

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.