

DEMOCRACIA E ETNOGRAFIA DIGITAL: ELEIÇÕES MUNICIPAIS, INFODEMIA E DESINFORMAÇÃO

Kamily Vitória de Jesus¹
Renatha Cândida da Cruz²
Alessandro Siqueira da Silva³
Wolney Heleno de Matos⁴

1 Instituto Federal de Goiás/Campus Uruaçu/Bacharelado em Engenharia Civil/ kamilyyyjesus@gmail.com

2 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia/Campus Uruaçu/renatha.cruz@ifg.edu.br

3 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia/Campus Uruaçu/alessandro.silva@ifg.edu.br

4 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia/Campus Uruaçu/wolney.matos@ifg.edu.br

Palavras Chave: *Fake news; Eleições; Meio Técnico-científico-informacional.*

Introdução

O principal objetivo desta pesquisa é elaborar uma etnografia digital que analise a circulação de desinformação e a infodemia nas eleições municipais de Uruaçu (Goiás) a fim de criar mecanismos para o enfrentamento das fake news em contextos futuros. Objetiva-se ainda identificar os conteúdos permeados de desinformação compartilhados em páginas e grupos públicos de campanha de candidatos à Prefeitura e Câmara Municipal de Uruaçu (Goiás), a partir de pesquisas por palavras-chave.

Metodologia

A primeira etapa da pesquisa consistiu no acompanhamento e registro de informações que circulam em páginas em redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter), de mensagens instantâneas (Whatsapp) e plataforma streaming (Youtube) com a ação de imersão em grupos de candidatos para identificar desinformação na rede. Foi feita a etnografia digital longitudinal, tal como propõem Kalil e Santini (2020), que consiste em registros quantitativos para análise qualitativa da circulação de desinformação nas redes sociais.

Ao final, elaboramos uma etnografia digital longitudinal a partir da metodologia: subdividida em imersão em grupos públicos abertos de compartilhamento mensagens eletrônicas e de conteúdo (*Whatsapp*), acompanhamento de conteúdos divulgados em páginas abertas em redes sociais (Instagram, Twitter e Facebook), acompanhamento de plataformas de transmissão (streaming) de vídeos (YouTube) e o acompanhamento de palavras-chave e hashtags vinculadas à eleição municipal.

Resultados e Discussão

Analisando as nuvens de palavras resultantes da pesquisa, percebe-se que em alguns grupos o fluxo de mensagens era maior que em outros. Ressaltamos

que, durante todo o período da campanha eleitoral no município de Uruaçu em 2020, empresas de propaganda eram responsáveis pela divulgação das eleições e dos candidatos, o que movimentava em partes o fluxo de mensagens desses grupos. Ao buscar as palavras com maiores mobilizações acerca das eleições, ou seja, que tenham reflexo na divulgação de propostas de campanha e compromissos públicos, identificamos que tal estratégia partiu do envio reiterado de imagens, a exemplo de figurinhas com os rostos e números dos candidatos. Palavras como desinformação não apareceram em nenhum grupo, já o termo fake, por exemplo, ocorreu na maioria dos grupos, porém em menor destaque, como referência do que não deve ser compartilhado. Ao analisar as redes sociais como Facebook e Instagram identificamos o único compartilhamento de desinformação que se trata da manipulação de um fato ocorrido e sem relação político-partidária, mas que foi associada a uma candidatura à Prefeitura de Uruaçu.

Conclusões

A desinformação voltada a eleição municipal manifestou-se de baixo impacto e reduzido compartilhamento em rede, além de ser desconstruída rapidamente. Durante nosso período de imersão identificamos que as campanhas eram organizadas por instituições privadas que compartilhavam os dados dos candidatos repetidas vezes ao dia. Um ponto a refletir é o pressuposto de que há financiamento de disparos de mensagens em massa a fim de alcançar diferentes itinerários descentralizados pelo território nacional, fato que nos motiva a continuar essa investigação.

Referências Bibliográficas

SILVA, Natacha. O impacto da propagação de fake news em cidades médias em ano eleitoral: o caso do município de Uruaçu (GO) em 2018. Orientadora: Renatha Cruz. 2018. Projeto de pesquisa) - Instituto Federal de Goiás, [S. l.], 2019