

UNIVERSIDADE FEDERAL SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Caroline dos Santos Porto

**AS MÍDIAS SOCIAIS COMO PROPULSORAS DA
INFORMAÇÃO E DA DESINFORMAÇÃO DO
CIDADÃO**

Santa Maria, RS
2022

Caroline dos Santos Porto

**AS MÍDIAS SOCIAIS COMO PROPULSORAS DA
INFORMAÇÃO E DA DESINFORMAÇÃO DO CIDADÃO**

Dissertação de mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Administração
Pública da Universidade Federal de Santa
Maria (UFSM), como requisito parcial para a
obtenção do título de **Mestra em
Administração Pública**

Orientador: Prof.º Mauri Leodir Löbler

Santa Maria, RS
2022

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001

Porto, Caroline
AS MÍDIAS SOCIAIS COMO PROPULSORAS DA INFORMAÇÃO E DA
DESINFORMAÇÃO DO CIDADÃO / Caroline Porto.- 2022.
104 p.; 30 cm

Orientador: Mauri Löbler
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Administração Pública, RS, 2022

1. Mídias Sociais 2. Democracia Digital 3.
Comportamento Informacional 4. Fake News 5. Netnografia
I. Löbler, Mauri II. Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFSM. Dados fornecidos pelo autor(a). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

Declaro, CAROLINE PORTO, para os devidos fins e sob as penas da lei, que a pesquisa constante neste trabalho de conclusão de curso (Dissertação) foi por mim elaborada e que as informações necessárias objeto de consulta em literatura e outras fontes estão devidamente referenciadas. Declaro, ainda, que este trabalho ou parte dele não foi apresentado anteriormente para obtenção de qualquer outro grau acadêmico, estando ciente de que a inveracidade da presente declaração poderá resultar na anulação da titulação pela Universidade, entre outras consequências legais.

Caroline dos Santos Porto

**AS MÍDIAS SOCIAIS COMO PROPULSORAS DA
INFORMAÇÃO E DA DESINFORMAÇÃO DO CIDADÃO**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração Pública da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial para a obtenção do título de **Mestra em Administração Pública**

Aprovado em 11 de novembro de 2022.

**Mauri Leodir Löbler, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)**

Eliete Dos Reis Lehnhart, Dra. (UFSM)

Vívian Flores Costa, Dra. (IFFar)

**Santa Maria, RS
2022**

DEDICATÓRIA

Você partiu, mas deixou a semente germinada da luta pela educação...

...dedico a você minha mãezinha, Maria Alice Vaz dos Santos (*in memoriam*), professora na vida e na profissão, a quem fui discípula ao entrar no universo da docência. Nós conseguimos!

“A educação é um seguro para a vida e um passaporte para a eternidade”.
Antônio Guijarro

RESUMO

AS MÍDIAS SOCIAIS COMO PROPULSORAS DA INFORMAÇÃO E DA DESINFORMAÇÃO DO CIDADÃO

AUTORA: Caroline dos Santos Porto
ORIENTADOR: Prof.º Mauri Leodir Löbler

As mídias sociais ganharam notoriedade com o advento da *WEB 2.0*, no qual passam de um meio informativo para se tornar um ambiente de troca, colaboração e criação de conteúdo, entre indivíduos, organizações e comunidades. Com essa revolução tecnológica, diversos setores perceberam a necessidade de mutação nos canais de informação e comunicação, usando as mídias sociais também como veículo oficial de notícias. O que favoreceu aos usuários das redes expressarem suas ideias, sentimentos, observar e apontar injustiças. Neste cenário, enquanto os indivíduos são bombardeados por informações oficiais e verdadeiras, também recebe uma enxurrada de notícias falsas que circulam no ciberespaço, no qual acabam causando sérios problemas de desordem social. Diante do exposto, o estudo teve em vista analisar o comportamento (des) informacional dos usuários em mídias sociais diante de sua participação democrática. Desse modo, na busca de alcançar o objetivo, como meio metodológico é realizado uma Netnografia, pois possibilita a inserção do pesquisador a campo virtualmente para acompanhar a comunidade, através de observações participativas. Para isso, foram seguidas as seguintes etapas: planejamento do estudo, seleção e entrada (*entré*) em campo, coleta de dados, análise e interpretação dos dados e resultados da pesquisa. Entre os principais achados obtidos diante do mergulho Netnográfico, quando observada a deliberação online da comunidade, foi constatado que as publicações no Grupo Novo Airão Democrático que fazem manifestações sobre assuntos da comunidade local, como, por exemplo, problemas que sugere a má administração pública (ou a falta dela), os membros são recíprocos e respeitosos entre eles, embora isso seja algo bom, o índice de deliberação é menor. Em relação às estratégias de comunicação política entre usuários e o poder público, foram localizados dois tipos de estratégias — *Push* — os cidadãos são destinatário de informação e *Pull* — como sensores do governo, exemplos claros visto nas Publicações de Frederico Júnior, Prefeito de Novo Airão. Em relação ao perfil dos usuários que publicaram ou compactuaram com as desinformações na comunidade, eles possuem similitudes em relação aos seus interesses virtuais, como: possuem uma inclinação a polarização política e fazem muitas menções a sua conduta religiosa. Já quando observado a origem das fontes de desinformação, são perfis que possuem em torno de 4.900 amigos, beirando a quantidade máxima aceita no *Facebook*, fazem menção a polarização político-partidária e com uma capacidade elevada de disseminação de notícias falsas, alcançando 244.000 mil compartilhamentos nas redes. Ainda nos achados sobre *fake news*, a lacuna da disseminação dos conteúdos falsos que circulam na comunidade se mostrou nos vídeos, devido, buscadores de checagens de informação estarem mais limitadas na sinalização das falsificações. Por fim, este trabalho evidencia a necessidade criação e aplicação de políticas públicas, tanto para o combate à desinformação, mas também para o investimento na alfabetização digital dos cidadãos. Além da criação de ambiente de deliberação online para tomada de decisões referente algumas demandas dos municípios.

Palavras-chave: Mídias Sociais; Democracia Digital; Comportamento Informacional; Fake News ; Netnografia.

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA AS PROPELLERS OF CITIZEN INFORMATION AND DISINFORMATION

AUTHOR: Caroline dos Santos Porto

ADVISOR: Prof. Mauri Leodir Löbler

Social media gained notoriety with the advent of WEB 2.0, in which they move from an information medium to become an environment for exchange, collaboration and content creation, between individuals, organizations and communities. With this technological revolution, several sectors realized the need for change in information and communication channels, using social media also as an official news vehicle. What favored network users to express their ideas, feelings, observe and point out injustices. In this scenario, while individuals are bombarded by official and truthful information, they also receive a flood of false news circulating in cyberspace, which end up causing serious problems of social disorder. Given the above, the study aimed to analyze the (dis)informational behavior of users in social media in view of their democratic participation. Thus, in the pursuit of achieving the objective, a Netnography is carried out as a methodological means, as it allows the insertion of the researcher in the field virtually to accompany the community, through participant observations. For this, the following steps were followed: study planning, selection and entry (entrée) in the field, data collection, analysis and interpretation of data and research results. Among the main findings obtained in the face of the Netnographic dive, when observing the community's online deliberation, it was found that the publications in the Novo Airão Democrático Group that make manifestations about local community matters, such as, for example, problems that suggest poor public administration (or lack thereof), members are reciprocal and respectful of each other, although this is a good thing, the rate of deliberation is lower. Regarding political communication strategies between users and public authorities, two types of strategies were located — Push — citizens are recipients of information and Pull — as government sensors, clear examples seen in Publications by Frederico Júnior, Mayor of Novo Airão . Regarding the profile of users who published or condone misinformation in the community, they have similarities in relation to their virtual interests, such as: they have an inclination towards political polarization and make many mentions of their religious conduct. When looking at the origin of the sources of disinformation, they are profiles that have around 4,900 friends, bordering the maximum number accepted on Facebook, mention political party polarization and have a high capacity for spreading false news, reaching 244,000 shares in networks. Still in the findings on fake news, the gap in the dissemination of false content circulating in the community was shown in the videos, due to searchers that information checks are more limited in signaling falsifications. Finally, this work highlights the need to create and apply public policies, both to combat misinformation, but also to invest in digital literacy of citizens. In addition to creating an online deliberation environment for decision-making regarding some demands of the municipalities.

Keywords: Social media; Digital Democracy; Informational Behavior; Disinformation; Netnography.

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	10
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.1.1 Objetivos Específicos.....	13
1.3 JUSTIFICATIVA.....	13
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 MÍDIAS SOCIAIS	17
2.1.1 Mídias Sociais como ferramenta para Democracia Digital	19
2.1.1.1 Evidências Empíricas	21
2.2 DEMOCRACIA.....	29
2.2.1 Democracia Digital	31
2.2.1.1 Modelos de Democracia Digital.....	32
2.2.1.2 Deliberação Online	37
2.3 COMPORTAMENTO (DES) INFORMACIONAL.....	38
2.3.1 Desinformação e Fake News	40
3.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	47
3.1 MÉTODO DE INVESTIGAÇÃO NETNOGRÁFICA.....	48
3.1.1 Planejamento do Estudo	50
3.1.2 Entrée	55
3.1.3 Coleta de Dados	60
4 ANÁLISE INTERPRETATIVA DOS DADOS	62
4.1 MANIFESTAÇÃO POPULAR	64
4.2 INTERAÇÃO E ENGAJAMENTO COM O PODER PÚBLICO	71
4.3 COMPARTILHAMENTO E DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO	75
5CONSIDERAÇÕES FINAIS	89
5.1 APRESENTAÇÃO DA RESOLUÇÃO DOS OBJETIVOS	89
5.1.1 Comportamento informacional	90
5.1.2 Comportamento da desinformação	92
5.2 CONCLUSÃO DAS NOTAS NETNOGRÁFICAS	93
5.3 LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	94

5.4 SUGESTÕES DE APLICAÇÕES PRÁTICAS.....	95
5.4 SUGESTÕES DE ESTUDOS FUTUROS.....	95
6 REFERÊNCIAS BIBLIGRÁFICAS	95

1.INTRODUÇÃO

A sociedade ao longo da história transita entre comportamentos de massa e individuais de uma forma alternada. A internet impulsionou esse processo, fazendo que com que as pessoas se comuniquem e ao mesmo tempo se ausente, incentivando que esse comportamento seja cada vez mais aceito (SALA, 2019). Dziekaniak (2012) colabora dizendo que foi o consumo massivo da internet pela sociedade que impulsionou o surgimento das novas tecnologias comunicacionais, as mídias sociais (MS) são exemplos disso, elas proporcionam trocas de conhecimento e informação entre indivíduos, organizações e comunidades.

Imensos agrupamentos de informação sobre os mais diversos temas – conhecidos popularmente por conteúdos - circulam em escala planetária e de forma frenética, por meio da internet e das mídias sociais. Esse repositório permite o compartilhamento de dados, informação e conhecimento, contribuindo para o desenvolvimento humano (TAKAHASHI, 2000). As mídias sociais segundo De Paula, Dincelli e Harrison (2017) são ferramentas que proporcionam a autopromoção, troca de conteúdos simbólicos, fornecem um novo ambiente para os indivíduos e organizações se comunicarem. Cavalli (2021) complementa argumentando que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) o que tudo indica, estimula novas alternativas da atuação dos diversos atores da sociedade na concretização da democracia, agora em novos ambientes, que surgem ampliando as possibilidades onde a presença física não se faz mais tão necessária para debates.

Órgãos públicos do mundo todo segundo Mergel (2013) estão utilizando as mídias sociais (blogs, microblogs, wikis e redes sociais *Facebook, Twitter, Instagram*) como ferramentas estratégicas para contribuir em mudanças como diminuir burocracia, promover o aumento da colaboração, participação e transparência entre governo e cidadão. Santos (2016) corrobora que as mídias sociais, tais como o Facebook, podem ser compreendidas para o setor público como uma nova forma de comunicação para interação com o cidadão, tanto para transmitir informações públicas e controle social dos atos administrativos, quanto para monitoramento do conteúdo resultante dessa interação. Os gestores públicos por sua vez, através das análises das mídias sociais podem compreender as necessidades dos cidadãos e operacionalizar políticas públicas mais efetivas ou até mesmo superem as necessidades da sociedade.

Para Sampaio (2014) é através das mídias sociais que o governo eletrônico foi capaz de facilitar as práticas constantes de democracia, assim ampliando o empoderamento do cidadão quanto a sua participação política, tendo como canal privilegiado ao acesso na sua relação cidadão-governo. Rothberg (2008) afirmando que as ferramentas de apoio a participação democrática atribuídas pelas novas tecnologias representam um modelo de alargamento do espaço público, em consequência uma incorporação nos diversos setores e processos de idealização de políticas públicas.

As mídias sociais surgem com a capacidade de conscientizar e colaborar na luta pelas causas sociais com rapidez e abrangência, e de abrir possibilidades para a reivindicação dos direitos, em nível ambiental, político e social (SILVA E JUNIOR, 2015). Cavalli (2021) reconhece o surgimento de uma nova democracia, denominada “democracia digital” sendo um dos avanços que a internet favoreceu. É nas mídias sociais que os cidadãos encontraram espaços para se informar, expressar sua opinião, buscar seus direitos, usufruir de serviços públicos, promover campanhas e movimentos (que ultrapassaram até o limite do virtual).

A busca intencional pela informação para Wilson (1999) está associada diretamente a necessidade de descoberta e de reconhecimento do indivíduo. Para o autor o usuário pode explorar respostas às suas necessidades, tanto em sistemas formais quanto em outras fontes como, por exemplo, a “troca interpessoal de informação”. Este processo possui apenas um único objetivo: satisfazer à necessidade que o indivíduo possui de algum tipo de informação. Com objetivo de entregar informações que satisfaçam os usuários na rede Pellizzari e Junior (2019) argumentam que as mídias sociais por intermédio dos algoritmos, filtram, personalizam e direcionam informações de acordo com interesses, crenças, valores, visão de mundo de cada usuário em rede.

A velocidade típica da sociedade da informação é um dos fatores que corroboram com a problemática de compartilhamento de informações (PELLIZZARI E JUNIOR, 2019). Se tornou algo trivial segundo Conde (2018) o compartilhamento de informações nas mídias sociais em poucos segundos a propagação se torna muito abrangente. O que este fenômeno torna incomodo é o fato das pessoas muitas vezes não utilizarem filtros para verificar a qualidade da informação. Júnior et. al. (2020) corroboram dizendo que pelas informações frequentemente possuem textos afirmativos e serem disparadas nos mais variados formatos (vídeos, imagens, áudios) levam as pessoas a crerem e compartilharem as notícias falsas sem ao menos checar se as mensagens são fidedignas.

Somando-se a isso Genesini (2018) diz que é surpreendente realmente a passividade dos indivíduos diante da distorção dos fatos noticiados, desde que a informação, verdadeira ou não, vai ao encontro com as crenças de cada um. Para Cavalli (2021) a mente humana fazer-se resistente a críticas perante hábitos formadores de crenças e construções intelectuais, nem o poder dos argumentos são capazes de penetrar sobre a razão do indivíduo diante das informações.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

As novas ferramentas tecnológicas e sociais, tem desempenhado um papel importante na sociedade no que se refere a disseminação de informações. As mídias sociais viabilizam a possibilidade dos atores sociais a criação de conteúdo, acesso e difusão de informações resultante em uma crescente influência no campo político (SOUSA, 2012). Diante da deficiência de mecanismos para a manifestação popular direta Junior (2015) fala que é de notória percepção porque as mídias sociais foram adotadas como ambiente para a deliberação popular, pois outro espaço que tenha a mesma capacidade e eficácia de reverberação não há!

Com a liberdade de expressão derivada do alargamento da internet, qualquer usuário em rede pode contrapor o que está sendo veiculado. Na maioria dos casos essa possibilidade de manifestação do pensamento é importante, visto que combate o abuso de poder. Já em outros casos é negativa, pois oportuniza a propagação de informações que não tem como base a checagem dos fatos (PELLIZZARI E JUNIOR, 2019). As mídias sociais para Cooke (2017) viabilizam a rapidez com que as divulgações de informações são disseminadas, seja elas falsas ou não. Logo para o autor uma pessoa quando busca uma informação no ambiente virtual ela é tão sobrecarregada com os mais diversos conteúdos que se torna muitas vezes estressante.

A facilidade de propagação de uma informação falsa não é a única lacuna dessa questão, Lourenço (2020) aponta que notícias alarmistas e tendenciosas são desmascaradas constantemente, mas parte das pessoas continua a acreditar nelas. Somando-se a isso Cavalli (2021) diz que embora a grande capacidade de empregar as TICs para aumentar a participação dos cidadãos nos processos democráticos fatores como a: desinformação, polarização política, resistência a diálogos, venda de informações de dados dos usuários, estão tornando a utilização das TICs para fins antidemocráticos.

Contudo Junior (2015) defende que é no calor das comunidades em mídias sociais que a democracia virtual melhor se desenvolve, pois é com o auxílio delas que os cidadãos articulam suas reivindicações para levar ao poder público. Neste contexto é evidente que boa parte da população acolheu as mídias sociais como um canal de comunicação para participar e fomentar assuntos políticos, assim chamada de democracia digital (CAVALLI, 2021). Fica claro também, que nem sempre este meio reflete em diálogos e ações positivas, porém outra ferramenta tão emponderadora à voz e conexão dos indivíduos, o poder público ainda está devendo. Sendo assim, esse estudo elencou como problema de pesquisa: como é o comportamento (des) informacional dos usuários diante de sua participação democrática em ambientes de mídias sociais?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o comportamento (des) informacional dos usuários de mídias sociais diante de sua participação democrática associada aos aspectos do poder público.

1.2.1.1 Objetivos Específicos

- a) Evidenciar temas emergentes das notícias publicadas na comunidade online.
- b) Constatar o comportamento dos usuários associados a liberdade de expressão em prol da deliberação online
- c) Identificar existência de estratégias de comunicação política entre usuários e o poder público nas mídias sociais.
- d) Investigar e compreender a trajetória e características das notícias falsas.

1.3 JUSTIFICATIVA

Dentre as mudanças introduzidas pela Reforma Gerencial do Estado no Brasil, Silva et. al. (2015) argumentam que um dos pontos vitais envolveu a comunicação entre as partes, seja para a gestão pública informar ações e prestar contas à população, seja para o cidadão emitir sua opinião, reclamar ou pedir esclarecimentos. Com a expansão da informação do advento da Web 2.0, o uso das tecnologias da informação como meio de proporcionar interação entre usuários e desenvolvedores tornou as emergentes mídias sociais potenciais

canais de comunicação devido à sua flexibilidade, rapidez e alcance, de possibilitar o compartilhamento de conteúdo. Assim para esse presente estudo identificar estratégias de comunicação política entre usuários e o poder público nas mídias sociais colabora tanto no âmbito prático quanto teórico, o que favorece para o fomento das discussões e encontro de cabíveis soluções elencando um denominador comum no canal da voz entre cidadão e governo.

Desde o começo da década de 2000 o Governo Federal vem realizando esforços para estruturar ações de governo digital com a finalidade de democratizar a informação, visando ampliar o debate e a participação cidadã na construção das políticas públicas além de solicitar a colaboração nas sugestões de aprimoramento na qualidade dos serviços e informações (MPDG, 2018). Apesar do poder público investir em espaços tecnológicos para comunicação, a preferência pelas mídias sociais para função desse papel é consagrada por muitos usuários, justificando o interesse de constatar a atuação dos usuários nas mídias sociais em prol de uma democracia online deliberativa. Corrêa (2014) contribui que estudos que fazem referência ao tema da democracia digital têm indicado o potencial efetivo da internet ser (ou vir a ser) bem-conceituada nos processos democráticos da mesma forma que o papel das TICs no fomento de mecanismos participativos da sociedade contemporânea.

A informação para Conde (2018) pode ser considerada como um agente transformador social, pois são visões de mundo que podem ser alteradas e culturas modificadas. Pode-se dizer que é a maneira com que o indivíduo lida com a informação reflete no bem ou mal-estar, individual ou coletivo. Contudo, a grande responsável pelo compartilhamento de informação e socialização dos indivíduos nas últimas décadas foi o acesso facilitado da internet. No Brasil, estima-se que 126,9 milhões de pessoas contabilizando 70% da população faz o uso de internet, seja por redes móveis e fixas e por acessos à lugares públicos (CGI.BR,2019).

Para Cavalli (2021) é importante analisar no “novo” cidadão, inserido no universo das bolhas informacionais que, quando conectado, exerce a chamada democracia digital. Dessa forma, motivou evidenciar as categorias emergentes diante do comportamento (des) informacional do usuário e de sua participação democrática em mídias sociais, pois contribui com estudos de âmbito teórico. Lopes e Valetin (2014) corroboram que comportamento informacional é uma questão que já vem sendo discutida por muito tempo na área da ciência da informação, de maneira geral, os estudos empenham-se a investigar como os indivíduos pesquisam informações sobre um determinado tópico, considerando os aspectos cognitivos, as fontes utilizadas, como bem como a necessidade de informações que

movem esses indivíduos. Somando-se a isso Cooke (2017) diz que é compreendendo o comportamento informacional de como a informação é buscada, selecionada e consumida diariamente que se pode encontrar explicações adicionais porque as pessoas são suscetíveis a notícias falsas.

Com a expansão frenética da internet e a popularização das MS segundo Conde (2018) foi provocado conseqüentemente o aumento e produção de notícias e informações propagadas na rede. Cabe ressaltar que não é raro se deparar com fontes duvidosas e infundadas de informação, porém existem muitos usuários que não possui senso crítico diante do que é exposto e acaba acreditando em informações sem checar sua procedência, veracidade ou até mesmo outra fonte que corrobore, pois quando o indivíduo crê em informações de má procedência e compartilha desinformação esta conduta reflete em uma serie de mal entendidos, desde de conseqüências brandas até mais graves, dependendo do alcance da informação e de sua repercussão (CONDE, 2018). Investigar e compreender as a trajetória e características das notícias falsas é um começo para encontrar possíveis lacunas na sua veiculação em massa, desde a produção do material informativo, até mesmo aspectos incomum dos indivíduos disseminadores da desinformação.

Fechando com o objetivo e motivação desse estudo em analisar o comportamento (des) informacional dos usuários de mídias sociais diante de sua participação democrática associada aos aspectos do poder público, alguns pesquisadores (JUNIOR, 2015, PELLIZZARI E JUNIOR, 2019, CAVALLI, 2021) também já foram provocados pelo instigante tema, referindo-se à possibilidade que o cidadão tem de instrumentalizar as mídias sociais para exercício daquilo que se denomina democracia digital, manifestando pensamentos, participando e fiscalizando o poder público e ampliando as vozes do pluralismo ou se é apenas um mito, alterando o espaço das manipulações.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo será abordada a Fundamentação teórica com base nos objetivos específicos, são abordados tópicos que serviram para apoio argumentativo para essa pesquisa, bem como ilustrado na Figura 01:

Figura 01: Fundamentação teórica com base nos objetivos específicos

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	Evidenciar temas emergentes das notícias publicadas na comunidade online.
2.1. MÍDIAS SOCIAIS	
2.1.1 Mídias sociais como ferramenta para Democracia Digital	Identificar existência de estratégias de comunicação política entre usuários e o poder público nas mídias sociais
2.1.1.1 Evidências Empíricas	
2.2 DEMOCRACIA	
2.2.1 Democracia Digital	Constatar o comportamento dos usuários associados a liberdade de expressão em prol da deliberação online
2.2.1.1 Modelos de Democracia Digital	
2.2.1.1.1 Deliberação Online	
2.3 COMPORTAMENTO (DES) INFORMACIONAL	
2.3.1 Desinformação e Fake News	Investigar e compreender a trajetória e características das notícias falsas

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

No tópico mídias sociais foi realizada uma busca por principais conceitos e funções e em mídias sociais como ferramenta de Democracia Digital é apresentado estratégias operacionais que indicam a relação governo/cidadão. Na sequência apresenta-se as Evidências Empíricas, abordando sobre as mídias sociais no governo, com intuito de identificar o que está sendo pesquisado e publicado em caráter internacional. Após a formação de *Cluster*, foi possível encontrar quatro temáticas que envolveram 16 artigos: democracia digital: mídias sociais como apoio para obtenção dos anseios dos cidadãos - mídias sociais como ferramentas para as práticas online do poder público. – Níveis de confiabilidade dos cidadãos nas mídias sociais governamentais. – O uso estratégico das mídias sociais nas ações governamentais de promoção a participação cidadã.

Dando continuidade, no tópico de Democracia é abordado algumas definições, umas delas conhecida como: “governo do povo” (MIGUEL,2005), salientado que no Brasil prevalece o Estado Democrático de Direito, o qual foi consolidado pela Constituição da República Federativa de 1988. Para contextualização dos objetivos desse estudo é discutido sobre a temática de democracia digital e seus principais modelos, bem como a exibir sobre a Deliberação Online. Por diante, é apresentado o assunto Comportamento da (des) informação, no qual fala sobre a necessidade de informação do usuário, compartilhamento de informações, *fake news* e checagem de informação.

2.1 MÍDIAS SOCIAIS

Tradicionalmente os usuários de internet navegavam pela Web para simplesmente consumir conteúdo: ler, assistir e comprar produtos e serviços, (KIETZMANN ET AL. 2011). Já a partir do surgimento das mídias sociais, Ouiridi et al. (2014) falam que os conteúdos gerados nesses ambientes podem ser criados pelos usuários implicando em um processo conjunto entre membros, funções como consumo e distribuição de conteúdo também como interações e discussões. Kaplan e Haenlein (2010) complementam dizendo que mídia social é um conjunto de aplicativos alicerçados na internet que se apoiam nos elementos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0 (que proporciona a criação e troca de conteúdo gerado pelo usuário).

Somando-se a isso, Kietzmann et al. (2011) falam que o fenômeno das mídias sociais é representado pelos usuários que utilizam plataformas - como sites de compartilhamento de conteúdo, blogs, redes sociais e wikis - para criar, modificar, compartilhar e discutir conteúdo da Internet. As mídias sociais também permitem aos usuários nos níveis micro, meso e macro compartilhar e rotular geograficamente conteúdos como: imagens, texto, áudio, vídeo e jogos, gerando grandes audiências (OUIRDI ET AL., 2014).

Cavalli (2021) cita alguns exemplos de mídias sociais: Facebook, Twitter, sites de encontros, Blogger, LinkedIn, Reclame Aqui, Tumblr, Youtube e tantas outras. A autora diz que essas mídias são conhecidas popularmente para busca e compartilhamento de informações, porém também colaboraram para o surgimento de novas profissões, como: os influenciadores digitais (que divulgam marcas, produtos e serviços). Ferramentas como: Facebook, YouTube e Twitter, ganham destaque nas ações coletivas de mobilização de militantes para manifestações populares (JUNIOR E ROCHA (2013). Fleury (2015) destaca que nessas redes é possível os indivíduos possuir uma conexão mais próxima, pois há o encontro de pessoas que tenham os mesmos interesses, ideias e concepções sobre o mundo que se envolvem em um processo comunicacional complexo em que todos são divulgadores de suas mesmas lutas e que procuram pela mesma conquista.

Através da observação das combinações e elementos chaves que segundo Kaplan e Haenlein (2010) é possível classificar as mídias sociais de acordo com suas características como: a presença social/ riqueza da mídia (definida como o som, imagem e físico do contato técnico que pode ser alcançado, ex: bate papo ao vivo e a quantidade de informações que eles permitem transmitir em um determinado intervalo de tempo) e processos social de auto-apresentação/ auto-divulgação (diz respeito à aos tipo de interação social, no qual o usuário

deseja controlar as impressões que outras pessoas formem deles). Na Figura 02, divisão das Mídias Sociais conforme classificação.

Figura 02: Classificação das Mídias Sociais



Fonte: Elaborado pela autora baseado em Kaplan e Haenlein (2010)

Na Figura 02, segundo Kaplan e Haenlein (2010) apresentam 6 diferentes classificações de MS, no qual cada uma tem suas propostas de desafios e oportunidades: (a) projetos colaborativos permitem a conexão e criação simultânea de conteúdo por muitos usuários finais; (b) blogs são representados pela forma mais antiga de MS, geralmente gerenciado por apenas um usuário que oferecem a oportunidade de interação com outras pessoas; (c) as comunidades de conteúdo tem como objetivo principal é fornecer conteúdos de mídias (fotos, vídeos, apresentações em powerpoint), característica da mídia é que o usuário que consome o conteúdo não precisar possuir uma página de perfil pessoal; (d) sites de redes sociais (RS) são de alta popularidade, possibilitam usuários enviar mensagens instantânea, se conectar com amigos, colegas, familiares, enviar, fotos, links, vídeos áudios; (e) no mundo virtuais de jogos em seus ambientes o usuário podem aparecer sob a forma de avatares personalizados e interagir com um ao outro como na vida real, inclui as mecânicas de cada jogo podendo haver regras de comportamento dos usuários e estipular ações; (f) já nos mundos social virtuais também os usuários possuem avatares porém não há regras que restringem o leque de possíveis interações.

