

41º Encontro Anual da ANPOCS

GT 17 - Mídias, Política e Eleições

“Modalidades e frequência de participação político-eleitoral nas eleições presidenciais de 2014 em Salvador”

Rosane (Soares) Santana

Modalidades e frequência de participação político-eleitoral nas eleições presidenciais de 2014 em Salvador

Rosane Santana¹

Resumo:

Este estudo investiga os tipos de participação política *on--line* e *off--line* mais frequentes, entre os eleitores de Salvador, na campanha presidencial de 2014. Foram examinadas onze modalidades de participação aplicadas em uma pesquisa de campo. As medidas de participação foram adaptadas do *American Nacional Elections Studies* (ANES) e *Youth & Participatory Politics Survey Project* (COHEN, Cathy J. et al.2012). Dessa forma, foi possível distinguir a prevalência ou não de formas de participação pré--internet, *off--line*, ou daquelas típicas do universo *on--line*, no período enfocado. Os resultados comprovaram a tese do reforço, isto é, o uso das tecnologias digitais para reforçar a participação dos eleitores tradicionalmente engajados. Por outro lado, os dados empíricos também demonstraram que as ferramentas digitais ampliaram o repertório de atos participativos e o espaço de participação do eleitorado feminino com acesso à internet. O desenho amostral baseou-se nos dados “Estatísticas do Eleitorado 2014”, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), e na projeção da população de Salvador para o ano de 2015 (2.926.442 habitantes), do último Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (Lei Municipal nº 7.400/2008).

Democracia digital. Internet. Participação Política

Abstract:

This study investigates the most frequent types of on-line and off-line political participation among voters in Salvador in the 2014 presidential campaign. Eleven participatory modalities applied in a survey were examined. Participation measures were adapted from the American National Elections Studies (ANES) and Youth & Participatory Politics Survey Project (COHEN, Cathy J. et al.2012). Thus, it was possible to distinguish the prevalence or not of pre-internet forms of participation or those typical of the on-line universe, in the period focused. The results demonstrated the reinforcement thesis, that is, the use of digital technologies to reinforce the participation of traditionally engaged voters. On the other hand, the empirical data also showed that the digital tools expanded the repertoire of participatory acts and the space of participation of the female electorate with access to the internet. The sample design was based on the data "Electoral Statistics 2014" of the Superior Electoral Court (TSE), and the projection of the population of Salvador for the year 2015 (2,926,442 inhabitants), the last Urban Development Master Plan (Municipal Law No. 7,400 / 2008).

Digital Democracy. Internet. Political Participation

1.Introdução

Em 1998 Bruce Bimber afirmou que o impacto político completo da internet levaria algum tempo para se tornar aparente. Apenas uma década depois, as ferramentas da *web 2.0* operariam uma revolução no trabalho de informar, mobilizar eleitores e

¹ Doutoranda em Comunicação Política, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (PÓSCOM-UFBA). Fez estágio doutoral no programa de pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (PPGCP-UFPR), onde integra o Grupo de Pesquisa em Atores, Instituições e Tecnologias Digitais (GAIST).

arrecadar fundos para a primeira campanha presidencial de Barack Obama (2008) (GOMES E REIS, 2013; CASTELLS, 2009) - marco histórico no uso da internet em eleições nas democracias Ocidentais (CASTELLS, 2009; GOMES E REIS, 2013).

Daí em diante, as plataformas digitais de mídias sociais (Facebook, Twitter, Instagram etc) e *video-sharing websites* (ex. YouTube) não pararam de ganhar adeptos no mundo da política. Especialmente o Facebook, que registrou dois bilhões de usuários em junho de 2017 (<http://newsroom.fb.com/company-info/>), colocando em um mesmo *front* os principais atores das campanhas eleitorais – candidatos, eleitores e meios de comunicação - sem barreiras geográficas e limites de tempo (WESTLING, 2007).

O uso político de *sites* de relacionamento, como o Facebook, constitui-se em uma das formas mais avançadas de *web* participação (GOMES, 2011), as quais têm provocado variadas reações entre estudiosos da Ciência Política. Em um extremo, críticos acusam o caráter privatista e individualista da *web* participação (BARBER, 2006; VEDEL, 2006), sob alegações, entre outras, de que reduzem as discussões a ambientes de *like-mindeds*, uma característica identificada por eles como antidemocrática (BARBER, 2006), e incutem a falsa impressão de que o mundo pode ser transformado pelo clique de um *mouse* (MOSOROV, 2009).

Na outra ponta, as ferramentas digitais são saudadas como instrumentos que viabilizam formas de participação não hierarquizadas e de baixo custo, com potencial para romper um ciclo histórico de exclusão das mulheres, indivíduos de baixa renda, menos escolarizados e politicamente pouco influentes, do processo participativo (VISSERS, 2013; KRUEGER, 2006; 2002; BEST e KRUEGER, 2005). Toda essa discussão é permeada por um debate clássico na Ciência Política, nas últimas três décadas: o que qualifica como válido um ato de participação e como a participação pode ser classificada (RIBEIRO E BORBA, 2015; PASQUINO, 2010; TEORELL, 2007; VAND DETH, 2001).

A chegada da internet acrescentou novas questões a esse debate, algumas delas centrais: 1) A participação mediada pelas tecnologias digitais permite aos cidadãos influenciarem algum resultado político (BRADY, 1999) ou qualquer resultado político que resulte na alocação de valores para a sociedade (TEORELL e TORCAL, 2007)?; 2) A participação política mediada pelas tecnologias digitais reproduz e reforça as modalidades tradicionais ou cria novas formas de participação? (VISSERS, 2013; SCHLOZMAN et al., 2013); 3) A participação mediada pelas tecnologias atrai novos

atores para a arena democrática ou expande e reforça o repertório de participação dos economicamente mais influentes e dos mais escolarizados? (BEST e KRUEGER, 2005; KRUEGER, 2002).

Nessa perspectiva, o objetivo deste estudo é investigar os tipos de participação política *on-line* e *off-line* mais frequentes entre os eleitores de Salvador, na campanha presidencial de 2014. Foram examinadas onze modalidades de participação aplicadas em uma pesquisa de campo², adaptadas do *American National Elections Studies* e *Youth & Participatory Politics Survey Project* (Cohen et. al. 2012), seguindo procedimento adotado por Towner e Dúlio (2013).

Dessa forma, será possível distinguir a prevalência ou não de formas de participação pré-internet, *off-line*, ou daquelas típicas do universo *on-line* no período focado. Nesse sentido, este artigo contribui para responder em que medida as tecnologias digitais reforçaram e/ou ampliaram o repertório de participação político-eleitoral *off-line* - fenômeno já demonstrado em estudos anteriores (TOWNER E JÚLIO, 2016; 2013; BEST e KRUEGER, 2005). Assim o faz, apresentando um diferencial metodológico: a investigação simultânea do comportamento dos eleitores de Salvador nos universos *off-line* e *on-line*.

