

Aluno (a): _____

Nº _____

PROPOSTA DE REDAÇÃO – 3ª SÉRIE:

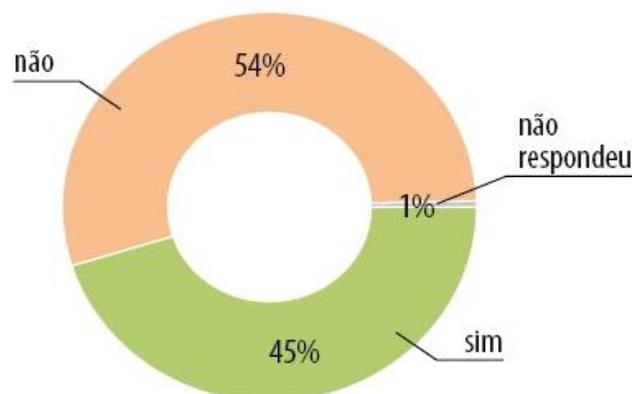
A partir da leitura dos textos motivadores e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija um texto dissertativo-argumentativo em modalidade escrita formal da língua portuguesa sobre o tema “**A influência do espaço virtual nas campanhas eleitorais**”, apresentando proposta de intervenção que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para defesa de seu ponto de vista.

Texto I

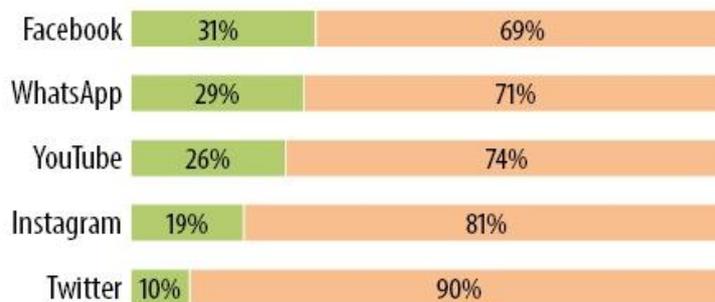
Eleições

Mais de 40% já decidiram voto com base em informações obtidas em rede social

Ao decidir seu voto durante um período de eleições, você já levou em consideração informações vistas em alguma rede social?



Ao decidir seu voto durante um período de eleições, você já levou em consideração informações em alguma dessas redes?



Fonte: Pesquisa DataSenado

agência **senado**

Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>> (Adaptado)

Texto II

“A propaganda eleitoral no rádio e na TV tem suas definições específicas em relação ao tempo disponível para cada candidato, porém, em uma outra plataforma de comunicação, todos correm em pé de igualdade na busca pela proximidade com o eleitorado. Ainda que nos meios de comunicação tradicionais o tempo de propaganda política seja um fator poderoso na hora de definir o voto do brasileiro, as mídias sociais têm sido uma crescente fonte de informação para o eleitor, e muito do que gera atenção no meio virtual acaba virando notícia nos meios de comunicação tradicionais. Dessa forma, as campanhas têm usado as mídias sociais como ferramenta estratégica para chamar a atenção dos eleitores. Este ano, temos mais um ano eleitoral pela frente. Certamente, as redes sociais seguirão como grandes personagens para a campanha eleitoral. No entanto, é esperado uma menor facilidade para o uso de estratégias inadequadas para a manipulação do povo, pois as plataformas sociais estão investindo cada vez mais em mecanismos para barrar falsos conteúdos e perfis.”

Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniaio/2022/05/11/eleicoes-x-rede-sociaisuma-mistura-que-merece-cautela.html>> (Adaptado)

Texto III

“A possibilidade de impulsionar uma propaganda eleitoral nas redes sociais durante o período eleitoral em 2018 foi uma das grandes novidades no conjunto de normas admitidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no Brasil. A prática foi a única modalidade de propaganda eleitoral paga na internet permitida no processo. A definição de “impulsioneamento de conteúdo” na legislação e nas resoluções do TSE é pouco precisa, o que gera consequências diversas, mas pode-se entender por impulsioneamento a compra de publicações patrocinadas no Facebook ou o pagamento ao Google por melhores ranqueamentos de páginas nos resultados de busca da plataforma. No ranking de tipos de gastos gerais das campanhas, impulsioneamento de conteúdo foi o 10º maior. O item perdeu, por exemplo, para gastos com publicidade por meio de material impresso, locação de veículos e combustível; mas ficou à frente de categorias como pesquisas ou testes eleitorais, publicidade por jornais e revistas, ou ainda produção de jingles, vinhetas, slogans e sites.”

Disponível em: <<https://internetlab.org.br/pt/noticias/um-balanco-da-propagandaeleitoral-paga-na-internet-em-2018/>> (Adaptado)

INSTRUÇÕES PARA A REDAÇÃO

1. O rascunho da redação deve ser feito no espaço apropriado.
2. O texto definitivo deve ser escrito à tinta, na folha própria, em até 30 linhas.
3. A redação que apresentar cópia dos textos da Proposta de Redação ou do Caderno de Questões terá o número de linhas copiadas desconsiderado para efeito de correção.
4. **Receberá nota zero, em qualquer das situações expressas a seguir, a redação que:**
 - 4.1. Tiver até 7 (sete) linhas escritas, sendo consideradas “texto insuficiente”.
 - 4.2. Fugir ao tema ou que não atender ao tipo dissertativo-argumentativo.
 - 4.3. Apresentar parte do texto deliberadamente desconectada do tema proposto.