2.1.1 Mídias Sociais como ferramenta para Democracia Digital

Diante das transformações ocorridas nos desenvolvimentos tecnológicos e nas necessidades dos usuários Mergel (2015) fala que cidadãos passaram a ter maior interesse em possuir interações com o poder público. A autora argumenta que as agências governamentais estão implementando normas e regulamentos para uso de MS. Primeiro são projetadas estratégias para comunicação da agência em MS e na sequência é gerenciado as trocas on-line com cidadãos nas mídias sociais políticas. O uso das MS no governo para Chun e Reys (2012) é considerada uma inovação tecnológica e impulsionadora de mudanças na geração de engajamento do cidadão, possibilitando desde o ativismo popular a governança compartilhada, oportunizando a democracia.

É notável que as tecnologias comunicacionais abrem novas possibilidades da atuação dos diversos atores na concretização da democracia no espaço digital. Enquanto ferramenta democrática permite que o cidadão possa manifestar na internet a difusão de pensamento, bem como fiscalizar a atuação do poder público por meio das plataformas. A autora salienta sobre algumas características que devem ser reconhecidas com essa "nova democracia" como: as possibilidades de manipulação e exclusão de alguns participantes que não tem acesso a esses ambientes para participação política (CAVALLI, 2021).

Para ser satisfatório o empreendimento das mídias sociais em órgãos públicos Picazo-Vela, Haddad e Reyes (2013), argumentam que é necessário criar diretrizes para obter o máximo de benefícios e reduzir as possibilidades de falhas. Mergel (2012) colabora que as agências governamentais precisam redesenhar seus processos organizacionais e realinhar com as práticas *online* inovadoras. Sendo assim, é essencial que as estratégias de mídias sociais estejam de acordo com a missão das organizações e forneçam orientações aos funcionários do governo responsáveis por contas de mídia social para ajuda a mitigar os riscos representados.

No Quadro 01 é exemplificado algumas estratégias que podem ser operacionalizadas pelos governos através das mídias sociais, Mergel (2014), Meijer e Thaens (2013) e Oliveira et. al (2017) apontam a relação do cidadão com o governo, desde o sujeito como consumidor de informação de maneira estática e passiva como também agente co-produtor e parceiro nas atividades do governo.

Quadro 01: Estratégias de utilização de mídias sociais por governos

Tipo de estratégia	Relação governo-cidadão	Papel das mídias sociais
Estratégia de empurrar (<i>Push</i>).	Cidadãos como destinatário de informações	Mídias sociais como canal de transmissão de informação, sem que haja interação entre ambos.
Estratégia de puxar (<i>Pull</i>)	Cidadãos como sensores do governo	Mídias sociais como canal de manifestação do cidadão, os governos utilizam as mídias sociais com o objetivo de atrair a atenção dos cidadãos para que eles forneçam informações por meio de comentários.
Estratégia de Rede (<i>Networking</i>)	Cidadãos como coprodutores de políticas governamentais	Mídias sociais não são utilizadas apenas para controlar ou direcionar mensagens para seus públicos, mas como ferramentas estratégicas de compartilhamento de informações e criação de conhecimento por meio da interação e da discussão de questões reais com os cidadãos.
Estratégia transacional (<i>Transaction</i>)	Cidadãos como parceiros nas atividades do governo	Mídias sociais como ambiente transacional, ou seja, há a prestação direta de serviços públicos por meio de aplicativos de mídia social.

Fonte: Adaptado de Mergel (2014), Meijer e Thaens (2013).

Mergel (2012) salienta que é importante como estratégia os gestores identificar o público da sua organização, estabelecendo uma presença *online* seja útil e não invasiva para seus seguidores, fornecendo oportunidades de participação e incentivo ao compartilhamento de conteúdo. Chun e Luna-Reyes (2012) apontam no Quadro 02 alguns estudos e suas abordagens, selecionados a partir de uma coleção dos melhores trabalhos da 12ª Conferência Internacional sobre Investigação em Governo Digital. Os trabalhos levantaram questões de pesquisa como: desafios práticos na implantação de meios de comunicação social para a inovação no governo.

Quadro 02: Modelos de abordagens para utilização de mídias sociais no setor público.

Autores	Abordagens
Dennis Linders	Define uma tipologia para coprodução do cidadão (parceiro) na era da mídia social: classifica em três tipos de modelos de relacionamento do governo, ou seja, C2G (modelo de terceirização cidadão), G2C (governo como modelo de plataforma) e C2C (Do-It-Yourself modelo de governo)
Hong e Nadler	Realizaram um estudo empírico de medir o impacto do uso de mídia social nos candidatos presidenciais.
K. Andersen, R. e H. Medaglia Kenriksen	O estudo apresenta o impacto das mídias sociais sobre os atores da saúde pública, pacientes, médicos e gestores políticos. A mídia social oferece capacitação para pacientes e expande capacidade de acessar informações sobre saúde.
Sobkowicz, Kaschesky e Bouchard	Apresentam um modelo de quadro sobre formação de opinião políticas através da análise dos dados de mídia social, para entender como opiniões on-line emergem, difundem e ganham forças.
A. Kavanaugh, E. Fox, S. Sheetz, S. Yang, D. Shoemaker, LT Li, A. Natsev, L. Xie	O estudo expõe o uso de mídia social por parte do governo: a partir da rotina para a crítica. As mídias sociais são ricas, mas também esmagadoras fontes de informação em situações de crises.
G. Lee e Y. Kwak	Produziram um Modelo de Maturidade de Governo aberto para engajamento

	público com base em mídia social.
S. Picazo-Vela, I. Gutiérrez-Martínez e L. Luna-Reyes	Apresentaram os riscos percebidos, benefícios, e orientações estratégicas sobre a aplicação de mídia social no governo. Incluem atualizar leis, mudar a cultura e as práticas.

Fonte: Chun e Luna-Reyes (2012).

No quadro 02 as abordagens elucidam modelos e práticas - governo e cidadão - que podem ser usados para descrever, explicar e avaliar o uso de mídia social na esfera da gestão pública. Outros modelos de pesquisa com o foco em mídias sociais combinadas com a iniciativa pública foram estudos de Baccin e Cruz (2015) e Santos (2016), sendo assim:

No estudo de Baccin e Cruz (2015) foi investigado o uso das mídias sociais pela Polícia Militar de Santa Catarina como instrumento de contato com a comunidade para o incremento da filosofia da Polícia Comunitária com o intuito promoção da melhoria da segurança pública. As autoras argumentam que através do monitoramento há como reunir informações sobre ocorrências em determinada localidade, e assim traçar estratégias de forma mais assertiva.

Santos (2016) teve como objeto de pesquisa a página do Senado Federal no Facebook. O autor analisou as respostas ao *post* “E agora, quem poderá me defender?”, de agosto de 2015, a publicação trata da efetividade de direitos civis, sendo considerada uma das mais bem-sucedidas publicações do perfil. Como resultado da pesquisa, percebeu a importância das mídias sociais para potencializar a interação Estado-sociedade, mesmo que observado uma baixa interação do Senado Federal com os internautas constatou que todas as respostas emitidas foram afetuosas, independente do grau de algumas críticas.

2.1.1.1 Evidências Empíricas

A fim de fazer uma análise sobre o que está sendo pesquisado e publicado internacionalmente com o tema: o uso das mídias sociais pelo Governo e Cidadãos. Utilizou-se como fonte de coleta de dados para esta pesquisa a base de repositórios de trabalhos acadêmicos *Web of Science*, no qual oferece uma gama vasta artigos internacionais, contemplando aproximadamente 12.000 em sua plataforma, além de disponibilizar ferramentas para análise de citações, referências, índice h, permitindo análises bibliométricas (CAPES, 2021). Com o método de busca avançada optou-se pelas seguintes combinações de palavras-chaves: Social Media (título) and Government (título) no período de 2015 a 2019. A pesquisa foi refinada por documentos – somente artigos no

qual foi obtido o número de 122 artigos encontrados – após isso foram selecionados os periódicos com maior volume de publicação, sendo que apenas 5 contemplaram mais que duas publicações. Sendo assim, foram obtidos 28 artigos para realizar a revisão sistemática.

Para análise sistemática dos artigos foi utilizado o software VOSviewer a fim de organizar o agrupamento dos artigos em Cluster. A análise com o VOSviewer oferece um grande conjunto de informações em um único gráfico, no qual é originada através da mineração de textos que interpreta a relação dos termos. O acoplamento bibliográfico ocorre quando duas obras fazem referência a uma terceira (podendo ser mais de um trabalho) (SASSETTI ET et al., 2018).

Os artigos selecionados foram analisados qualitativamente. Para obtenção dos resultados, primeiramente foi realizada uma leitura prévia dos resumos de cada artigo para identificar se eles possuíam assuntos que pudessem agrupar formando único tema, dos 28 artigos, foram considerados os quatro trabalhos mais citados que constituem o conjunto, levando em conta importância e o impacto das publicações que são medidos pelo número de citações (HIRSCH, 2005).

Dos 28 artigos, foram selecionados 16 que possuem assuntos semelhantes, organizados em clusters de quatro artigos: Cluster vermelho - Participação eletrônica e envolvimento cidadão através das mídias sociais com o Governo; Cluster verde - Práticas online dos Governos utilizando as mídias sociais; Cluster azul – Confiança e credibilidade nas informações nas mídias sociais dos Governos e; Cluster amarela – Uso estratégico das mídias sociais para fornecimento democrático e engajamento da população com ações governamentais.

Para investigar os assuntos associados a mídias sociais no governo e identificar os periódicos que mais publicam com temática da pesquisa, no contexto de publicações acadêmicas internacionais, no Quadro 03, é apresentado os periódicos que possuíram mais publicações no tocante da temática proposta. Sendo assim, periódicos que apresentavam dois artigos ou menos com essa temática não foram considerados nesse estudo.

Quadro 03: Periódicos com maior número de publicações com o tema mídia social e governo.

Periódicos	Descrição	Nº de artigos publicados
------------	-----------	--------------------------

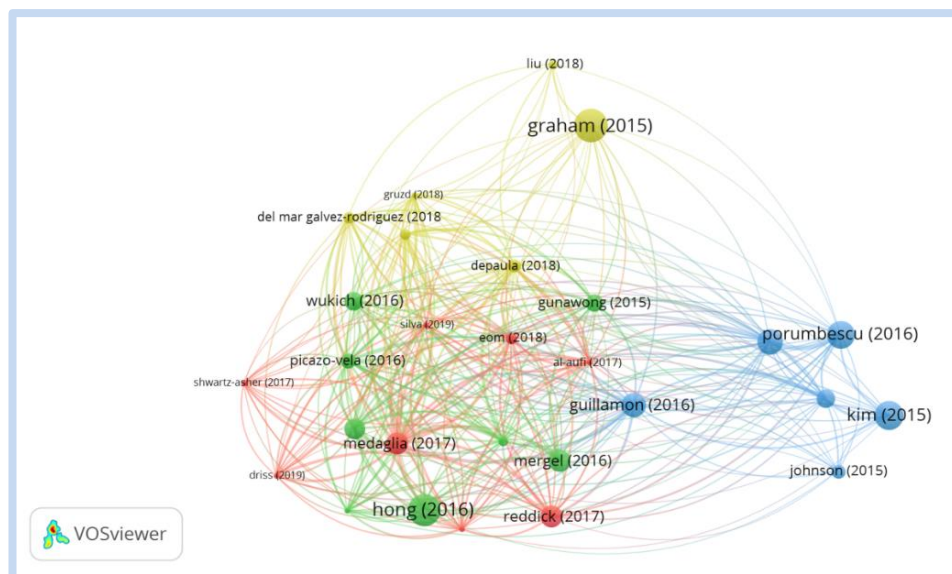
<i>Government Information Quarterly</i>	Considerado o líder no campo internacional nas temáticas sobre políticas, tecnologia da informação, governo e o sociedade. Busca examinar como as políticas afetam o fluxo de informação do governo e também o processo de graça de informação do governo com a sociedade.	15
<i>Transforming Government- People Process And Policy</i>	Contém pesquisas inter e multidisciplinares, especializado em temas e práticas sobre o governo e as tranformações que se dão por meio de pessoas, processos e política.	4
<i>Social Science Computer Review</i>	Publicado bimestralmente, é um jornal interdisciplinar que cobre aplicações de informática instrucionais e de pesquisa em ciências sociais, bem como impactos sociais da tecnologia da informação.	3
<i>Public Management Review</i>	Publica pesquisas internacionais sobre o desenvolvimento da gestão pública, incluindo o desenvolvimento de políticas públicas e gestão de serviços públicos.	3
<i>Public Relations Review</i>	É considerado o periódico mais antigo, que se dedica a examinar artigos a área de ciências sociais, marketing, gestão e formação de políticas públicas.	3

Fonte: Web of Science (2019)

Destaca-se que os cinco periódicos identificados são especializados em assuntos sobre gestão pública e sociedade. Destes, *Government Information Quarterly*, obteve o maior número (15) de publicações com o tema mídia social e governo. Já os periódicos *Social Science Computer Review* e *Government Information Quarterly*, abordam temas relacionados a tecnologias da informação e os impactos causados na sociedade.

Dentre os 28 artigos foram selecionados 16 que possuem assuntos semelhantes, organizados em *clusters* de quatro artigos. De acordo com a Figura 03, o *Cluster* com maior circunferência representa o autor com maior número de citações.

Figura 03: Formação de *Clusters*



Fonte: Dados gerados pelo software VOSviewer (2020)

Sendo assim, de acordo com a associação bibliográfica de cada artigo se formaram quatro clusters com quatro artigos cada: *Cluster vermelho*, cujo assunto versa sobre democracia digital: as mídias sociais para o fomento da democracia digital; *Cluster verde* com assuntos relativos à mídias sociais como ferramentas para as práticas online do poder público; *Cluster azul* que trata Níveis de confiabilidade dos cidadãos nas mídias sociais governamentais e; *Cluster amarelo* que se refere o uso estratégico das mídias sociais nas ações governamentais. A apresentação dos principais achados desses estudos pode ser contemplada nos Quadros 04, 05, 06 e 07.

O Quadro 04 traz os resultados dos estudos que deram origem ao *cluster* vermelho, ou seja, pesquisas associadas a participação popular e as interações do cidadão por meio das mídias sociais com o poder público. Os pesquisadores também tiveram como intuito verificar os *insights* deixados pelos usuários que expressassem opiniões relacionadas ao âmbito governamental.

Quadro 04: *Cluster vermelho*- As Mídias Sociais para o fomento da democracia online.

(continua)

<p>Al-Aufi <i>et al.</i> (2017) objetivaram em sua pesquisa investigar as percepções dos cidadãos de Omã sobre uso das mídias sociais pelo governo para relacionamentos participativos e interativos, como: transparência, engajamento, capacidade de resposta e confiança. O artigo teve uma abordagem quantitativa, cuja coleta de dados foi através da aplicação de um questionário autoadministrado a uma amostra de 1.769 cidadãos de diferentes locais de Omã. Esses cidadãos foram considerados usuários ativos informados e regulares de meios de comunicação. A revisão de literatura forneceu uma base para a construção do questionário. Como resultados da pesquisa foram indicados níveis neutros de concordância com todos os elementos investigados (padrão de uso, transparência, confiança, capacidade de resposta). Os autores concluem que os governos estão falhando na oferta de soluções mais eficientes e colaborativas.</p>

<p>Driss, Mellouli e Trabelsi (2019) tiveram como principal objetivo fornecer uma estrutura para ajudar os formuladores de políticas públicas extraírem o conhecimento dos dados gerados pelos cidadãos em plataformas de mídia social para esclarecer suas decisões futuras. Os autores fizeram uma análise semântica das postagens de um Facebook gerenciada por cidadãos da Tunísia que relatam vários problemas relacionados com a cidade. Como resultados os autores mostraram que os formuladores de políticas podem aprender com os posts do Facebook. A abordagem geral fornece os elementos básicos para os governos lidarem com dados textuais e para extrair conhecimento valioso desses dados.</p>
--

Eom, Hwang e Kim (2018) examinaram os papéis desempenhados por prefeitos e funcionários públicos em redes de mídia para aumentar a capacidade de resposta do governo. Foi adotada a análise de redes sociais para a Twitter de serviços públicos, bem como realizar um estudo de caso sobre as interações entre o prefeito, governo e cidadãos via Twitter em Seul, na Coreia do Sul. Os resultados da pesquisa mostraram que o prefeito serve como uma ponte entre diferentes grupos de cidadãos e funcionários públicos, bem como um centro para os usuários mais conectados na rede.

Medaglia e Zhu (2017) investigaram as características das interações entre participantes de conversas sobre redes sociais administradas por plataformas de mídia do governo. Foi feita a pesquisa com usuários da Weibo, plataforma de mídias sociais mais populares de China. Foi construído um questionário com 25 itens respondido por 417 universitários da Universidade de Tongji. Os resultados apresentam que as interações nas mídias sociais são de natureza principalmente não dialógica e não criativa, e caracterizada por homofilia e polarização, embora os usuários percebem suas interações como deliberativas. Além disso, interações nas mídias sociais gerenciadas pelo governo são menos deliberativas do que em outras plataformas.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

As pesquisas de Al-Aufi *et al.* (2017) e Medaglia e Zhu (2017) apontam que os governos estão deixando lacunas em relação a utilização das mídias sociais, e que os governos poderiam utilizá-las de forma mais, eficientes, colaborativas e deliberativas com a sociedade. Já Driss, Mellouli e Trabelsi (2019) reconhecem as mídias sociais como uma ferramenta valiosa para extrair dados da opinião pública com Posts de Facebook, ainda neste sentido Eom, Hwang e Kim (2018) também manifestam que o Twitter é reconhecido como uma ponte para informações entre os prefeitos e os cidadãos de Seul.

O Quadro 05 apresenta os principais resultados dos estudos do *cluster verde*, ou seja, pesquisas relacionadas às práticas online dos governos utilizando as mídias sociais. É de comum acordo entre os pesquisadores que em grande maioria as mídias sociais têm a função de transmissão de informação sobre os assuntos governamentais para a população.

Quadro 05: *Cluster verde* - Mídias Sociais como ferramentas para as práticas online do poder público.

(continua)

Gao e Lee (2017) procuraram entender que tipos de serviços de governo eletrônico se encaixam melhor com as diferentes ferramentas de mídia social, também exploraram como pequenos governos locais usam as mídias sociais. Foram entrevistados 87 funcionários do governo de Nebraska e também foi realizada uma análise de conteúdo dos sites oficiais do governo. Os autores concluíram que os serviços de transação estão associados à adoção de Facebook, enquanto os serviços de informação estão relacionados à adoção do Twitter.

Gunawong (2015) explora a adoção e uso de aplicativos de mídia social (Facebook, Twitter e YouTube) pelo setor público da Tailândia e a contribuição da mídia social para a transparência. No total, 172 órgãos públicos foram investigados, representando os níveis de administração central, provincial e local. Foi realizada análise estatística descritiva quanto à adoção e uso de cada sistema de mídia social pelas agências do governo. Diante dos resultados foi revelado que o Facebook era empregado principalmente

para disseminar atualizações de notícias que na verdade não aumentava a transparência das agências.
Hong e Kim (2016) tiveram como intuito explorar as duas visões concorrentes sobre políticas de polarização destacadas nas mídias sociais e extrair lições para a prática do governo digital do uso de mídias sociais pela Câmara dos Deputados e Senadores dos EUA. Os dados foram coletados do Twitter de todos com membros do 111º congresso dos EUA. Foi evidenciado pelos autores que capacidade de informação das mídias sociais pode contribuir para níveis elevados de extremismo e crescente polarização da política online.
Medaglia e Zheng (2017) mapearam a pesquisa de mídia social do governo nas seis categorias principais de contexto: características do usuário, comportamento do usuário, propriedades da plataforma, gerenciamento e efeitos. Foi realizada uma revisão de literatura no banco de dados da EBSCO, selecionadas as oito principais revistas. Foram encontrados 93 artigos e separados pois seis categorias. Este estudo trouxe três contribuições: 1) um abrangente mapeamento da pesquisa em mídias sociais em um contexto do setor público no Sistemas de Informação, Administração Pública e literatura governamental; 2) um quadro geral das políticas sociais do governo e pesquisa de mídia; e 3) uma agenda de pesquisa para futuras políticas sociais do governo e estudos de mídia.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Gao e Lee (2017) apontam que o Facebook por sua vez oferece também serviços de transição, como por exemplo no auxílio dos websites relacionados ao E-gov no compartilhamento de links. Já Gunawong (2015) concorda que o Facebook aumenta a capacidade de distribuição de informação, porém afirma não aumentar níveis de transparência das agências governamentais. Hong e Kim (2016) colaboram evidenciando que mídias sociais podem contribuir para níveis elevados de extremismo e crescente polarização de política online.

A acoplamento das pesquisas referentes ao Quadro 06 (*Cluster azul*), abordam assuntos sobre confiança dos cidadãos nas informações publicadas nas mídias sociais de agentes do poder público. Três dessas pesquisas mencionaram o Twitter como canal e relacionamento entre governo e cidadão.

Quadro 06: *Cluster azul* – Níveis de confiabilidade dos cidadãos nas mídias sociais governamentais.

Guillamon <i>et al.</i> (2016) argumentam que o estudo realizado é um primeiro passo para entender o uso de políticas sociais e ferramentas de mídia pelos governos locais para fins de transparência. O objetivo do artigo foi construir um indicador sintético para medir o uso do Facebook para os governos locais divulgarem informações e analisarem os determinantes dos diferentes níveis de uso do Facebook. Foi construído um indicador sintético para medir o uso do Facebook pelos governos locais (Índice do Facebook). Posteriormente foi utilizado esse índice como uma variável dependente do modelo empírico. A amostra compreendeu 217 municípios italianos e espanhóis que usou o Facebook para divulgar informações em 2014. Foi apresentado como resultado da pesquisa um alto nível de uso do Facebook o que implica que os governos locais tendem a aumentar o nível de transparência e abertura, informações e dados sobre processos acessíveis os cidadãos
--

<p>Johnson e Kaye (2015) tiveram como objetivo avaliar a dependência e confiança no Twitter, YouTube, blogs políticos, e redes sociais para informações políticas. A pesquisa foi sistematicamente promovida a usuários on-line através de um anúncio publicado em sites orientados, blogs, redes sociais e grupos de diversas ideologias do Twitter, 2 grupos conservadores. Foram encaminhados 3.464 questionários por meio de <i>links</i>. Em geral, este estudo fortaleceu o entendimento das relações entre dependência de mídia social e confiança nas entidades governamentais e na mídia. Mas os efeitos da dependência nos níveis de confiança diferem entre as mídias sociais, no qual as redes sociais levam a uma alta confiança por parte dos usuários, já YouTube e os blogs a uma baixa confiança. Os autores atribuem esse resultado a vários quesitos, como por exemplo: o tipo de conteúdo encontrado nessas fontes e os usos, motivações e gratificações derivadas delas.</p>
<p>Kim, Park e Rho (2015) buscaram identificar se as mídias sociais podem ser usadas como ferramentas para aumentar a confiabilidade do governo. Foram formuladas Hipóteses que objetivaram ser confirmadas através de um questionário online para membros do Twitter de 13 contas do governo. A população foi selecionada pelo próprio Twitter. Para responder ao questionário era necessário ter idade de votação e ser residente na Coreia Sul. Os resultados das análises demonstram que quanto mais pessoas estão satisfeitas com o governo mais confiança em utilizar as mídias sociais do governo elas têm. Os autores indicam o Twitter como um canal entre o governo e o cidadão para complementar os serviços de governo eletrônico baseados na Web.</p>
<p>Park et.al. (2016) realizaram uma análise empírica da construção e desenvolvimento da confiança dos cidadãos através de comunicações do governo para o cidadão (G2C) via Twitter. Esta pesquisa coletou 398 amostras de questionários de citações de pessoas que se comunicam com um governo central, departamento de suporte via Twitter, e empregou uma análise de equações estruturais. O estudo revelou que os <i>tweets</i> provenientes de um líder oficial do governo teve papel de mediação no aumento da percepção de credibilidade em instituições governamentais no <i>Feed</i> do Twitter.</p>

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Johnson e Kaye (2015) dizem que as redes sociais como: Twitter, Facebook, tem efeitos positivos em relação a níveis de confiança do usuário em relação ao poder público, os autores acreditam que se deve ao fato dessas mídias sociais promovem interações em um nível mais interpessoal e íntimo como: "amigos". Na pesquisa de Kim, Park e Rho (2015) quanto mais a confiança no governo mais a confiança em utilizar nas mídias sociais. Park et.al. (2016) contribuem que os *tweets* provenientes de um líder oficial do governo teve papel de mediação no aumento da percepção de credibilidade em instituições governamentais no Feed do Twitter. O Quadro 07 traz os resultados dos estudos que deram origem ao *cluster* amarelo. As pesquisas agrupadas explanam sobre uso das mídias sociais para fornecimento democrático de informações e a proposta de fomento para engajamento da população com ações governamentais.

Quadro 07: *Cluster amarelo*– O uso estratégico das mídias sociais nas ações governamentais.

Del-Mar *et al.* (2018) examinaram o uso de estratégias dialógicas nas atividades de mídia social dos governos locais em Países do MERCOSUL para gerar engajamento online dos cidadãos. Os dados coletados foram oriundos de páginas de Facebook, de 45 cidades com maiores população do MERCOSUL. Foi realizado uma análise do conteúdo fornecido nas mídias sociais de acordo com estratégias dialógicas. Os resultados deste estudo complementam os relatados em estudos de países europeus e sublinham a necessidade de estratégias melhoradas e de campanhas para incentivar uma maior participação dos cidadãos nas mídias sociais do governo local. Em particular, os cidadãos devem ser incentivados a realizar a participação online e realizar verdadeiro engajamento pelo desejo de mudanças.

DePaula, Dincelli e Harrison (2018) avaliaram em que medida os departamentos de governos locais estão usando a comunicação social por meio das mídias sociais. Foi realizada uma revisão de literatura de diversas fontes, incluindo governo eletrônico, negócios, interação homem computador. Também foi feita uma análise de conteúdo de 2893 postagens no Facebook de governos locais nos EUA. Dentre os resultados os autores evidenciaram que as páginas do Facebook se enquadram na categoria de fornecimento democrático de informações, quase metade de todas as mensagens se referem a tipos simbólicos e de apresentação de trocas de informações.

Graham, Avery e Park (2015) tiveram como princípio norteador examinar o uso da mídia social em um contexto relativamente inexplorado - analisar a adoção e o uso de ferramentas de mídia social para comunicação e gerenciamento de crise pelos governos. Os autores contaram com uma empresa privada especializada em pesquisa no governo para buscar em seu banco de dados funcionários do governo para responder perguntas relacionadas utilização de mídias sociais na gestão de crises como: saúde pública, desastres naturais, transporte, político, social, criminal, ambiental. Os respondentes receberam um e-mail com *link* para pesquisa. Um total de 288 funcionários do governo participaram da pesquisa. No geral, os autores constataram que o uso estratégico das mídias sociais em seu planejamento de crises produz impacto positivo e impressão de sua gestão.

Gruzd, Lannigan e Quigley (2018) compararam o uso do Instagram e do *Twitter* por um projeto de infraestrutura de construção de pontes intitulado de '*The Big Lift*'. Com base em uma análise de conteúdo das postagens públicas do Instagram ($n = 248$) e Twitter ($n = 1278$), foi descoberto que o Instagram era usado como uma plataforma narrativa mais "informal" que promoveu um tipo de respostas *click tivist*¹ do público, enquanto o Twitter era uma plataforma de notícias mais "formal" que suportava uma maior comunicação bidirecional entre a organização e o público.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Del-Mar *et al.* (2018) apontaram em seu estudo a necessidade de melhorias nas estratégias de governo com o uso das mídias sociais, em particular os cidadãos devem ser incentivados a participação online e ao engajamento com o desejo de mudanças. DePaula, Dincelli e Harrison (2018) colaboram que o Facebook pode contribuir com o a disseminação democrática de informações governamentais. Somando-se a isso Graham, Avery e Park (2015) constataram uso estratégico das mídias sociais em seu planejamento de crises produz impacto positivo e impressão de sua gestão.

No Quadro 08, é exposto nuvens de palavras de acordo com cada Cluster examinada

Quadro 08: Nuvens de palavras

(continua)

Cluster vermelho- As Mídias Sociais para o fomento da democracia online.	Cluster verde - Mídias Sociais como ferramentas para as práticas onlines do poder público.
--	--



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2022).