Além desta introdução, este artigo compõe-se de mais quatro seções: na segunda seção, serão abordados o conceito de participação política *off-line* e *on-line*. Na terceira, serão enfocadas a metodologia e as modalidades de participação. Em seguida, na quarta seção, será feita uma apresentação analítica dos dados e, na quinta seção, por fim, estão as discussões e conclusões deste estudo.

2- O conceito de participação política

A participação é um tema clássico da Ciência Política e sua definição envolve um amplo debate, nas últimas três décadas, em torno do que qualifica um ato de participação e suas modalidades. Coube a Pasquino (2010) resumir, com precisão, a dimensão do fenômeno: “os conceitos de participação abundam” (PASQUINO, 2010, p.65). Neste estudo seguiremos as recomendações de Teorell (2006).

² A pesquisa foi aplicada pelo Instituto P&A – Pesquisa e Análise, com 30 anos de experiência em pesquisa de opinião em Salvador (BA), a partir de questionário elaborado pela autora, com a participação do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Redes Digitais (CP-Redes), do Centro de Estudos Avançados em Democracia Digital da UFBA (CEADD-UFBA).

Teorell (2006) assinala que o conceito de participação política está intrinsecamente relacionado ao modelo normativo de democracia, do qual derivam as respectivas causas e consequências. Este estudo se debruça sobre o modelo representativo, predominante no mundo Ocidental, num contexto de declínio da participação convencional e da emergência de repertórios de ação direta (NORRIS, 2007; TEORELL et al., 2007; 2006; VAN DETH; 2001).

Desse modo, a participação política, aqui enfocada, não é um processo de envolvimento direto na tomada de decisões, que visa ao autodesenvolvimento ou sentido de eficácia, pressupostos teóricos da democracia participativa (TEORELL,2006; PATEMAN,1992). Tampouco uma discussão política preocupada com a legitimidade dos procedimentos e resultados do processo democrático, ideal da democracia deliberativa (TEORELL,2006).

A participação minimalista (CARPENTIER, 2009), objeto deste estudo, é apenas uma das dimensões da participação política convencional (voto, trabalho em comitês, doação de fundos etc.) (TEORELL et al., 2007; VAN DETH, 2001; BRADY, 1999). Envolve o chamado trabalho de campanha (tentativa de persuadir alguém a votar em um partido ou candidato, demonstrar preferências, trabalhar em comitês, doar fundos), em eleições institucionais e periódicas, com tempo e regras estabelecidas, no caso brasileiro, pela Justiça Eleitoral.

O processo eleitoral legitima a democracia nas sociedades modernas (PATEMAN, 1992), por isso há uma preocupação constante, entre estudiosos, com o declínio crescente da participação político-eleitoral em países do Ocidente. (NORRIS, 2011; 2007; PUTNAM, 2000). Porém, alguns teóricos reconhecem que a participação limitada e a apatia têm uma função de equilíbrio do sistema político (PATEMAN,1992).

No sentido instrumental, a participação política é definida como a tentativa de influenciar algum resultado político (BRADY,1999), ou qualquer resultado político que implique na alocação de valores para a sociedade (TEORELL,2007).Mas existem também conceitos não instrumentais. Conway (2000), por exemplo, distingue entre formas ativas de participação (votar, procurar gabinetes, escrever cartas, trabalhar para políticos etc.) e passivas (participar de reuniões em apoio a políticos ou governos, acompanhar campanhas e eleições através dos media etc.).

Porém, há controvérsias. Atividades como ler jornais e discutir política não são consensualmente aceitas. Para Brady (1999), por exemplo, ler jornais, assistir a noticiário

televisivo e manter contato com gabinetes oficiais ou partidos são apenas ações pelas quais as pessoas adquirem informação política e interagem com o governo e líderes, o que pode motivá-las para o engajamento. Alguns autores (KRUEGER, 2002; GIBSON, 2013), no entanto, afirmam que a leitura de jornais em plataformas digitais, seguida de comentários e compartilhamentos, está mudando o caráter de passividade dessa atividade.

Brady (1999) comprovou a existência de alta correlação entre a discussão política, que seria uma forma fraca de participação (BRADY, 1999), e o interesse político, através de testes empíricos (BRADY, 1999). Zúñiga (2013) afirma que a discussão política ocupa uma zona de transição que antecede à participação propriamente dita, estimulando-a (ZÚÑIGA, 2013), enquanto outros autores (BENNETT et.al, 2000) veem o fenômeno como participação. Mas, o conceito instrumental de participação é dominante (TEORELL e TORCAL, 2007).

A participação mediada pelas tecnologias digitais, como as plataformas de mídias sociais³ (Facebook, WhatsApp, Instagram etc), trouxe novas discussões para esse debate. A questão central é: a participação mediada pelas ferramentas da internet permite aos cidadãos exercerem influência sobre os tomadores de decisão? Ou seja, é participação no sentido instrumental? Este assunto será discutido a seguir.

3. Participação política on-line

Mozorov (2009) classificou a *web* participação, particularmente as formas mediadas por plataformas digitais de mídias sociais (Facebook, WhatsApp, Instagram etc.), como *slacktivism*, crítica endereçada aos usuários do Facebook. Ele argumenta que esses hábitos induzem os indivíduos à ideia de que contribuem para mudar o mundo com o clicar de um *mouse*, quando na verdade isso não ocorre (Mosorov, 2009).

³ Boyd e Ellison (2008) definem sites de mídias sociais como "serviços baseados na web que permitem aos indivíduos: (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado; (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão e ver e cruzar a sua lista de conexão e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema. A natureza e nomenclatura dessas conexões podem variar de local para local".

Mas essa visão é refutada por alguns estudiosos. Margetts e seus pares (2015), por exemplo, afirmam que existe uma cultura partilhada pelo *mainstream* político, na qual “a contribuição política deve envolver um trabalho árduo e alguns tipos de ritos de passagem” (MARGETTS et al. 2015, p.18). Nesse contexto, a participação *on-line* ainda é vista “como inferior à participação *off-line*” (MARGETTS et al., 2015, p.18), apesar do impacto que as ferramentas da internet têm exercido sobre a política em todo o mundo (MARGETTS, 2015; VISSERS e STOLLE, 2013).

Por sua vez, Bucy e Gregson (2001) minimizam a preocupação com o caráter instrumental do processo participativo mediado pelas tecnologias digitais, afirmando que a participação com recompensa material é privilégio de poucos, uma minoria de pessoas com acesso ao sistema político e aos tomadores de decisão (financiadores de campanhas, lobistas, elites políticas e econômicas). E concluem que as mídias interativas⁴, entre elas a internet, potencializaram o empoderamento simbólico dos cidadãos (ex. proximidade com elites políticas), fomentando a participação em níveis históricos que se aproximam do ideal democrático sem sobrecarregar as instituições.

Em seu mais recente trabalho, Schlozman e seus pares (2013) admitem que as ferramentas da internet, especialmente os blogs e as plataformas digitais de mídias sociais potencializaram formas de participação política não hierarquizadas, que atraem os jovens e aquelas pessoas que, por alguma razão, não se sentem confortáveis com as modalidades tradicionais de participação (filiação partidária, participação em campanhas e comitês eleitorais etc). Também reavaliam o alvo do conceito clássico de participação (instituições, governos, parlamentos), afirmando que um número considerável de pessoas gravita em torno de ações voluntárias em favor de causas que não necessariamente envolvem mudanças políticas, preferindo evitar intermediários como partidos e grupos de interesse (SCHLOZMAN et al., 2013).

