that you are up to date with what is happening in the world and, above all, connected to your audience and areas of activity. Parliamentarians adopted different ways to interact and show their work through social networks, highlighting digital marketing and always seeking to show the positive work of their mandate through social networks such as: WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook and Youtube. Through bibliographical and documentary research, we realized the extent to which social networks help and aggregate the parliamentarian, as well as the damage they can cause, which can even lead to the death of people. It is necessary to have a little knowledge and reliable people around for fact checks and publications so that the benefits do not turn into harm and generate irreparable damage to the parliamentary mandate.

**Keywords:** Social Networks; Voter; Parliamentary, Fake News

## INTRODUÇÃO

Devido o crescimento da tecnologia mundial, que assegura os avanços nas redes sociais, é inegável que há troca de informações *online* via eleitor e parlamentar. As causas essenciais que abarcam esses novos mundos para o *marketing* digital, desperta-se cada vez mais a utilização do que chamamos hoje de “Redes Sociais”.

As capacidades de conhecimento e busca por novos caminhos e visões de avanço, geram estímulos para o trabalho nas redes sociais, gerando o crescimento de adeptos e novas pessoas e possíveis eleitores.

Sobre a *internet*, imaginar como os usuários se comportam, essencialmente em um espaço cibernético onde existem milhares de informações e postagens, além de informações, é possível através das redes sociais.

O uso desenfreado das redes sociais pela população, acaba movimentando parlamentares de diversas representatividades, desde vereadores até Presidente da República, a se fazer presente e se adequar ao tecnológico, proporcionando um mandato participativo entre parlamentar e o eleitor.

Os parlamentares vêm construindo formas, meios e maneiras de mostrar o seu trabalho diário, na intenção de prestar contas do seu mandato com o eleitor, além de receber demandas e sugestões no intuito de melhorar cada vez mais.

É totalmente possível associar um mandato participativo através das redes sociais, pela *internet*:

Julgo perfeitamente viável combinar os instrumentos de ação político-cultural que ambos fornecem, sem perder de vista que é no território físico, socialmente reconhecido e vivenciado, que se tece o imaginário do futuro.  
(MORAES, 2001)

Somado a esses pontos positivos que compõem o *marketing* digital, há problemáticas em se tratando das redes sociais, como é o caso do gasto de tempo e o distanciamento de eleitores, de forma presencial, no mandato, além do mau uso e propagações de informações falsas e impróprias. Até que ponto as redes sociais fazem-se resolutas aos eleitores e por qual motivo os parlamentares priorizam tal ferramenta?

Essa geração que surge com a era *cibernética* continua em processo de evolução no mundo inteiro. Diversos estudos são realizados no intuito de entender a cultura e as maneiras dos seres humanos neste ambiente da *internet*, na expectativa de compreender

formas e procedimentos que são usados por parlamentares em respeito ao seu público. Pouco se fala ou busca entender o novo vínculo entre o parlamentar e seu adepto\eleitor, no que se refere a essa concepção de representatividade e como esse vínculo *online promove* o trabalho do parlamentar.

Através desse aspecto, o mundo “livre” do ciberespaço, acarreta em diversos grupos e pessoas, que com menor poder aquisitivo, conseguem trabalhar e produzir suas próprias ideias, assuntos e temáticas, inclusive conseguindo enfrentar outros candidatos de partidos de maior poder aquisitivo, aumentando o nível de diversos temas da democracia, bem como possibilitar uma melhor comunicação com seu adepto/eleitor através de um canal de diálogo mais direto, como é o caso das redes sociais.

Este artigo exprime questionamentos singelos e sucintos dos aspectos positivos e negativos, no âmbito de um mandato nas redes sociais. Creio que a atualidade e os aspectos tecnológicos faz-se o cidadão atualizado em seus conceitos e virtudes, fazendo-se ter a capacidade de acompanhar, de forma simples, através das redes sociais, e ter como cobrar, de forma direta, o seu representante no dia a dia.