Pode-se dizer que as mídias sociais são utilizadas por gestores públicos como canal de comunicação para transmissão de informação. Em relação a níveis de confiança do cidadão aparentemente existe uma corrente evidenciada que as mídias sociais são consideradas um ambiente de extremismo político, homifilia e polarização, por outro lado, existe altos níveis de confiança, por parte da população que estejam satisfeitas com os ideais do político eleito.

Vale destacar que as mídias sociais ainda não estão sendo empregadas na sua maior capacidade e de forma estratégica por parte do poder público, pois ela pode ser uma aliada para o fomento da democracia, principalmente quando se refere a extrair dados da população para auxílio da formulação das políticas públicas e também a respeito da participação, interações e deliberação online entre governo/cidadão. Os cidadãos devem ser incentivados a realizar verdadeiro engajamento pelo desejo de mudanças.

2.2 DEMOCRACIA

Para Bobbio (1984), a democracia pode ser compreendida por um agrupamento de regras e procedimentos que dão suporte para a formação de decisões coletivas, com intuito de facilitar e ampliar a participação dos possíveis interessados. Miguel (2005) evoca que a origem da palavra Democracia teve como premissa fazer jus ao que a ela é

associada e com muita clareza significava na Grécia Antiga, era o “governo do povo”. O mesmo autor diz que na prática nunca foi bem executada de forma plena, envolvia um conjunto estabelecido de regulamentações. Bobbio (1997, pg. 09) corrobora que “a democracia não goza no mundo de ótima saúde, como de resto jamais gozou no passado, mas não está à beira do túmulo”.

De acordo com a teoria do discurso, todas hipóteses levantadas resultantes do poder comunicativo por processos democráticos inferidos pelos cidadãos, não podem “reinar” por ela própria, mas podem nortear as direções e decisões de um governo (HABERMAS, 1995). O que difere a democracia de outros sistemas políticos é que o povo tem o "direito" de tomar as decisões centrais de um governo, de acordo com um sistema de regras básicas e formais, em geral as constituições. Facilmente, essa conjuntura pode desencadear alguns contratemplos de ordem prática (CORRÊA, 2014).

No Brasil prevalece o Estado Democrático de Direito, o qual foi consolidado pela Constituição da República Federativa de 1988, Moreira, Buss e Palermo (2017) enfatizam que a democracia no país é empreendida por meio indireto e a participação dos cidadãos e as ações tomadas pelo governo se dá de maneira tímida.

Para Corrêa (2014) a democracia é um fenômeno complexo e de difícil definição, pois pode ser encontrado caminhos variados em seu significado quanto podem ser formadas tipologias que incorporem estes significados, tanto de modo de cunho formal e outras com foco em conteúdos normativos, o que se torna aceitável para alguns autores e, ao mesmo tempo, deturpa a democracia para outros. Neste sentido Miguel (2005) aponta que não existe uma taxonomia “correta”, são somente mais ou menos úteis conforme sua colaboração para teoria democrática. O autor apresenta no Quadro 09 cinco correntes da democracia que estão incorporadas nos debates acadêmicos e políticos.

Quadro 09- Correntes da Democracia

(continua)

Democracia Liberal-Pluralista	Conjunto de liberdades cidadãs, competição eleitoral livre e pluralidade de grupos de pressão, que participam de alianças e barganhas, cada qual tentando alavancar seus interesses. A ideia de “governo do povo” é exaurida, na medida em que aos cidadãos comuns cabe, sobretudo, formar o governo, mas não governar.
Democracia Deliberativa	Principal corrente da atualidade que critica às democracias realmente existentes. Seu princípio é que as decisões políticas sejam frutos de debates, na qual todos tenho acesso de participar em igualdade, cada um apresentando argumentos sensatos que no fim se haja consenso dos interessados.

Republicanism Cívico	Propaga a reapreciação da ação na polis e do sentimento de comunidade. Algumas de suas vertentes dirigem-se ao comunitarismo, que pleiteiam contra o individualismo da tradição liberal.
Democracia Participativa	Tem em sua concepção à necessidade alargamento dos espaços de decisão na vida cotidiana da sociedade. Esta corrente julga insuficiente a participação do povo apenas em períodos eleitorais, diz ser substancial que as pessoas comuns estejam presentes nos mais diversos espaços da sociedade, como na gestão das empresas, em escolas, etc. Seu ideal se constrói a partir da combinação os mecanismos representativos com a participação popular na base. Um modelo que Democracia Participativa é o “orçamento participativo” experimentado em vários municípios brasileiros.
Multiculturalismo	Sua essência é baseada na afirmação das diversas características dos grupos presentes na sociedade, compreendidas com irredutíveis a uma identidade única e fontes legítimas de ação política. A ótica liberal é profunda, na medida em que grupos — e não só indivíduos — são vistos como sujeitos de direitos.

Fonte: Miguel (2005)

A teoria democrática contemporânea como diz Miguel (2005) não se finda nas cinco correntes listadas no Quadro 09, nem dispõem divisas bem definidas entre si. Porém todas elas se apresentam no âmbito da “democracia representativa”, visto que qualquer proposta de democracia direta, para as sociedades contemporâneas, é utópica. Corrêa (2014) complementa que a Democracia é fruto de uma concepção da sociedade ao longo dos anos, englobando elementos históricos, sociais e políticos e tendo sido aprimorada com o passar do tempo, no sentido de melhor arranjo das relações de poder dentro das sociedades.

2.2.1 Democracia Digital

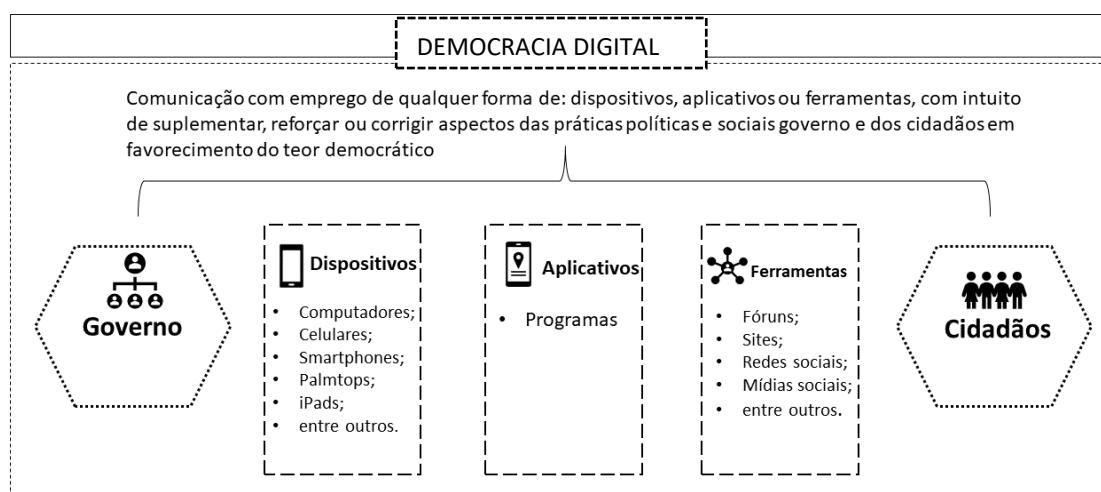
Se a sociedade almeja uma democracia viva e uma política compartilhada segundo Subirats (2011) é necessário existir espaços oportunos para debates abertos, que permitam as trocas de ideias e de visões. Espaços que cada cidadão possa se manifestar, individualmente ou em grupos. Essas são as bases para poder debater sobre cidadania, de inclusão social. Determinante para uma sociedade que valha a pena viver. Santos, Bernades e Mezzaroba (2015) inferem sobre uma possível crise na democracia, decorrente ao dilema: “nova” sociedade diante de “velha” política. Como medida urgente de mitigar os efeitos dessa dicotomia, passa a ser difundido o uso de ferramentas digitais, que propiciem a interação entre governo e cidadão em tempo real.

As novas tecnologias proporcionaram segundo Cavalli (2021) o surgimento da “democracia digital” ou “e-democracia”, ou ainda “ciberdemocracia” ou “democracia eletrônica” facilitando a habilitação dos cidadãos para interagirem politicamente. Neste

sentindo, a democracia digital faz um elo entre um conjunto amplo de experiências, iniciativas e práticas políticas que se conectam com a ideia ou as instituições da democracia, a ferramentas e recursos oriundos das tecnologias da informação e comunicação, sobretudo aqueles que são associados ao uso da internet (GOMES, 2010).

Somando-se a isso Cavalli (2021) diz que a democracia digital alude que o que o ciberespaço e a suas diferentes plataformas de informação e comunicação – Figura 04 - fomentam o exercício da democracia no mundo real.

Figura 04: Processo da Democracia Digital



Fonte: Elaborado pela autora com base em Cavalli (2022).

A ótica da democracia digital segundo Santos (2014) é sustentada pelo modelo de democracia representativa associada a mecanismos de participação cidadã. Seria próximo a agregação entre democracia representativa e a participativa. A autora salienta que não se trata de mudar o modelo representativo ou retirar dos poderes a função de representar. Refere-se a possibilitar o cidadão desempenhar o papel mais atuante nas decisões e interesses públicos, não limitando apenas ao momento da eleição. Vislumbra-se um espaço para um cidadão zeloso que se preocupe com as questões transparência e *accountability*, e ao mesmo tempo um cidadão coprodutor do bem público.

2.2.1.1 Modelos de Democracia Digital

A democracia digital é apresentada e representada por alguns modelos teóricos que demonstram a relação entre a democracia, TICs, internet e sobretudo o envolvimento dos cidadãos (CORREÂ, 2014). Vedel (2003) diz ter assumido uma perspectiva um

pouco diferente quanto a termos de modelos puros sobre democracia digital, pois os sistemas políticos atuais não oferecem uma modelo universal e os que oferecem possui discursos heterogêneos. O autor frisa que o uso político da internet ainda tende a evoluir muito então é difícil antecipar os efeitos que sua associação as instituições existentes irão produzir.

Deste modo, Vedel (2003) fala que tem como propósito apresentar os eixos no Quadro 10 em torno das ideias e práticas de democracia digital que constitui e é organizada em torno de três questões principais - informação para os cidadãos; debate e discussão e a participação nos processos de tomada de decisão pública.

Quadro 10: Os eixos estruturantes da democracia digital de Vedel (2003)

	Tipos de Democracia		
	Transparência	Debate	Consulta
Tipo de cidadania promovida	O cidadão esclarecido que se informa	O cidadão que discute, troca e confronta-se com outros	O cidadão governante que participa nas decisões
Crítica a Democracia atual	Complexidade das operações das instituições políticas um verdadeiro direito sem formação	Espaço público fechado ou moderado por intermediários	Os governadores isolado dos cidadãos e tornar-se autônomo
Funcionalidades favorecidas pela internet	Sites, listas de e-mails	fóruns, páginas pessoais, e-mail, lista de e-mail, trabalhos colaborativos	e-mail, fóruns, votos eletrônicos
Benefícios da internet	Baixo custo de armazenamento e de distribuição, possibilidade de buscas personalizadas, atualização das informações	Comunicação transversal direta que ultrapassa as divisões sociais, organizacionais e geográficas	Baixo custo e acesso rápido, direto e mais informal aos eleitores.
Articulação com sistema político real	Os representantes políticos eleitos como informadores, imprensa alternativa	Os representantes políticos eleitos como catalizadores, associações.	Os representantes políticos eleitos como consultivos, canais institucionais de participação.
Problemas recorrentes	Degradação do modelo para o fornecimento de informações práticas, excesso de informação	Desigualdade de participação, passagem do debate a mobilização ou a decisão	Capacidades desiguais de formulação de pedidos, segurança, confiabilidade, autenticidade das comunicações

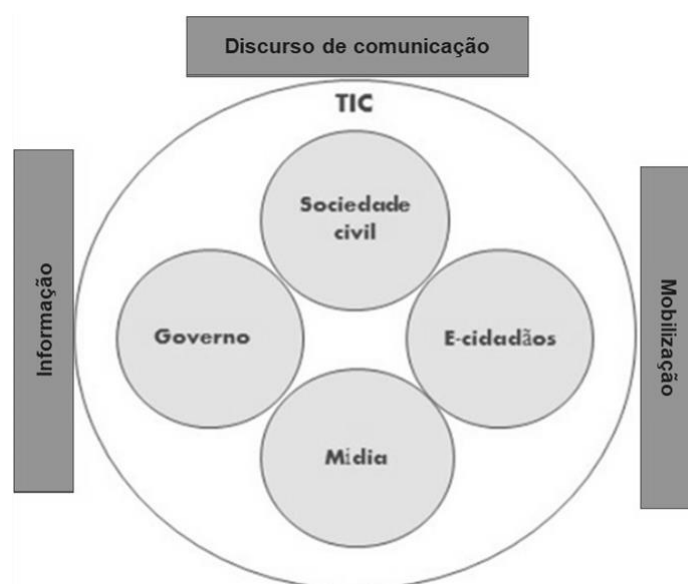
Fonte: Vedel (2003)

A ligação entre a democracia e a participação civil na política segundo Gomes (2005) possui diferentes destaques em seu conjunto de seguimentos teóricos e práticos. Existe uma série que vai crescendo em intensidade desde os graus mais ponderado de

solicitações até forma mais extremas de defesa da participação popular. O meio termo satisfatório em quesito a participação cidadã pode ser atribuída pela consolidação da esfera civil na cena política, mediante diversas formas que vão desde um debate público sobre temas de relevância política, passando pelas manifestações das aspirações da sociedade em relação as dimensões do universo público, até as formas de organização popular não governamental norteadas à reivindicação, mobilização, opinião e do desejo dos cidadãos impondo pressão nos governos em particular e sobre a esfera política em geral. O autor salienta que é na internet que é encontrado possibilidades técnicas e ideológicas da participação cidadã na condução direta dos negócios públicos.

O modelo teórico de democracia digital apresentado por Shirazi, Ngwenyama e Morawczynski (2010) é uma adaptação do modelo de Clift (2003) conforme ilustrado na Figura 05. Nesta versão, existem cinco elementos que constroem a representação de democracia digital: TICs, as Mídias de comunicação, o Governo, a sociedade civil e os e-cidadãos.

Figura 05: Modelo de Democracia Digital de Shirazi, Ngwenyama e Morawczynski (2010).



Fonte: Shirazi, Ngwenyama e Morawczynski (2010).

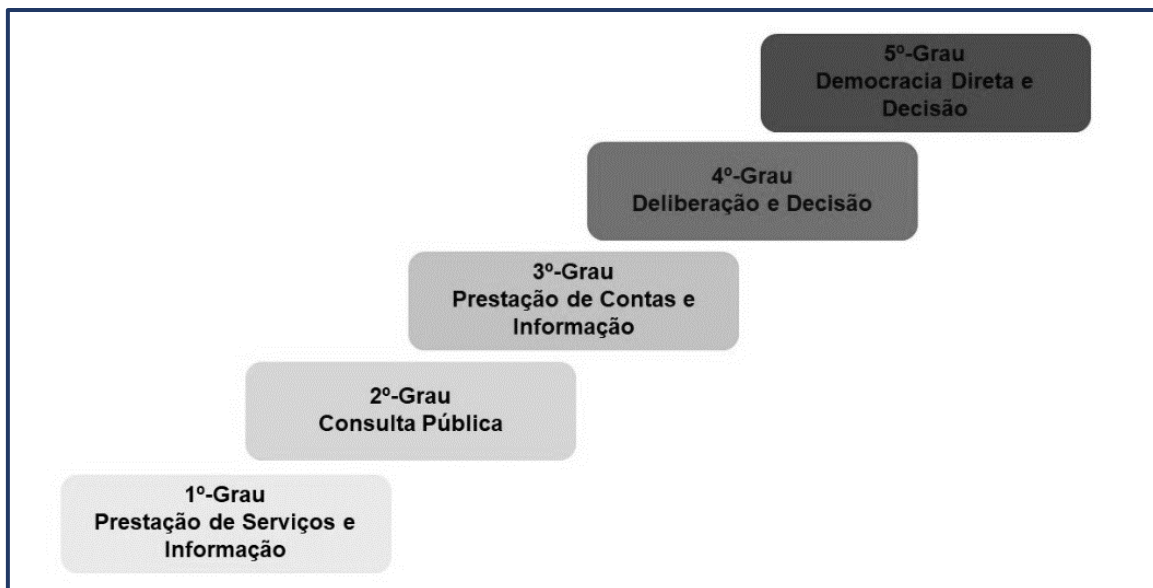
Como pode ser percebido na Figura 05 dentre os cinco componentes apresentados as TICs englobam os outros quatro, evidenciando ser fundamental no mecanismo dos outros elementos, sendo assim as TICs, segundo Shirazi, Ngwenyama e Morawczynski

(2010) são ferramentas que potencializam a entrega de serviços e comunicação entre as pessoas, assim contribuindo as práticas de democracia digital para sociedade, em níveis locais e nacional. Assumem o papel de agente facilitador para a produção de novas formas de processos políticos baseados no Governo Eletrônico que consagram democracia digital. As mídias de comunicação é outro elemento importante da modelo de e-democracia, pois são espaços para trocas de mensagens, grupos e reuniões fornecendo ao cidadão possibilidade de criação de ideias, promoção da igualdade de gênero e respeito pelos direitos humanos. Os autores salientam que as redes sociais como: Youtube, Facebook, são fontes elementares de comunicação.

O governo por sua vez representa o paradigma do governo eletrônico, permitindo o amplo acesso eletronicamente das funções do governo a todos os interessados. O componente sociedade civil, como ONGs, grupos de mulheres, sindicatos, grupos de direitos humanos e organizações políticas através do uso das TICs, tem o potencial de realizar campanhas políticas, defesas online, tendo como papel importante a busca pela boa governança e desenvolvimento democrático. Por último, os e-cidadãos podem usar TICs para interagir com grupos sociais, agências governamentais, mídia e setores privados, bem como a capacidade usar, criar e disseminar informações, e exigir uma sociedade mais aberta e democrática.

Neste sentido Gomes (2005) apresenta alguns graus de participação cidadã dispostos pela infraestrutura da internet, que configuram distintas compressões da democracia. São cinco graus da democracia digital elucidadas na Figura 06 condizentes a escala de reivindicação dos modelos de democracia participativa.

Figura 06: Os graus de Democracia Digital de Gomes



Fonte: Gomes (2005)

O primeiro grau de democracia digital para Gomes (2005) retratado pelos serviços públicos oferecidos ao cidadão e pela informação prestada governos, políticos ou por representantes públicos. Pode se dizer que a democracia de primeiro grau é instituída em mais ou menos todos Estados, contribuindo para autopromoção dos governos, eficiência na gestão, diminuição de custos e algumas burocracias, tornando vantajosa para os governos e confortáveis para o cidadão, que é um cliente ou usuário final. O segundo grau é formado por um Estado que procura saber a opinião da sociedade, sobre temas da agenda pública e em alguns casos até para formação da agenda pública, como por exemplo projetos do governo (a intenção aqui é apenas colher informações e não dialogar com a população). As ferramentas tecnológicas utilizadas dependem da sensibilidade dos gestores em empregar recursos para captar essas informações da sociedade.

O terceiro grau de democracia digital segundo Gomes (2005) é constituído por um Estado com alto volume de prestação de informações e contas que contribuem para a transparência de um governo. O cidadão tem um maior controle das ações do governo (já que todas as ações devem ser explicadas e justificadas), porém nesse grau a população não é consultada para decisão pública. Na sequência o quarto grau consiste em uma democracia deliberativa, no qual as ferramentas tecnológicas auxiliem os cidadãos a participarem ativamente nos debates e negócios públicos contribuindo para decisão governamental. Por último, o quinto grau é representado pela democracia digital direta, o cidadão assumiria o controle decisório do Estado. O modelo de quinto grau usaria as

tecnologias para efetuar plebiscitos online e a esfera política restaria exclusivamente as funções de administração pública.

O autor salienta que não se sabe de nenhum Estado com níveis de eficiência de implementação do terceiro, quarto e quinto grau. Também não se sabe dos impactos dos níveis muito alto de transferência decisória para o cidadão e, nem como conciliar a decisão popular com uma gestão do Estado formada por representantes eleitos. Trata-se na verdade de modelos absolutamente teóricos, mas com grande efeito prático com intuito de reformar a qualidade democrática da sociedade.

2.2.1.2 Deliberação Online

Com o emprego de cientistas sociais na exploração de novas alternativas para a democracia deliberativa, assim surge a deliberação online. O que abrange, a atenção de estudos sobre a relação entre tecnologia e democracia (SAMPAIO, BARROS E MORAIS, 2012). Dentre as práticas discursivas a Deliberação segundo Sampaio, Maia e Marques (2011), seria a "melhor solução" ou ainda, daquela mais válida, justa e verdadeira, pois tenciona tratar com conflitos que, de outra forma, dificilmente encontrariam solução. Nesse sentido Barros (2013) cita alguns ambientes com ocorrência e qualidade de deliberação, já explorado por pesquisadores.

- a) Ambientes patrocinados pelo Estado ou por partidos políticos;
- b) Ambientes patrocinados por organizações da sociedade civil – ONG's, empresas, organizações de advocacia de interesses;
- c) Ambientes de acesso público em que ocorre interação sem a necessária ação de organizações – comentários de leitores de jornais, fórum hospedado em jornais online, fóruns de discussão online em geral em plataformas abertas;
- d) Ambientes restritos de interação social – sites de redes sociais e grupos de discussão;
- e) Ambientes controlados para o experimento – análise de dois grupos selecionados aleatoriamente para observar a discussão de questões polêmicas.

É importante estudar esses ambientes de interação não-institucionalizadas, como por exemplo: site de jornais e páginas de redes sociais, visto que, pode-se identificar elementos que contribuem para a ocorrência de uma deliberação pública qualificada

(BARROS,2013). Marques (2011) aponta alguns princípios – Quadro 11- que podem ser operacionalizados para identificar e avaliar a deliberação online.

Quadro 11: Princípios para a identificação e avaliação da deliberação online.

Princípios	Descrição	Operacionalizadores
Reciprocidade	Os parceiros de interação devem ter a capacidade de adotar o ponto de vista do outro e responder-lhe. Eles devem ouvir e reagir aos comentários formulados por outros participantes.	Monologo
		Fora do Tema
		Concorda Diretamente
		Considera o outro indiretamente
		Não concorda, mas trata do tema.
Provimento de Razão	Entende-se a sustentação das opiniões e posições em elementos da ordem da realidade. O conteúdo diz respeito a quais tipos de justificativas são empregados.	Sem justificativa
		Justificativa Interna
		Justificativa Externa
Respeito	Este critério se manifesta no respeito pelos argumentos do outro, respeito a grupos e minorias e manutenção de uma atmosfera de grupo que busca o entendimento comum, apesar das diferenças	Respeitoso
		Rude
		Incivil

Fonte: Adaptado pela autora com base Marques (2011); Barros (2013).

A estratégia analítica empregada em estudos de Deliberação Online para Sampaio, Maia e Marques (2011), não necessita buscar um modelo ideal para construção de debates, o objetivo na verdade trata-se de usar indicadores normativos para se analisar uma conversação realizada em determinado ambiente online, na intenção de se compreender os pontos fortes e fracos dessa discussão. E, em certa medida, procura-se indicar algumas razões políticas e tecnológicas que influenciam tais resultados a fim de se destacar as contribuições de tal programa participativo na internet.

2.3 COMPORTAMENTO (DES) INFORMACIONAL

A informação segundo Conde (2018) é um conjunto de dados organizados e considerada uma das mais importantes matérias-primas do ser humano na vida em sociedade. O conhecimento é fruto da compreensão da informação. Santos (2019) corrobora dizendo que faz parte do ser humano a necessidade de busca para mitigar seus desejos. Quando o corpo precisa de comida, o sujeito busca algo que possa comer; quando tem dúvidas busca informações que possam saná-las. Portanto, o comportamento informacional pode ser entendido como um procedimento de busca, para uso e

compartilhamento de informação, logo após a identificação da necessidade informacional do indivíduo no contexto em que se encontra.

Para Oddone e Silveira (2007) a necessidade informacional pode ser compreendida como uma experiência subjetiva que acontece na mente de cada pessoa em determinada circunstância ou em colocação objetiva observável, de uma informação específica que colabore com a satisfação do motivo que a gerou. Os mesmos autores argumentam que o comportamento informacional, em contrapartida, está relacionado à busca, ao uso e ao manejo de informações e fontes para atender aquelas necessidades.

Para compreender como as necessidades informacionais são influenciadas Leckie, Pettigrew e Sylvain (1996) dizem que existe um extenso conjunto de fatores, mas consideram que dois motivos que influenciam de modo determinante na busca informacional, que são as fontes de informação, ou seja, as referências em que são feitas as buscas, e o próprio conhecimento da informação. Quando os estudos são feitos sobre indivíduos, Dias, Costa e Arruda (2019) dizem que deve ser levado em consideração elementos intrínsecos que determinam seu comportamento como: as características de personalidade, suas expectativas, objetivos pessoais e histórias particulares. Os autores explanam que o comportamento é voltado para a satisfação de necessidades e alcance de objetivos, sejam pessoais ou conduzidos para favorecimento dos coletivos ou organizações das quais participam ou estão inseridos na sociedade.

Com a explosão da internet e das redes de computadores, o processo de produção, armazenamento, acesso e compartilhamento da informação se tornou algo impactante e irreversível para a população (como por exemplo, a velocidade com que as informações se disseminam), este processo é fomentado nos mais variados nichos, como empresas, universidades, órgãos públicos e a sociedade como um todo (PIMENTA E CANABARRO, 2014). Nesse sentido, compartilhar conhecimento e informação significa constituir uma prática comunicativa, que abrange não somente a obtenção da informação, mas também a partilha dela. Nesta troca, tanto aquele que dissemina o conhecimento quando aquele que recebe relaciona-se socialmente (CONDE, 2018). O conceito de compartilhamento associa-se com a conexão entre as pessoas e, muitas vezes, está ligado a tecnologia da informação e as relações sociais (AKAICHI, 2014).

Um dos fatores que influenciam o compartilhamento da informação e do conhecimento segundo Alcará et. al. (2009) é a motivação. Para autora a definição da motivação está relacionada aquilo que estimula o indivíduo a agir de certa forma e ter determinada atitude ou comportamento diante de uma situação. Dessa forma, a confiança,

a amizade, a afinidade, a harmonia e a doação podem ser vistas como elementos que viabilizam comportamentos motivados. A ação que impulsiona esses elementos tem algumas características de origem interna e construída ao longo do tempo, envolvendo valores, crenças, sentimentos e interesses em comum.

A sociedade vive dentro de uma infosfera, que produz intensamente um enorme volume de informações, de forma que o próprio indivíduo aparenta não dar conta de analisar e refletir sobre a carga informacional disponibilizada diariamente ao seu aparato cognitivo (LEITE E MATOS, 2017). Com isso, Sousa e Rosa (2019) colaboram que com o surgimento das mídias sociais vem se intensificando a desinformação, que se configura na produção de mensagens falsas ou enganosas, resultando em práticas de disseminação destes conteúdos visando influenciar o comportamento dos indivíduos num contexto específico.

2.3.1 Desinformação e Fake News

As *fakes news* (notícias falsas) para Genesini (2018) ganharam notoriedade no final de 2016, com as eleições presidenciais dos Estados Unidos que elegeram Donald Trump. Já em 2017 as notícias falsas ficaram em evidência se tornando uma epidemia que provocou na população tomadas de decisões equivocadas baseadas em emoções, crenças em vez de fatos objetivos.

No Brasil, por exemplo, imprescindíveis medidas para erradicação de doenças fracassaram em função da disseminação de notícias falsas tanto anonimamente, quanto por alguns veículos da imprensa (SOUSA E ROSA, 2019). Na política brasileira, uma pesquisa denominada (“Eleições e Fake News” 2018) com 1491 indivíduos, obteve como resultado que 86% dos respondentes foram expostos a *fake news* que "as urnas eletrônicas teriam sido fraudadas". Dentre os que tiveram acesso a esse boato, 53% acreditaram que a notícia sobre as urnas era verdadeira (AVAAZ, 2018).

Atualmente, *fake news* continuam surgindo, contemplando os mais variados assuntos, como pode ser observado no Quadro 12.

Quadro 12: Fake News que repercutiram no Brasil.