Nesse sentido, as plataformas digitais de mídias sociais ocupam papel central, entre outras razões, porque promovem o fortalecimento da autonomia de ação individual dos cidadãos frente às instituições e organizações da sociedade civil (governos partidos, parlamentos e outros) (MARGETTS, 2015; GOMES, 2011), no que tange à possibilidade de se articularem em torno de interesses comuns sem intermediações, para a participação

⁴ Entre as mídias interativas citadas pelo autor estão *a internet, talk radio, call-in television and electronic town hall forums* (Bucy, 2001, p.358)

em atos de larga e pequena escala. Margetts e seus pares (2015) observaram que essas ferramentas estimulam a participação mesmo entre indivíduos com baixo interesse político.

A hipótese de que essas formas de participação apenas reforçam o repertório dos indivíduos de maior renda e mais alta escolaridade é refutada por Krueger (2002). Para ele (KRUEGER, 2002), essa perspectiva se baseia na falsa premissa de que os recursos necessários à participação tradicional (tempo, dinheiro e habilidades cívicas) (SCHLOZMAN et al., 1995) podem guiar o ativismo no universo digital.

Segundo Krueger (2002), a participação *on-line* requer diferentes recursos, como a habilidade de navegação na internet e interesse político, principalmente, tendo as competências cívicas (capacidade de organização e comunicação) pouca ou quase nenhuma importância, em função do anonimato permitido pela interação na rede (KRUEGER, 2002, PUTNAM, 2000). Esta última assertiva é contestada por Borges (2015; 2012), para a qual, no ambiente *on-line* há um entrelaçamento entre as habilidades de informar-se, comunicar-se e manusear as ferramentas digitais, sintetizadas num conjunto de competências que ela denominou de infocomunicacionais (BORGES, 2015;2012).

Por outro lado, Best e Krueger (2005) admitem que sem o acesso universal a internet continua a reforçar a participação política dos cidadãos tradicionalmente engajados (os mais abastados e mais escolarizados). Isso porque - explicam - são eles também os detentores dos recursos necessários ao ativismo *on-line*, num quadro de exclusão digital (BEST E KRUEGER, 2005; KRUEGER, 2002).

3.1. O abismo digital

O abismo digital é caracterizado pela divisão do mundo entre os que têm informação e os que não a têm, em função das barreiras de acesso à internet, que reproduzem as clivagens socioeconômicas (NORRIS, 2001). Nos últimos anos, o crescimento exponencial da oferta de internet móvel, através de dispositivos como o *smartphone* – o mais usado em todo o mundo (MARGETTS et al., 2015, CASTELLS et al. 2004) – contribuiu para tornar as tecnologias digitais mais inclusivas. Mas, a idade e os baixos níveis de renda e de escolaridade persistem como obstáculos no caminho até os canais digitais de informação e participação (HINDMAN, 2009; HANS, 2008;

BARBER, 2006).

Para Benjamim Barber (2006), a solução do abismo digital vai além do acesso universal à internet. A baixa escolaridade, segundo Barber (2006), é uma barreira que aprofunda as desigualdades de uso da rede, inviabilizando o seu potencial democrático. Na mesma linha, Eisenberg (2003) observou que a internet é uma mídia tão excludente quanto a mídia impressa, requerendo altas capacidades cognitivas dos usuários.

Por isso, alguns estudiosos (HINDMAN, 2009) consideram reduzidas as perspectivas de que as ferramentas da *internet* possam atrair e tornar audíveis as vozes tradicionalmente excluídas pelo *mainstream* político (mais pobres, menos escolarizados e menos influentes), questão central para a tomada de decisões coletivas no regime democrático: “Se não tem essa voz, quem falará por você? Quem defenderá os seus interesses, se você não pode?” (DAHL, 2001, p.91).

Por outro lado, Norris (2001) afirma que, mesmo numa perspectiva futura de equalização do acesso à *internet*, haverá uma distinção entre os que fazem e os que não fazem uso das ferramentas digitais para engajamento cívico e participação. Esse aspecto - enfatiza Norris - afetará a distribuição de poder e influência no sistema político.

4. Metodologia e modalidades de participação

As onze modalidades de participação política *on-line* e *off-line* examinadas neste estudo (Tabela 1) foram extraídas de uma pesquisa de campo realizada em Salvador, entre os dias 10 e 15 de janeiro de 2015, com utilização de questionário estruturado impresso e abordagem face a face, que investigou o uso das tecnologias digitais no processo decisório eleitoral, entre os eleitores da capital baiana, durante as eleições presidenciais de 2014. O tamanho da amostra foi fixado em 280 entrevistas, com margem de erro de seis pontos para mais ou para menos e um intervalo de confiança de 95,5%, o que significa dizer que se a amostra fosse repetida cem vezes, os mesmos resultados seriam reproduzidos em 95,5% dos casos.

A coleta de dados e o processamento das informações da pesquisa foram realizados pela empresa P&A-Pesquisa e Análise, com sede em Salvador e atuação em pesquisas de opinião há 30 anos, e teve a participação da autora. O desenho amostral baseou-se nos dados “Estatísticas do Eleitorado 2014”, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), e na projeção da população de Salvador para o ano de 2015 (2.926.442

habitantes), do último Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (Lei Municipal nº 7.400/2008).

Os entrevistados foram selecionados pela utilização de cotas proporcionais, segundo as variáveis sexo, idade e escolaridade, mesmo critério usado nos dados “Estatísticas do Eleitorado 2014”. Já as entrevistas foram distribuídas pelas 17 regiões administrativas (RAS)⁵ continentais de Salvador, obedecendo à divisão territorial prevista no PDDU. Os bairros e as ruas pesquisadas foram sorteadas e, a cada residência entrevistada, três eram saltadas. Não havendo pessoas com o perfil previsto na amostra em determinada área, o espaço geográfico da pesquisa era ampliado até completar toda a coleta de dados. O objetivo foi possibilitar uma leitura o mais fiel possível das características sociodemográficas do eleitorado da capital baiana. Os eleitores da 18ª RA, representando as ilhas de Maré, Madre de Deus e dos Frades, foram incluídos na amostra do Subúrbio Ferroviário⁶.

Na seleção dos entrevistados, durante a realização do campo, foram aplicados alguns filtros para assegurar a lisura dos resultados. Assim, não foram aceitos eleitores que não votaram em pelo menos um dos dois turnos das eleições presidenciais de 2014; eleitores que não tinham residência fixa em Salvador; e eleitores que foram candidatos a cargos eletivos, parentes, assessores ou cabos eleitorais deles. A equipe responsável pela realização da pesquisa foi formada por seis entrevistadores de opinião pública, um checador e um supervisor. Durante os trabalhos de campo, procedimentos foram adotados para validação e checagem dos dados levantados, entre os quais um novo contato por telefone com 20% dos entrevistados⁷.

