

AS FAKE NEWS E AS REDES SOCIAIS: IMPACTOS SOBRE AS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE LUZIÂNIA

Miguel Ângelo Pinheiro Fernandes IC

Camila de Vasconcelos Tabares PQ

PIBIC-AF

Câmpus Luziânia

* *camila.vasconcelos@ifg.edu.br*

Palavras Chave: Fake News, Eleições, Valores Políticos, Democracia.

Introdução

As Fake News são fenômenos relativamente bem conhecidos no contexto eleitoral, contudo a popularização das redes sociais ampliou sua disseminação. Essas notícias falsas têm o seu conteúdo atrelado a desinformação e são utilizadas para depreciar e assediar pessoas e instituições (GRINBERG et al, 2019). Possivelmente, os valores individuais de cada um são cruciais para que as pessoas tomem esse tipo de notícia como verdadeira (OKADO e RIBEIRO, 2017). Tais valores são influenciados pelos padrões culturais presentes na cultura política dos brasileiros, como patrimonialismo, coronelismo e clientelismo (CARVALHO, 1997). Ademais, esses valores políticos podem impactar gerando assim um senso crítico nos eleitores e a estabilidade das democracias (DALTON, 2015;).

Metodologia

Foi utilizado a metodologia quantitativa, com análise de dados junto aos eleitores de Luziânia de pesquisa realizada em 2020 (TABARES e FERREIRA, 2020).

Resultados e Discussão

A pesquisa identificou que Luziânia possui eleitores que tendem a ter mais valores Autoritários quando estes são da religião evangélica e Católica.

Gráfico 1. Religião X Valores Democráticos e Autoritários



Fonte: Elaboração própria com dados da “Pesquisa sobre Comportamento Político, Redes Sociais e Fake News com eleitores de Luziânia”. (n = 248) $q < 0,05$

Já com relação com às Fake News, a religião Católica demonstrou-se menos preocupada com a

disseminação de Fake News, comparadas as outras religiões analisadas.

Tabela 2. Religião X Depois de descobrir que alguém postou uma Fake News sobre política, você.



Fonte: Elaboração própria com dados da “Pesquisa sobre Comportamento Político, Redes Sociais e Fake News com eleitores de Luziânia”. (n = 244) $q < 0,05$

Já com relação ao que os entrevistados entendem pelo conceito de Fake News, verificou-se, que 59,2% conceituam Fake News como notícias falsas, mentiras (21,2%), manipulação da informação (7,8%), crime (1,6%) e outras definições (7,8%).

Conclusões

A percepção das pessoas sobre o efeito negativo que as Fake News desenvolvem em uma sociedade, levando em consideração a pesquisa realizada na cidade de Luziânia, foi constatado que há os eleitores tendem a estar mais atentos no combate e na identificação das Fake News. Essa pesquisa avalia que os valores políticos e religiosos das pessoas estão diretamente ligados, ao meio onde vivem, e que a religião professada tendência na percepção que sobre seus valores democráticos.

Agradecimentos

Ao IFG e ao CNPQ que viabilizaram a pesquisa.

CARVALHO, José Murilo de. Mandonismo, coronelismo, clientelismo: uma discussão conceitual. Dados, v. 40, n. 2, 1997.

DALTON, Russell J. The good citizen: How a younger generation is reshaping American politics. CQ press, 2015.

GRINBERG, Nir et al. Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election. Science, v. 363, n. 6425, p. 374-378, 2019.

OKADO, Lucas Toshiaki Archangelo; RIBEIRO, Ednaldo Aparecido. Mudança de valores em países latino-americanos: comparando os índices de pós-materialismo e valores emancipatórios. Revista Brasileira de Ciência Política, p. 7-48, 2017.

TABARES, Camila de. FERREIRA, Manoel A. S. Redes Sociais e Fake News: Influência sobre o Processo Eleitoral de 2018. Relatório IC - IFG - 2020.