(continua)

Data	Fake News		Esclarecimento
10/02/2020	Públicação	Noticia	

		<p>Não cheguem perto dos pombos para brincar e quando eles baterem as asas predam a respiração tampando o nariz e boca- A meningite fúngica é causada por um fungo que está presente nas fezes dos pombos.</p>	<p>Aves como pombos podem ter relação com a meningite, principalmente a meningite criptocócica. Porém, estar perto dos pombos enquanto eles batem asas não é suficiente para causar a doença. Fonte: Ministério da Saúde</p>
<p>23/03/2020</p>		<p>Governo Federal iniciou o cadastramento do Auxílio Cidadão que dá uma ajuda mensal no valor de R\$ 200 para trabalhadores autônomos e pessoas de baixa renda para ajudar a combater o coronavírus.</p>	<p>O Governo Federal alerta sobre a notícia sobre a existência de um cadastramento. A única informação correta é que o presidente anunciou que não está medindo esforços para ajudar a população neste momento com a intenção de criar um voucher de R\$ 200,00 Fonte: Ministério da Cidadania</p>
<p>09/03/2020</p>		<p>Venha porque haverá unção com óleo consagrado no jejum para imunizar contra qualquer epidemia, vírus ou doença !!</p>	<p>Até o momento não existe um tratamento específico para o Coronavírus (COVID-19), existem apenas tratamentos experimentais em avaliação. A cura dos infectados se dá pela própria resposta imune do organismo, sendo que pessoas diferentes vão ter uma capacidade de resposta diferente ao vírus. Fonte: Ministério da Saúde</p>
<p>27/03/2020</p>		<p>Governo acaba de liberar o cadastramento do Auxílio Emergencial no valor de R\$ 600,00 ou R\$ 1200,00</p>	<p>É verdade sim que existe um auxílio emergencial previsto pelo governo para trabalhadores informais, microempreendedores individuais e desempregados, falta ainda a aprovação do Senado e a sanção do presidente. A operacionalização dos pagamentos está sendo definida e há tendência que sejam feitos pela rede da Caixa Econômica Federal. Fonte: Ministério da Cidadania</p>
<p>18/06/2020</p>		<p>Hoje começa a debater a iniciativa da lei de proteção doméstica no Senado da República. Que contempla - Prisão religiosa por pregar em horas impróprias...isso trará se aprovada, uma perseguição à igreja ...estamos vivendo em tempos difíceis, ore.</p>	<p>Em janeiro deste ano explica que o PL 5.100/2019, apresentado pelo deputado federal Carlos Gomes (Republicanos-RS) em 2015, apenas propõe a definição de um limite para emissão sonora por igrejas e templos religiosos. Todas as propostas que estão no Senado, está sob consulta pública. Ou seja, todo cidadão pode opinar sobre o projeto até o final de sua tramitação. Fonte: Senado Federal</p>

21/10/2020



O uso de máscara não é mais obrigatório em todo o Brasil

O uso de máscaras faciais para evitar o contágio com o coronavírus da Covid-19 é uma recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS). É obrigatório usar máscaras cobrindo a boca e o nariz. A Lei 14.019/2020, aprovada pelo Congresso Nacional foi sancionada (PL 1.562/2020) no dia 2 de julho e é uma das medidas de combate à pandemia de coronavírus
Fonte: Senado Federal

Fonte: Elaborado pela autora baseado no Senado e Governo Federal (2020).

No Quadro 12 estão expostas algumas *fake news* que surgiram ao decorrer do ano de 2020, com diferentes conteúdos, no qual induzem a população tomar atitudes prejudiciais à saúde, como a falta de uso da máscara de proteção contra o coronavírus e óleo que promete a prevenção e cura de doenças (GOV.2020). Duas notícias relacionadas ao Ministério da Cidadania (2020), tiveram como intuito de atrair pessoas para cadastrar seus dados pessoais em auxílios do governo que estavam de fato em tramitação, mas não em vigor. Só no site do Ministério da Saúde foram checadas 107 notícias falsas no período de 29/01/2020 a 17/07/2020 com assuntos relacionados a curas, tratamentos para doenças principalmente sobre o coronavírus. Na Figura 07 o Senado Federal alertou sobre algumas *fake news* sobre o coronavírus, que circularam nos grupos de Whats App.

Figura 07: Notícias Falsas circulando no Whatsapp

CUIDADO! AS FAKE NEWS PODEM PREJUDICAR O COMBATE AO COVID-19

O Ministério da Saúde alerta sobre **notícias falsas** circulando no Whatsapp:

Pesquisa de cientistas chineses diz que coronavírus tornará homens inférteis	Óleo consagrado para curar coronavírus
Água ou chá quente mata o coronavírus	Álcool em gel nas mãos altera bafômetro nas blitz
Coronavírus morre a 26° C	Paciente com coronavírus é curada em 48h com medicamentos de AIDS
Vitamina C cura coronavírus	Cura contra o coronavírus é encontrada

NÃO CAIA NESSA!

Senado Federal

Fonte: Twitter Oficial do Senado Federal (2020)

Por se tratar de um fenômeno atual segundo Leite e Mattos (2017) ainda não existem soluções permanentes para enfrentar a zumbificação (o processo de disseminar e consumir informação falsa ou distorcida sem perceber) e os demais obstáculos do contexto da informação. Órgãos Públicos, Universidades e empresas, executam ferramentas voltadas a prevenção da desinformação e *factcheck* (checagem de fatos). Conde (2018) corrobora que para uma sociedade mais instruída e competitiva é primordial ações que se empenhem em encontrar falhas na circulação da enxurrada de informações produzidas, bem como debater sobre soluções acessíveis para corrigir essas tribulações. O autor salienta que agências de *fact checking* (checagem dos fatos) têm ganhado espaço no debate público brasileiro, como por exemplo a Agência Lupa, que analisa informações com intuito de confirmar ou refutar o que está circulando nas mídias.

Neste sentido o Senado Federal, Ministério da saúde possuem um canal de orientação e interação com o cidadão para checagem da informação. Na Figura 08, o Senado Federal apresenta sete passos para a população identificar notícias falsas.

Figura 08: Sete pontos para checar se uma notícia é verdadeira ou falsa.

7 PONTOS PARA CHECAR SE UMA NOTÍCIA É VERDADEIRA OU FALSA

- 1** Veja se tem link e se ele realmente funciona. Notícias sem indicação da fonte têm grande chance de serem falsas.
- 2** A notícia foi publicada por vários veículos? Quanto mais registros houver de um informação, melhor.
- 3** Observe se o texto da notícia é idêntico em vários sites. Isto indica que pode ter havido "copia e cola" e não apuração. É sinal de notícia falsa.
- 4** Verifique a reputação das fontes. Sites sérios procuram ser equilibrados em relação aos pontos de vista envolvidos.
- 5** A notícia contém informações claras e específicas, com informação da fonte? Se ela contiver apenas dados obscuros, desconfie.
- 6** O que a comunidade comenta sobre a notícia? Se alguém estiver contestando a informação, preste atenção e julgue.
- 7** Trata-se da informação sobre leis aprovadas, atos do governo? Confira nos sites oficiais. Todas as leis e atos governamentais devem ser públicos.

Senado Federal

Fonte: Twitter Oficial do Senado Federal (2020)

Em 30/06/2020 o Senado Federal aprovou o projeto de lei de combate as *fake news*. O PL 2.630/2020 cria a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, no qual estabelece condutas a serem tomadas nas Redes Sociais. O intuito é conter a propagação de notícias falsas que possam provocar danos individuais ou coletivos e à democracia (SEN. FEDERAL, 2020). O Ministério da Saúde de forma inovadora oportunizou um número de WhatsApp para população, com uso exclusivo para envio de mensagens sobre saúde, com a finalidade de combater as *fakes news*. Qualquer pessoa pode mandar gratuitamente mensagens com imagens ou textos que tenham recebido das redes sociais para checar se as informações são verídicas ou não, antes de prosseguir o compartilhamento.

Portanto, tratar de assuntos estratégicos nas políticas e programas de implementação na sociedade da informação, bem como zelar pelo uso apropriado das tecnologias, Takahashi (2000) argumenta que eleva a quantidade e qualidade de conteúdos nacionais que circulam nas redes eletrônicas e nas novas mídias, favorecendo o desenvolvimento da economia e cidadania.

2.3.2 Dissonância Cognitiva e a Pós-Verdade

Do ponto de vista da cognição adquirida e construída, os indivíduos só conhecem algo; ao experienciar esse algo e por possuírem tipologia humana e história de vida própria, conhecem e aprendem de maneiras diferentes. Isso significa que ao mesmo tempo que o ser humano é um ser social ele é também individual; ao mesmo tempo que vive em constante interação com outro, vivência experiências particulares (NASSIF, 2017). Barbosa (2011) colabora dizendo que para cada tipo de situação os indivíduos guiam seus comportamentos apoiados em suas crenças. Estas servem como premissa básica para o indivíduo e podem ser resultado de experiências pessoais e de socialização.

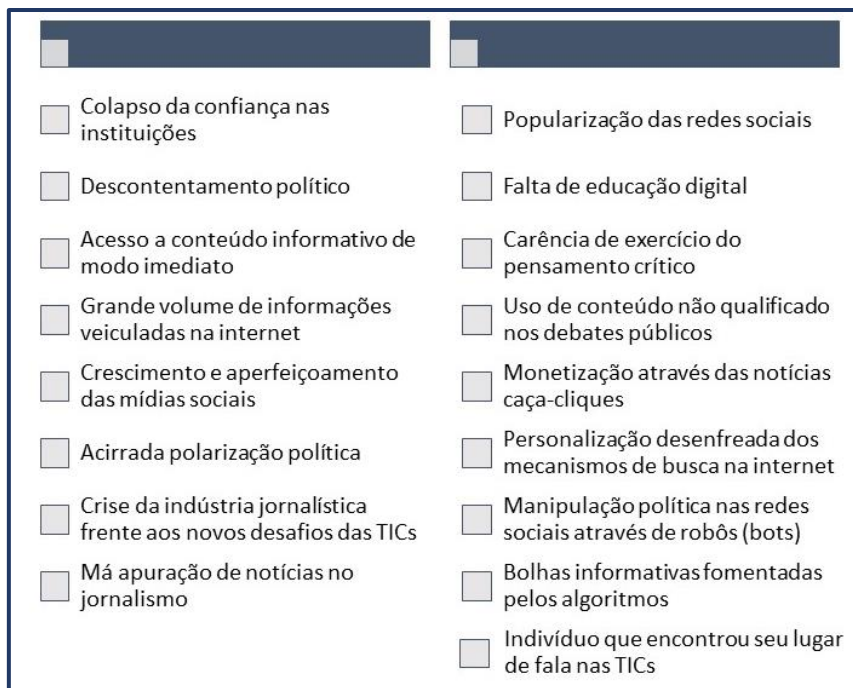
As crenças para Nassif (2017) são "verdades" que constituem sobre si próprio, sobre as outras pessoas e sobre o mundo, podendo estar ativas o tempo inteiro, ou quando indivíduo se encontra em um estado emocional alterado, limitando ou até estagnando sua ação. Desse jeito, o sujeito tende a dar atenção para informações que confirmem suas crenças, ignorando aquelas que são contrárias a elas. Assim, há um esforço constante de confirmação das crenças, mesmo que tudo ao redor seja divergente delas.

De acordo com a compreensão sobre racionalidade e processos cognitivos, estudos no campo da pesquisa de dissonância normalmente se concentram na negociação cognitiva em que, a sensação emocional após a recepção desempenha um papel importante, pois pode afetar a precisão de suas crenças. Em trabalhos experimentais recentes, descobriu-se que políticos com emoções de raiva que foram submetidos a visualização de desinformação política não corrigida de seu próprio partido tinham mais crenças limitantes do que políticos emocionalmente neutros. Isso levanta preocupações de que a raiva pode facilitar a crença limitante (TADDICKEN E WOLFF, 2020).

Os indivíduos para Festinger (1957), lutam pela rigidez psicológica interna. A dissonância cognitiva descreve o desconforto mental de uma pessoa que é instigada por uma situação em que ela é confrontada com fatos que contradizem suas crenças, ideais e valores. Bem como pode servir de exemplo o fenômeno da Pós-Verdade, termo que ganhou notoriedade no final de 2016 com as eleições americanas e foi eleita como palavra do ano pelo dicionário de Oxford. É definida como uma condição em que a verdade dos fatos é enfraquecida em relevância frente as crenças pessoais já estabelecidas, ressaltando-se o peso das emoções e dos afetos na internalização das informações que recebemos e apreendemos de outros sujeitos e dos objetos que nos cercam (VIANA E MORIGI, 2018).

Na Figura 09, Santos (2019) pontua acontecimentos vindo de raízes profundas, que contribuíram com a caracterização da Pós-verdade, somados a deturpação dos fatos objetivos que sempre existiram na sociedade.

Figura 09: Acontecimentos que contribuíram para o fenômeno da Pós-Verdade.



Fonte: Santos (2019)

Dentre os elementos citados na Figura 09 para Santos (2019), pode ser citado como estopim da pós-verdade e a imprudente disseminação de notícias falsas o uso das redes sociais pela população. Estas redes deram vozes a milhões de indivíduos, que antes, só podiam participar do debate público dentro da dimensão de suas casas, bairros, ambientes de trabalho e lazer – e que eram, no geral, além de terem papel apenas como receptores passivos dos veículos de comunicação de massa. Alves (2018) corrobora que a Pós-verdade só ganha força nas redes, pois tem o potencial de alcançar grupos que seguem as mesmas ou similares concepções afetivas, uma vez em contato com a informação, tais grupos certificam suas identidades, independente da veracidade daquilo que é exposto a eles. É fácil de identificar a conexão das pessoas no ciberespaço, por meio de um processo que é conhecido por formação de bolhas através de algoritmos vigia dados perfis sobre conteúdos e preferencias em comum.

Diante disso, Sala (2019) argumenta que essa crise epistêmica que a sociedade vive, somada a poucas indagações de até que ponto a informação é tomada como verdade desde que esteja alinhada com o ponto de vista, e sobre opinião do grupo social que cada um está inserido, não pode servir como suporte para fortalecer as crenças. Nassif (2017)

contribui dizendo que as crenças do mesmo modo que são aprendidas podem ser revisadas por meio de técnicas cognitivas é possível identificar pensamentos automáticos através de questionamentos, fazendo o indivíduo ter consciência de pensamentos e eventos oferecendo possibilidade de fazer diferentes interpretações e novos significados às situações.

3.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo é descrito o caminho metodológico da pesquisa para alcance do objetivo: analisar o comportamento (des) informacional dos usuários mídias de sociais diante de sua participação democrática. É apresentado as características da pesquisa, como: abordagem, objetivo e o método de investigação. Posteriormente exhibe, a seleção do campo, coleta e análise de dados, que estão agregados nos subitens do método de investigação Netnográfica.

O enfoque deste estudo versa com a abordagem qualitativa, Gerhardt e Silveira (2009) argumentam que, os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos, buscam explicar o porquê das coisas, destacando o que é mais favorável a ser feito, preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, alinhando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.

Considerando que a abordagem qualitativa, enquanto exercício de pesquisa, não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques “(GODOY, PG.23,1995).

Com intuito de possibilitar maior proximidade com o problema, Prodanov e Freitas (2013) argumentam que pesquisas de caráter exploratório possibilitam a maior proximidade com o problema, tornando-o explícito ou construindo hipóteses sobre ele. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o alinhamento de ideias ou a descoberta de intuições (GIL,2002).

Discussões metodológicas que explanam processos etnográficos e valorizam o virtual como campo podem contribuir como fins investigativos do comportamento humano inserido em diversos grupos, por meio de procedimentos que possibilitam fragmentação da identidade (CAVALCANTI, 2016). Assim a Pesquisa Netnografica foi vista como a mais compatível e definida como fio condutor para esse estudo.

3.1 MÉTODO DE INVESTIGAÇÃO NETNOGRÁFICA.

A Netnografia, segundo Silva (2015) é um modelo especializado de etnografia e emprega transação comunicativas de computadores em redes como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural na Internet. Sua abordagem é ajustada para estudar fóruns, grupos de notícias, blogs, redes sociais etc. De acordo com por Braga (2006, p.04), o termo “netnografia” tem sua origem a partir de um desafio metodológico:

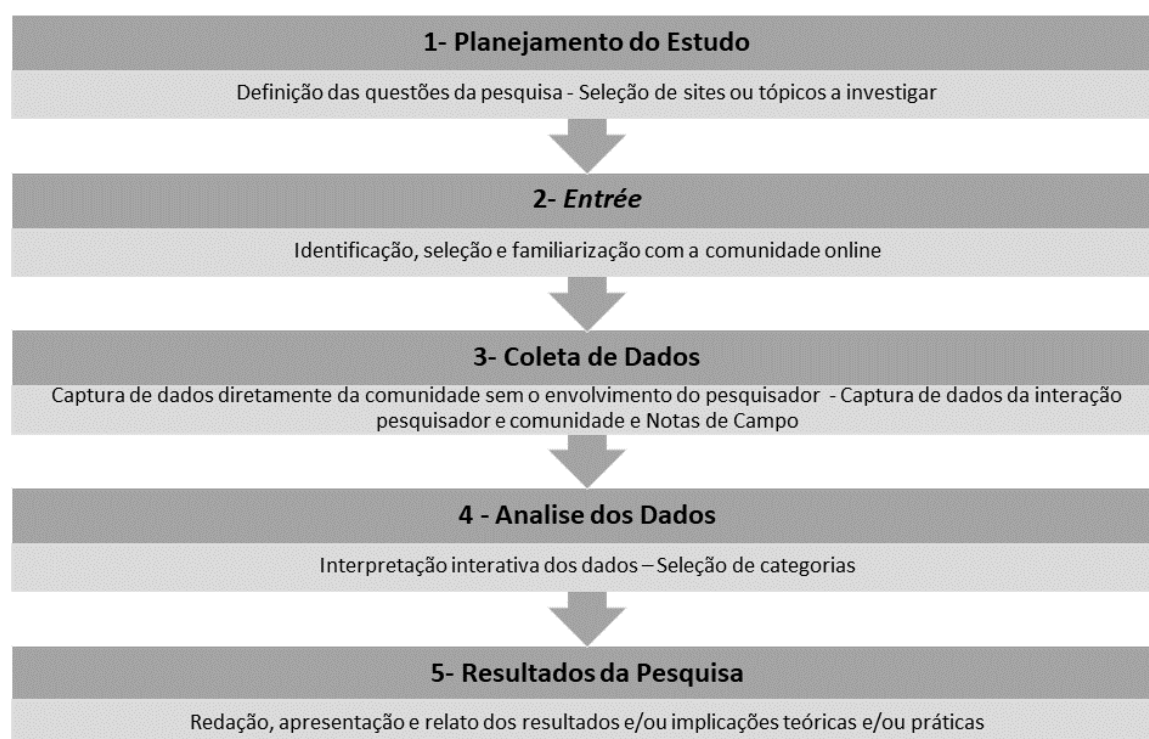
O neologismo “netnografia” (netnography = net + ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores/as norte-americanos/as, Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schautz, em 1995, para descrever um desafio metodológico no trato com esses materiais: preservar os detalhes ricos da observação e campo etnográfico usando o meio eletrônico para “seguir os atores”. O estudo em questão testava novos equipamentos para o desenvolvimento de uma biblioteca digital da Universidade de Illinois, parte de um projeto de maior escala para o desenvolvimento de tecnologias de base para uma infraestrutura de informação global. O objetivo era ainda entender o uso (tanto factual quanto virtual) a partir de um número de pontos de vista, e em uma larga escala crescente.

Em colaboração, Pereira e Monteiro (2019) argumentam que o Método Netnográfico incorpora vários campos de estudos, como a antropologia, a sociologia e os estudos culturais no qual foi concebido nos anos 90 em pesquisas de Marketing e Consumo. Os autores apontam que a Netnografia pode se dizer que surgiu para potencializar método etnográfico tradicional suprindo e alcançando as especificidades do ambiente digital. Somando-se a isso Silva (2015) aponta que a Netnografia possibilita encurtar as distâncias entre tempo e espaço, devido à própria dinâmica da Internet, em que os grupamentos sociais estão distribuídos em rede.

Para Kozinets (2010) o que difere a Netnografia para outros modelos de pesquisa como, grupos focais, *surveys*, rastreamento de *clickstreams*, ou mesmo comunidades artificiais, é o seu foco nas interações sociais. A Netnografia observa na íntegra o contexto dos ambientes virtuais, desde os elementos do fórum, as características do comunicador, a linguagem, a história, o significado, o tipo de interação. Ela examina fontes, espaçamento, símbolos, textos, imagens, fotos e vídeos.

Neste sentido, a Netnografia se baseia em conjunto de protocolos gerais para regular, mas nunca a determinar completamente sua abordagem. De acordo com Kozinets (2002, 2014) consiste em cinco etapas a seguir: planejamento do estudo, seleção e entrada (*entr ee*) em campo, coleta de dados, an alise e interpretação dos dados e resultados da pesquisa. Validando essas etapas est a a capacidade do pesquisador em garantir os padrões  ticos da pesquisa. Uma representação clara do processo pode ser visualizada na Figura 10.

Figura 10 – Simplificação das etapas da netnografia



Fonte: Adaptado de Kozinets (2002, 2014).

Seguindo as etapas elucidadas para esta pesquisa, se ordenou da seguinte maneira: no planejamento do estudo, primeiramente foram elaboradas perguntas norteadoras e a seleção da comunidade a ser pesquisada, revelando um grupo de Facebook com ideal democrático, que fizesse menção a assuntos políticos/sociais e não tivesse inclinação partidária explícita.

Para a seleção e entrada (*entr ee*) em campo, inicialmente foram identificados os assuntos políticos/sociais mais citados pela sociedade no *Google Trend* e esses localizados no perfil oficial do Governo do Brasil, no qual foram seguidos os

compartilhamentos dos posts para dentro das comunidades, essas foram analisadas em suas similitudes e discrepâncias, dando preferência a grupos com nomes de cidades, que possuem número de membros semelhantes, com discussões ativa. Logo então, foi selecionado o Grupo de Facebook Novo Airão Democrático como campo da pesquisa.

A coleta de dados foi realizada por meio de notas de campo e prints da tela. Análise e interpretação dos dados se deram a partir de agrupamentos dos assuntos dentro da comunidade que formaram três categorias de análise: manifestação popular, interação e engajamento com o poder público e compartilhamento e disseminação de desinformação. Por último abordando os resultados encontrados em cada categoria.

As próximas seções apresentam a proposição do estudo a partir de cada etapa do processo de pesquisa netnográfica.

3.1.1 Planejamento do Estudo

Antes de dar início a jornada Netnográfica, Kozinets (2014) salienta sobre a importância da decisão sobre o foco do estudo, como vai ser o estudo, como o pesquisador vai se representar e manejar o projeto de maneira ética e que grau de ruptura você vai criar nas comunidades ou culturas que estiver estudando.

As Netnografias não necessitam explorar um assunto novíssimo, provendo uma abordagem de tábua rasa no desenvolvimento de uma nova teoria. Elas podem sim oferecer um conjunto de entendimento mais profundo ou mais detalhados em teorias já existentes. O autor sugere para bem de desenvolver o processo da investigação, construir questões de pesquisa que direcionem ao foco da pesquisa. Neste sentido foram elaboradas cinco questões oriundas dos objetivos específicos no qual auxiliou no caminho da pesquisa Netnográfica (KOZINETES, 2014).

- a) É possível formar agrupamentos de assuntos políticos/sociais e estabelecer categorias? Qual são elas?
- b) Os usuários das mídias sociais utilizam-nas como arenas para democracia digital?
- c) Qual a relação do governo com os questionamentos dos usuários das mídias sociais?
- d) Como é a interação dos membros do grupo em relação as buscas e entregas de informações sobre a Gestão Pública?
- e) É compartilhado desinformações no grupo? Qual é o perfil do usuário?

f) Qual a relação dos membros do grupo com as notícias falsas?

Quando o produto de pesquisa estiver concluído, o conjunto de questões que abrangeram e nortearam o início da pesquisa pode não ser as mesmas em todo o percurso da investigação, pois devido a análise novas questões surgem com emergência no processo investigativo (KOZINETS,2014).

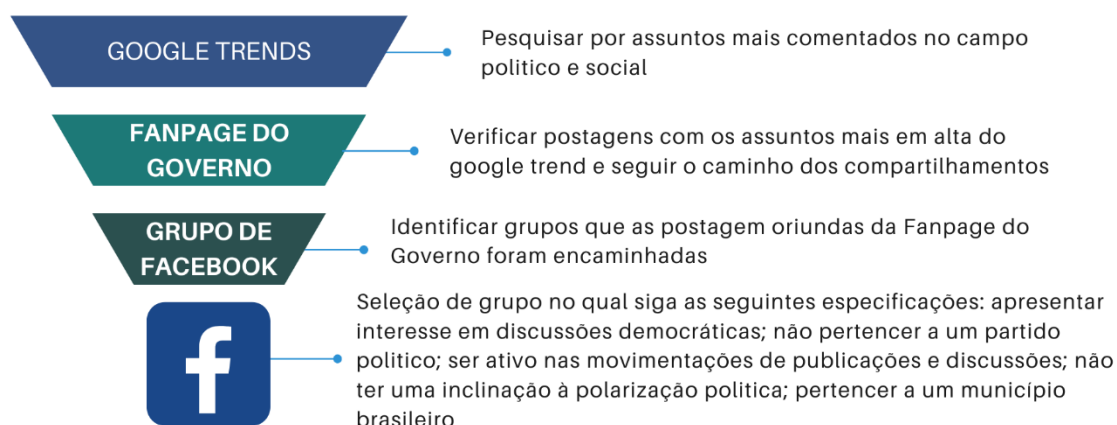
O Facebook foi a Mídia Social escolhida a ser explorada como campo para pesquisa Netnográfica, a plataforma vem sendo usada para o engajamento ideológico, cívico, de opiniões e capturando informações de uma maneira profundamente abrangente relacionadas com empatia e antipatia partidária e polarização política, o que torna esse ambiente especialmente complexo para análises sobre o comportamento de seus usuários (AISSA, 2020)

É também uma das redes sociais que possui o maior número de usuários ativos na internet, Netto et. al. (2016) corrobora que o Facebook é uma das redes sociais mais conhecidas ao redor do mundo atingindo 1 bilhão de usuários, e isso representa mais de 14,28% da população mundial. Sendo assim, esse crescimento tem expressado interesse das organizações para estabelecer um novo tipo de relacionamento com consumidores. Além de ser uma rede social famosa pela sua usabilidade o Facebook, possui vários grupos específicos sobre assuntos variados e que tem foco em discussões. Os membros geralmente possuem interesses similares assim tornando-se comunidades bem envolvidas e relevante (FACEBOOK, 2022).

O pesquisador para Kozinets (2014) deve possuir um conjunto claro das diretrizes e decisões que irão direcionar e supervisionar durante a pesquisa. Como de primeiro momento já tem descoberta a Mídia Social para arena de investigação, o próximo passo é escolher de fato o campo, o local de pesquisa diária. Na figura 11 está elucidado o processo de busca para chegar em no grupo relativo a assunto políticos/sociais para acompanhar nos posts da Fanpage do Governo do Brasil.

Figura 11: Processo de busca pela comunidade.

FUNIL PARA SELEÇÃO DE GRUPO



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Primeiramente como elucidado na Figura 11, com a finalidade de filtrar notícias, foi buscado no Google *Trends* os assuntos mais falados nas pesquisas diárias, com objetivo de ter um norte em relação a quais publicações buscar na Fanpage do Governo do Brasil. Na sequência, com base nas publicações de assuntos semelhantes, foram seguidos os compartilhamentos desses *posts* para comunidades do Facebook, que logo foram sendo analisadas, selecionadas e descartadas diante de possuir: discussões democráticas, movimentação de publicações e discussões diárias e pertencer a um município brasileiro. Para exclusão do grupo: pertencer a um partido político e ter inclinações políticas polarizadas. No Quadro 13 é apresentado os assuntos mais pesquisados no Google em janeiro de 2021.

Quadro 13 assuntos mais pesquisados no Google em janeiro de 2021.