Utilizaram-se medidas de participação *on-line* e *off-line* (Tabela 1) adaptadas, respectivamente, do *Youth & Participatory Politics Survey Project* (COHEN et al. 2012) e *American National Elections Studies* (ANES), seguindo procedimento adotado por Towner (2013). A participação *off-line* durante o primeiro turno das eleições presidenciais de 2014 foi investigada a partir das seguintes medidas: 1) Conversou pessoalmente com alguma pessoa e tentou mostrar a ela por que deveria

⁵ De acordo com o último Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (Lei Municipal 7.400/2008), Salvador possui 18 regiões administrativas. Desse total, 17 estão localizadas no continente e a 18.ª é insular, englobando as Ilhas de Maré, Madre de Deus e Frades, na região da Baía de Todos os Santos.

⁶Essa inclusão é apenas numérica e para efeito de amostra, observadas ainda as semelhanças sociodemográficas entre as duas populações.

⁷ A autora checou um a um os questionários, antes do processamento dos dados, construção de tabelas e realização de análises estatísticas.

votar a favor ou contra um dos partidos ou candidato? 2) Foi a alguma reunião política, comício, jantar ou evento em apoio a um candidato em particular? 3) Usou um *bottom* de campanha, colocou um adesivo no carro, placa em sua janela, muro ou em frente à sua casa? 4) Fez campanha para alguns dos partidos ou candidatos? 5) Fez, pessoalmente, doação em dinheiro a algum partido ou candidato?

Para medir a participação política *on-line* dos eleitores de Salvador, foram feitas as seguintes perguntas aos entrevistados: 1) Enviou e-mail de conteúdo político para outra pessoa? 2) Conversou *on-line* com alguma pessoa e tentou mostrar a ela por que deveria votar a favor ou contra algum partido ou candidato? 3) Seguiu ou tornou-se fã de algum candidato político em plataformas de mídia social? 4) Postou um comentário ou *weblink* em um *blog*, mídia social ou *website* para expressar opinião política? 5) Participou de discussão *on-line* ou grupo de bate-papo sobre política? 6) Fez doação em dinheiro *on-line* para candidato ou partido político?

A confiabilidade das medidas foram avaliadas com a execução de dois modelos de análise fatorial para ambas as dimensões, *off/on* (Tabela 1). Os fatores foram extraídos a partir de uma matriz de correlação tetracórica. Esta é uma estimativa da correlação Linear de Pearson que permite identificar correlações para variáveis dicotômicas (LIRA, 2004). Os fatores foram extraídos a partir do critério de Kaiser (HAIR JR. et al., 2010), o qual indica que deve-se reter os fatores com autovalores superiores a 1. Em seguida, as variáveis foram somadas, formando dois índices distintos que variam de 0 a 4 (participação *off*) e de 0 a 5 (participação *on*). A variável sobre doação de campanha, *on* e *off*, foi removida da análise por apresentar apenas um caso cada uma, valor insuficiente para a aplicação nos modelos empregados.

Tabela 1 - Dimensões da Participação On e Off-line

Participação <i>Off-line</i>				
	Fator	Singularidade	KMO	α Cronbach
Tentativa de influenciar	0,72	0,48		
Reunião	0,64	0,59	0,71	0,51
<i>Botton</i>	0,57	0,68		
Campanha	0,96	0,08		
Participação <i>On-line</i>				
E-mail	0,89	0,2		
Tentativa de influenciar	0,82	0,31		
<i>Fan page</i>	0,9	0,18	0,83	0,81
<i>Post</i>	0,65	0,09		
Grupo	0,93	0,12		

Fonte: Pesquisa P&A JAN 2015

Nos dois modelos a carga fatorial das variáveis se mostrou adequada e acima do limite crítico (0,5) que a literatura estabelece (HAIR JR. et al., 2010). O ajuste do mesmo (KMO) também é adequado de acordo com a literatura (FIGUEIREDO FILHO; SILVA JÚNIOR, 2010). Adicionalmente, foi testada a confiabilidade das variáveis que compõem os índices (Alpha de Cronbach). O índice de participação *on-line* (0,81) apresentou um valor dentro dos limites estabelecidos pela maior parte da literatura (entre 0,7 e 0,9) (STREINER, 2003).

Por sua vez, a confiabilidade do índice de participação *off-line* (0,51) é refutado por alguns autores (STREINER, 2003), enquanto, para outros, é um nível moderado (LANDIS e KOCH, 1977) ou o mínimo aceitável (GLIEM e GLIEM, 2003) . À propósito, vale lembrar, aqui, que este agrupamento de variáveis, denominado “Trabalho de Campanha (BRADY, 1999; VERBA e NIE, 1972), vem sendo usado em estudos eleitorais pelo *American National Elections Studies* (ANES) desde 1948, nos Estados Unidos, servindo de modelo, de lá para cá, na aplicação de *surveys* sobre comportamento eleitoral em vários países ocidentais (BRADY, 1999).

Para análise dos resultados, serão feitas analogias com categorias de participação política *on-line* e *off-line* empregadas por Rachel Gibson (2013) e Wilson Gomes (2011), as quais permitem examinar as modalidades de *web* participação que reproduzem análogas *off-line* e as que são atividades eminentemente típicas do universo digital. Além

disso, observar-se-á os recursos necessários à participação política *off-line* (SCHLOZMAN et al., 1995) e *on-line* (BEST e KRUEGER, 2005; KRUEGER, 2002), bem como as principais funções das campanhas *on-line* (KIRSTEN e SCHNEIDER 2006; KRUEGER, 2006; BIMBER, 2003): informar, envolver, conectar e mobilizar eleitores.

A análise de frequência das modalidades de participação *off-line* tomará como referência a base total de entrevistados da amostra (n=280), enquanto nas formas *on-line* utilizar-se-á a base dos eleitores de Salvador com acesso à internet (n=183), identificados na pesquisa de campo.

5. Dados e análise dos resultados

Nota-se a predominância das formas de participação *off-line* (Tabela 1), especialmente a modalidade 1 (“Você conversou pessoalmente com alguma pessoa e tentou mostrar a ela por que deveria votar a favor ou contra um dos partidos ou candidatos?”), a qual foi praticada por 28,3% dos entrevistados (n=280). Considerando a margem de erro da pesquisa (seis pontos para mais ou para menos), esse número pode variar entre 26,07% - 30,35%, ou seja, cerca de um terço do eleitorado de Salvador utilizou essa forma de participação, para mobilizar seus pares no sentido de votar ou não em um partido ou candidato, durante as eleições presidenciais de 2014.

Ainda em relação à participação *off-line*, a segunda maior frequência de tipo de participação registrada foi “Usou um *bottom* de campanha, colocou um adesivo no carro, placa em sua janela, muro ou em frente à sua casa?”. Um total de 9,28% dos eleitores entrevistados respondeu sim à prática. Com a margem de erro da pesquisa, esse número pode variar entre 7,14% - 11,42%.