### **Redes Sociais e Seus Pontos Positivos**

A confiabilidade no ambiente indica a prova de pontos positivos e de bons resultados para as pessoas, mesmo no produto pessoal quanto no profissional nas redes sociais. Ou seja, o parlamentar, ao postar suas informações, eventos e mensagens, deve repassar a confiança necessária ao eleitor/adepto, para que não se gere desconfianças e dúvidas sobre seu próprio trabalho, no intuito de sempre deixar o mais claro possível a mensagem que queira propagar aos seguidores.

A participação do uso *cibernético* proporciona que os adeptos, militantes e eleitores, construam seu próprio espaço de ideias e projetos eleitorais, tornando assim uma grande circulação de informações neste mundo das redes sociais. Outro ponto importante, é sobre canais específicos que são voltadas para o assunto político, bem como o aprofundamento do tema.

Outro aspecto importante está relacionado com a formação de redes sociais específicas voltadas para a discussão de temas políticos, ou mesmo a entrada da temática

nesses espaços.

As conversas e interações estão unidas em diversas situações e conceitos, essencialmente nas redes sociais, que unem conhecimento, informação e cultura, e esse mundo virtual culminam em uma rotina comum das pessoas em frente a tal situação.

Segundo o site da Insper (2022), um estudo mostrou que em 2021, 192 milhões de pessoas se tornaram usuários da *internet*.

Os dados compilados pelo relatório apontam que um usuário típico de internet gasta atualmente quase 7 horas por dia online. Supondo que uma pessoa durma em média 7 a 8 horas por dia, o usuário típico passa agora mais de 40% do seu tempo ativo conectado à rede. (INSPER, 2022)

Isso mostra que as pessoas estão buscando, cada vez mais, a conectividade e a *internet* como forma de se comunicar, se inteirar de diversos assuntos e também para o lazer. Há também o interesse pelas notícias, como a política. Saber e se inteirar, por exemplo, sobre o que o parlamentar está fazendo ou deixando de fazer na sua rotina.

O parlamentar está mais antenado e trabalhando bem mais por uma rede social em que passe orgulho ao eleitor, haja vista que isso influencia em sua próxima eleição. Uma pesquisa realizada pelo Data Senado (2019), mostrou que as redes sociais convence no voto de 45% da população.

Uma pesquisa de opinião do Instituto Data Senado aponta a influência crescente das redes sociais como fonte de informação para o eleitor, o que pode em parte explicar as escolhas dos cidadãos nas eleições de 2018. Quase metade dos entrevistados (45%) afirmaram ter decidido o voto levando em consideração informações vistas em alguma rede social. E a principal fonte de informação do brasileiro hoje é o aplicativo de troca de mensagens WhatsApp, segundo o levantamento. Das 2,4 mil pessoas entrevistadas, 79% disseram sempre utilizar essa rede social para se informar. (BAPTISTA, 2019)

Redes sociais como *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* e *Youtube*, se tornaram redes de maior avanço, estima e apreço no mundo da *internet*.

O cenário contemporâneo retrata bem a rede social *Instagram*, que foi criada no ano de 2010 pelo engenheiro de *software* Kevin Systrom e atualmente é um aplicativo bastante usado pela população.

Segundo o site de notícias Tecnoblog, (2021):

Tão logo foi lançado, seu sucesso foi imediato e a rede social se tornou o app de fotos mais baixado da App Store em menos de 24 horas. Dois meses depois, ela já possuía 1 milhão de usuários, e um ano depois, em dezembro de 2011, a

impressionante marca de 15 milhões. Um sucesso e repercussão inegáveis, que logo fizeram despertar em seus criadores a vontade de expandir essa experiência para outros públicos. (ALVES, 2021)

O que torna o *Instagram* atrativo, é sua possibilidade de inserir filtros e efeitos especiais em fotos e vídeos em um formato de tela de 4:3, que remete à época das antigas câmeras Polaroid.

