



## O FACEBOOK NA CAMPANHA ELEITORAL DE 2014

LUIZ CARLOS DO CARMO FERNANDES  
lucajor@gmail.com

**Objetivo:** Estudo realizado como projeto de pesquisa no Núcleo de Pesquisa em Comunicação, da Escola de Comunicação, com o objetivo de monitorar o uso da rede social na campanha de governador em 2014. **Método:** Etnologia online, análise de conteúdo **Resultados:** O Facebook passou a ser a rede social mais usada nas campanhas eleitorais, superando o Twitter que até a eleição de 2010 ocupara o primeiro lugar. O nível de campanha online vem crescendo e generalizado, permitindo que um maior número de candidatos possam ganhar espaço nestas plataformas que servem para atingir os formadores de opinião e não o eleitor médio. **Conclusão:** A tendência é que o Facebook, por permitir maior uso de recursos de interação e dar mais visibilidade, se torne a plataforma mais popular entre os atores políticos nas eleições majoritárias em Goiás. As estratégias persuasivas dos candidatos, no entanto, esbarram em um eleitor cada vez mais atento e bem informado.

**Palavras-chave:** Campanhas Eleitorais. Facebook. Propaganda Eleitoral