Em terceiro lugar, como forma de participação *off-line* mais freqüente aparece a modalidade “Fez campanha para alguns partidos ou candidatos”, que foi registrada entre 5,7% dos eleitores de Salvador. Esse percentual pode variar, para mais ou para menos, entre 3,57% - 7,85%, dentro da margem de erro da pesquisa. A quarta modalidade mais freqüente, com um percentual de 5,0% de eleitores que fizeram uso, foi: “Foi a alguma reunião política, comício, jantar ou evento em apoio a um candidato em particular?”. Com a margem de erro, esse percentual pode ficar entre 2,85% - 7,14%.

A modalidade de participação política “Fez pessoalmente doação em dinheiro a

algum partido ou candidato?” foi respondida positivamente por apenas um eleitor (0,35%), entre os entrevistados (n =280), razão pela qual não se poderá fazer nenhuma análise segura a respeito. Todavia, levando-se em consideração o *status* econômico dos respondentes, maioria com renda familiar de até três salários mínimos, é previsível que esta forma de participação seja bastante reduzida nesse grupo, uma vez que o recurso necessário para tal é possuir dinheiro (Tabela 2) (SCHLOZMAN et al, 1995). Além disso, deve-se considerar o caráter restritivo da legislação eleitoral (ISMERIM, 2004; TSE), que dificulta bastante a doação de recursos para campanhas eleitorais por pessoas físicas.

Tabela 2

MODALIDADES DE PARTICIPAÇÃO	N	%
OFF-LINE		
1.Você conversou com alguém e tentou mostrar a essa pessoa por que deveria votar a favor ou contra um dos partidos ou candidato?	79	28,21
2. Foi a alguma reunião política, comício, jantar ou evento em apoio a um candidato em particular?	14	5,0
3.Usou um <i>bottom</i> de campanha, colocou um adesivo no carro, placa em sua janela, muro ou em frente à sua casa?	26	9,28
4.Fez campanha para alguns dos partidos ou candidatos?		
5.Fez pessoalmente doação em dinheiro a algum partido ou candidato?	16	5,7
ON-LINE	01	0,35
6.Enviou <i>e-mail</i> de conteúdo político para outra pessoa?		
7.Conversou <i>on-line</i> com alguma pessoa e tentou mostrar a ela por que deveria votar a favor ou contra a algum partido ou candidato?	14	7,65
8.Seguiu ou tornou-se fã de algum candidato político em uma rede social?	33	18,03
9.Postou um comentário ou <i>weblink</i> em um <i>blog</i> , rede social ou <i>website</i> para expressar uma opinião política?	09	4,91
10.Participou de discussão on-line ou grupo de bate-papo sobre política?		
11.Fez doação <i>on-line</i> em dinheiro para candidato ou partido político ?	20	10,92
	19	10,38
	01	0,54

Fonte: P&A Pesquisa e Análise Jan/2015 Participação off-line: n=280 ; Participação online: n=183

Tabela 3

Participação on-line: modos, características e recursos

Participação on-line	Reproduz análoga <i>off-line</i>	Não reproduz análoga <i>off-line</i>	Recursos
Enviou e-mails de conteúdo político	Escrever cartas para gabinetes oficiais, editorias de jornais etc.		Habilidade de navegação na internet Interesse político Habilidades cívicas Tempo
Conversou on-line com alguma pessoa e tentou mostrar por que deveria votar ou não em um partido ou candidato?	Conversou pessoalmente com alguma pessoa e tentou mostrar a ela por que deveria votar ou não em algum partido ou candidato?		Habilidade de navegação Interesse político Habilidades cívicas Tempo
Seguiu ou tornou-se fã de algum candidato político em uma rede social?		X	Habilidade de navegação na internet Interesse político Tempo
Postou um comentário ou <i>weblink</i> em um <i>blog</i> , rede social ou <i>website</i> para expressar uma opinião política?		X	Habilidade de navegação na internet Interesse político Tempo
Participou de discussão on-line ou grupo de bate-papo sobre política?	Participar de discussão política pessoalmente		Habilidade de navegação na internet Interesse Político Tempo Habilidades cívicas
Fez doação(ões) <i>on-line</i> para candidato ou partido político ?	Fez pessoalmente doação a algum partido ou candidato?		Dinheiro Habilidade de navegação na internet Interesse político Tempo

***Tabela construída com base na Teoria dos Recursos para participação off-line e on-line (Verba et al., 1995; Krueger, 2002; Best e Krueger, 2005).**

A forma de participação *on-line* de maior frequência (18,03%), “Conversou *on-line* com alguma pessoa e tentou mostrar a ela por que deveria votar a favor ou contra algum partido ou candidato?”, reproduz modalidade análoga *off-line* mais usada pelos eleitores de Salvador, com acesso à internet (n= 183), durante as eleições presidenciais de 2014. Com a margem de erro, esse percentual pode variar entre 14,75% - 21,31%. Tal forma de *web* participação apenas substitui a interação face a face (GOMES, 2011), com a comodidade de poder ser realizada em casa ou outro local, em um menor período de tempo - um dos recursos necessários tanto à participação *off-line* quanto *on-line* (KRUEGER, 2002).

Em segundo lugar, vem uma modalidade de participação política eminentemente *on-line*: “Postou um comentário ou *weblink* em um *blog*, rede social ou *website* para expressar uma opinião política?”. Foi a modalidade preferida por 10,92% dos eleitores de Salvador com acesso à internet (n=183) nas eleições presidenciais de 2014. Esse percentual pode variar entre 14,20% - 7,65%, com a margem de erro. Tal forma de participação política é estritamente digital (GOMES, 2011) e amplia o repertório clássico de participação (SCHLOZMAN et al., 2013), requerendo principalmente habilidade de navegação na internet, em primeiro lugar, além de interesse político e tempo (KRUEGER, 2002).

A terceira modalidade de participação política *on-line* mais frequente entre os eleitores de Salvador, durante a campanha presidencial de 2014, foi “Participou de discussão *on-line* ou grupo de bate-papo sobre política?”, preferida por 10,38% do eleitorado, percentual que pode variar entre 7,10% - 13,66%, com a margem de erro. Encontra forma análoga *off-line*, a discussão política, considerada em uma zona de transição entre a expressão política e a participação propriamente dita, para alguns autores (ZÚÑIGA, 2014), enquanto é vista como participação para outros (BENNETT et al., 2000).

“Enviou e-mail (s) de conteúdo político para outra(s) pessoas” foi a quarta modalidade de participação política mais frequente no período focado, com a preferência de 7,65% dos eleitores com acesso à internet, índice que pode variar com a margem de erro entre 4,37% - 10,92%. Sua forma análoga *off-line* é o envio de cartas para gabinetes oficiais e editores de jornais (GIBSON, 2013). Em seguida, vem “Seguiu ou tornou-se fã de algum candidato em uma rede social”. Preferida por 4,91% dos

eleitores *on-line*, constitui-se em uma forma de participação eminentemente digital (GOMES, 2011) e também amplia o repertório de participação para além das modalidades tradicionais (VISSERS e STOLLE, 2014; GOMES, 2011).