Parlamentares adotaram e se utilizam do *marketing* digital no *Instagram*, através de seus próprios perfis, no intuito de divulgar seu trabalho e dia a dia para seus eleitores e adeptos com foco, principalmente, na sua região de atuação, mostrando assim, o que se faz a cada momento do seu mandato.

Esses conteúdos postados e mostrados ao público, ajudam no desenvolvimento e crescimento do parlamentar, pois eleitores, através de curtidas e comentários positivos em cada postagem, fomenta cada vez mais, o trabalho parlamentar em prol da sociedade. O agrupamento das redes sociais na rotina do parlamentar, gera também um vínculo mais próximo do seu eleitor.

Outra importante rede social é o *Facebook*, que foi criada em 2004 em uma espécie de quarto da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos da América, por quatro pessoas e também é bastante usado nos dias atuais.

Na *Facebook*, as pessoas criam seus perfis ou até mesmo páginas que correspondem organizações ou famosos. O famoso *like*, que significa curtida, representado por uma pequena imagem de um polegar para cima é um dos marcos da rede.

Outro recurso importante do *Facebook* é o *feed* de notícias, uma espécie de espaço que são postados diversos assunto como notícias, informações e outros, além de mostrar publicações de milhares de pessoas no mundo inteiro.

Conforme postado no Blog Opinion Box (2022):

A pesquisa mostrou que a maioria dos usuários do Facebook é bem ativa na rede social, 49% concordaram que gastam muito tempo do dia no Facebook. Segundo os entrevistados, 32% acessam a rede social pelo menos uma vez ao dia, sendo que, desses, 34% entram no “face” várias vezes ao dia e 9% deixam o Facebook aberto o dia inteiro. O Facebook também é muito utilizado pelos usuários para se informarem sobre muitos assuntos. 43% gostam de usar o Facebook para se informarem sobre política e 16% usam a rede participar de discussões de temas diversos. A rede de Zuckerberg tem 596 milhões de usuários ativos, aqueles que retornam em menos de 30 dias, mostra o site Social Bakers, especializado em estatísticas do Facebook. Esses internautas compartilham mensalmente 30 bilhões de notícias, fotos, links e outros tipos de conteúdo. Instalam por dia 20 milhões de aplicativos, criados por uma gigantesca massa de 2,5 milhões de desenvolvedores em mais de 190 países. (SALGADO, 2022)

Esta rede é um dos fenômenos de site de relacionamento no que diz respeito a popularidade no mundo inteiro, principalmente no quesito política, abrangendo diversas classes sociais e eleitores de diversos tipos.

Parlamentares estão adotando e usando as redes sociais, através dos seus próprios perfis, no intuito de terem a oportunidade de mostrar seus serviços, trabalhos internos e externos, através de fotos, vídeos e postagens, independente de onde esteja, abrangendo assim uma gama de eleitores e adeptos.

Esse tipo de *marketing* auxilia no crescimento do parlamentar, pois gera a procura de novos eleitores e simpatizantes, através do seu trabalho e criatividade. O conglomerado das mídias sociais na rotina do parlamentar, gera aos eleitores e simpatizantes, uma empatia entre o ambiente virtual e real.

O *Twitter*, por sua vez, página social criada em 2006, era uma espécie de “*status*”. A princípio, as pessoas compartilhavam apenas uma frase da sua rotina o que estariam fazendo no momento.

Segundo o site G4 Educação (2022):

Na primeira rodada de investimento, em 2007, levantou \$5 milhões, recebendo um valuation de \$20 milhões. Em 2011 atingiu a marca de 100 milhões de usuários, um ano depois, em 2012, eram 200 milhões. O objetivo da vez é ambicioso: conquistar 100 milhões de usuários ativos até o final de 2023, o que equivale a um crescimento de 50% em relação a hoje, ou seja, o objetivo é atingir 315 milhões de usuários ativos diários monetizáveis. (G4, 2022)

O trunfo do *Twitter* são as mensagens simples, rápida e que informam de forma direta o que está ocorrendo e é muito usado por parlamentares para anunciar projetos, requerimentos e medidas tomadas de forma de texto, onde consegue entregar a mensagem de forma direta ao seu público. Palco de diversos debates, principalmente no âmbito da política, parlamentares se utilizam da ferramenta no intuito de campanhas, projetos, etc.

