

PROPOSTA 1 (01 vaga)

Título: Inteligência Computacional para Análise do Uso e Impacto das Redes Sociais de Políticos

Orientador: Prof. Kellyton dos Santos Brito

Co-Orientador: Prof. Paulo Anselmo da Mota Silveira Neto

Resumo:

As redes sociais contemporâneas, como o Instagram, Facebook, Twitter e TikTok, representam um novo paradigma de comunicação e têm impactado profundamente a democracia, em especial as formas de comunicação entre os políticos e a população. Nesse novo cenário, as redes sociais têm sido usadas extensivamente em campanhas eleitorais, e o sucesso de campanhas é frequentemente associado à sua correlação com o sucesso nas redes. Exemplos clássicos incluem as campanhas de Obama (2008 e 2012) e Trump (2016) nos Estados Unidos, e a campanha de Bolsonaro à presidência do Brasil em 2018.

A pesquisa relacionada ao estudo das redes sociais dos políticos está em seu início, ainda sem modelos e métodos bem estabelecidos. A abordagem mais comum, baseada na detecção do sentimento dos posts no Twitter mencionando os políticos, tem tido seus resultados bastante contestados, e a utilização de outras redes e de modelos de IA não lineares tem sido comumente apontada como um promissor trabalho futuro.

Nesse contexto, o objetivo inicial deste projeto deve ser o estudo do uso e impacto das redes sociais de políticos, em especial os brasileiros. Para isso, espera-se a utilização de modelos de inteligência artificial, em especial visão computacional e aprendizado de máquina, em conjunto com estatística descritiva, para responder algumas questões de pesquisa, como: Como os políticos utilizaram as suas redes sociais em períodos distintos? Como foi o engajamento nas redes dos políticos e quais tipos de conteúdo levaram a mais engajamento? Como o engajamento variou ao longo do tempo? É possível criar modelos de aprendizado de máquina capazes de prever o resultado eleitoral ou engajamento futuro nas redes baseado na performance prévia?

Algumas dessas respostas já foram parcialmente obtidas em trabalhos anteriores do InnovaGovLab da UFRPE (Exemplos: [1]–[3]). Espera-se do aluno trabalhando neste tema o aprofundamento e expansão dos resultados.

[1] K. Brito, N. Paula, M. Fernandes, and S. Meira, “Social Media and Presidential Campaigns – Preliminary Results of the 2018 Brazilian Presidential Election,” in *Proceedings of the 20th Annual International Conference on Digital Government Research*, Dubai, United Arab Emirates: ACM, Jun. 2019, pp. 332–341. doi: 10.1145/3325112.3325252.

[2] M. Santana, J. Lima, A. Correa, and K. Brito, “Engajamento no TikTok dos candidatos às eleições Brasileiras de 2022 – Resultados Iniciais,” in *Anais do XII Brazilian Workshop on Social Network Analysis and Mining (BraSNAM 2023)*, Sociedade Brasileira de Computação - SBC, Aug. 2023, pp. 151–162. doi: 10.5753/brasnam.2023.230641.

[3] J. Lima, M. Santana, A. Correa, and K. Brito, “The use and impact of TikTok in the 2022 Brazilian presidential election,” in *Proceedings of the 24th Annual International Conference on Digital Government Research*, New York, NY, USA: ACM, Jul. 2023, pp. 144–152. doi: 10.1145/3598469.3598485.