

Luiz Carlos do Carmo Fernandes

O TWITTER NAS CAMPANHAS
ELEITORAIS: novos desafios
para os atores políticos

Editora CRV
Curitiba – Brasil
2019

SUMÁRIO

PREFÁCIO	13
<i>Sivaldo Pereira da Silva</i>	
1 INTRODUÇÃO	15
2 DEMOCRACIA, ESTRATÉGIAS POLÍTICAS E CAMPANHAS ELEITORAIS	19
3 E-CAMPANHA E REDES SOCIAIS	49
4 ATORES POLÍTICOS, ESTRATÉGIAS E CAMPANHAS ELEITORAIS EM GOIÁS	69
5 METODOLOGIAS USADAS PARA ANALISAR O USO POLÍTICO DO TWITTER NAS CAMPANHAS ELEITORAIS DE 2010 A 2018	81
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	121
POSFÁCIO	127
REFERÊNCIAS	129

APÊNDICES

APÊNDICE A QUESTIONÁRIO PARA AVALIAR UTILIZAÇÃO DO TWITTER NO CAMPO POLÍTICO EM 2010	149
APÊNDICE B ROTEIRO PARA PESQUISA QUALITATIVA COM ESPECIALISTAS EM CAMPANHA ON-LINE	153
APÊNDICE C DICIONÁRIO DE VARIÁVEIS TUÍTES	155

APÊNDICE D	
DICIONÁRIO DE VARIÁVEIS ELEIÇÕES 2010-2018	157
APÊNDICE E	
DICIONÁRIO DE VARIÁVEIS ELEIÇÕES 1998-2008	159
APÊNDICE F	
TABELAS COM OS DADOS DA PESQUISA	161
APÊNDICE G	
LIVRO CÓDIGO	163