O *Twitter* se mostra como ideia de divulgação rápida, com as postagens bem claras e diretas possibilitando, inclusive, um *link* de postagem expondo assim, notícias e informações com rápido crescimento e acesso.

O *Youtube*, que é um site de compartilhamento de vídeos, viabiliza postagens de vídeos com canal direto, permitindo que os usuários compartilhem seus vídeos, de forma um pouco mais produzida, com o gerenciamento e a geração do seu canal próprio.

A função do *Youtube* por parte dos parlamentares para divulgar suas campanhas e projetos políticos e eventos, é crescente, visto que é uma rede social no qual os usuários procuram diversão, entretenimento, mas também, informação, sendo possível também a divulgação de trabalhos nesta rede.

Em matéria publicada na página Mundo Conectado (2022), o jornalista André Lindsay, cita a ascensão do *Youtube*.

De acordo com o relatório referente ao Digital News Reporte do Reuters Institute, a plataforma de vídeos do Google ultrapassou o mensageiro WhatsApp e a rede social da Meta, o Facebook. Dessa forma, 43% dos entrevistados afirmaram que utilizam o YouTube para visualizar informações jornalísticas. (LINDSAY, 2022)

Sendo assim, parlamentares se utilizam bastante no quesito denúncias, fiscalizações e de trabalho de uma semana ou período, num vídeo mais produzido, mostrando mais uma vez uma espécie de resumo no intuito de abranger mais adeptos e eleitores.

O aplicativo mensageiro *WhatsApp*, possibilita a troca de mensagens pelo celular ou computador, sem pagar por mensagens convencionais, como o SMS. Nascido de uma gíria inglesa *What's Up?* (E aí?), a instituição acabou criando o mensageiro, no Vale do silício, na ideia de ser melhor que as mensagens comuns, as SMS. Precursores da rede, Jan Koun e Brian Acton se dedicaram há 20 anos na instituição de tecnologia *Yahoo*, e trabalhavam na área de funcionamento do site, através de vendas de anúncios e iniciaram os tratados juntos, na expectativa de um aplicativo que fosse além de uma central de anúncios, na intenção de ser simples e bem funcional, além de econômico e que despertasse a vontade de sempre usá-lo.

Conforme o site *Messenger People* (2023), O *WhatsApp* é forte na maioria dos países na América Latina.

Se você comparar os países da região, é surpreendente ver o imenso alcance e o forte uso das redes sociais em geral. Com 145 milhões de contas no Brasil e 74 milhões no México, os dois países contribuem para a maioria dos usuários(as) do WhatsApp na América Latina. 56% dos(as) brasileiros(as) utilizam ativamente o WhatsApp para se comunicar e se informar. Isto faz do WhatsApp a rede mais popular no Brasil, com 24% de vantagem para o segundo, o Facebook Messenger (Messenger from Meta), segundo dados de 2021. 98% de todos(as) os(as) usuários(as) de smartphones usam o WhatsApp. (PURZ, 2023)

As redes sociais possibilitam uma gama incrível de participação de usuários entre pessoas diferentes, que as vezes, mesmo distante de forma física, diminui o limite entre pessoas,



melhorando o diálogo e cultura. É sabido que o preço reduzido que as redes sociais têm para as pessoas que se utilizam no intuito de se comunicar e ficar antenado em diversos tipos de situações, gera um efeito positivo no que diz respeito a grande demanda e uso das redes sociais pelas pessoas.

