

# **O PAPEL DO TWITTER NA DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES E SUA INFLUÊNCIA NA PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES DO TURNO VESPERTINO DO CENTRO DE CIÊNCIAS SÓCIO-ORGANIZACIONAIS E DO PRÉ-VESTIBULAR DESAFIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS NO PERÍODO ELEITORAL PRESIDENCIAL DE 2022**

AMYRA YASMIM CABREIRA PIRES<sup>1</sup>; GABRIELI REHBEIN DE VASCONCELOS<sup>2</sup>;  
FABIANO MILANO FRITZEN<sup>3</sup>

*Universidade Federal de Pelotas – [amyra.cp@gmail.com](mailto:amyra.cp@gmail.com)*

*Universidade Federal de Pelotas – [gabrieli.graduacao@gmail.com](mailto:gabrieli.graduacao@gmail.com)*

*Universidade Federal de Pelotas – [fmfritzen@gmail.com](mailto:fmfritzen@gmail.com)*

## **1. INTRODUÇÃO**

As redes sociais trouxeram consigo uma nova forma de disseminar informações e desinformações e de formar opiniões públicas diversas. Entre essas plataformas, o Twitter se destaca como uma ferramenta poderosa e capaz de alcançar um grande público e, consequentemente, desempenhar um papel significativo na disseminação de informações ligadas aos eventos políticos.

No ano de 2022 o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e a rede social Twitter firmaram um memorando de entendimento virtualmente, via Youtube no canal do TSE para a coordenação de esforço ao combate à disseminação de desinformações no processo eleitoral de 2022 (TSE, 2022a).

Com base nisso, a presente pesquisa tem como temática o Twitter e seu papel na comunicação política e se delimita pela percepção dos estudantes do turno vespertino do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais (CCSO) e do Pré-vestibular Desafio da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) sobre o papel do Twitter na disseminação de informações durante o período eleitoral presidencial de 2022.

A pergunta de pesquisa que orienta o estudo é: qual a percepção dos estudantes do turno vespertino do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais (CCSO) e do Pré-vestibular Desafio da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) sobre o papel do Twitter na disseminação de informações durante o período eleitoral presidencial de 2022?

O objetivo geral é analisar a percepção dos estudantes do turno vespertino do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais (CCSO) e do Pré-vestibular Desafio da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) sobre o papel do Twitter na disseminação de informações durante o período eleitoral presidencial de 2022.

Ao explorar a relação existente entre o Twitter e a percepção dos estudantes, considera-se o contexto específico do período eleitoral presidencial de 2022, momento este em que a plataforma se torna um importante meio de divulgação e propostas que são utilizadas e disseminadas de forma estratégica para influenciar diretamente na eleição.

Essa pesquisa é importante para analisar a influência do Twitter na percepção dos estudantes do turno vespertino do CCSO-UFPEL e do Pré-vestibular Desafio sobre a disseminação de informações no período eleitoral presidencial de 2022.

## **2. METODOLOGIA**

O paradigma adotado para a presente pesquisa se configura como qualitativo, e tem como referência os alunos do turno vespertino do Centro de Ciências

Sócio-Organizacionais da Universidade Federal de Pelotas e do Pré-vestibular Desafio.

Desse modo, em relação ao objetivo a pesquisa se classifica como exploratória. Diante disso, a pesquisa procura compreender a percepção dos estudantes que participam da pesquisa, portanto, adotando o procedimento técnico do levantamento. Por realizar-se com alunos do CCSO-UFPEL e do Pré-vestibular Desafio, caracteriza-se como pesquisa de campo.

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado com 9 perguntas, relacionadas a informações demográficas e ao uso da rede social Twitter. Ao total, foram respondidos 74 questionários, no dia 24/08/2023.

A coleta de dados foi realizada de forma presencial no turno vespertino do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais (CCSO) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Diante disto, a seguir será feita a análise dos dados coletados.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Twitter é uma rede social fundada em 21 de março de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass. O objetivo da plataforma é o compartilhamento de informações e isso é feito por meio de frases, mas também existe a possibilidade de compartilhamento de fotos e vídeos (MEIO & MENSAGEM, 2022). A rede social ganhou destaque como uma ferramenta para se manter atualizado sobre eventos ao redor do mundo, incluindo o cenário político.