(continua)

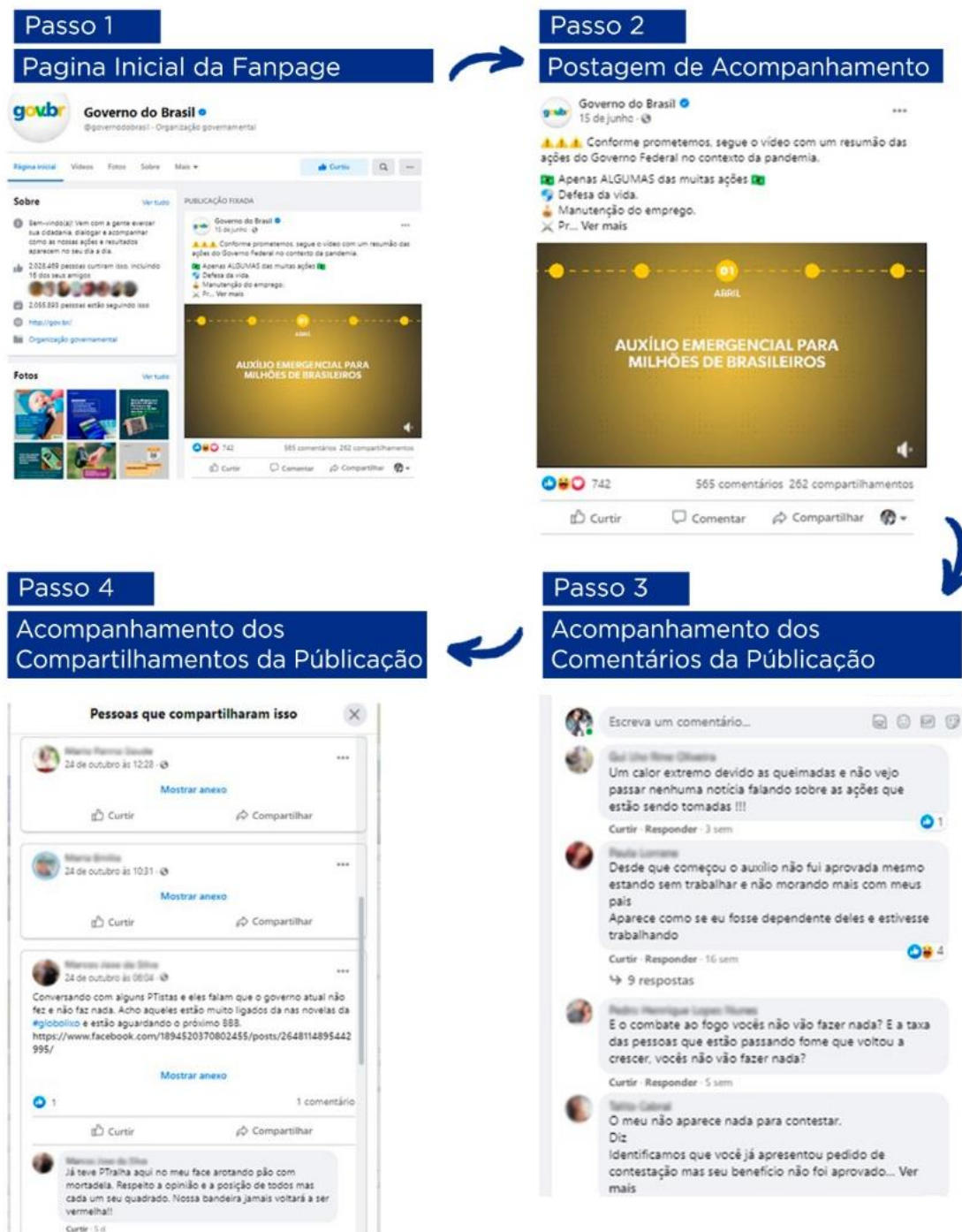
Data	Assunto pesquisado	Consultas relacionadas	Principal notícia relacionada	Números de buscas
01/01/2021	ENEM	ENEM 2020	O que esperar da aplicação do Enem em 2021) (Carta Capital)	+ de 100.000
01/01/2021	Vacina COVID Brasil		Anvisa aprova importação de 2 milhões de doses de vacinas (CNN Brasil)	+ de 20.000
01/01/2021	Posse do Prefeito	Eduardo Paes Posse de Prefeito	Posse de prefeito, vice-prefeito e vereadores em Siderópolis (Engeplus)	+ de 20.000
02/01/2021	Auxílio Emergencial 2021	Prorrogação do Auxílio	Caixa libera último saque do auxílio para novo grupo (UOL)	+ de 200.000

04/01/2021	IPVA 2021 SP	IPVA 2021 IPVA Consulta IPVA Valor do IPVA	IPVA 2021 começa a vencer amanhã para donos de carros de São Paulo (Hora 7)	+ de 500.000
04/01/2021	Calendário 2021	Calendário 2021	Veja o calendário do bolsa família para 2021 (Jornal Extra)	+ de 200.000
04/01/2021	Salário-Mínimo 2021	Novo salário-mínimo 2021 Valor do salário-mínimo 2021 Salário-mínimo	Medida Provisória aumenta novamente valor do salário-mínimo (Jornal Contábil)	+ de 200.000
04/01/2021	Poupatempo		Mais de 110 serviços são oferecidos pelos Poupatempo pela internet (Portal Mix)	+ de 50.000
04/01/2021	eSocial	e-social	Como pagar a guia do eSocial com o pix (Canaltech)	+ de 50.000
04/01/2021	Nota Legal	Nota legal DF	Contribuintes do DF podem utilizar o Nota Legal para quitar dívidas (Jornal Contábil)	+ de 50.000
04/01/2021	Vacina Covid Brasil		Clínicas particulares brasileiras negociam compra de vacina da Índia (Agência Brasil)	+ de 50.000
04/01/2021	Alistamento Militar		Jovens que completam 18 anos em 2021 devem fazer o alistamento militar (G1)	+ de 50.000
04/01/2021	Detran-CE		Detran-CE divulga resultados da Operação de Fim de ano 2020	+ de 20.000
05/01/2021	Enem local da Prova		Cartão de confirmação de local da prova já está disponível (Portal Brasil)	+ de 50.000
05/01/2021	Carteira Digital de Trânsito	Licenciamento 2021 crlv digital crv digital	Documento do carro digital: tire suas dúvidas sobre o CRLV-e (Auto Esporte)	+ de 50.000
07/01/2021	CoronaVac	vacina covid brasil- Butantan Instituto Butantan - Doria eficácia CoronaVac - Pazuello Sinovac - vacina CoronaVac ministro da saúde	CoronaVac: o que se sabe sobre a vacina contra Covid-19	+ de 500.000
07/01/2021	Vacina	Fiocruz	Vacina contra covid-19 causa câncer e HIV? Cuidado com onda de <i>fake news</i> (UOL)	+ de 50.000
07/01/2021	Plano São Paulo	Fase Laranja SP- Plano SP Joao Doria	Mais atividades liberadas, indicadores: o que muda no Plano de São Paulo (UOL)	+ de 50.000

Fonte: Google Trend (2021)

Como pode ser observado na Quadro 13 os assuntos que mais foram buscados em janeiro de 2021 estavam relacionados a Vacina do Covid, informações sobre o ENEM e se haveria mais parcelas do Auxílio Emergencial. Próximo passo dado foi ir à Fanpage do Governo do Brasil e encontrar Posts que tivessem essa mesma temática ou assuntos

da mesma área. Na Figura 12 apresenta as diretrizes de busca dos grupos através dos Posts localizado.



Fonte: Elaborado pela autora de acordo com dados da pesquisa (2020)

Nesse processo, foi aberto os compartilhamentos e anotado os Posts que seguiam para os grupos públicos e que tivesse como finalidade discutir sobre assuntos relacionados a Gestão Pública. Ao todo foram 22 grupos sendo possível ver na Figura 13 do tópico **3.1.2 Entrée**. Deste modo também contribui de forma efetiva na pesquisa para conhecer

as relações de comunicação entre membros de uma comunidade que debatem assuntos políticos/sociais, assim podendo ser mais bem compreendido no tópico a seguir

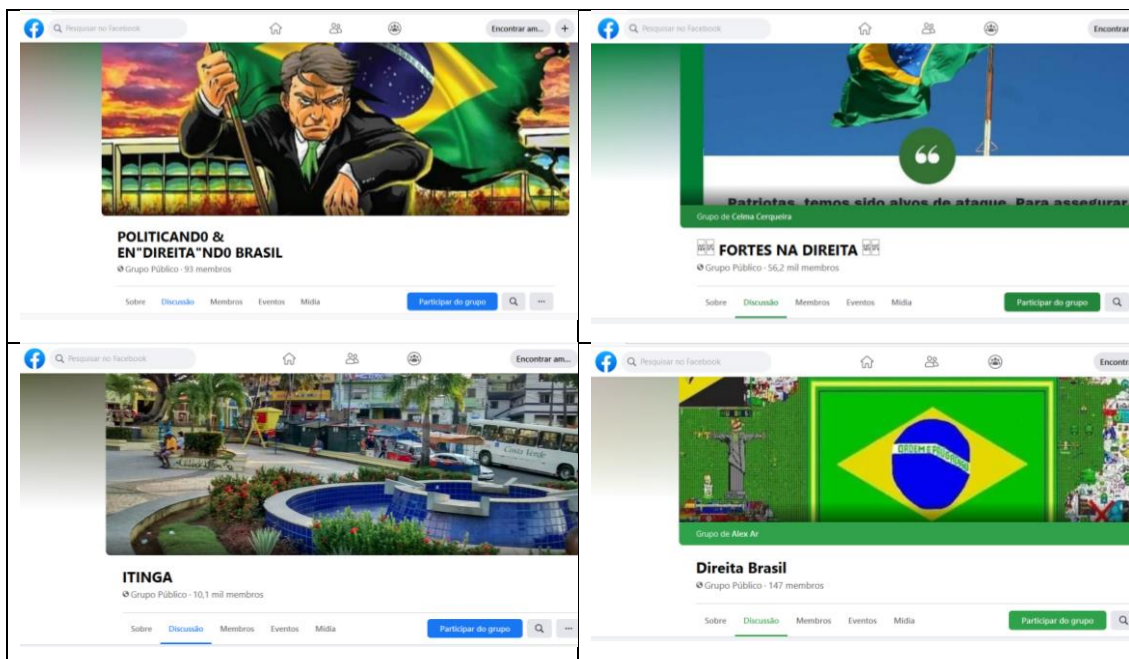
3.1.2 Entrée

Neste tópico Kozinets (2014) fala que é preciso familiarizar-se com as comunidades online, isso inclui, estudar os membros, a linguagem, os interesses, as práticas etc. É aqui que de fato o pesquisador identifica, seleciona a comunidade. O autor sugere seis diretrizes que ajudam o pesquisador para a escolha da entrada da comunidade: (1) relevantes, que eles se relacionem com o foco da pesquisa; (2) ativas, que as interações sejam recentes e regulares; (3) interativas, que possua um fluxo de comunicação entre os membros; (4) substanciais, que tenha uma massa crítica de comunicadores e um sentimento energético; (5) heterogenias, diversidade entre o perfil dos membros; (6) rica em dados, oferecer dados mais detalhados e descritivamente ricos.

Nesse sentido a partir da orientação de diretrizes Kozinets (2014) foi traçada a direção que para identificação dos grupos: Primeiro eles deveriam ser homogêneos em descrição, número de membros e que principalmente ao realizar uma primeira análise não fossem tendenciados a um lado político. Ao todo foram 22 grupos sendo possível ver no Figura 13.

Figura 13: Grupos Políticos e “Democráticos”

(continua)



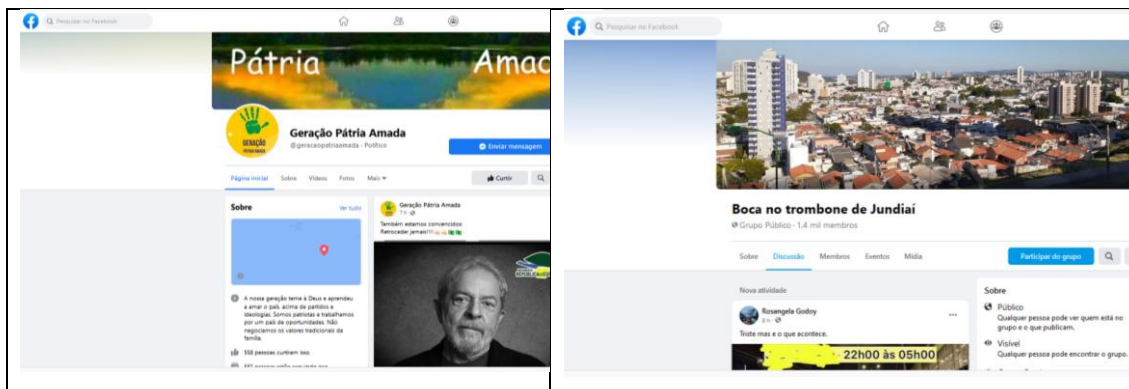
The image displays eight screenshots of Facebook pages and groups, arranged in a 4x2 grid. Each screenshot shows the top navigation bar with the search bar and the Facebook logo. The pages and groups are:

- Top Left:** Page for "União de um Novo Brasil" (@uniãodenumovobrasil), an enterprise of media/news. It features a yellow logo and a post about government actions.
- Top Right:** Group for "Vagas de Empregos e Atualidades - Altamira - PA" (Group Publico - 53,1 mil membros). The cover image has a yellow background with the text "Seja exemplo dos que praticam o BEM !!! USE SUAS REDES SOCIAIS PARA COMPARTILHAR".
- Second Row Left:** Group for "UM BRASIL NOVO..." (Grupo Público - 1,1 mil membros). It shows a post by Nidia Martini Cardoso and a post about mobilizing voters for Bolsonaro.
- Second Row Right:** Group for "Portal Humaitá pra sempre" (Grupo Público - 1,9 mil membros). The cover image features the Humaitá coat of arms and the text "HUMAITÁ PARA SEMPRE" and "PRASEMPRE".
- Third Row Left:** Group for "MUDA BRASIL" (Grupo Público - 3,6 mil membros). It features a green banner with the text "O membro que fizer qualquer publicação FORA do contexto político de apoio ao Presidente, será EXCLUÍDO!".
- Third Row Right:** Page for "Portal Noticias" (Site de notícias e mídia). It features a video post of a man speaking and a post about a political event.
- Bottom Left:** Page for "ITU EM Noticias" (@ituemNoticias - Canal de TV). It features a red and white logo and a post about COVID-19 information.
- Bottom Right:** Page for "BH Agenda" (@bhagenda - Site de notícias e mídia). It features a red and white logo and a post about a COVID-19 guide for establishments in Belo Horizonte.

(continua)

The image displays eight screenshots of Facebook group pages, arranged in a 4x2 grid. Each screenshot shows the profile and initial posts of a different Facebook group.

- Top Left:** Group titled ***Divulgação Científica e Popularização da Ciência** (Public Group, 32.4 mil membros). The cover image shows pink, spiky virus-like structures. A post by **Ribeiro Moreira** is visible.
- Top Right:** Group titled **Bárbara - Te Atualizei** (Public Group, 74.7 mil membros). A post by **Alex Martins** is visible, mentioning WhatsApp groups.
- Middle Left:** Group titled **Grupo da Página Plantão Ribeirão Das Neves** (Public Group, 18,3 mil membros). The cover image features the text **PLANTÃO RIBEIRÃO DAS NEVES**.
- Middle Right:** Group titled **Patriotas - Direita Nacional** (Public Group, 4,0 mil membros). The cover image shows a group of men in suits.
- Bottom Left:** Group titled **brasileirOS. bros** (Public Group, 5,1 mil membros). The cover image features the text **BRASILEIROS** and **bros** in large yellow letters.
- Bottom Right:** Group titled **SÃO MANUEL - LIBERDADE E CIDADANIA** (Public Group, 1,4 mil membros). The cover image shows a large building with palm trees.
- Bottom Left (continued):** Group titled **Brasil Pátria Amada** (Public Group, 13,2 mil membros). The cover image shows a globe with the text **BRASIL**. A post about COVID-19 is visible.
- Bottom Right (continued):** Group titled **PORTAL NOVO AIRÃO DEMOCRÁTICO** (Public Group, 13,2 mil membros). A post by **Julio Françaes** is visible, mentioning **Novo Airão**.

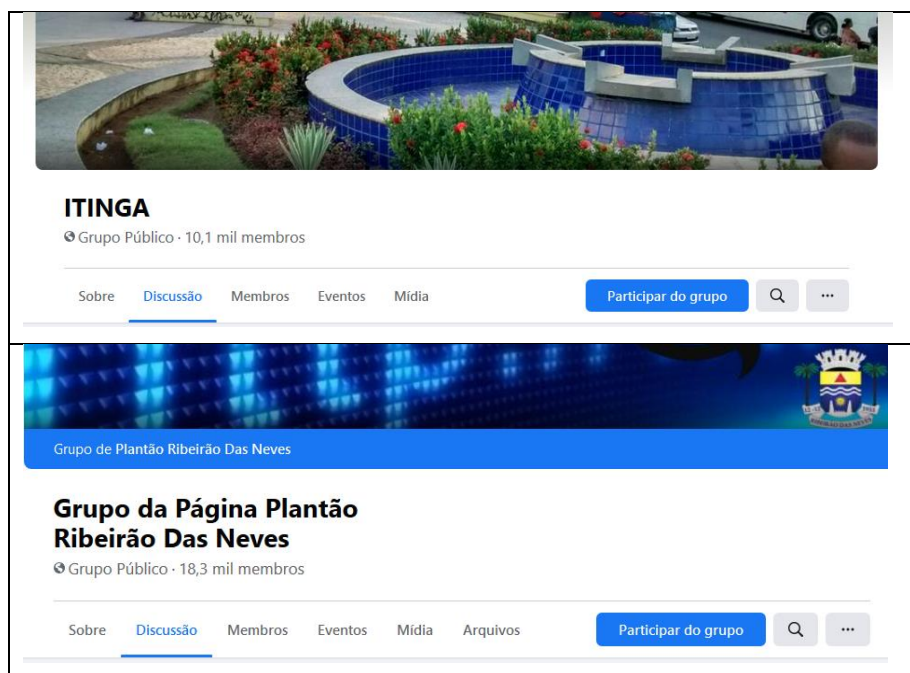


Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Sendo assim, como pode ser observado no Figura 13 os grupos que fazem menção a pátria ao ser verificados estes são grupos de extremas direita, dois já na descrição do nome fazia referência a direita política, logo estes foram excluídos. Na sequência restaram grupos de cidades, um grupo de ciência e um grupo de uma influencer de direita chamado Barbara- Te Atualizei. A fim de seguir os critérios de filtragem, logo então, foram selecionados três grupos; Itinga; Grupo da Página Plantão Ribeirão das Neves e Portal Novo Airão Democrático, assim disposto no Figura 14:

Figura 14: Grupos Políticos Democráticos

(continua)





Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Entre as similitudes dos grupos destacados foi visto que são grupos em que na sua própria informação sobre, descreve diretrizes para o usuário que tem interesse em ingressar na comunidade, sendo algumas delas apresentadas no Quadro 14:

Quadro 14: Comparativos entre grupos

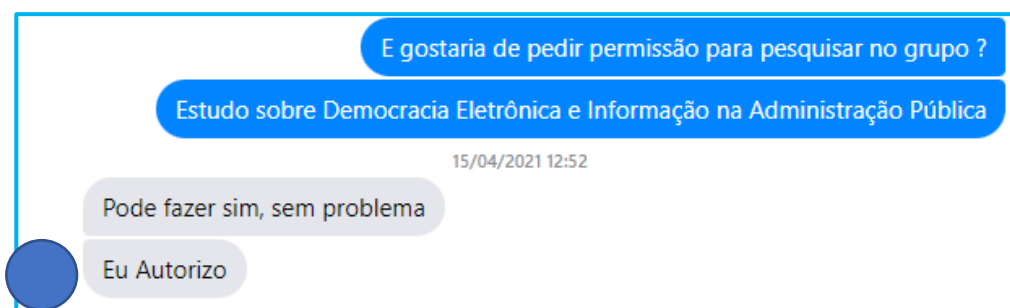
Nome do Grupo	Itinga	Grupo da Página Plantão Ribeirão das Neves	Portal Novo Airão Democrático
Número de Membros	10.038	21.903	15.072
a) grupo aberto a comunidade	Sim	Sim	Sim
b) que não prioriza uma única vertente política	Não partidário	Não partidário	Não partidário
c) seja pertencente a comunidade de uma cidade;	Lauro de Freitas/BA	Ribeirão das Neves/MG	Novo Airão/AM
d) possua um fluxo de postagens informações	Em média de 12 por dia	Em média de 50 por dia	Em média de 45 por dia
e) seja rico em dados.	Em média de 370 postagens/mês	Em média de 1.550 postagens/mês	Em média de 1.340 postagens/mês

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2021).

Porém dentre os 3 grupos 1 – Portal Novo Airão Democrático- deles descreveu em sua informação sobre a descrição do grupo informações que compactuaram com os interesses deste trabalho no campo da democracia digital, além dos tópicos acima mencionados. Sendo elas: a) grupo aberto, não é aceito ofensas pessoais ou depreciativas; b) canal para discussões e para buscar soluções para o desenvolvimento da cidade; c) todos os membros podem ver e discutir políticas públicas; d) podem existir críticas, mas sem ofender as pessoas, as famílias e as instituições democráticas.

Silva (2015) colabora dizendo que para a familiarização, o pesquisador inicialmente investiga as formas de interação da comunidade online, para isso pode-se usar mecanismos de buscas para o reconhecimento do campo. Nesta etapa o pesquisador identifica do responsável e/ou administrador da comunidade online, para solicitar sua entrada. Neste sentido foram localizados os perfis dos administradores do grupo Portal Novo Airão Democrático, após a identificação da pesquisadora, como nome da pesquisadora, Universidade que pertence e o motivo do contato, foi enviada e recebida as seguintes mensagens ilustradas na Figura 15:

Figura 15: Permissão da pesquisa



Fonte: Conversa via Messenger (2021)

Na pesquisa Netnografia ética Kozinets (2014, p.132) é de suma importância seguir quatro passos que são: “identificar-se e informar os constituintes relevantes sobre a pesquisa; pedir permissões apropriadas; obter consentimento quando necessário; citar e dar o devido crédito aos membros”.

3.1.3 Coleta de Dados

A coleta de dados teve início dia 01 de janeiro de 2021, e começou explorando os assuntos relacionados a gestão pública mais comentados no período. Já a coleta de dados oriundos da entrada a campo do grupo selecionado inicializou após o aceite do Administrador do portal, que teve como data dia 15 de abril de 2021. Entre esse período de janeiro à abril, foi observada as dinâmicas do grupo, dos membros, das publicações. As coletadas de dados no campo foram até dia 31 de janeiro de 2022.

A coleta Netnográfica possui três tipos de capturas importantes: Primeiro, copiar diretamente os dados da página, site, grupos observados, podem ser fotos, áudios, prints de telas, cuja o não possui envolvimento do pesquisador (KOZINETS, 2014). Dentre os

procedimentos de captura o primeiro, que diz: sem o envolvimento do pesquisador, a única técnica utilizada foram os prints do grupo de Facebook, como exemplificado na Figura 16. Richardson (2011) argumenta que na observação não participante o pesquisador não torna parte dos conhecimentos, apenas atua como espectador atento.

Figura 16: Processo de verificação dos Posts



Fonte: Print do Grupo Novo Airão Democrático (2021).

A Figura 16 faz uma breve representação das capturas em forma de prints do Grupo além de apresentar o modo de como foi o processo de escolha das Publicações que seriam capturadas e posteriormente analisadas. Os números foram sinalados para fim de indicação e descrição dos critérios que foram observados e não de ordem com que foi realizada a escolha.

Logo então, foi observado, o perfil do usuário, se a publicação originou-se de outra fonte, o conteúdo da matéria se condizia a assuntos políticos/sociais, as reações dos usuários, os comentários e os compartilhamentos da publicação. O ponto que ganhou mais destaque foi o conteúdo, pois esse apresenta maior detalhamento na informação, bem como o texto e a imagem vinculada, os outros critérios foram sendo observados, conforme o avanço da pesquisa. Em relação ao comportamento do usuário, foi delineado pelo acompanhamento das notícias postada, a frequência, os assuntos, a presença em discussões, entre outros.

Na sequência, para Kozinets (2014) a segunda maneira de capturar dados na pesquisa Netnográfica são a partir da interação do pesquisador com os membros da unidade analisada, pode ser por via de correio eletrônico, bate-papo, mensagens

instantâneas. Nesse sentido para essa pesquisa foi feita interação somente por comentários nas publicações.

Por último, se refere a notas de campo, o que o pesquisador observou durante a pesquisa e sobre sua própria atuação dentro da comunidade (KOZINETS, 2014). Nesta etapa foram feitas anotações periódicas por meio do bloco de notas e word, a cada imersão ao grupo.

3.1.4 Análise Interpretativa dos Dados

Para alcançar os resultados destes objetivos, a técnica utilizada para análise das notícias coletadas nas comunidades foi análise de conteúdo do tipo "grade mista", em que, de acordo com Vergara (2012) identifica-se com a lógica dedutiva e indutiva, ou seja, a primeira define-se categorias com base nos conhecimentos prévios advindos da fundamentação teórica e selecionando os elementos a serem integrados nas categorias, já na segunda lógica o pesquisador identifica categorias com base no material que vai sendo explorado. Kozinets (2014), argumenta que o pesquisador deve compreender bem sobre os fenômenos observados e relacionar sobre a ótica dos modelos de teorias sobre o assunto.

Neste sentido para obter os resultados desejados a análise de dados seguirá o modelo de Lukosevius e Soares (2016):

Quadro 15: Framework metodológico para análise de conteúdo.

Estágios	Atividades
Pré-Análise	<ul style="list-style-type: none"> • Ler em geral o material (leitura flutuante) • Selecionar as amostras (corpus da análise) • Elaborar o quadro teórico, o objetivo e as hipóteses/proposições • Definir o tipo de grade para análise • Elaborar o esquema de codificação.
Exploração do material	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar as unidades de análise de conteúdo • Codificar as informações • Agrupar as unidades de análise de conteúdo em categorias • Descrever as categorias
Tratamento dos resultados, inferência e interpretação	<ul style="list-style-type: none"> • Tratar os resultados • Inferir e/ou interpretar os resultados

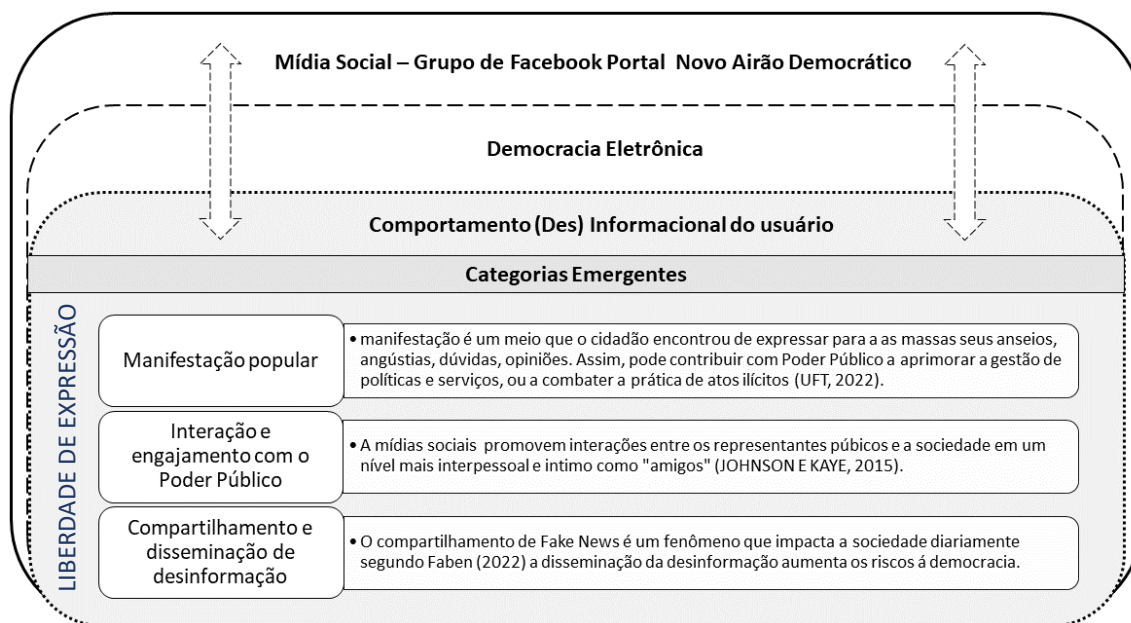
Fonte: Lukosevius e Soares (2016, p. 12).

Após esse processo de idas e vindas na literatura e verificação do material coletado foram obtidas três categorias de análise: manifestação popular, interação e engajamento com o poder público e compartilhamento e disseminação de desinformação.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentadas as discussões dos resultados da investigação Netnográfica na comunidade virtual de Novo Airão Democrático. Os dados analisados representam o resultado de um período de nove meses de imersão em tal comunidade, de 15 de abril de 2021 à 31 de janeiro de 2022, participando na condição de membro do grupo, o que permitiu investigar e compreender os aspectos norteadores do objetivo estudado. A análise será apresentada em três etapas distintas, chamadas de categorias emergentes, e estão organizadas em linhas gerais na Figura 17.

Figura 17: Representação dos Resultados



Fonte: Elaborado pela autora com base nos resultados encontrados.

Primeiramente antes mesmo de abordar as categorias resultantes deste estudo, vale a pena destacar o elo entre as correntes teóricas e a cada um dos itens que dão corpo a essa pesquisa. A liberdade de expressão é fruto assegurado pela democracia, seja ela como ato político ou configurada no formato online, através das novas tecnologias. Sendo

assim, as mídias sociais são propulsoras da liberdade de expressão no ciberespaço e diante disso é o comportamento do usuário que direciona o caminho a ser percorrido, se valer do direito e difundir informações que favorecem a luta por uma sociedade mais digna ou destilar ódio gratuito com potencial de propiciar crimes.