Percebemos a gama de redes sociais que conseguem deixar o parlamentar, mesmo distante fisicamente, mais próximo do seu eleitor/adepto, conseguindo assim mostrar seu trabalho através de compartilhamentos de fotos, vídeos e postagens em suas redes sociais do seu trabalho e mandato.

## **Os Pontos Negativos**

As Redes Sociais são responsáveis pela expansão, divulgação e credibilidade entre um parlamentar e eleitor, mas também existem seus pontos negativos e isso implica em consequências negativas e atrapalham a caminhada e colocam em cheque suas demandas e posições.

Uma elevada participação do público no âmbito político, torna o adepto/eleitor em um protagonista nas campanhas eleitorais ajudando assim o seu parlamentar, além disso, mostrando e dialogando com outras pessoas de seu vínculo de amigos virtuais, formas de governo e propostas para uma melhor comunidade. Entretanto, elevando o nível de participação, podemos perceber um lado obscuro, haja vista que se abrem leques e portas para o acesso de usuários extremos e que não aceitam serem criticados ou ideias contrárias às deles. Com isso, pode-se gerar conflitos entre adeptos e eleitores através da troca de mensagens de baixo calão, discriminações, intolerâncias e distorções e se em alguns casos, se postando informações nas redes sociais de forma indevida e fraudulenta, o que se acaba produzindo brigas e revoltas.

Um dos maiores problemas encontrados no mundo virtual, são as chamadas *Fake News*, que se traduzir para a nossa língua portuguesa, significa notícia falsa. Tal termo é comum na atualidade para se designar a um fato ou situação que é falsa na *internet*. De forma geral, uma informação é montada ou distorcida com algum tema ou assunto relevante para que tal postagem possa vir a enganar ou ludibriar as pessoas, principalmente nas redes sociais.

Conforme o Blog da Universidade *Mackenzie*, as *fakes news* podem gerar, inclusive mortes de pessoas.

As fake news podem causar muitos prejuízos. Boatos podem levar as pessoas a tomarem decisões equivocadas, com base em dados enganosos, colocando em risco a própria vida, a vida de terceiros ou a saúde pública. O sarampo era uma doença em vias de erradicação global em 2010, de acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS). No entanto, informações falsas com alegações de que a composição química dos imunizantes seria prejudicial à população fez cair a adesão às campanhas de vacinação. Como resultado da propagação das fake news, houve um crescimento alarmante dos casos da doença em várias partes do planeta, inclusive no Brasil. (MACKENZIE)

Problemas relacionados a *fake news* são constantes, principalmente no âmbito da política, que pode levar um ou mais parlamentares a caírem em ciladas e gerar uma crise junto aos seus eleitores, colocando assim, um mandato em risco.

A utilização de redes sociais pelos parlamentares deverá ser levado a sério e pode ocasionar inseguranças em relação a postagens, principalmente de outras fontes de fora, pois quando se tem um perfil a zelar, é necessário cautela e principalmente o cuidado com a checagem do fato.

O Tribunal Superior Eleitoral (2021), cassou o mandato do deputado federal pelo Paraná Fernando Destito Francischini, em 2018, e o deixou inelegível, alegando que ele propagou informação falsa sobre urnas eletrônicas.

Por seis votos a um, o Plenário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) cassou o mandato e tornou inelegível o deputado estadual eleito pelo Paraná, em 2018, Fernando Destito Francischini, por divulgar notícias falsas contra o sistema eletrônico de votação. No dia da eleição, ele fez uma live para espalhar notícia falsa de que duas urnas estavam fraudadas e aparentemente não aceitavam votos no então candidato à Presidência da República Jair Bolsonaro. Na transmissão, ele também afirmou que urnas tinham sido apreendidas e que ele teria tido acesso a documentos da Justiça Eleitoral que confirmariam a fraude. (TSE, 2021)

É evidente que se tenha sempre uma filtragem nos dados e informações que se tenham que passar ao público, pois sempre irá existir informações soltas e sem sentido algum, gerando assim dúvidas na confiabilidade e verdade, provocando assim danos e situações vexatórias como o caso citado acima.

