

POLÍTICO 2.0 E A VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19: UMA ANÁLISE DE SENTIMENTO DOS DADOS COMPARTILHADOS PELOS POLÍTICOS BRASILEIROS MAIS INFLUENTES NAS REDES SOCIAIS

Joseph Alef Santos Barros
Esdras Lins Bispo Jr
Robson Gonçalves Fechine Feitosa
Márcio Renato Teixeira Benevides
Guilherme Álvaro R. M. Esmeraldo

As ferramentas tecnológicas da Web 2.0 favorecem o compartilhamento de informações e a inteligência coletiva, permitindo que usuários se conectem e troquem informações e opiniões em tempo real em qualquer lugar, e sobre diversos assuntos. Nesse contexto surgem diversos trabalhos com intuito de identificar os participantes nesse novo ambiente virtual e como utilizam o conceito do 'Político 2.0' que faz uso do mesmo para se promover fora dos meios tradicionais de comunicação. Nesse sentido, esse político expõe sua opinião, compartilha notícias sobre diversos assuntos 24 horas por dia para seu eleitorado em suas redes sociais. Diante desse cenário, este trabalho teve como finalidade elucidar o funcionamento dessas ferramentas tecnológicas e descrever como o conceito do 'Político 2.0' lança mão dessas ferramentas expondo seus ideais nesse ambiente virtual. Em seguida, foram aplicadas técnicas de mineração de dados em dados originados do Twitter, com o objetivo de identificar qual o sentimento mais compartilhado pelos políticos brasileiros mais influentes nas redes sociais a respeito da vacinação da COVID-19. Desta forma, para alcançar esse objetivo, foram processados e analisados 64 Tweets relacionados a COVID-19 em seguida filtrados para 19 Tweets que continham a palavra 'vacinação', utilizando técnicas de Análise de Sentimentos baseada em Dicionários Léxicos. O resultado obtido foi a predominância do sentimento negativo nos dados analisados.

Palavras-chave: Redes sociais. Político 2.0. Análise de sentimentos. Dicionário léxico.

Referências

- CASTELLANOS, R. M. G.; MARÍN, M. O.; MONTIEL, L. H. C. Tecnologías de la comunicación y política 2.0. Espacios Públicos, v.14, n.30, p.72-84, 2011. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934006>. Acesso em: 28 maio 2022.
- DOMÍNGUEZ, Caldevilla. Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 3; 31 48, 2010. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/download/PEPU0909220031A/15218>. Acesso em: 28 maio 2022
- DOMÍNGUEZ, Caldevilla. Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 3; 31 48, 2010. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/download/PEPU0909220031A/15218>. Acesso em: 28 maio 2022
- GOMES, Pessanha. #Fiqueemcasa: Análise de sentimento dos usuários do twitter em relação ao covid-19. HOLOS, [S. l.], v. 5, p. 1-20, 2020. DOI: 10.15628/holos.2020.11147. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/11147>. Acesso em: 01 maio. 2022.