A garantia da liberdade de expressão oportuniza condições para uma democracia participativa, reduz as desigualdades sociais e torna mais transparentes as informações dos agentes públicos, através do benefício da interatividade online. É nesse ambiente online, que podem ser postado uma foto ou vídeo de um flagrante, denunciando um ato covarde e imediatamente ser visualizados por qualquer internauta (ROCHA E JUNIOR, 2013). Porém, o individualismo na esfera pública, as ações de usuários, que se debruçam na liberdade de expressão com a crença de um direito absoluto para discursos de ódio, desinformação, atentar contra à ordem democrática e o Estado de Direito, sabe-se que tais liberdades não possuem caráter absoluto, sofrendo limitações pela própria Constituição (HÜBNER, 2022).

4.1 MANIFESTAÇÃO POPULAR

Levando em conta que os movimentos sociais são compostos por indivíduos entusiasmados em apresentar alternativas para a mudança e melhoria da sociedade, a partir do surgimento de protestos e manifestações, há a possibilidade de transformação de instituições, partidos e até mesmo da estrutura social (FLEURY, 2015). No Brasil, a Constituição Federal de 1988 assegura no art. 5º caput, e incisos IV, V, VI, VIII e IX, a manifestação do pensamento. A manifestação é um meio que o cidadão encontrou de expressar para a as massas seus anseios, angústias, dúvidas, opiniões. Assim, pode contribuir com Poder Público a aprimorar a gestão de políticas e serviços, ou a combater a prática de atos ilícitos (UFT, 2022).

As manifestações populares segundo Cavalli (2021) desde sempre existiram, mas a forma com que o comportamento e a participação dos cidadãos passaram a atuar foi bastante induzida pelas mídias sociais, visto que, antes, existiam as mídias jornalísticas e, hoje, além dessas, há algoritmos capazes de influenciar comportamentos dos usuários de tais TICs. Ferramentas como: Facebook, YouTube e Twitter, ganham destaque nas ações coletivas de mobilização de militantes para manifestações populares (JUNIOR E ROCHA (2013).

No Post apresentado no Figura 18, uma cidadã manifesta sua indignação em relação ao poder público municipal, visto que a imagem é bem representativa da situação em que os moradores deste local vivenciaram com alagamento.

Figura 18: Post manifestação sobre alagamento

Manifestação

🌐 ⋮

vem aqui fazer uma pergunta será que tem prefeito em novo airão ?
 E vereadores também ?
 Eu só queria que olhasse para minha rua pq eu e meus vizinhos estamos sendo muito prejudicados por conta disso meus filhos não podem sair pra ir a escola e nem nois mesmo o que vcs prefeito e vereadores fazem por nós ??
 Nada ne pq que se vamos prelcura vcs
 vcs não tão e nem atende as ligações
 mais vai lar nos status deles pra ver que é só em almoço, aniversário,
 quando precisamos falar de uma coisa que estamos precisando vc nunca tem verba e não tem como fazer nada no momento sempre com a mesma Desculpa , agora eles não fazem nada mais antes da eleição todos eles vieram aqui na minha porta fazer promessa e mais promessas eu só quero que vocês faça a minha rua 🙄🙄🙄



Comentários

Aqui no bairro Nossa Senhora auxiliadora tbm estamos de mãos atadas esperando respostas dos órgãos responsáveis por isso... Hoje ganhamos um kit de limpeza, doado por uma igreja, nem isso a prefeitura está fazendo!
 Se reclamamos dizem logo que somos oposição... Se temos deveres, temos direito!

Curtir Responder Compartilhar 32 sem Editado 👍 5

Tão tudo fazendo o seu marketing e Inaugurações sem necessidade.

Curtir Responder Compartilhar 32 sem

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

“A usuária que apresentou sua manifestação diante do grupo Novo Airão Democrático, mesmo que expresse sua angústia e indignação, ela também solicita ajuda, pede resolução da Prefeitura e assim foi correspondida com apoio por membros do grupo” (Notas de Campo,2021). O fenômeno das mídias sociais facilitou uma conexão mais próxima dos indivíduos que tenham interesse pelas mesmas lutas onde todos

participam do mesmo processo comunicacional de divulgar suas próprias ideias (FLEURY, 2015). Embora os comentários sejam distintos, membros do grupo foram recíprocos e compartilharam suas inquietudes. Reciprocidade para Jensen (2003) pode ser considerada um critério básico para a deliberação, pois ela refere-se ao ato de ouvir e responder os outros participantes.

No segundo comentário que diz "tão tudo fazendo o seu marketing e inauguração sem necessidade" ainda que pareça o usuário estar fazendo uma colocação fora do contexto da discussão, aqueles que acompanham o grupo, como eu, sabe que faz referência a inauguração de uma ponte em São Gabriel da Cachoeira no qual a comitiva presidencial teve gastos três vezes mais que a própria obra (NOTAS DE CAMPO, 2021).

Diante do comentário do usuário referido acima, para Barros (2013) esta relação pode ser considerada uma reciprocidade, no qual o usuário considera o outro, mas de forma indireta. O autor fala que – considerar o outro indiretamente- entende-se por mensagens que marca uma posição em função do que foi dito por outro, amplia, endossa ou critica um argumento.

Como modelos de algumas ouvidorias (UFRB, SSP, CAESB, IFSULDEMINAS, PJRO) existem tipos de manifestações que são cabíveis a cada situação. A reclamação e a solicitação são exemplos disso. A primeira, fala sobre Demonstração de insatisfação relativa a serviço público, a outra, aponta Requerimento de adoção de providência por parte da Administração. Ambas estão presentes no Post do Figura 19, no qual uma cidadã, membro do grupo manifesta sobre o caso de uma paciente incapacitada pelas suas condições físicas e mentais de pedir socorro.

Figura 19: Post de manifestação sobre pedido de socorro para uma enferma

Manifestação

Gente essa moça é *surda* e *muda*ela é órfã de pai e sua mãe á abandonou quando criança,a pouco mais de um ano ela foi morar no município de novo-airão_Am,ela estava grávida e perdeu o belezinho dela,foi então que ela está com câncer e a operação dela é só no *cecon*eles marcaram só pra Setembro. Tá muito longe ,ela tá sofrendo demais,ela tá definhando,ela precisa da ajuda de alguma autoridade competente que olhe por ela,compartilhem essa publicação até chegar em alguma alma... Ver mais



Comentários

👍👎🗨️ 14

5 comentários 13 compartilhamentos

👍 Curtir

🗨️ Comentar

🔄 Compartilhar

Todos os comentários ▾

Amazonas Notícias

Curtir · Responder · 29 min

Novo Airão Fatos e Notícias

Curtir · Responder · 27 min

Meu Deus

Curtir · Responder · 20 min

Deus abençoe, Ele está no comando amém

Curtir · Responder · 12 min

Governo do Estado do Amazonas 🙏 Susam Secretaria de Saúde do Estado do Amazonas 🙏 Prefeitura de Novo Airão 🙏

Curtir · Responder · 4 min

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2021).

Para Junior (2015), é no calor das emoções e na facilidade do compartilhar ou curtir, os sentimentos são intensificados. De um lado quando se carrega felicidade, esperança, otimismo e aceitação tudo floresce. De outro, em que apresenta tristeza, descrença, pessimismo, negação tudo também floresce, mas com velocidade distinta, pois as pessoas conectam-se de maneira mais acentuada com aquilo que lhes é sensível, com aquilo que lhes toca, com aquilo que lhes faz mal. *“É possível visualizar a comoção, solidariedade e engajamento dos membros do grupo com a informação e solicitação de pedido de ajuda para atingir alguma autoridade competente que posso de fato ajudar”* (NOTAS DE CAMPO, 2021).

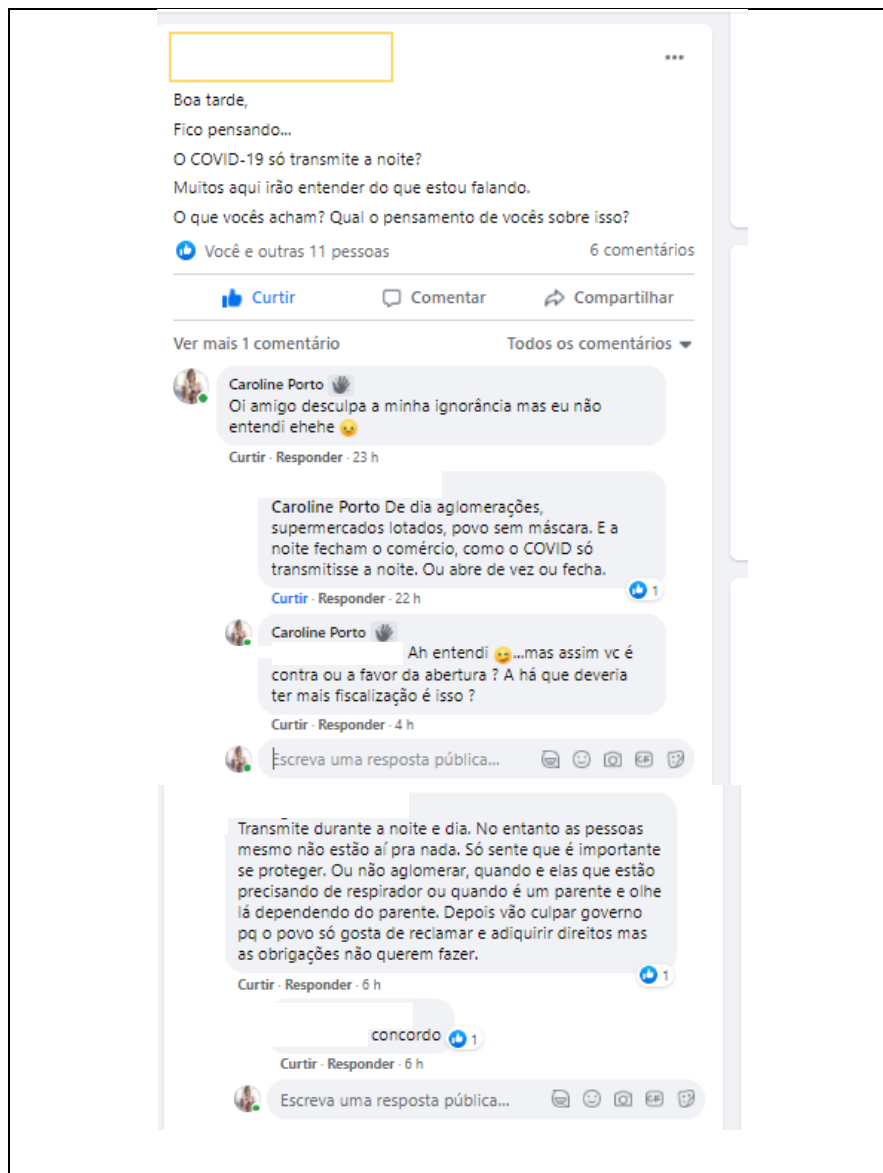
Ainda falando sobre a manifestação do Post 19, no ponto de vista da deliberação, embora tenha respeito e reciprocidade nos comentários acima, Barros (2013) diz que uma vez que temas sobre os quais há forte consenso tendem a apresentar menores índices de deliberação, uma vez que as pessoas não precisam debater quando já concordam entre si; e, pelo contrário, os temas com divergência exacerbada tendem a apresentar melhor deliberação, por que as pessoas precisam justificar sua própria posição e argumentar na tentativa de convencimento do outro.

A sociedade enxergou uma nova possibilidade de geração de política além das urnas. Cada clique, cada compartilhar, cada curtir, funcionou como tijolo e o cimento da edificação do vínculo político que havia se perdido com a crise da democracia (JUNIOR 2015). Neste sentido no Figura 20, um usuário do grupo Novo Airão indaga a comunidade no intuito de criar um tópico de debate, ainda que usando sarcasmo em sua pergunta, porém trata de um tema muito discutido no campo político social: o COVID.

“Prontamente retornei o comentário solicitando que explicasse do que se tratava (pois como não vivo na cidade não compreendi a referência) e de alguma forma isso colaborou para mais usuários fazerem a leitura de algo mais explícito. Tive um pequeno sucesso, pois houve reciprocidade” (NOTAS DE CAMPO, 2021).

Figura 20: Post de Deliberação Online sobre normas de combate o COVID

Indagação



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

“Notei que diante da minha atitude, foi aberto um espaço para o que o usuário buscava em princípio, estimular debate”. *Notas de Campo (2022)*. No Figura 20, após a primeira reposta no tópico, uma outra usuária responde de forma que o criador do debate concorda de maneira positiva e respeitosa. Quando os indivíduos estão engajados uns com os outros em conversas e suas mensagens são refletidas e discutidas por outros usuários estão operacionalizando os elementos de reciprocidade (JANSSEN e KIES, 2011). Papacharissi (2004), corrobora dizendo que o respeito entre os membros da comunidade é uma forma de deliberação para uma deliberação produtiva.

Achei oportuno questionar o usuário que criou o tópico de discussão, “XXXXXX Ah entendi mas assim vc é contra ou a favor da abertura?

Acha que deveria ter mais fiscalização?” (NOTAS DE CAMPO, 2021). Percebi, não somente nesse Post, em outros, que existe sim discussões, mas na maioria dos casos quando o usuário é colocado de frente para um questionamento explícito e envolva uma posição política, a conversa fica estagnada sem retorno de um posicionamento” (NOTAS DE CAMPO, 2021).

Como pode ser também visualizado no Post 21. Logo, seguindo pela mesma linha da criação de tópico para indagação, outro usuário iniciou um debate, como visto na Figura 21.

Figura 21: Post com Deliberação Online.

Indagação	Comentários
<p style="text-align: center;">Gostaria de saber pq o atendimento presencial das lanchonetes são obrigadas a encerrar as 22:00 hrs. Sendo ontem na inauguração de uma choperias e lanchote havia atendimento até às 2:00 da manhã de hj???</p> <p>82 70 comentários 1 compartilhamento</p> <p>Curtir Comentar Compartilhar</p> <p>Todos os comentários ▾</p> <p>Pq será? 😊 Curtir · Responder · 2 d</p>	<p>PORTAL NOVO AIRÃO DEMOCRÁTICO</p> <p>Vou te da a resposta mano...porque a gente quer ainda temos medo de exigir nossos direitos e deixamos os políticos fazerem oque quiser e nós não fazemos nada...sendo que quem manda somos nós mesmo, então a resposta é porque todos os outras lanchonetes aceitam nós aceitamos...</p> <p>Curtir · Responder · 2 d</p> <p>Caroline Porto me diz uma coisa amigo, tu acha que quando nos manifestamos pelas redes sociais tipo o Facebook algum politico dá atenção para nosso reclamação, manifestação ???</p> <p>Curtir · Responder · 1 h</p> <p>Escreva uma resposta pública...</p> <p>Pq será? Curtir · Responder · 2 d</p> <p>👁️ Curtir · Responder · 2 d</p> <p>ONTEM ELES PASSARAM NOS ESTABELECIMENTOS E FECHAMOS. FOMOS NA AVENIDA E AINDA TINHA GENTE CONSUMINDO, JÁ ERA QUASE 01:00h. ESSA LEI NÃO É PARA TODOS? SE FOSSE EM OUTRO ESTABELECIMENTO O PESSOAL JA TINHA MANDADO FECHAR, PQ SEMPRE FAZEM ISSO NÃO ESPERAM ... Ver mais</p> <p>Curtir · Responder · 2 d · Editado</p> <p>Juann Fadoul é só dá uma remada logo que rapidinho vão aprender a abordar as pessoas.</p> <p>Curtir · Responder · 2 d</p>

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2021).

Esta publicação possui um engajamento bem significativo pela comunidade, sendo que 70 usuários comentaram, 81 curtiram (entre curtidas, risadas e coraçãozinho). Na Figura 21, foi exposto uma pequena amostra dessas interações, os outros comentários que não foram elucidados aqui seguiram com a mesma lógica de discurso.

Fica evidenciado que houve reciprocidade entre os usuários concordando, colaborando, complementando o tópico com o tema, outros escreveram “*pq será?*” em tom de ironia. Embora alguns comentários irônicos, em grande maioria o diálogo foi traçado de forma respeitosa, Mendonça e Pereira (2011) argumentam que as trocas de informações respeitosas implicam de maneira significativa para a deliberação, proporcionando a manutenção do vínculo entre interlocutores. Assim sendo pré-requisito para a escuta efetiva, que, por sua vez, é essencial para a deliberação.

“achei oportuno, o engajamento dos membros do grupo e questioneei sobre se realmente os gestores públicos notam as manifestações nas redes sociais que a população pública. Esse questionamento é uma das minhas perguntas-chave, no qual tenho buscado a compreensão diante desse estudo. Neste post em questão não fui retornada.” Notas de Campo (2022).

Diante da necessidade de compreensão sobre o comportamento de determinados grupos em maior profundidade, Rocha e Rocha (2003) apontam que a observação participante é um método no qual o pesquisador pode descobrir respostas subjacentes ao discurso e ao comportamento dos indivíduos capturando a essência do fenômeno inserido.

“conforme fui mergulhando na Netnografia, o meu questionamento mesmo não respondido diretamente (como acreditei que seria) foi sendo respondido por meio da minha observação. Porém não com uma única resposta e sim algumas. Primeiro sim, é buscado a visualização de órgãos competentes através das manifestações, quando um grupo de pessoas manifestam, expõem uma opinião ou um pedido. As redes sociais sua vez são ferramentas potencializadoras da informação, dão visibilidade, pessoas se conectam por interesses em comum onde a união faz a força” Notas de Campo (2022).

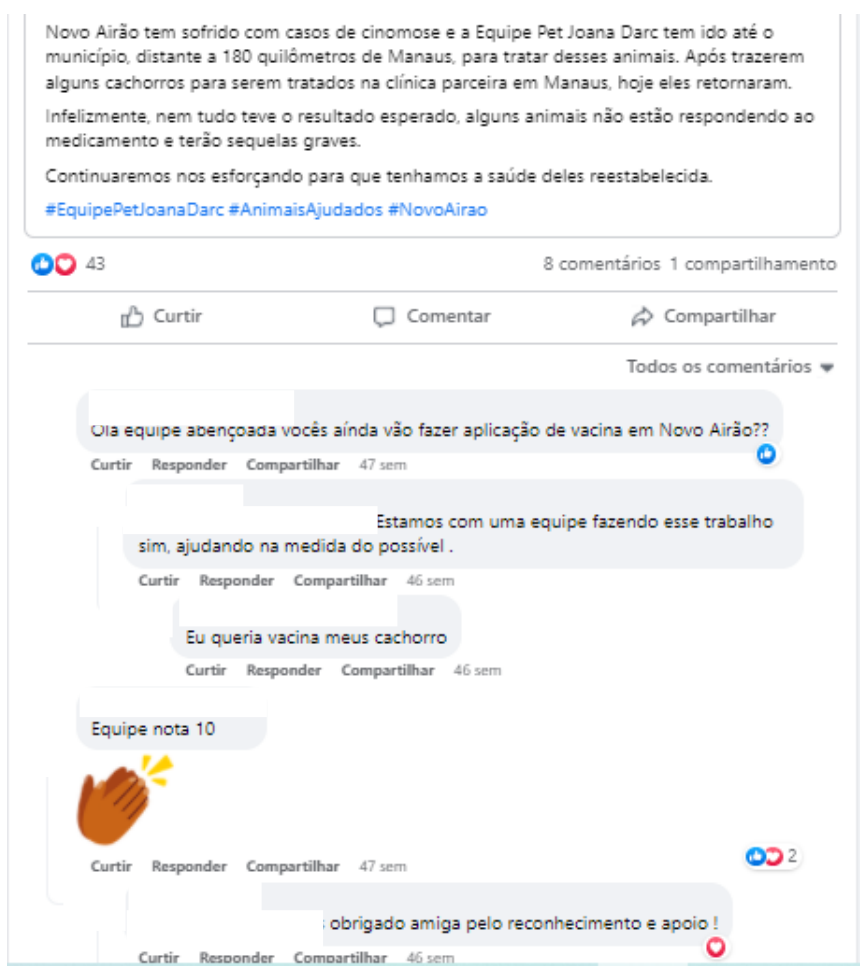
Com o poder das mídias sociais, os movimentos políticos também se apoiam delas. Capelli (2021) diz que no cyberspaço disponibilizados por essas mídias, informações e conteúdos políticos são veiculados de modo a propagar ideias políticas e sobre candidatos.

4.2 INTERAÇÃO E ENGAJAMENTO COM O PODER PÚBLICO

As relações sociais para Ramalho (2018), são semeadas por intermédio das interações, que exteriorizam e interiorizam as culturas dos indivíduos. Logo, a formação e participação política são procedentes da práxis coletiva, que considera as relações

sociais, históricas e políticas entre os sujeitos. As redes sociais têm efeitos positivos em relação a níveis de confiança do usuário, isso se deve ao fato dessas mídias promovem interações em um nível mais interpessoal e íntimo como "amigos", outro fato gerador de confiabilidade é o cidadão se sentir representado pelo político eleito. A utilização por governos locais tende a aumentar o nível de transparência, informações e dados sobre processos e atividades empreendidas pelo Poder Público (JOHNSON E KAYE, 2015; GUILLAMON ET AL., 2016). Como bem pode ser na Figura 22, a da visita da equipe da Deputada Estadual Joana D'Arque com a missão de atender os casos de cinomose em cães da cidade.

Figura 22: Post de atuação do poder público em casos de Cinomose



Fonte: Print do grupo Novo Airão Democrático

É através das novas tecnologias que o governo eletrônico pode facilitar as práticas constantes de democracia, assim ampliando o empoderamento do cidadão quanto a sua

participação política, tendo como canal privilegiado ao acesso na sua relação cidadão-governo (SAMPAIO, 2014). Ficou evidente na comunidade de Novo Airão, o emprego de duas estratégias de comunicação governo/cidadão em *posts* – *Push*, é um apenas canal de transmissão de informação por parte do governo. Já o modelo de comunicação *Pull*, existe interações e engajamentos, mesmo que de níveis mais baixos. Além de fornecer informações ao público, as agências buscam ativamente o feedback dos cidadãos por meio de seus canais de mídia social. O feedback é então usado para aumentar a qualidade da política, decisão ou documento final (MERGEL, 2014; MEIJER E THAENS ,2013; OLIVEIRA ET. AL, 2017).

No Figura 23 está um apanhado das inúmeras Postagens mencionando o Prefeito da cidade.

Figura 23: Post mencionando o Prefeito de Novo Airão.



Fonte: dados da pesquisa (2021).

Entre as inúmeras postagens mencionando o prefeito, na Figura 23 é mostrado por moradores do município, o reconhecimento do trabalho de Frederico Junior diante das ações de sua agenda como gestor público. Um membro do grupo faz um agradecimento pelo início de mais uma obra no município, a construção do Parque Linear (uma área verde que percorre a zona urbana da cidade e tem potencial para atração turística). Outro usuário repostando a notícia da entrega de quatro toneladas de pescado a pessoas em vulnerabilidade social, ação realizada pelo município em parceria com o estado. O anúncio de maior repassa de salário para os professores municipais, foi muito bem recebido pela comunidade, alguns comentários surgiram como:

“Parabéns, prefeito por valorizar a educação algo nunca visto dentro da educação”

"Maravilha prefeito Frederico Junior nossos professores merecem obrigado pela valorização dia nossos servidores 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌"

Cidadãos que necessitaram o amparo do serviço público de saúde do município expressando a gratidão pelo prefeito e equipe em reação a unidade hospitalar, logo duas famílias compartilharam depoimentos referentes aos seus atendimentos.

A DEUS SÓ GRATIDÃO 🙏🙏 SEMPRE.

Após uma força tarefa, uma grande união de pessoas voltadas para fazer o bem e o seu melhor pelo seu próximo, venho aqui trazer uma excelente notícia.

A jovem Kamilly que antes era portadora de uma enfermidade e que a impedia de sonhar e viver a vida de uma pessoa saudável passou pela tão esperada por ela e por todos a cirurgia a qual foi realizada com SUCESSO e hoje ela está de volta ao ceio de sua família, amigos e dos que se uniram para ajudá-la... Ver mais — sentindo-se feliz.

Gostaríamos de expressar nossa gratidão pela equipe de funcionários da Unidade Hospitalar do Município de Novo Airão/AM, pelo atendimento maravilhoso prestado à nossa mãe Maria Nazira Vitor de Castro, pelo profissionalismo, atendimento humanizado, educação de todos os profissionais, desde a cozinheira até ao mais alto responsável pelo funcionamento daquela Unidade Hospitalar.

Entre as estratégias de comunicação governo/ cidadão utilizando as mídias sociais como elo e identificando as ações oriundas dos usuários e equipe do governo,

Confesso que foi surpreendente constatar o volume de Posts que cita o Prefeito Frederico Junior. As publicações retratam a agenda das visitas e atuações, exibem manifestações de gratidão pelos serviços prestados, conclusão de projetos, verificação de unidades prestadoras de serviço a comunidade. Em relação a quem fez esses pronunciamentos, notei públicos variados, sujeitos que agradecem

após o uso de um serviço público, outros que apresentam as atuações do poder público, (NOTAS DE CAMPO, 2021).

Se por um lado as mídias sociais colaboram com a informação de fonte oficiais para deixar a sociedade a par dos acontecimentos do governo, essas mesmas mídias sociais em contrapartida segundo Santana e Simeão (2019) diante do comportamento dos indivíduos estão gerando e disseminando notícias falsas.

4.3 COMPARTILHAMENTO E DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO

Nos últimos anos, notícias falsas, popularmente conhecidas como *fake news*, marcaram uma das principais discussões públicas no mundo. É um problema amplo e complexo, abrangendo política, mídia e sistemas tecnológicos, apresentando-se, como ameaça no discurso público dos processos democráticos (RAMALHO,2018). As *fakes news*, contudo, são disseminadas nas redes e por aplicativos não sendo capaz de controle. O papel dos sujeitos, passa de apenas passivos receptores de informação para produtores de conteúdo (des) informacionais customizados que corresponde o ambiente de mídias que está inserido (BEKER E GOES, 2020).

“Um dos pontos relevantes que fui tocada, diz respeito as informações falsas. Como parte de um dos objetivos propostos por essa pesquisa, confesso que de primeiro momento foi difícil de encontrá-las. Em grande maioria os Posts já estavam sinalizados e por diante banidas “(NOTAS DE CAMPO,2021). Como é elucidado na Figura 24.

Figura 24: Print de Fake News checada e sinalizada.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Diante da observação do comportamento dos usuários do grupo e investigando as notícias falsas, foi localizada esta Publicação que apresenta um conteúdo no formato de vídeo no qual menciona a tese que houve “fraude” nas eleições de 2014 que assim já está sinalizada pelo Facebook como uma *fake news*. Costa, Nobrega e Maia (2021) argumentam que meados de maio de 2020 o Facebook passou a utilizar um programa para detecção de possíveis informações falsas, que são atribuídas por usuários e por algoritmos, direcionando-as para checadores que as verificam e retornam com seu parecer apontando a falsidade na informação. Caso proceda a falsidade, o alcance dela é reduzido além de indicar na própria publicação que se trata de uma informação falsa.

Com base na observação, pode-se notar que não há comentários e manifestações diante da publicação acima mencionada. Não há como dizer que os usuários se absterem de seus comentários por visualizar

que o conteúdo é falso ou por outro motivo, seja ele falta de interesse, ou até mesmo não ter chegado à publicação devido ao alcance da repercussão do Facebook e seu mecanismo de defesa para notícias falsas. (Notas de Campo, 2022).

“No papel de pesquisadora e questionadora apesar de nítido que não havia comentários, indaguei o motivo do compartilhamento de uma informação falsa (já sinalizada), mas não obtive sucesso no retorno da provocação” (NOTAS DE CAMPO, 2021). Lorenço (2020) alega que é na Psicologia evolucionista que pode ser encontrada algumas explicações em relação ao comportamento das pessoas diante das *fake news*. Uma delas chamada Dissonância Cognitiva, que ocorre quando elementos cognitivos, relacionados entre si e relevantes, são contraditórios, assim o indivíduo empenha-se para alcançar um estado de coerência consigo mesmo (NIFFINEGGER, 1984).

