

PROPAGANDA ELEITORAL: DO POPULISMO ÀS ELEIÇÕES NA ERA DA INFORMAÇÃO DIGITAL

OLIVEIRA, Eduardo Alves Borin (GEIP - Direito/UNIBRASIL)

O presente estudo trata da associação história de dois fenômenos: o populismo e a informação política na era digital. O ponto de partida que levou a estudar este assunto foi a acirrada disputa presidencial de 2014, com a polarização entre os dois maiores partidos políticos do Brasil. O interesse no estudo é de cunho histórico/crítico, fazendo uma comparação com a informação repassada aos eleitores em duas épocas distintas, por meios completamente diferentes, a saber: a propaganda getulista pelo Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP. E a propaganda eleitoral nos dias atuais, distribuída majoritariamente pelas redes sociais. Com isso, busca-se evidenciar o peso que uma campanha publicitária pode possuir na hora da decisão do cidadão em relação ao seu voto, e principalmente uma crítica ao papel que uma propaganda eleitoral sem escrúpulos possui na construção da democracia. Cumpre destacar, que os principais acontecimentos que o estudo traz resumem-se na tentativa pelos partidos de angariar novos eleitores, e a resistência que estes enfrentam pelo livre acesso à informação que os meios digitais prometem possibilitar. A conclusão deste estudo ainda que não tenha intenção de encerrar o assunto, é a descentralização do poder que o bom uso da informação, em quaisquer tempos, pode gerar no meio eleitoral.

Palavras-chave: Acesso à Informação; Populismo; Informação Digital; Propaganda Político-partidária.