A partir do questionário aplicado, dentre os 74 estudantes que responderam, 36,49% eram do 1º semestre do curso de Gestão Pública; 14,86% do 3º semestre do curso de Gestão Pública; 18,92% do 3º semestre do curso de Administração; e 29,73% do Desafio Pré-vestibular UFPEL.

Além disso, foi computado que a faixa etária desses estudantes é de 1,35% abaixo de 18 anos; 74,32% entre 18 e 23 anos; 9,46% entre 24 e 30 anos; 6,76% entre 31 e 40 anos; e 8,11% entre 41 e 54 anos. Em relação ao gênero, 60,81% são mulheres e 39,19% são homens.

No que diz respeito à situação de trabalho dos estudantes, 13,51% estão trabalhando com vínculo empregatício; 10,81% estão em algum trabalho temporário (biscates); 4,05% trabalham de forma autônoma; 4,05% trabalham de maneira informal; 6,76% estão fazendo estágio; 31,08% estão desempregados; 18,92% nunca trabalharam; 4,05% nunca trabalharam com vínculo empregatício; 4,05% na parte “outros” indicaram estudante; 1,35% na parte “outros” indicaram Bolsa de Desenvolvimento Estudantil; 1,35% na parte “outros” colocaram BPC (Benefício de Prestação Continuada).

Em relação a possuir uma conta ativa no Twitter, 71,62% dos estudantes responderam que sim e 28,38% responderam que não. Sobre a frequência da utilização do Twitter para se informar sobre assuntos políticos, 22,64% responderam muito frequentemente; 20,75% frequentemente; 26,42% eventualmente; 22,64% raramente; 5,66% nunca e 1,88% não responderam. A partir da afirmação “O Twitter é uma plataforma eficaz para disseminar informações políticas”, 9,43% responderam que concordam totalmente; 49,06% concordam; 30,19% não concordam nem discordam; 3,77% discordam; 5,66% discordam totalmente e 1,88% não responderam.

No questionamento se os estudantes acreditavam nas informações que encontravam no Twitter influenciavam as suas opiniões políticas, 47,17% responderam que sim e 52,83% disseram que não. Durante o período eleitoral de

2022, 20,75% responderam que sim, mudaram de opinião sobre algum candidato ou questão política com base nas informações que encontraram no Twitter; 77,36% responderam que não e 1,88% não responderam.

Com base nisso, pode-se observar, entre os respondentes, a predominância de jovens entre 18 e 23 anos, o que é relevante, pois se trata de uma faixa etária altamente envolvida em plataformas de mídia social como o Twitter, além da grande frequência na utilização ativa da rede social, sendo 43,39% utilizando a plataforma muito frequentemente ou frequentemente, refletindo o papel contínuo das redes sociais na formação de perspectivas políticas. Em junho de 2013, as manifestações no Brasil, lideradas por grupos de jovens, desempenharam um papel fundamental na redefinição das lutas sociais. Em sua análise, Gohn (2018, p. 129) observou que “as lutas e movimentos pela educação são antigos”, visto que a atuação dos jovens em seus protestos políticos vem se fortalecendo cada vez mais ao longo dos anos.

Pode se analisar que, apesar da maioria (77,36%) ter relatado que não mudou de opinião sobre algum candidato durante o período eleitoral de 2022, 47,17% acredita que o Twitter influencia nas suas opiniões políticas, o que sugere que o Twitter ainda exerce algum impacto nas percepções políticas desses estudantes.

Além disso, vale ressaltar que 20,75% dos estudantes responderam que modificaram sua opinião por informações encontradas no Twitter, se compararmos esses números com a eleição presidencial do ano de 2022 que obteve uma diferença entre os candidatos no 2º turno de 1,8% (TSE, 2022b) do montante dos votos, pode-se concluir que a rede pode influenciar diretamente nos resultados de uma eleição, fazendo com que a plataforma se torne de extrema importância para a política.