Um outro parlamentar que também foi afastado de suas funções, foi o deputado federal pelo estado de Alagoas, Rafael Brito. A Justiça Eleitoral, além de remover as publicações mentirosas, fixou pena de multa no valor de R\$ 5 mil por dia em caso de descumprimento, conforme divulgou o site Correio dos Municípios (2022).

Em decisão publicada neste domingo (23), o Tribunal de Justiça Eleitoral de Alagoas (TRE/AL) condenou o deputado federal Rafael Brito (MDB), aliado

político do governador afastado Paulo Dantas (MDB), por disseminar fake news contra o candidato ao Governo de Alagoas, Rodrigo Cunha (União). A Justiça Eleitoral determinou a remoção das postagens em que o parlamentar acusava de forma caluniosa que Rodrigo havia ingressado ação judicial para barrar os programas “Pacto contra Fome” e “Escola 10”. A relatora do processo, desembargadora Jamile Duarte Coelho Vieira, reconheceu que as acusações de Rafael Brito são inverídicas e difamatórias, uma vez que, em nenhum momento, Rodrigo solicitou na Justiça a suspensão do pagamento do Cartão Escola 10. (MUNICÍPIOS, 2022)

A forma como uma notícia se espalha e também como é divulgada, principalmente sem checagem, é uma incógnita que pode custar caro a um parlamentar, gerando ações e danos à luz da justiça, no intuito de reparar, no mínimo, o dano causado à sociedade.

Em piores casos, as *fake news* podem levar a morte de pessoas. Segundo notícia do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, uma mulher foi morta por conta de uma informação falsa divulgada em redes sociais. (2020)

O compartilhamento de informações fraudulentas tem grande consequências, apesar de parecer inofensivo. No Brasil, em 2014, a disseminação de uma fake news provou uma verdadeira tragédia. Na ocasião, uma mulher foi linchada até a morte por moradores da cidade de Guarujá, em São Paulo. Fabiane Maria de Jesus tinha 33 anos, era dona de casa, casada, mãe de duas crianças, e foi confundida com uma suposta sequestradora de crianças, cujo retrato falado, que havia sido feito dois anos antes, estava circulando nas redes sociais.(TJPR, 2020)

As *fake news* aumentam cada vez mais a quantidade de compartilhamentos, e é preciso repassar apenas as informações que são verdadeiras e se possível, sempre se perguntar ou indagar caso perceba uma matéria duvidosa ou tendenciosa. *Fake News* se alastram muito rápido e conseguem apelar para o lado emotivo do usuário, seduzindo através de títulos sensacionalistas e ocasionando o aproveitamento da notícia, sem ao menos confirmar a veracidade da informação.

A vontade e determinação de querer ser o primeiro em postagens e ganhar os famosos “*likes*”, também têm os seus problemas, haja vista que a pressa e essa disputa em sair primeiro e atualizado, pode ser um prato cheio para que surjam problemas com *fake news*.

Alguns parlamentares abrem embates nas redes sociais por conta da sua visão política, opiniões e comentários para o seus adeptos, no intuito de reforçar seus posicionamento, o que também pode gerar desconforto aos seus seguidores.

Desde então, linhas de força políticas indissociáveis de seu caráter tecnológico-comunicacional marcaram a inflexão para uma nova gramática de disputas, mais conflitiva e moralista. As redes sociais e demais plataformas comerciais online têm gerado não apenas os já estudados fenômenos das bolhas de opinião ou a disseminação de fake news, mas algo mais radical e preocupante enquanto elemento central da ação política: a privatização da política e sua inserção em uma gramática moral. (MACHADO, MISKOLCI, 2019)

O *marketing* político é essencial para que o parlamentar possa mostrar seu trabalho, seja no dia a dia ou numa campanha política, por exemplo. A *internet*, por meio das redes sociais, é um espaço amplo e com conteúdos infinitos para que se possa mostrar ideais e planos, que outrora eram apenas por rádio e TV, como explica Penteado (2011).