Por fim, entre as formas de participação *on-line*, “Fez doação *on-line* de dinheiro para candidato ou partido”, foi a menos usual, registrando apenas 0,35% de frequência, o que não oferece subsídios para análise sólida. Tem o dinheiro como o principal recurso (KRUEGER, 2002) e, como ocorreu em relação à sua forma análoga *off-line*, apenas um entrevistado registrou seu uso. Isso leva a três explicações possíveis: 1) o baixo *status* econômico da maioria dos eleitores de Salvador; 2) as dificuldades interpostas pela legislação eleitoral, dado que foi enfatizado em entrevista à autora, dia 31/10/2015, pela candidata do PSB baiano ao Senado, nas eleições de 2014, Eliana Calmon, destacada jurista brasileira; e 3) a cultura política, ainda fortemente autoritária, estatizante e centralizadora, herança do iberismo (CARVALHO, 2009; MOISÉS, 1995), que desestimula a participação civil.

A seguir, cada uma das modalidades de participação *off-line* e *on-line* será cruzada com os dados sociodemográficos. Isso permitirá analisar em maior profundidade o perfil dos participantes e o repertório de participação que utilizaram nos universos *off-line* e *on-line*, identificando a relação entre as variáveis sexo, idade, escolaridade e renda e os atos participativos.

5.2 - Modalidades de participação e variáveis sociodemográficas

5.2.1- Participação por sexo

No geral, a participação *off-line* das mulheres foi menor do que a dos homens nesta amostra do eleitorado de Salvador 2014. A exceção foi a modalidade demonstrar preferência (uso de *bottom* ou adesivo etc.), na qual as mulheres foram mais participativas (Gráfico 1). Por outro lado, nas categorias *on-line* as mulheres registraram maior participação do que os homens (Gráfico 2), exceto na tentativa de persuadir (influenciar o voto de outra pessoa).

Gráfico 1 - Participação *off-line* por sexo

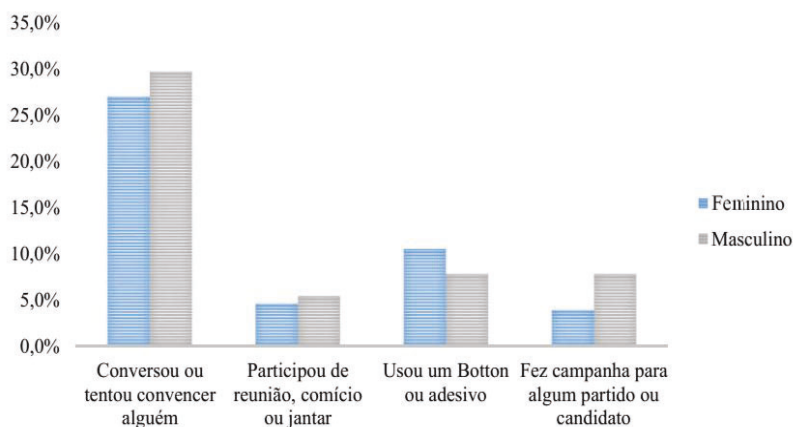
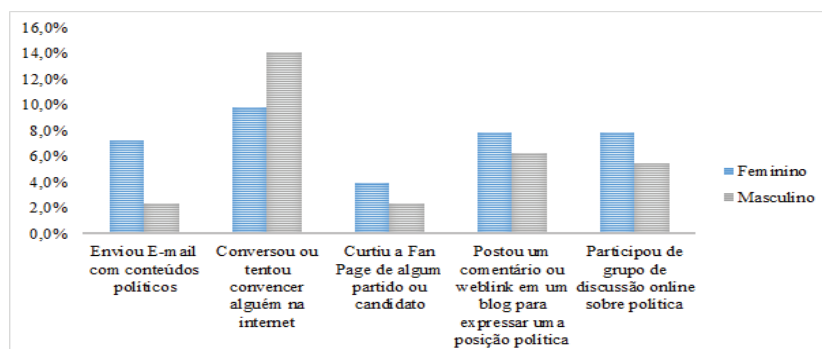


Gráfico 2 - Participação *on-line* por sexo



Fonte: Pesquisa P&A Jan/2015

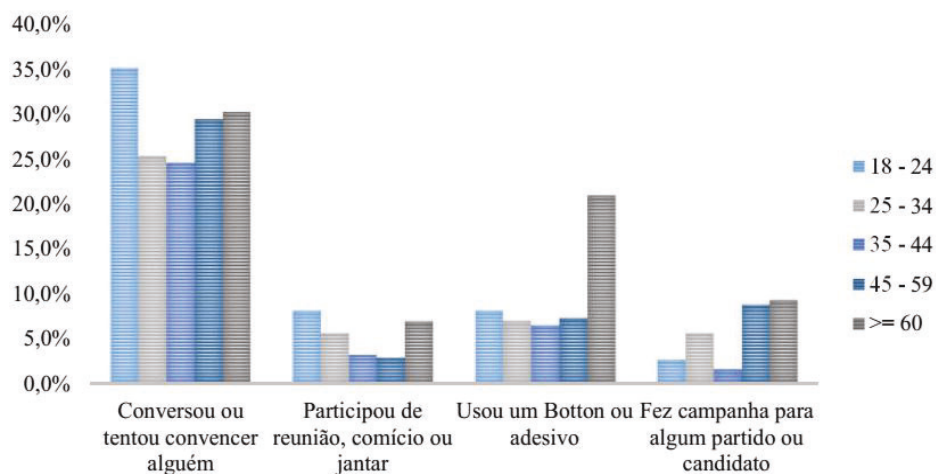
5.2.2- Participação por idade

Como categoria isolada, os jovens (18-29 anos) apresentaram níveis de participação bastante expressivos *off-line* e *on-line* em quase todas as modalidades participativas (Gráficos 3 e 4), particularmente na categoria identificada como tentativa de persuadir (influenciar o voto de outra pessoa), na qual foi o segmento mais participativo desta amostra. Eleitores das faixas etárias acima de 30 anos também apresentaram participação relevante nesta mesma modalidade tanto *off-line* quanto *on-*

line. Nota-se, entretanto, que na modalidade de participação convencional, “Fazer campanha para algum dos partidos ou candidato”, os jovens são menos participativos, especialmente aqueles situados na faixa etária entre 18-24 anos, o mesmo ocorrendo com eleitores na faixa etária entre 35-44. Já os eleitores situados nas faixas etárias acima de 45 anos são os mais ativos nessa modalidade. Esta faixa também se destacou na categoria *off-line* “Usou um *bottom* de campanha, colocou um adesivo no carro, placa em sua janela, muro ou em frente à sua casa”(demonstrar preferências).