Em uma pesquisa realizada pelo Instituto DataSenado em 2019, foi feita uma análise em relação às eleições de 2018, em que foi computado que 45% dos entrevistados afirmaram ter decidido seu voto levando em consideração informações vistas nas redes sociais. Segundo Baptista (2018):

O público jovem usa mais as redes sociais e também dá mais valor a informações nesses meios para sua decisão de voto. O percentual de entrevistados que responderam que decidiram algum voto com base em informações vistas em alguma rede social é maior entre pessoas na faixa dos 16 a 29 anos; 51% dos entrevistados desse grupo responderam que levaram as redes sociais em consideração na hora de escolher seu candidato.

É interessante comparar os resultados dessa pesquisa com dados do Instituto DataSenado, pois isso sugere uma tendência consistente de influência das redes sociais nas escolhas políticas, especialmente entre os jovens. É notável que o Twitter continua sendo uma plataforma importante na formação das opiniões políticas dos estudantes, especialmente os jovens.

Há algum tempo, o atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) retrata que uma de suas ideias é a regulação da mídia. A proposta divide opiniões, pois algumas pessoas entendem regulação como censura, porém, é importante ressaltar que a ideia de regular a mídia nada mais é do que combater as fake News e as desinformações relacionadas às políticas públicas instituídas no país. Em uma nota enviada à Gazeta do Povo, a Advocacia Geral da União relatou que sob nenhuma hipótese “cerceará opiniões, críticas ou atuará contrariamente às liberdades públicas consagradas na Constituição Federal”. O órgão ainda definiu desinformação como:

Fatos inverídicos ou supostamente descontextualizados levados ao conhecimento público de maneira voluntária com objetivo de prejudicar a adequada execução das políticas públicas, com real prejuízo à sociedade (DESIDERI, 2023).

A definição da Advocacia Geral da União sobre desinformação destaca a necessidade de lidar com informações falsas que possam prejudicar a execução das políticas públicas. Encontrar um equilíbrio entre a liberdade de expressão e a responsabilidade da mídia na disseminação de informações precisas é desafiador, mas essencial para garantir uma sociedade bem-informada e democrática (DESIDERI, 2023).

#### 4. CONCLUSÕES

Pode-se concluir que a frequência com que o público do CCSO-UFPEl e do Pré-Vestibular Desafio utilizam o Twitter é majoritariamente muito frequente ou frequente, sendo 43,39% dos respondentes. Isso demonstra a utilização ativa da rede social equivalente a 71,62% dos estudantes. Além disso, observou-se o impacto nas perspectivas dos estudantes em relação à disseminação das informações no Twitter, visto que, 20,75% responderam que mudaram sua opinião diante de algum candidato devido a informações encontradas no Twitter.

Portanto, a presente pesquisa avaliou que o Twitter desempenhou um papel significativo na formação das opiniões políticas dos estudantes do CCSO-UFPEl e do Pré-Vestibular Desafio durante o período eleitoral presidencial de 2022, esses resultados refletem na grande relevância das redes sociais, como o Twitter, de modo que, as informações políticas disseminadas nas plataformas se destacam pela sua capacidade de impactar diretamente as percepções e escolhas políticas.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAPTISTA, Rodrigo. **Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado**. Agência Senado. Brasília. 2019. Disponível em: <https://tinyurl.com/4u7f8wmm>. Acesso em: 04 de set. 2023.

DESIDERI, Leonardo. **Regulação da mídia de Lula, turbinada pelo “Ministério da Verdade”, ameaça conservadores**. Gazeta do Povo. Brasília. 2023. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/regulacao-da-midia-de-lula-turbinada-pelo-ministerio-da-verdade-ameaca-conservadores/>. Acesso em: 11 de set. 2023.

GOHN, Maria da Glória. **JOVENS NA POLÍTICA NA ATUALIDADE – uma nova cultura de participação**. 2018.

MEIO & MENSAGEM. **História do Twitter: da origem da rede social até a compra por Elon Musk**. 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/historia-do-twitter>. Acesso em: 29 de ago. 2023.

TSE. **ELEIÇÕES 2022: TSE e Twitter firmam parceria para combate à desinformação**. 2022a. Disponível em: <https://tinyurl.com/mryfnxm>. Acesso em: 28 de ago. 2023.

TSE. **Justiça Eleitoral Brasil**. 2022b. Disponível em: <https://resultados.tse.jus.br/oficial/app/index.html#/eleicao/resultados>. Acesso em: 11 de set. 2023.