Com o enfraquecimento da representatividade dos partidos políticos e um questionamento da imparcialidade dos veículos de comunicação da mídia na cobertura política, o espaço colaborativo e interativo da Internet surge como um novo campo a ser explorado pelo marketing político no contato com a população. (PENTEADO)

Permanece uma visão de uma visão que certamente serviu e servirá de inspiração, bem como um projeto arrojado. Porém, além de questionar a cidadania, todos devem proporcionar, através das redes sociais, a viabilidade de resgatar uma cidadania fraturada entre a gama política com conceito e poder de tomada de decisões.

A tarefa de desenvolver o *e-marketing* político é saber usar os instrumentos de comunicação do ciberespaço de forma inovadora e participativa, personificando esses componentes nos planos de campanha e trabalhos de divulgação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme o assunto relatado por este artigo, observa-se que os aspectos positivos das redes sociais ainda são mais vantajosos se compararmos aos pontos negativos. A popularidade e dimensão de fazer um bom trabalho por parte de um parlamentar nas redes sociais de forma responsável, é totalmente possível e bem atrativo para o público.

É com ampla visão determinada que o crescimento da *internet*, possibilitou o surgimento das redes sociais, unindo diversas perspectivas, ideias e conhecimentos

implicando que o parlamentar invista nesse mundo tecnológico na intenção de divulgar seu nome e trabalho para seus eleitores e adeptos.

No tocante as divulgações de trabalho, o artigo considera de grande valia e positividade nas redes sociais, pois é através deste trabalho que pode-se construir um bom nome pelo *marketing* das redes sociais pelo parlamentar que queira, por exemplo, angariar mais seguidores e crescer politicamente.

É notório que a população concentre seus esforços nos serviços prestados por parte de seus parlamentares escolhidos, levando assim, mais credibilidade do seu trabalho de forma fácil e simples, através das redes sociais, no intuito de defendê-lo ou até mesmo hostilizá-lo por conta de alguma demanda não atendida ou posição política, seja através de votos contras e favoráveis em matérias diversas.

Não há partes na *internet*. Existe uma ordenação fundamentada na quantidade de conexões, estima e competências de comunicabilidade de um utilizador. No entanto, a intimidade entre os indivíduos, mesmo que virtual, percebe-se as necessidades dos cidadãos de forma mais objetiva e direta nas conversas e tratos.

É compreensível que surjam fatos que podem desvalorizar e desacreditar um parlamentar nas redes sociais, com é o caso das *fake news*, mas com cuidado e com as devidas checagens e principalmente com responsabilidade, é possível fugir de tais atitudes. Porém é essencial que o parlamentar tenha alguém ou setor de confiança para que sempre que tiver dúvidas em relação a um fato ou notícia, que se possa fazer a varredura e confirmar a correta informação.

As *Fake News*, em sua maioria, sempre querem te transmitir a notícia ou informação desejada e nem tudo é o que se ver. A desconfiança, nesses casos, é o principal aliado. Conteúdos, publicações e matérias que foram postadas e que viralizam, acaba se tornando um alvo para a queda, principalmente, as quem vêm do *WhatsApp* sem sua permissão. É necessário atenção triplicada em usuários e perfis que compartilham esses tipos de informações falsas. É bom lembrar que pessoas de boa índole, também podem cair na armadilha, e por isso, a necessidade de checagem e outras pessoas para uma orientação das postagens.

Isto é, a *internet*, através das redes sociais transmitem tanto na emoção do eleitor, quanto na propagação da procura por informações por parte do parlamentar, propiciando assim a união de um parlamentar e eleitor/adepto, através das redes sociais.

