O voto de cabresto e a exposição midiática do voto

Autor(res)

Marcos Paulo Andrade Bianchini
Mariane Braga Alves
Luciana Leal De Carvalho Pinto
Marcelo Queiroz Alves De Oliveira
Fernando Marçal Soares Batista

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA

Introdução

Previsto no artigo 60, § 4º, II da Constituição Federal de 1988, o voto secreto visa proteger a liberdade de participação política, a qual deve estar imune a determinações externas indevidas e constitui verdadeira prescrição objetiva; não, cláusula geral principiológica, por estar no rol das cláusulas pétreas, o voto secreto foi posto como núcleo intangível da ordem política brasileira. Sendo assim a garantia de que apenas o votante saberá qual foi a candidatura que escolheu naquele processo eleitoral. É uma forma de evitar pressão sobre os eleitores, e também evitar a coação, garantindo que o voto expresse realmente a vontade do eleitor. (RODRIGUES, 2020).
Ao analisar a influência da mídia, percebemos que ela pode ser demagógica, ou seja, pode conduzir a opinião pública para atender os seus próprios interesses político-partidários, dirimindo a democracia e o pluralismo político, além da difusão de notícias falsas afim de denegrir ou exaltar candidatos políticos (JUNIOR et al., 2018).

Objetivo

O presente trabalho tem por objetivo analisar como são utilizadas as redes sociais nas eleições presidenciais. Além de, conceituá- las; identificar o papel da mídia nas eleições e moldar a influência das redes sociais na tomada de decisões políticas.

Material e Métodos

Os métodos de pesquisa utilizados neste artigo foram o quantitativo e dedutivo, a fim de se basear em leis e artigos que abordam tais temas, além da lei 1164 de 24 de julho de 1950 que cita no art. 46 do código eleitoral. “O sufrágio é universal e direto; o voto, obrigatório e secreto” foi dado ênfase a artigos acadêmicos já publicados anteriormente visando revelar ao público a relação da influência midiática do voto para o entendimento da população civil brasileira.

Resultados e Discussão

Ao longo da nossa república tivemos uma grande diversificação na forma de se conquistar o eleitor, do jornal à internet, meios estes que se complementam, ganhando maior evidência aquele de maior e melhor difusão. Ao

longo desse período os critérios dos eleitores foram moldados a atender os critérios estabelecidos pela propaganda. (JÚNIOR, 2010)

Visto que, nas eleições presidenciais de 2022 a mídia esteve muito presente e influente na relação entre candidato e eleitor através de postagens com músicas que referiam os candidatos, cores de roupas que faziam alusão ao partido político, além do massacre midiático em relação a decisões e opiniões divergentes de certas parcelas da sociedade, fazendo com que assim houvesse a polarização eleitoral. Devido a isto vimos que a mídia brasileira tem se destacado atualmente na forma de influência ao público brasileiro fazendo com que o voto eleitoral deixe de ser secreto pela simples difusão de informações através da internet pelas pessoas.

Conclusão

Este artigo buscou trazer um panorama ao que vem acontecendo na sociedade atual, visando contrapor a mídia como propagadora de conteúdo quanto a sociedade brasileira, vimos que as pessoas têm se deixado levar através de notícias e perfazendo com que as eleições que deveriam ter o voto secreto, torne uma exposição exagerada de seus achismos sem muito embasamento em suas decisões. Conclui-se que os brasileiros devem ponderar até que ponto uma notícia pode influenciar em suas decisões.

Referências

RODRIGUES. M. B. (2020). Voto secreto e novas tecnologias: uma investigação da eficiência textual do princípio da autodeterminação informativa da lei geral de proteção de dados como garantia do segredo do voto perante a técnica de mineração de dados. Google acadêmico.

JUNIOR E. A.; SIMONI C. A (2018). Paradoxos: as redes sociais nas eleições presidenciais no brasil em 2018. Cadernos, escolas superior de gestão pública, política, jurídica e segurança.

JÚNIOR G. S. L. A. (2010). A evolução da propaganda eleitoral no brasil: do voto de cabresto ao twitter. IV Colóquio de história.

BRASIL. Lei 1164 de 24 de julho de 1950. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/. Acesso em: 10 de março de 2023.