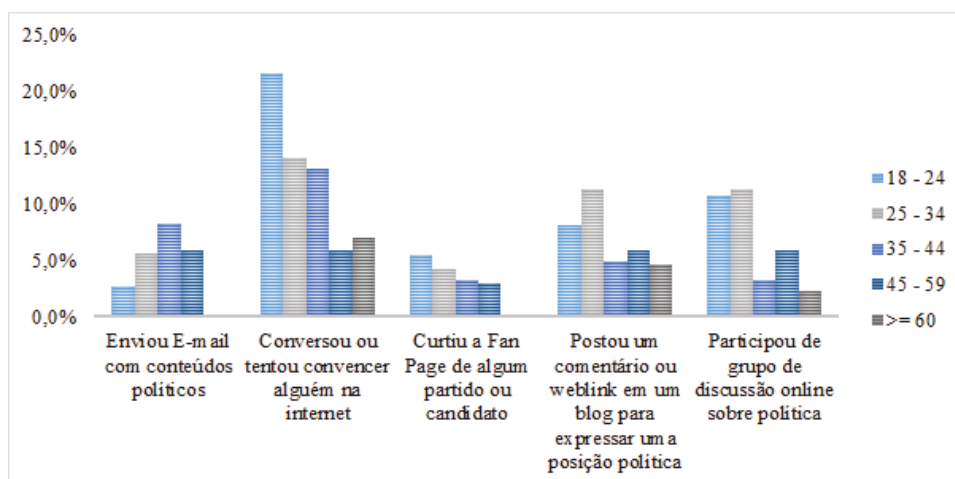
Nas categorias de participação eminentemente digitais (1-“Curtiu a *fanpage* de algum partido ou candidato” e 2-“Postou comentário ou *weblink* em um blog para expressar uma posição política”), os jovens se destacaram mais na segunda modalidade, tomados isoladamente, embora os eleitores nas faixas acima de 45 anos tenham demonstrado uma participação bastante expressiva. Já a faixa etária acima de 60 anos não registrou participação nas modalidades “Enviou e-mail com conteúdo político” e “Seguiu ou tornou-se fã de algum candidato político em plataformas de mídia social”. Por sua vez, na modalidade “Participou de discussão *on-line* ou grupo de bate-papo sobre política”, os jovens tiveram participação destacada em relação às demais faixas etárias. Em seguida, vêm os eleitores entre 45-59 anos, mas com uma participação bem inferior, e os eleitores das demais faixas.

Gráfico 3 - Participação *off-line* por idade



Fonte: Pesquisa P&A Jan/2015

Gráfico 4 - Participação *on-line* por idade

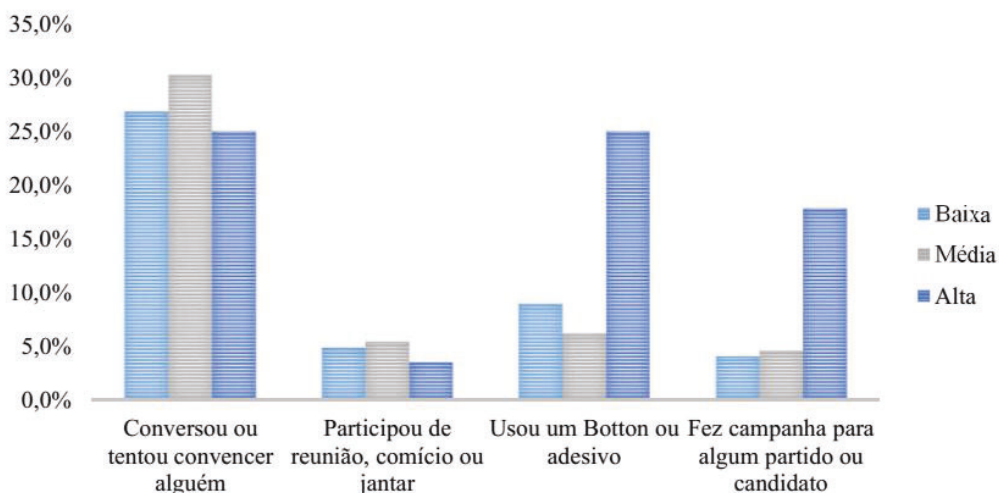


Fonte: Pesquisa P&A Jan/2015

5.2.3- Participação por grau de escolaridade

Os resultados demonstraram (Gráfico 6) forte correlação entre escolaridade superior e todas as modalidades de participação *on-line*, especialmente as categorias “Conversou com alguém, *on-line*, e tentou convencer essa pessoa a votar contra ou a favor a algum partido ou candidato” e “Participou de grupo de discussão *on-line* sobre política”. O oposto ocorreu com eleitores de baixa escolaridade (Gráfico 5). Na participação *off-line*, no entanto, a escolaridade superior teve impacto menor. Por exemplo: houve um equilíbrio na participação dos eleitores de todos os níveis de educação (Até Fundamental, Médio e Superior) na modalidade “Conversou pessoalmente com alguém e tentou convencer a votar em algum partido ou candidato?” (tentativa de persuadir). Por outro lado, uso de *botton* (Usou um *bottom* de campanha, colocou um adesivo no carro, placa em sua janela, muro ou em frente à sua casa”) e participação em campanha (“Fez campanha para algum partido ou candidato”) foram as modalidades de participação preferidas dos eleitores com alto nível de escolaridade.

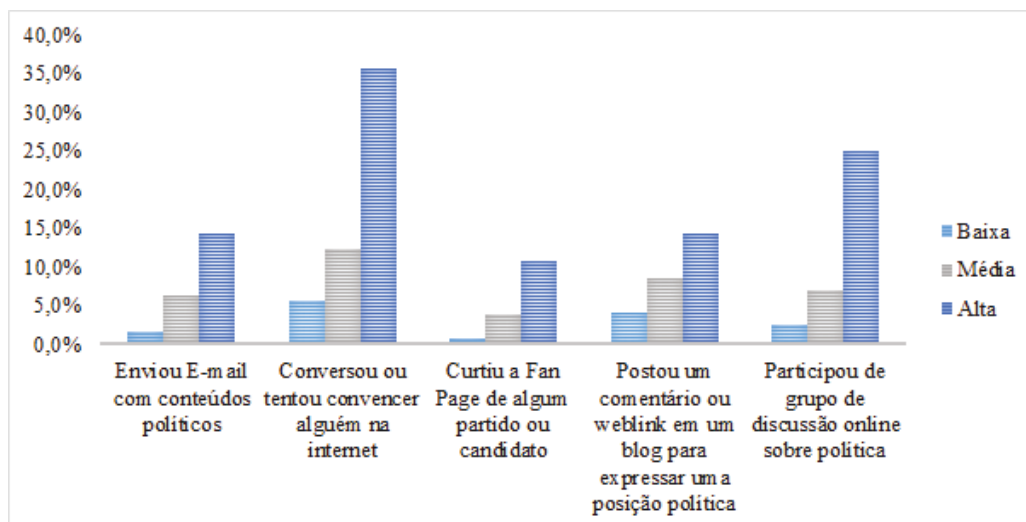
Gráfico 5 - Participação *off-line* por escolaridade



Fonte: Pesquisa P&A Jan/2015

*Escolaridade: até fundamental (Baixa); ensino médio (Média); Superior (alta).