O compartilhamento de *fake news* é um fenômeno que impacta a sociedade diariamente segundo Faben (2022) a disseminação da desinformação aumenta os riscos á democracia, pois o intuito da propagação é semear de forma personalizada e direcionada, dúvidas, repressão, promover governos, diminuir direitos individuais entres outros. *“Como não estava tão explícito aos meus olhos, mudei de estratégia para identificação de notícias falsas. Sendo assim, trilhei um percurso seguindo o Perfil de usuário que de fato confirmei ter partilhado uma notícia enganosa, com esse movimento passei a ter êxito na missão. Localizei um post intitulado de: “fraude” nas eleições de 2014” (NOTAS DE CAMPO,2021).*

Figura 25: Fake News - Informações exageradas



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

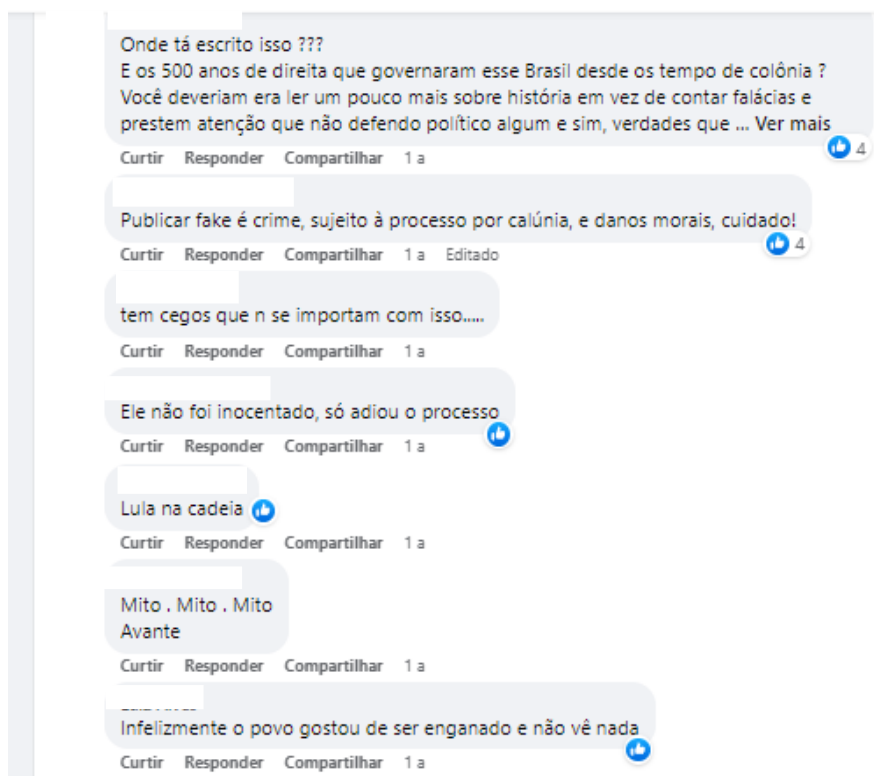
Ao verificar o perfil diante das publicações feitas no Grupo Novo Airão Democrático, foi encontrada a publicação com a seguinte descrição “O rombo que o Lula fez no BNDES daria para fazer um novo Brasil”. Pode-se notar ao comparar com o post anterior da Figura 24 que está Figura 25, a notícia não foi detectada e sinalizada com uma informação falsa, porém de percebe-se que a data de origem deste post começou a ser veiculada foi em 1 de junho de 2017 em um grupo intitulado “Amigos do Bob” e foi repostada em 19 de abril de 2021. Segundo a Metodologia do Radar Aos Fatos (2020) são considerados na avaliação/classificação de conteúdos de sites 36 critérios são utilizados como métricas para autenticar a qualidade de informação dentre elas estão: estrutura textual do título e do texto completo, dados sobre imagens e vídeos, data, hora e local da publicação, autores, entre outros.

Diante da checagem Aos Fatos e ao Jornal Estadão Verifica (2021), é desmentido que o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) durante o governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) tenha sofrido um “rombo” em suas contas. O boato provavelmente estava distorcendo uma auditoria de conformidade do TCU, iniciada em 2014, no qual os valores financeiros referem-se a soma das operações no BNDES, e não a um rombo.

A desinformação muitas vezes segundo Wardle e Derakhshan (2017), destaca deliberadamente diferenças e divisões, sejam elas entre apoiadores de diferentes partidos políticos, nacionalidades, raças, etnias, grupos religiosos, classes socioeconômicas. Quando produzidas, mesmo possuindo públicos específicos, o assunto-alvo é direcionado em mensagens diferentes, permitindo que ideia inflamatórias entrem no discurso público e sejam tratadas como fatos. Essas ideias uma vez incorporadas podem por sua vez arquitetar bodes expiatórios, normalizar preconceitos, consolidar pensamentos de “nós contra eles” e ainda passando dos “limites” catalisando e justificando a violência.

Identificando que a publicação da Figura 24 é falsa e engajada, com intuito de localizar possíveis disseminadores de desinformação na sequência foram analisados os 47 perfis de usuários que comentaram a publicação. Como podem ser observados alguns na Figura 26 a seguir:

Figura 26: Engajamento nos comentários da Fake News



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Com a finalidade de filtrar usuários que disseminam notícias falsas, foram buscados perfis de comentários que concordassem com a afirmativa do Post 22. Sendo assim, dos 47 comentários na publicação, sendo 12 contas únicas. Apenas 1 perfil adicionou 25 fotos como memes, informações exageradas, distorcidas e falsas como exemplificado no Figura 27. *“Embora as utilizadas como argumento para reforçar a tese que a notícia do Post é falsa, usar publicações com um contexto exagerado, pode conduzir aos outros membros do grupo dúvidas a veracidade do argumento. (NOTAS DE CAMPO, 2022).*

Figura 27: Comentários com posts de informações exageradas, notícias falsas e sátiras.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2021).

Ainda sobre os comentários da publicação falsa “O rombo do BNDES”, 3 contas de usuários apresentam argumento em defesa ao conteúdo falso do Post, os perfis foram intitulados de perfil A, B e C para bem da preservação de suas identidades. Sendo assim, o próximo passo foi verificar cada perfil e analisar as condutas referentes a disseminação de desinformação. No Quadro 16 estão os perfis dos usuários A, B, e C, apresentação dos seus interesses e comportamento de compartilhamento de informação.

Quadro 16: Perfis que corroboram com a Fake News

(continua)

	Perfil	A	B	C
Foto		Sim, com foto de rosto e busto	Sim, imagem bandeira do Brasil	Sim, com foto de casal e escrito “deus será esta nação”
Interesses				
Grupos	Em comum	Novo Airão Democrático	Novo Airão Democrático	Novo Airão Democrático
	Similares	Profecias de Ellen G. White - Bíblia - Igreja Adventista do 7º Dia ***	DIREITA PARÁ	Grupo de Oração e IDE do Senhor

				<u>FORÇA E HONRA - 38 Jair Bolsonaro - Aliança Pelo Brasil</u>
Em destaque		<u>Opções digital e binárias</u>	Novo Airão Democrático	<u>Grupo TV Barroso Regional</u>
Sobre		Nenhuma informação, de local, trabalho, escolaridade e relacionamento. Detalhe adicional: "Acima de tudo...Deus"... paz à nós!.	Estudou na Universidade do Estado do Amazonas, casado, nasceu e mora em Manaus	Estudou na FIPI, Faculdade de Pinhais. Mora em Curitiba
Curtidas e Interesse	Em comum	<u>Amigos da Soberana</u>	Amigos da Soberana	-----
	Similares	Curtidas em Páginas Religiosas Adventista	Curtidas em Páginas a favor de Bolsonaro	Curtidas em Páginas Religiosas Assembleia de Deus Curtidas em Página contra Lula
Comportamento Informacional				
Publicações Duvidosas no Grupo		Publicação não está mais disponível	1 publicação sobre pacto dos governadores. Informações Verdadeiras e Falsa	Não
Compartilhamento em nº	5		Publicação de Origem 14 mil	-
Fake News no Grupo	Não		9 vídeos, entre eles editados e distorcidos.	Não
Compartilhamento em nº	-		Publicação de Origem 1.300 mil – 244 mil – 232 mil.	-

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2021).

Os usuários A, B, e C que estão acima apresentados no Quadro 16 de acordo com seus Perfis de Facebook tem em comum somente o Grupo Novo Airão Democrático. O perfil A e B, tem o mesmo interesse de acordo com suas curtidas pelos Amigos da Soberania. Já em relação as similaridades O perfil C possui tanto nos interesses nas curtidas quanto de participação em grupos relacionado a religião (mais especificada Assembleia de Deus) e de cunho político, o que compactua com o Perfil A que estima páginas e grupos religiosos e ao Perfil B que participa de grupos e segue páginas a favor de Bolsonaro.

De acordo com o comportamento informacional desses perfis, nota-se que o C, não aparece nenhum tipo de atividade compartilhamento dentro do Grupo Novo Airão Democrático. Encontra partida o Perfil B é bem atuante no compartilhamento de vídeos no grupo, sendo que de 19 que foram encontrados 9 são com conteúdo desinformativo. Aqueles vídeos que foi possível localizar sua origem somados tiveram 1.776.000 compartilhamentos. Segundo a pesquisa TIC Domicílios 2019 CGI (2020), entre os



usuários de internet no Brasil 38% dos brasileiros consomem conteúdo de notícias em formato de vídeo.






Se for fazer uma relação em números de compartilhamentos das fake news (apenas as que foram identificadas nessa pesquisa de acordo com a rede seguida) e linkar com o montante de pessoas que consome notícias em formato de vídeo são um tanto quanto semeadas e aterrorizante as notícias falsas que circulam na internet dia a pós dia tendo o poder das redes para se multiplicar em questão de segundos (NOTAS DE CAMPO, 2022).



Para Wardle e Derakhshan (2017), grande parte dos conteúdos que se propagam no Facebook são visuais e muitas vezes memes. Estes não são anexados em artigos de texto, logo o algorítmico do Facebook seguidamente não consegue rastrear sua fonte. Os autores ainda dizem que embora o Facebook seja invasivo, parece favorecer a circulação de imagens e vídeos em vez de texto, esse modelo de mídia consegue alcançar mais leitores seja falso ou real, apartidário ou hiper partidário. Neste sentido no Quadro 17 é exposto os vídeos desinformativos oriundos das publicações do usuário B no Grupo Novo Airão Democrático.

Quadro 17: Fake News em formato de vídeos

(continua)

Vídeo	Perfil de Origem	Compartilhamentos
1- Lula diz: a questão de droga no Brasil, vai ser tratada como caso de polícia??		
	Não tem, se originou no grupo	-
2- Lula surta com Pesquisa do Data Folha		
	Não tem, se originou no grupo	2 compartilhamentos desse Post para fora do grupo
3- A importância do voto impresso auditável		

	<p>Não tem, se originou no grupo</p>	<p>2 compartilhamentos desse Post para fora do grupo</p>
<p>4- Música da campanha do Lula – Eu sou ladrão!</p>		
	<p>Não tem, se originou no grupo</p>	<p>-</p>
<p>5- Manter como lógica a política de dominação do Brasil</p>		
	<p>Perfil de usuário com 4.999 amigos – Posts que podem ser visualizados em favor de Bolsonaro e contra Lula</p>	<p>1.300 mil compartilhamentos</p>
<p>6- Não teve saída!! Quem quebrou a Petrobras foi o PT, quem quebrou o setor elétrico foi o PT!</p>		
	<p>Perfil de usuário com 4.800 amigos - Posts que podem ser visualizados em favor de Bolsonaro e contra Lula</p>	<p>244.000 mil compartilhamentos</p>
<p>7- Quer entender todo esquema contra o Bolsonaro? Assista!!</p>		
	<p>Perfil de usuário com 3.100 amigos - Posts que podem ser visualizados em favor de Bolsonaro e contra Lula</p>	<p>232.000 mil compartilhamentos</p>
<p>8- Lula diz: eu não posso ver jovens de 14 e 15 anos assaltando e depois ser violentado pela polícia !!</p>		

		<p>Não tem, se originou no grupo</p>	<p>5 compartilhamentos desse Post para fora do grupo</p>
#LULADRÃO: Coppolla responde!!			
		<p>Não tem, se originou no grupo</p>	<p>18 compartilhamentos desse Post para fora do grupo, sendo que 2 deles foram para outros grupos</p>

Fonte: Elaborado pela autora com bases nos dados da pesquisa (2021).

No Quadro 17 é possível observar o panorama geral dos vídeos que o usuário B publicou no Grupo Novo Airão Democrático.

Foi observado um fato curioso nas interações dos membros do grupo com as publicações compartilhadas. Nota-se que na fonte de informação possui engajamento entre usuário e post, já os vídeos compartilhados no grupo possuem desde pouca interação há nenhuma. O que difere entre os dois ambientes postados a mesma informação é que o ambiente da fonte de informação, o conteúdo dos vídeos são específicos com temática do interesse coletivo da página onde se originou a publicação, já no ambiente que foi compartilhado o vídeo, neste caso o grupo Novo Airão Democrático, foi notado sim o interesse específico dos membros, porém as informações que despertam interações e deliberação com qualidade, são sobre notícias e informações da gestão e políticas públicas que impactem diretamente cotidiano dos indivíduos na cidade. Assim ficando evidente que não há muita relevância quando se trata de discussões de opinião política partidária e polarizada (NOTAS DE CAMPO, 2022).

Nesse sentido Alves (2018) diz, que é fácil identificar a conexão das pessoas no ciberespaço, é através do recurso de vigia dados perfis empregados pelos algoritmos, que é designado por formação das bolhas sociais, unidos pessoas de interesses, conteúdos e preferencias em comum. Para o autor essa aproximação de grupos que seguem as mesmas concepções, colabora para potencializar o fenômeno da Pós-verdade pois uma vez em

contato com a informação, tais grupos certificam suas afinidades, independente da veracidade daquilo que é exposto a eles.

O material em vídeo citado no Quadro 17 representa desde conteúdos desinformativos e devidamente checados como falso, como também vídeos de sátira ou parodia que para Wardle e Derakhshan (2017), não tem a intenção de prejudicar, mas tem potencial de enganar.

Deixando de lado os vídeos que são sátiras ou paródias, o restante são o tanto quanto convincentes em seus argumentos, fui em busca de comprovação pois de fato é meu intuito de pesquisa, porém se cruzasse aos meus olhos em outros momentos e sem a busca por outras fontes poderia dizer que os conteúdos são genuínos ao notar que as edições são bem aprimoradas (NOTAS DE CAMPO, 2022).

Sundar, Molina e Cho (2021) investigaram em sua pesquisa se as pessoas estão mais propensas a acreditar em notícias falsas quando o conteúdo está em formato mais rico, como o vídeo. Os autores realizaram um experimento de campo na Índia, comparando as reações dos indivíduos de três histórias falsas. Entre os achados, foi apresentado que o formato de vídeo afeta a forma como as pessoas percebem a informação, logo então descobrem que os usuários pendem a acreditar mais nas notícias falsas quando são apresentadas em forma de vídeo. Isso ocorre pela heurística do realismo, porque os indivíduos inclinam-se a acreditar no que veem; mais do que ouvem ou leem.

No papel de pesquisadora fui buscando indícios e matérias que comprovaram ou pelo menos coincidiram com os conteúdos dos vídeos. Os caminhos que percorri virtualmente foram pesquisas no google e em agências de checagem, como aos fatos e lupa. Ao reconhecer a matéria no google procurei examinar se a matéria estava noticiada em mais de um veículo de comunicação, fui optando por sites mais conhecidos ou populares (NOTAS DE CAMPO, 2022).

Ao fazer buscas para analisar o vídeo 01 do Quadro 17, encontrou-se o conteúdo em uma notícia da revista veja, reportagem de 28 de junho de 2022, no qual aponta que o teor da filmagem se trata de uma edição de vídeo. Em relação ao conteúdo é citado que o ex-presidente Lula fala: “A gente vai ver jovens, meninos negros e meninas, ou seja, da periferia, porque é encontrado com um baseado e é preso e fica dois anos sem ter alguém para ir lá liberar essa criança?”. Segundo a revista veja este vídeo teve origem a partir do Twitter de uma Deputada Federal e como elucidado na Figura 28 abaixo:

Figura 28: Fake News com vídeo manipulado



Fonte: Conta Twitter (2022)

Em uma breve análise do vídeo publicado e originado no Twitter da Deputada Federal é possível constatar que houve 54.600 mil visualizações, 1.342 Retweets, 182 Tweets com comentário e 4.782 Curtidas. Magalhães e De Faria (2021) argumentam que durante as investigações de inteligência dos EUA, as redes sociais (Facebook e Twitter) foram fundamentais para a propagação de *fake news*, até 126 milhões de usuários do Facebook e 3.814 contas no Twitter estavam ligados a Research Agency empresa de internet localizada no Kremlin no qual foi acusada por ser responsável pela invasão dos e-mails do Partido Democrata, e pela disseminação de *fake news*, para favorecer Donald Trump.

Segundo Magalhães e De Faria (2021) a população considera os políticos como maiores propagadores de *fake news*. O Brasil e Estados Unidos são protagonistas quando se trata de disseminação de *fake news* por membros eleitos. As *fakes news* podem ser consideradas como uma ameaça à democracia, principalmente por sua origem de má fé, fraudes e pela eleição de pessoas incapacitadas que se apoiaram na disseminação de notícias falsas para chegar ao poder. No Quadro 18 ainda mediante aos compartilhamentos do membro do grupo aqui chamado de Perfil B é apresentada uma

imagem do *post* compartilhando no grupo e o perfil de origem da Deputada Federal no qual no próprio *post* é colada a notícia de um jornal com a matéria “Governadores articulam medidas em conjunto contra a Covid: articular para lançar medidas restritivas” o que indica que a informação veio de uma outra fonte de informação, neste caso o jornal CNN no qual foi usada como prova para reforçar os argumento contidos no *post*.

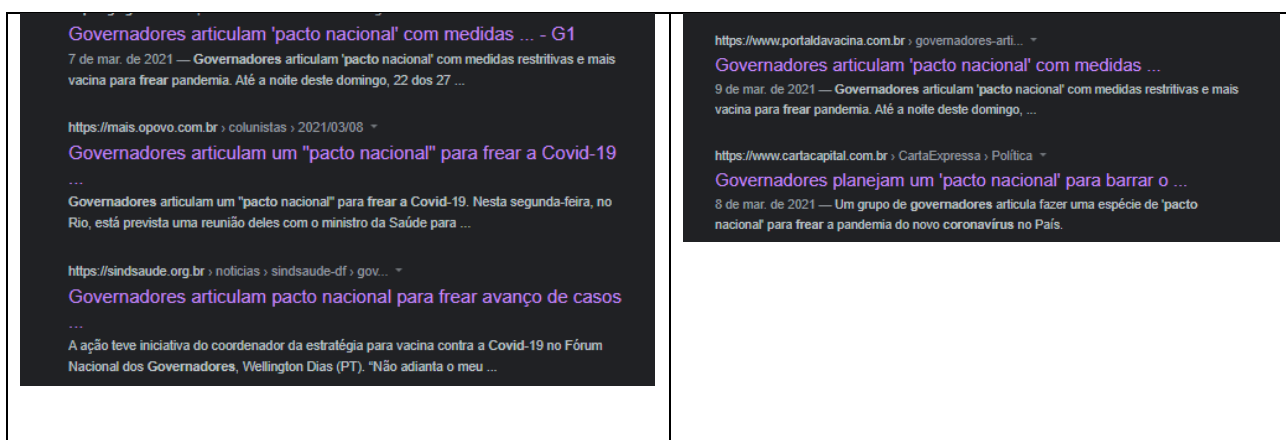
Figura 29: Post de Fake News com notícias exageradas



Fonte: Perfil de Facebook (2021).

Nas imagens acima, embora possua algumas informações legítimas, trata-se de uma desinformação de falsa conexão que para Wardle e Derakhshan (2017) se refere quando manchetes, informações e legenda não confirmam o contexto. A busca por checagem da notícia foi feita no google em veículos de comunicação como sites de jornais, no qual foi notado que a notícia legítima saiu em uns quantos veículos de imprensa como é elucidado no Figura 30, o que sugere como medidas de verificação do Senado Federal (2020), averiguar se a notícia foi publicada em vários veículos de comunicação, salientando que o quanto mais registros houver melhor e verificar a reputação destes sites.

Figura 31: Link dos sites que vincularam a matéria original



Fonte: Google (2022)

Após a checagem dos conteúdos informativos vinculados aos links de sites acima elucidados foi visto que: o conteúdo da informação fala sim da medida restritiva, mas também cita que deve haver agilização com a vacinação como mostra no trecho a seguir copiados do jornal Gazeta do Povo (2021).

“Dentre as propostas apresentadas pelos governadores, estão restrições para a abertura do comércio e a circulação de pessoas, além da maior agilidade no Plano Nacional de Imunização contra a Covid-19 para tentar reduzir as infecções” (PECHARKI, 2021)

Não é simples perceber, mas essa publicação se trata de uma desinformação, pois o assunto sobre o pacto dos governadores foi bastante pautado em veículos de comunicação, inclusive lembro ter visto sobre o assunto na época da notícia, o que realmente gravei na memória foi a manchete sobre o pacto dos governadores, mas sem nenhuma pesquisa não me recordo das entrelinhas do noticiário completo. Imagine uma pessoa que segue a Figura Pública como exemplo de fonte de informação, pois não é à toa ela é uma Deputada Federal representa a voz da população (ou uma parte dela) e essa informação já compactua com as crenças, opiniões que ainda fazem parte da bolha social que esse indivíduo interage (tanto no virtual quanto no presencial), compactuar com a informação é reforçar o apoio mútuo, o de ser ouvido e representado e confirmar sua posição diante do discurso (NOTAS DE CAMPO, 2021).

As notícias e informações veiculadas nas mídias sociais que são expostas na *timeline*, ao passar do tempo, vão se torando cada vez mais inclinadas a ideologia de cada usuário. Logo o que é visualizado compactua com os argumentos de quem vê e está na

bolha social e assim quem pensa diferente de certo modo acaba se distanciando. A impressão que se causa é que a maioria está ao seu lado, e o seu lado é o lado que sabe a verdade. A militância do outro passa a ser encarada como fraca, quase inexistente, uma vez que você não a vê mais (BRUGNAGO E CHAIA, 2015). Como pode ser observado no Quadro 19, nos comentários mais relevantes.

Quadro 19: Comentários mais relevantes na publicação do Quadro 17

Comentário mais relevante 572 curtidas	Comentário mais relevante 229 curtidas
Isso tudo não me surpreende. É um plano muito bem orquestrado e com finalidade definida que começou com rebeliões em presídios do Maranhão, ataques terroristas sistemáticos no Ceará, o estranho "óleo" que atingiu as praias no nordeste, acusações absurdas contra autoridades e outros ataques subreptícios usados por pessoas experientes na arte do terrorismo velado. O que me surpreende é a omissão daqueles que poderiam e deveriam reagir e permanecem genuflexos como se esperassem que de repente um milagre aconteça e os algozes da Sociedade que pensam em "tomar o Poder que é diferente de ganhar eleição" sejam aniquilados, talvez por ETs e a ordem se restabeleça. O mal está vencendo o bem e discursos inflamados de uma Tribuna desacreditada para uma platéia mouca não vão resolver.....	Os governadores e prefeitos não está fazendo nada contra a covid e sim contra a população brasileira e contra o chefe da nação brasileira, esses vermes corruptos e safados, estão aproveitando uma população acovardada e fragelada para implantação do comunismo, assim como Venezuela, Cuba, Argentina, China e etc... pode ter certeza, ACORDA POVO BRASILEIRO, E REAGE EM QUANTA HÁ TEMPO, SE É QUE AINDA TEMOS ALGUM TEMPO NÉ???

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Com a liberdade de expressão e a homofilia natural criada pelas mídias sociais, ambientes de redes do Facebook geraram grupos ideológicos com acesso a proliferação das discussões políticas. Conforme se sentem seduzidos em seu poder de massa em redes, os usuários polarizados radicalizam suas manifestações (BRUGNAGO E CHAIA, 2015).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse capítulo final, foi dividido em: apresentação da resolução dos objetivos; conclusão das notas Netnográficas; limitações da pesquisa e sugestões de trabalhos futuros.

5.1 APRESENTAÇÃO DA RESOLUÇÃO DOS OBJETIVOS

Em consequência do mergulho Netnográfico, esse estudo conseguiu alcançar o objetivo geral da pesquisa: analisar o comportamento (des) informacional dos usuários de mídias sociais diante de sua participação democrática associada aos aspectos do poder público. O portal novo Airão Democrático foi a arena de pesquisa que faz referência a cidade de Novo Airão localizada no estado do AM. *A netnografia te joga em queda livre nas profundezas do não saber já pré-existente, o que você imagina deixa de ser real a partir de encarnar no personagem que deixou para traz todas as amarras do conhecimento adquirido em teorias e assim você começa uma página em branco. Descobre uma nova forma de comunicação, de perceber o ser humano e aprender com ele (NOTAS DE CAMPO,202)*

5.1.1 Comportamento informacional

O primeiro objetivo específico desta pesquisa foi de evidenciar temas emergentes das notícias publicadas na comunidade online. Após os debates e observações conseguiu-se extrair três categorias de discussões sendo elas: manifestações populares, interação e engajamento com o poder público e compartilhamento e disseminação de desinformação. *Sentir na pele a manifestação de uma usuária do grupo publicando um pedido de ajuda e perceber que teu maior poder é marcar perfis de autoridades, veículo de comunicação e compartilhar com teus amigos de rede, foi algo ambíguo. A satisfação de ajudar reflete em algo bom, o ser humano se comove com a dor alheia, une forças, e sua suas armas para lutar. Não saber se o efeito final passou pelas barreiras do virtual, é sentir a separação dos dois mundos. Um deles corre a energia do sangue nas veias, do outro o tráfego de dados (NOTAS DE CAMPO,2021).*

A liberdade de expressão foi o elo entre as categorias emergentes do conteúdo oriundo do grupo Novo Airão, ficou claro a utilização do grupo para manifestação de seus anseios diante relacionados a gestão pública, a identificação fez os membros se unirem, aos pedidos de ajuda diante de um alagamento local. Foi o poder de voz, que também os usuários expressaram o reconhecimento ao prefeito no exercício de sua profissão e qualidade ao serviço prestado no hospital da cidade. Na categoria compartilhamento e disseminação de desinformação, é observado a carência de limite da “liberdade de expressão” sabe-se que tais liberdades não possuem caráter absoluto, sofrendo limitações pela própria Constituição (HÜBNER,2022).

Respondendo ao segundo objetivo específico, quando observada a deliberação online da comunidade, foi constatado que os Posts no Grupo Novo Airão Democrático que possuem uma conotação semelhante ao relato das notas de campo acima, que compartilham de manifestos sobre assuntos que impactam ou sensibilizam diretamente a comunidade local, como por exemplo, problemas que sugere a má administração pública (ou a falta dela), membros da comunidade são recíprocos e respeitosos entre eles, embora isso seja algo bom, o índice de deliberação é menor, pois há consenso entre as pessoas todos concordam e se apoiam.

Dentre as práticas discursivas a Deliberação Online foi elencada como a “melhor solução” e nova alternativa de Democracia (SAMPAIO, MAIA E MARQUES, 2011. SAMPAIO, BARROS E MORAIS, 2012). A prática comunicativa da comunidade foi dividida e logo após agrupada de acordo com os assuntos abordados, ainda que não tenha sido isso utilizado como critério de observação. Informações que chamam a atenção mencionam agenda e as atividades do poder público municipal na prestação de serviço, pode se constatar alto grau de deliberação.

As discussões transcorreram com usuários demonstrando, satisfação e gratidão quando informados sobre notícias como: o aumento de salário dos professores, aquisição de aparelhos mais modernos para o hospital, assinatura de convênios, a implementação de um novo serviço, entre outros. Já outros usuários contra-argumentaram inferindo, o que tange em relação a benfeitorias para cidade o Gestor Público está fazendo apenas o que é seu dever e obrigação. *Fiquei surpresa com o volume de Post sobre a agenda e atuação do Prefeito da Cidade, embora ter presenciado debates sobre o grau de satisfação com a atuação do gestor, posso afirmar que a comunidade tem um apreço pelo representante eleito (NOTAS DE CAMPO, 2021).*

A estratégias de comunicação política entre usuários e o poder público atende o terceiro objetivo da pesquisa. Entre as estratégias- *Push, Pull, Networking e Transaction*- de reação governo-cidadão e o papel das mídias sociais (MERGEL, 2014, MEIJER E THAENS, 2013). Entre as publicações foram localizados dois tipos de estratégias – *Push e Pull* – os cidadãos como destinatário de informação e sensores do governo, exemplos claros visto nas Publicações de Frederico Junior, Prefeito de Novo Airão. As mídias sociais na *Push* são usadas como canal de transmissão de informação, já *Pull* são canal de manifestação do cidadão, os governos utilizam as mídias sociais com o objetivo de atrair a atenção dos cidadãos para que eles forneçam informações por meio de comentários.