Portanto, pode-se concluir que, se usado de maneira correta, transparente, ordeira e com responsabilidade, as redes sociais podem ser um grande aliado ao parlamentar que

utiliza de tais ferramentas, na intenção e objetivo de cativar seu eleitor e adepto, em suas tomadas de decisões, trabalhos e feitorias mediante seu trabalho.

## REFERÊNCIAS

MORAES, Denis. **O Ativismo Digital**. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.pdf>. 2001.

EDU, Insper. **Mundo se aproxima da marca de 5 bilhões de usuários de internet, 63% da população**. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/mundo-se-aproxima-da-marca-de-5-bilhoes-de-usuarios-de-internet-63-da-populacao/>. Fev. 2022

BAPTISTA, Rodrigo. **Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Dez. 2019

ALVES, Paula. **A evolução do Instagram: das fotos quadradas à era dos vídeos**. Disponível em: <https://tecnoblog.net/especiais/a-evolucao-do-instagram-das-fotos-quadradas-a-era-dos-videos/>. Fev. 2021

SALGADO, Danielle. **Pesquisa Facebook no Brasil: dados inéditos sobre a maior rede social do mundo**. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-facebook-no-brasil/>. Nov. 2022.

G4, Educação. **Crescimento do Twitter: como a rede social planeja conquistar seus próximos 100 milhões de usuários**. Disponível em: <https://g4educacao.com/portal/crescimento-do-twitter-como-a-rede-social-planeja-conquistar-seus-proximos-100-milhoes-de-usuarios>. Jan. 2023.

LINDSAY, André. **Pesquisa mostra que YouTube é a principal rede social de notícias no Brasil**. Disponível em: <https://mundoconectado.com.br/noticias/v/26257/pesquisa->

[mostra-que-youtube-e-a-principal-rede-social-de-noticias-no-brasil](#). Jun. 2022.

PURZ, Michelly. **WhatsApp, WeChat e Messenger from Meta: uso global, inserção e números dos apps de mensagens**. Disponível em: <https://www.messengerpeople.com/pt-br/estatistica-mundial-de-usuarios-do-whatsapp-wechat-e-outros-aplicativos-de-mensagem/>. Jan. 2023.

MACKENZIE, Blog. **O que são fake news? Conheça a história e o impacto delas na sociedade**. Disponível em: <https://blog.mackenzie.br/vestibular/atualidades/fake-news-conheca-o-impacto-na-sociedade/>.

ELEITORAL, Superior Tribunal. **Deputado Francischini é cassado por propagar desinformação contra a urna eletrônica**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Outubro/plenario-cassa-deputado-francischini-por-propagar-desinformacao-contr-o-sistema-eletronico-de-votacao>. Out. 2021

MUNICÍPIOS, Correios. **Justiça Eleitoral condena Rafael Brito por espalhar fake news contra Rodrigo Cunha**. Disponível em: <https://www.correiodosmunicipios-al.com.br/2022/10/justica-eleitoral-condena-rafael-brito-por-espalhar-fake-news-contr-rodri-go-cunha/>. Out. 2022.

PARANÁ, Tribunal de Justiça. **O Perigo das Fake News**. Disponível em: [https://www.tjpr.jus.br/noticias-2-vice/-/asset\\_publisher/sTrhoYRKnlQe/content/o-perigo-das-fake-news/14797?inheritRedirect=false](https://www.tjpr.jus.br/noticias-2-vice/-/asset_publisher/sTrhoYRKnlQe/content/o-perigo-das-fake-news/14797?inheritRedirect=false). 2020.

MACHADO, Jorge; MISKOLCI, Richard. **Das Jornadas De Junho À Cruzada Moral: O Papel Das Redes Sociais Na Polarização Política Brasileira**. Disponível em: [DAS JORNADAS DE JUNHO A CRUZADA MORAL.pdf](#) 2019.

PENTEADO, Cláudio Luis de Camargo. **Marketing Político na Era Digital**. Disponível em: [marketing politico na era digital.pdf](#). 2011