5.1.2 Comportamento da desinformação

O que refere ao quarto e último objetivo investigar e compreender a trajetória e características das notícias falsas, foram notados pontos relevantes que podem contribuir com estudos futuros sobre comportamento da desinformação e atenção dos desenvolvedores de técnicas de checagem de informação. *O meu processo foi realmente seguir pistas, encontrar lacunas e monitorar o comportamento dos usuários que compartilharam notícias falsas e logicamente questioná-los. Ao confrontar alguns usuários que publicam fake news, em nenhum dos comentários que fiz tive retorno, mesmo sinalizando e comprovando que a notícia estava falsa (NOTAS DE CAMPO,2021).*

Em relação ao perfil dos usuários que publicaram ou compactuaram com as desinformações no grupo Novo Airão Democrático. Eles possuem similitudes em relação aos seus interesses de assuntos que buscam na internet, como: possuem uma inclinação a polarização, seguem e fazem parte de outros grupos de um lado extremo político e fazem muitas menções a sua conduta religiosa. É fácil de identificar a conexão das pessoas no ciberespaço, por meio de um processo que é conhecido por formação de bolhas sociais que através dos algoritmos vigia dados de perfis sobre conteúdos e preferencias em comum (ALVEZ, 2018). O que diz respeito a escolaridade, idade, estado civil os perfis são heterogêneos, mas relação ao gênero, todos são masculinos.

Saindo um pouco de dentro do grupo Novo Airão e assim seguindo minhas pistas, procurei encontrar de onde vinham os compartilhamentos de fake news, a fonte de desinformação origem (NOTAS DE CAMPO,2021). Aqui posso confirmar que encontrei dois modelos de disseminadores de informação erronia. Um o perfil de usuário que possui interesse similares aos citados anteriormente, com muitos amigos, atingindo o teto dos 5.000 mil e com publicações de conteúdos falsos, altamente disseminados sempre passando da casa dos 100.000 mil. O perfil é de político, também com publicações com volume grande de compartilhamentos, porém o que difere desses dois é o primeiro produz conteúdos menos elaborados, muitas vezes exagerado e mais perceptíveis ser uma *fake news* (para quem analisa a informação). Já o segundo na maioria da informação contida no Post é de fato uma verdade, mas ao ver as entrelinhas existe informações adicionais que são falsas.

Os vídeos ganharam estrelismo em matéria de produto de origem desinformativa no grupo Novo Airão, no montante dos achados sobre notícias falsas, foram identificados menor quantidade de Post estáticos, esses na maior parte dos casos brevemente já havia sido sinalizado pelo Facebook que o conteúdo se tratava de uma *fake news*. A lacuna da disseminação dos conteúdos falsos estava nos vídeos. Outro fato curioso o que se refere ao comportamento (des) informacional na comunidade é que embora alguns membros são recorrentes em partilhar conteúdos falsos, a maior parte da comunidade não interage, comentado e recompartilhando, algumas vezes são criadas discussões em cima dos assuntos. Já em relação aos conteúdos desinformativos contidos nos Posts, todos que foram localizados e analisados travam de temas partidário.

5.2 CONCLUSÃO DAS NOTAS NETNOGRÁFICAS

O corpo social já passou por marcos históricos que fizeram revolução no que infere ao comportamento dos indivíduos. A internet sem dúvidas ganha títulos na revolução tecnológica, grande causadora de um mundo novo, que permite acesso as mais lindas músicas, visitas a qualquer lugar do continente, conecta médico ao paciente a quilômetros de distância, proporciona buscar as mais diversas teorias e infinitudes de outras navegações. Nessa corrente as mídias sociais alteraram o curso das conexões em rede e do comportamento do usuário, os indivíduos passaram a ser protagonista em criação de conteúdo e na ligação de laços muitos mais fortes com pessoas que possuem interesses em comum, podendo até dizer que é atribuição das mídias sociais a metamorfose das relações pessoais.

Os indivíduos querem ser vistos e ouvidos, fazer de suas conexões abranger outras atmosferas, como nas decisões do poder público. O Cidadão que está em rede deixou de se manifestar de maneira passiva, ele luta pelos seus direitos, aponta erros e injustiças. Os interesses e assuntos em comum são agrupados conforme a lógica dos algoritmos, logo tudo que buscado no campo informacional é registrado, aprendido e retornado por outros conteúdos similares que a máquina considera o usuário compactue com que foi oferecido. Porém, algumas vezes são desinformações, disparadas por inúmeras fontes de informação, desde site a redes sociais de políticos. E como se diz “é vez pra crer”, e muitas pessoas caem na armadilha do fenômeno da pós-verdade.

Diante da obscuridade acerca dos riscos oriundos da revolução tecnológica, o fato é que em contrapartida está seus maiores atributos para o cidadão digital, uma nova possibilidade de exercício da democracia. O espaço virtual oferece matrizes aplainadas entre usuário/cidadão e gestores públicos. Os indicadores da razão são ponderados no processo de comunicação argumentativa, independente dos fatos e sim de convicções que abraçam e confortam o cerne de cada usuário. Em outras palavras as mídias sociais proporcionaram a sociedade em cada polo do planeta, avatares do cidadão com voz de poder, aqui as armas ou escudos são apenas um clic, onde o jogo, todo mundo perde e todo mundo ganha (des) informação.

5.3 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Embora a Netnografia seja rica em detalhes e aprofundamento nos pontos elencados para observação, não se pode generalizar os dados da pesquisa para afirmar e argumentar os temas pesquisados, ou seja, não é possível dizer que toda uma população se comporta como os indivíduos aqui pesquisados. Outra limitação diz respeito ao tempo para a realização desse estudo, por se tratar de um ambiente tecnológico e com muitas interações, as informações são rapidamente, publicadas, discutidas, apagadas, bloqueadas em questões de minutos, então algumas informações se perdem, por simplesmente o usuário resolver apagar a sua publicação ou o Facebook constatar que deve bloquear um perfil. Por ser um trabalho embora pautado dentro de teorias, é bastante subjetivo, o pesquisador não tem ideia do que pode encontrar o que isso modifica muitas vezes o curso da estratégia de busca da coleta dos dados.

5.4 SUGESTÕES DE APLICAÇÕES PRÁTICAS

Diante do exposto neste estudo, sabe-se que ainda existe lacunas nas checagens de informações derivada das notícias produzidas por meio dos vídeos, neste caso, sugere-se duas práticas possíveis de serem alcançadas por meio de políticas públicas. Primeira, campanhas e cursos votados para alfabetização digital, pautando temas: de checagens dos fatos; impactos das notícias falsas; uso das mídias sociais na busca por informações de qualidade e fidedigna. Investimento por parte do governo em pesquisas de engenharia de software, para detecção de vídeos enganosos e bloqueio de circulação, também implementar soluções tecnológicas (por exemplo, extensões de navegador que sinalizam

sites de má reputação, aplicativos de compartilhamento de informações em tempo real em comunidades rurais).

No que tange a democracia digital, a ampliação de espaços de deliberação online com a finalidade de criar tópicos referentes as demandas dos municípios é outra sugestão, pois mitiga a necessidade de colaboração dos cidadãos nas decisões do poder público.

5.5 SUGESTÕES DE ESTUDOS FUTUROS

Seguindo pela abordagem qualitativa sugere-se aprofundamento nos assuntos aqui tratados, selecionando cada um de maneira isolada. O que se refere ao tema de democracia digital pode ser questionado aos usuários através de entrevistas em profundidade os anseios da comunidade. Por essa linha, buscar dados de comportamento (des) informacional em outros grupos, seguindo os parâmetros metodológicos aqui utilizados para fazer um comparativo dos resultados é mais uma proposta. Em relação as estratégias de comunicação governo-cidadão, é importante entender os processos e condutas dos gestores utilizando as mídias sociais como ferramenta de comunicação. O tema de desinformação pode ser mais explorado, levantando causas, questionando ou fazendo experimentos com os indivíduos, sondando e avaliando os processos de checagem da informação dos usuários.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AISSA, Ana Paula Castro Teixeira. Polarização de opiniões nas mídias sociais: um estudo a partir da análise comportamental da cultura. 2020.

AKAICHI, T. Compartilhamento da informação e do conhecimento na rede dos coordenadores dos programas de Pós-graduação em ciência da informação. **Dissertação de Mestrado**. Londrina. 2014.

AL-AUFI, A. S. ET. AL. Citizens' perceptions of government's participatory use of social media", *Transforming Government: People, Process and Policy*. 2017.

ALCARÁ, A. R. ET.AL. Fatores que influenciam o compartilhamento da informação e do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, 2009.

ALVES, F. L. Fake News: contra-ataque à pós-verdade. **17º Encontro Internacional de Arte e Tecnologia**. 2018.

AOS FATOS. Metodologia de rede: Radar Aos Fatos.

AVAAZ. **Eleições e Fake News**. Ideias Big Data. 2018. Disponível em <
https://avaazimages.avaaz.org/PO%20IDEIA%20%20Relatorio%20AVAAZ_v2_PO%20version%20%281%29.pdf> Acesso em: 29 de out. 2020.

BACCIN, Leonardo Rincon Stankiewicz; CRUZ, Tércia Maria Ferreira da. Uma reflexão sobre a utilização das redes sociais como forma de auxílio à atuação da Polícia Comunitária. *Revista Ordem Pública*, Florianópolis, v. 8, n. 2, jul./dez., 2015.

BARROS, Samuel Anderson Rocha. Deliberação pública online: esferas conversacionais ao redor de conteúdos de três jornais brasileiros. 2013.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**: uma defesa das regras do jogo. Trad. Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

BRAGA, A. **Técnica etnográfica aplicada à comunicação online**: uma discussão metodológica. *UNIrevista*, v.1, n.3, p.1-11, jul. 2006.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. In: *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 18 nov. 2011.

_____. Aviso! Fique atento a fraudes e informações falsas. Disponível em <
<https://www.gov.br/pt-br/temas/aviso-fraudes-e-informacoes-falsas>> Acesso em: 30 de out. 2020.

_____. MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO. *Estratégia de Governança Digital da Administração Pública Federal*. Brasília: MP, 2016.

_____. MINISTÉRIO DA SAÚDE. Saúde sem Fake News. Disponível em <
https://antigo.saude.gov.br/fakenews/?readmore_limit=200&show_subcategory_content=-1> Acesso em: 30 de out. 2020.

_____. SENADO FEDERAL. Senado aprova projeto de combate a notícias falsas; texto vai à Câmara. Disponível em
 <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/06/30/aprovado-projeto-de-combate-a-noticias-falsas>> Acesso em: 30 de out.2020.

_____. SENADO FEDERAL. Fake News. Disponível em: <
<https://www12.senado.leg.br/noticias/tags/Fake%20news>> Acesso em: 30 de out. 2020.

_____. SENADO FEDERAL. Cuidado as Fakes News podem prejudicar o combate ao Covid-19. Twitter, usuário @senadofederal. Disponível em: <
<https://twitter.com/SenadoFederal/status/1246407168129204224/photo/1>> Acesso em: 30 de out. 2020.

_____. SENADO FEDERAL. 7 pontos para checagem da informação se uma notícia é verdadeira ou falsa. Twitter, usuário @senadofederal. Disponível em: <<https://twitter.com/SenadoFederal/status/1278297302948438018/photo/1>> Acesso em: 30 de out. 2020.

BRUGNAGO, Fabrício; CHAIA, Vera. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. **Aurora: revista de arte, mídia e política** v. 7, n. 21, p. 99–129, 2015.

CAVALCANTI, Maria Patrícia Pereira et al. Webquest: uma proposta metodológica para as aulas de língua portuguesa. 2016.

CAVALLI, Tassia Teixeira de Freitas Bianco E. Redes sociais e a democracia digital como mito: da big data aos infoexcluídos. 2021.

CGI. **TIC DOMICÍLIOS Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros**. 2018.

CHUN, Soon A.; LUNA-REYES, Luis F. Social media in government. **Government Information Quarterly**, v. 29, n. 4, p. 441-445, 2012.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **TIC domicílios: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros 2018**. São Paulo, 2019.

CONDE, C. A.G. F. Desinformação: qualidade da informação compartilhada em mídias sociais. **Dissertação Mestrado**. Universidade Estadual de Londrina. Londrina, 2018.

COOKE, Nicole A. Posttruth, truthiness, and alternative facts: Information behavior and critical information consumption for a new age. **The library quarterly**, v. 87, n. 3, p. 211-221, 2017.

CORRÊA. G. C. P. Democracia Digital: uma análise da percepção sobre a digitalização das práticas democráticas em Porto Alegre (RS). **Tese de Doutorado**. UFRGS. Porto Alegre. 2014.

COSTA, Luciana Miranda; DA NÓBREGA, Lizete Barbosa; MAIA, Carolina Toscano. Combate à Desinformação na Pandemia da Covid-19. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 23, n. 1, p. 162-177.

DE ARAUJO, Fábio Francisco. **Significados do Lazer na Terceira Idade: Um Estudo Interpretativo de Grupos de Seresta e Dança de Salão**. 2015. Tese de Doutorado. PUC-Rio.

DE FARIA, Julian Affonso; MAGALHÃES, Cláudio Márcio. O Capitalismo de Vigilância e a Política da Desinformação. **Interações: Sociedade e as novas modernidades**, n. 40, p. 60-79, 2021.

DE PAULA, Nic; DINCELLIA, Ersin; HARRISON, Teresa M. Toward a typology of government social media communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation. **Government Information Quarterly**. 2017.

DE SOUSA JÚNIOR, João Henriques et al. Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. **Cadernos de Prospecção**, v. 13, n. 2 COVID-19, p. 331-331, 2020.

DIAS, Edgar José Perreira; COSTA, Everaldo Marcelo Souza da; ARRUDA FILHO, Emílio Jose Montero. Comportamento do Consumidor no Setor Educacional: Predição de Uso de Novas Tecnologias. **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 20, 2019.

DRISS, O. B. MELLOULI, S. TRABELSI, Z. From citizens to government policy-makers: Social media data analysis. **Government Information Quarterly**. 2019.

DZIEKANIAK. G. V. Método para inclusão de conhecimento presente em Mídias Sociais no aprimoramento de plataformas de Governo Eletrônico. **Tese de Doutorado. Florianópolis**.2012.

EOM, S. J.; HWANG, H.; KIM, J. H. Can social media increase government responsiveness? A case study of Seoul, Korea. **Government Information Quarterly**. 2017.

FABEN, Alexandre. Esteves, F., & Sampaio, G.(2020). Viral: A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação [e-book]. Ed. Desassossego. 157 p. ISBN 9789898892836. **Boletim do Arquivo da Universidade de Coimbra**, n. extra 1, p. 165-168, 2022.

FLEURY, Yasmim Alves et al. Movimentos em rede: a internet como ferramenta para manifestações sociais. 2015.

FURTADO, Renata Lira; ALCARÁ, Adriana Rosecler. Modelos de comportamento informacional: uma análise de suas características. **SEMINÁRIO CIENTÍFICO ARQUIVOLOGIA BIBLIOTECONOMIA**, v. 4, p. 1-10, 2015.

GAO, X.; LEE, J. E-government services and social media adoption: Experience of small local governments in Nebraska state. **Government Information Quarterly**.2017.

GENESINI, S. A Pós-Verdade é uma notícia falsa. **Revista USP**. São Paulo.2018.

GERHARDT, Tatiana E.; SILVEIRA, Denise, T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - São Paulo: Atlas, 2002.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, v. 35, p. 20-29, 1995.

GOMES. W. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. 2005.

_____. Democracia Digital: Que democracia? Researchgate.2010.

GOVERNO DO BRASIL. **O que é transformação digital**. 2019. Disponível em < <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/transformacao-digital/o-que-e>> Acesso em 22 de abr. 2020.

_____. Órgãos do Governo. 2020. Disponível em < <https://www.gov.br/pt-br/orgaos-do-governo>> Acesso em 15 de jul. 2020.

_____. O Estatuto da Criança e do Adolescente completa 30 anos. Facebook, usuário: governo do brasil. Disponível em <<https://www.facebook.com/governodobrasil/photos/a.1897740513813774/2670042249916926>> Acesso em 15 de jul. 2020.

_____. Apenas ALGUMAS das muitas ações. Facebook, usuário: governo do brasil. Disponível em < <https://www.facebook.com/governodobrasil/videos/741193593283850>> Acesso em 30 de out. 2020.

GRAHAM, M. W.; AVERY, E. J.; PARK, S. The role of social media in local government crisis communications. **Public Relations Review**. 2015.

GROSSELLI, G. Ciberdemocracia: (Re)pensar a Democracia Representativa a partir das Redes Sociais Virtuais. **Dissertação de Mestrado**. Florianópolis. 2012.

GRUZD, A.; LANNIGAN, J.; QUIGLEY, K. Examining government cross-platform engagement in social media: Instagram vs Twitter and the big lift project. **Government Information Quarterly**. 2018.

GUNAWONG, P. Open Government and Social Media: A Focus on Transparency. **Social Science Computer Review**. 2014.

HABERMAS, Jürgen. Três modelos normativos de democracia. **Lua Nova (online)**. 1995.

HONG, S.; KIM, S. H. Political polarization on twitter: Implications for the use of social media in digital governments. **Government Information Quarterly**. 2016.

JANSSEN, D.; KIES, R. Online forums and deliberative democracy: hypotheses, variables and methodologies. In: CONFERENCE EMPIRICAL APPROACHES TO DELIBERATIVE POLITIC. 2004, Florence. Anais... Florence: European University Institute, 2004.

JENSEN, Jakob Lina. Internet Public Spheres: Anarchic or Government-Sponsored – A Comparison. **Scandinavian Political Studies**, v. 26, no. 4, p. 349-374, 2003.

JOHNSON, Thomas J.; KAYE, Barbara K. Reasons to believe: Influence of credibility on motivations for using social networks. **Computers in human behavior**, v. 50, p. 544-555, 2015.

JUNIOR, J. H. S. ET. AL. Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. **Cadernos de Prospecção** – Salvador, v. 13, n. 2, Edição Especial, p. 331-346, abril, 2020.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business horizons**, 2010.

KIETZMANN, J. H., et. at. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. **Business horizons**. 2011.

KIM, S. K.; PARK, M. J. RHO, J. J. Effect of the Government's Use of Social Media on the Reliability of the Government: Focus on Twitter. **Public Management Review**. 2015.

KOZIKOSKI JUNIOR, Antonio Claudio. Democracia virtual: reprogramando o espaço público e a cidadania.

KOZINETS, R. V. **Netnografia [recurso eletrônico]: realizando pesquisa etnográfica**. Porto Alegre: Penso, 2014.

KOZINETS, Robert V. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. **Journal of marketing research**, v. 39, n. 1, p. 61-72, 2002.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Penso Editora, 2014.

LECKIE, Gloria J.; PETTIGREW, Karen E.; SYLVAIN, Christian. Modeling the information seeking of professionals: A general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers. **The Library Quarterly**, v. 66, n. 2, p. 161-193, 1996.

LEITE, L. R. T.; MATTOS, J. C. Zumbificação da Informação: a desinformação e o caos informacional. **XXVII Congresso brasileiro de biblioteconomia, documentação e ciência da informação**. 2017.

LOPES, Elaine Cristina; VALENTIM, Marta Lúcia Pomim; FADEL, Bárbara. Efeitos da cultura organizacional no desenvolvimento dos modelos de governança corporativa. **Revista Famecos**, v. 21, n. 1, p. 268-286, 2014.

LOURENÇO, Alexandre. Fake news: só mais uma enxugada de gelo. **BIS. Boletim do Instituto de Saúde**, v. 21, n. 1, p. 31-37, 2020.

MAIA, Rousiley; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida (Ed.). **Internet e participação política no Brasil**. Editora Sulina, 2011.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. Aspectos teórico-metodológicos do processo comunicativo de deliberação online. **Revista Brasileira de Ciência Política**, p. 19-40, 2011.

- MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; SAMPAIO, Rafael Cardoso; MAIA, Rousiley Celi Moreira. Deliberações ampliadas ou apresentadas: perspectivas de integração. 2011.
- MARTÍNEZ-SILVEIRA, Martha; ODDONE, Nanci. Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos. **Ciência da informação**, v. 36, p. 118-127, 2007.
- MEDAGLIA, R. ZHU, D. Public deliberation on government-managed social media: A study on Weibo. *Government Information Quarterly*. 2017.
- MEDAGLIA, R.; ZHENG, L. Mapping government social media research and moving it forward: A framework and a research agenda. *Government Information Quarterly*. 2017.
- MEIJER, Albert; THAENS, Marcel. Social media strategies: understanding the differences between North American police departments. **Government Information Quarterly**, 2013.
- MENDOÇA, Ricardo Fabrino; PEREIRA, Marcus Abílio. Democracia digital y deliberación en línea: un estudio de caso sobre Votenaweb. **Revista Latinoamericana de Opinión Pública**, v. 2, p. 109-157, 2011.
- MERGEL, Ines. A framework for interpreting social media interactions in the public sector. **Government Information Quarterly**, 2013.
- _____. Designing Social Media Strategies and Policies. *Handbook of Public Administration*. 2015.
- MIGUEL, Luis Felipe. Teoria democrática atual: esboço de mapeamento. **BIB-Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, n. 59, p. 5-49, 2005.
- MIGUEL, F. M. Teoria Democrática Atual: Esboço de Mapeamento. **Revista brasileira de informação bibliográfica em ciências sociais**. São Paulo. 2005.
- MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO. **Estratégia de Governança Digital: Transformação Digital – cidadania e governo**. Brasília: MP, 2018.
- MOREIRA, C. R.; BUSS, L. O. PALERMO, M. P. Ciberdemocracia e a utilização de ferramentas virtuais para ampliação da participação popular nos governos: análise do canal virtual e-democracia. **4º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade**. 2017.
- NASSIF, M. E. Informação, crença e decisão: perspectiva de pesquisa de um vértice do comportamento gerencial. **Palavra Clave, La Plata**. 2017.
- NETTO et. al. O Que se Deve Levar em Conta ao Realizar Análises de Consumo por Meio de Publicações no Facebook? **BBR, Braz. Bus. Rev.** Vitória- ES, 2016.

NIFFINEGGER, Rogerio. **Estabilidade emocional, atribuição de causalidade e dissonância cognitiva**. 1984. Tese de Doutorado.

OLIVEIRA, Daniel José Silva et. al. A aplicação da técnica de análise de sentimento em mídias sociais como instrumento para as práticas da gestão social em nível governamental. **RAP, Revista de Administração Pública**. 2017.

OUIRDI, M. E., EL OUIRDI, A., SEGERS, J., & HENDERICKX, E. Social media conceptualization and taxonomy: A Lasswellian framework. **Journal of Creative Communications**, 2014.

PAPACHARISSI, Zizi. Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. **New media & society**, v. 6, n. 2, p. 259-283, 2004.

PARK, M. J. ET.AL. Policy role of social media in developing public.

PECHARKI. J. Gazeta do Povo, Jornal.Governadores tentam firmar pacto por medidas restritivas em todo o país; Bolsonaro recusa. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/republica/governadores-pacto-medidas-restritivas-covi/>> Acesso em 28 de ago. 2022.

PELLIZZARI, Bruno Henrique Miniuchi; BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. Bolhas Sociais e seus efeitos na Sociedade da Informação: ditadura do algoritmo e entropia na Internet. **Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias**, v. 5, n. 2, p. 57-73, 2019.

PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, JCS. A netnografia como método de estudo do comportamento em ambientes digitais. **Anais do III Simpósio Internacional Interdisciplinar em Cultura e Sociedade**. São Luís: EDUFMA, p. 1-10, 2019.

PICAZO-VELA, S; HADDAD, Marilu F.; LUNA-REYE Luis F. IT's alive!! Social Media to Promote Public Health. **The Proceedings of the 14th Annual International Conference on Digital Government Research**. 2013.

PIMENTA, M. S., CANABARRO, D. R. Org. **Governança Digital**. Porto Alegre: UFRGS/CEGOV, 2014.

POLIVANOV, Beatriz Brandão. Identidades na contemporaneidade: uma reflexão sobre performances em sites de redes sociais. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação, São Paulo**, n. 8, p. 103-119, 2019.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

PROJETO COMPROVA. **Política Estadão, Jornal**. Vídeo engana sobre empréstimo do BNDES no governo Lula. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/lula-716-bilhoes-bndes-alvarodias/>> Acesso em 30, set. 2022.

RAMALHO, Waldo Almeida. O combate às fake news no Brasil: Um estudo sobre a checagem de fatos. 2018.

RICHARDSON, R. J.; **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 2011.
ROCHA, Ana Raquel Coelho; DA ROCHA, Angela. Observação participante aplicada a pesquisas em marketing sobre turismo e lazer. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 13, n. 3, 2013.

ROTHBERG, D. Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica. **Opinião Pública**, Campinas, 2008.

SALA, M. O papel das redes sociais no contexto atual de Pós-Verdade. **Dissertação de Mestrado**. São Paulo. 2019.

SAMPAIO, M. A. da C. L.F. Cidades Digitais e Governo Eletrônico na Segurança Pública: A E-participação na construção da cidadania digital no Brasil. **Tese de Doutorado**. Salvador Bahia. 2016.

SANTANA, Gislane Pereira; SIMEÃO, Elmira Luiza Melo Soares. Notícias falsas: origens, meios de disseminação, contextos e enfrentamento. 2019.

SANTOS, P. M. Framework de apoio à Democracia Eletrônica em portais de Governo com base nas práticas de gestão do conhecimento. **Tese de Doutorado**. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2014.

SANTOS, Paloma Maria; BERNARDES, Marciele B.; MEZZAROBBA, Orides. Democracia eletrônica: desafios e perspectivas. **Encontros Internacionais do PROCAD**, 2009.

SASSETTI, Sara et al. Entrepreneurial cognition and socially situated approach: A systematic and bibliometric analysis. **Scientometrics**, v. 116, n. 3, p. 1675-1718, 2018.
SERRA JUNIOR, Gentil Cutrim; ROCHA, Lourdes de Maria Leitão Nunes. A Internet e os novos processos de articulação dos movimentos sociais. **Revista Katálysis**, v. 16, p. 205-213, 2013.

SHIRAZI, F.; NGWENYAMA, O. ICT expansion and the digital divide in democratic freedoms: An analysis of the impact of ICT expansion, education and ICT filtering on democracy. **Telematics and Informatics**. 2010.

SILVA, A. S. R. et. al. Mídias sociais na administração pública: um estudo sobre a utilização do Facebook pelos municípios do Recôncavo do estado da Bahia – Brasil. **Tourism & Management Studies**, 2015.

SILVA, E. L. da.; MENEZES, E.M, (Org). **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. rev. atual. – Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, F. de B. O regime de verdade das redes sociais on-line: pós-verdade e desinformação nas eleições presidenciais de 2018. **Dissertação de Mestrado**. UFRJ. Rio de Janeiro. 2019.

SILVA, Fernanda de Barros da et al. O regime de verdade das redes sociais on-line: pós-verdade e desinformação nas eleições presidenciais de 2018. 2019.

SILVA, S DE A. Desvelando a Netnografia: um guia teórico e prático. **Intercom – RBCC**, São Paulo. 2015.

SOUSA, Marcelo Igor de et al. Cidadania, participação e deliberação online: Um estudo de caso dos sites e-Democracia e Votenaweb. 2012.

SOUSA, A. M.; ROSA, L. P. Fake news na ciência: contribuição teórica para o universo conceitual da informação, desinformação e hiperinformação. **Revista Scientiarum Historia**. 2019.

SOUZA, Rosália Beber de. Mais Brasil para Mais Brasileiros: campanha ou marketing político? Um estudo discursivo crítico. 2012.

SUBIRATS, Joan. **Otra sociedad, otra política? De “no nos representan” a la democracia de lo común**. Barcelon: Icaria Editorial 2011.

SUNDAR, S. Shyam; MOLINA, Maria D.; CHO, Eugene. Seeing is believing: Is video modality more powerful in spreading fake news via online messaging apps?. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 26, n. 6, p. 301-319, 2021.

TAKAHASHI, T. **Sociedade da Informação no Brasil Livro Verde**. Brasília Ministério da Ciência e Tecnologia. 2000.

UFT. Ministério da Educação. **O que é uma manifestação?** Disponível em: <<https://ww2.uft.edu.br/index.php/perguntas-frequentes/184-faq-ouvidoria/17154-o-que-e-uma-manifestacao>> Acesso em: 29 set. 2022.

VEDEL, T. L’idee De Democratie Electronique Origines, Visions, Questions. Paru dans Le désenchantement démocratique, sous la direction de Pascal Perrineau, La Tour d’Aigues, , **Editions de l’Aube** p. 243-266,2003.

VIANA, Arthur Walber; MORIGI, Valdir Jose. Redes de desejos consonantes: a possibilidade da polifasia cognitiva na era da pós-verdade. *Ânimus: revista interamericana de comunicação midiática [recurso eletrônico]*. Santa Maria, RS. Vol. 17, n. 35 (2018), p. 1-18, 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. 2017.

WILSON, Thomas D. Models in information behavior research. *Journal of Documentation*, v. 55, n 3, p. 249-270, June,1999.