Gráfico 6 - Participação *on-line* por escolaridade



Fonte: Pesquisa P&A Jan/2015

5.2.4- Participação por renda familiar

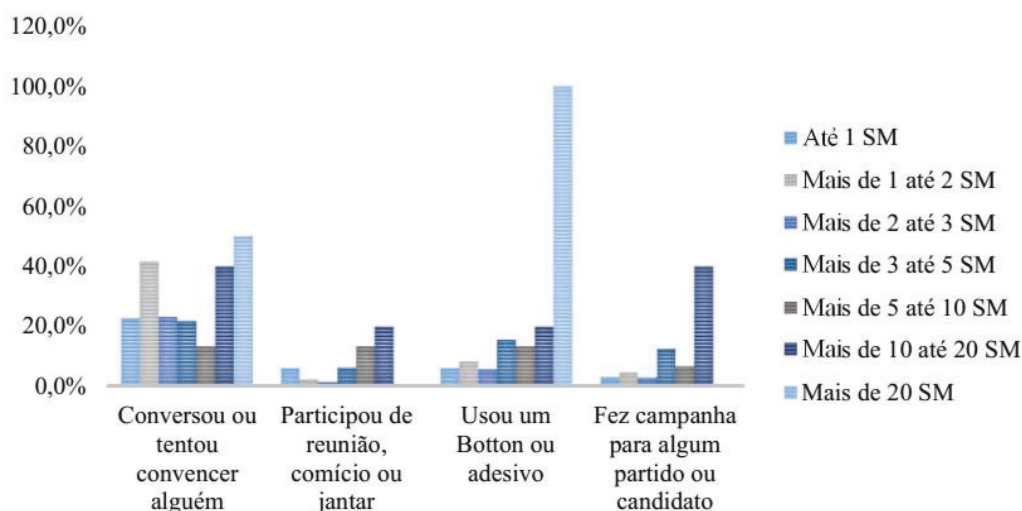
Tentar persuadir alguém a votar em um partido ou candidato foi uma forma de participação *off-line* bastante democrática entre o eleitorado de Salvador desta amostra, durante as eleições presidenciais de 2014. Foi praticada por eleitores de todas as faixas de

renda (Tabela 7), embora tenham se sobressaído os que ganham entre 1-2 salários mínimos e acima de 10 mínimos. A modalidade “Foi a alguma reunião política, comício, jantar ou evento em apoio a um candidato em particular”, ao contrário, registrou baixa participação, especialmente nas faixas de renda entre 1-3 salários mínimos. A demonstração de preferências (“Usou um *bottom* de campanha, colocou um adesivo no carro, placa em sua janela, muro ou em frente à sua casa?”) foi a categoria mais utilizada pelos eleitores com mais de 20 salários mínimos. No entanto, esta não atuou em campanhas de candidatos, modalidade na qual os eleitores na faixa de renda entre 10-20 salários foram os mais participativos.

No universo *on-line*, a tentativa de persuadir outra pessoa a votar como a si próprio foi também a modalidade de participação mais comum entre os eleitores das diversas faixas de renda familiar, destacando-se, no entanto, os que ganham mais de 20 salários, em termos percentuais. A categoria “Enviou e-mails com conteúdo político” não foi acionada por eleitores nas faixas de renda entre 2-3 salários e acima de 10 salários mínimos. Entre os que ganhavam até um salário mínimo, a participação nessa modalidade foi quase nula.

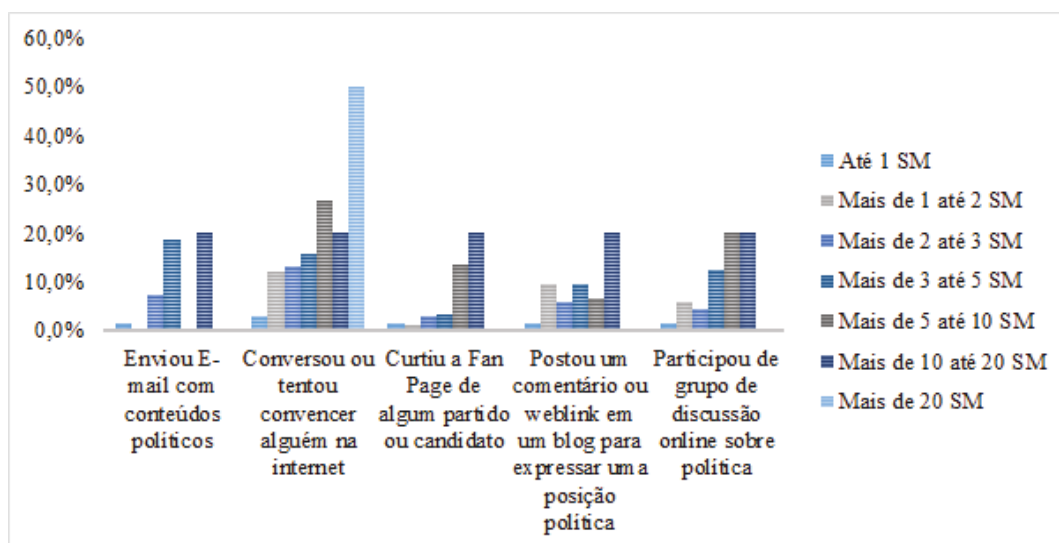
A modalidade eminentemente *on-line*, “Seguiu ou tornou-se fã de algum candidato político em plataformas de mídia social?” foi a preferida por eleitores com renda familiar acima de cinco até 20 salários mínimos. Acima desta faixa não foi utilizada, enquanto registrou uso praticamente nulo nas faixas até dois salários mínimos. Outra medida típica de *web* participação, “Postou um comentário ou *weblink* em um *blog*, mídia social ou *website* para expressar opinião política?”, teve seu uso disseminado entre eleitores de quase todas as faixas. Mas, em termos percentuais, em maior escala naquelas faixas situadas entre 10 e 20 salários mínimos, não registrando também qualquer uso entre aqueles com renda superior a 20 salários mínimos e uso quase nulo na faixa de até um salário. A participação em grupos de discussão *on-line* também foi bem disseminada entre os eleitores ativos, exceção para a faixa de renda de até um salário mínimo.

Gráfico 7 - Participação *off-line* por renda



Fonte: Pesquisa P&A Jan/2015

Gráfico 8 - Participação *on-line* por renda



Fonte: Pesquisa P&A Jan/2015

6. Discussão e conclusões

Com base nos resultados da nossa investigação empírica, vamos agora responder às questões de pesquisa levantadas neste estudo: 1) A participação mediada pelas tecnologias digitais permite aos cidadãos influenciarem algum resultado político (BRADY, 1999) ou qualquer resultado político que implique na alocação de valores para a sociedade (TEORELL e TORCAL, 2007)? Ou seja, é participação no sentido

instrumental?; 2) A participação política mediada pelas tecnologias digitais reproduz e reforça as modalidades tradicionais ou cria novas formas de participação? (VISSERS, 2013; SCHLOZMAN et al., 2013; 3) A participação mediada pelas tecnologias atrai novos atores para a arena democrática ou expande e reforça o repertório de participação dos economicamente mais influentes e dos mais escolarizados? (BEST e KRUEGER, 2005; KRUEGER, 2002).

Começemos pela primeira pergunta: a participação mediada pelas tecnologias digitais permite aos cidadãos influenciarem algum resultado político (BRADY, 1999) ou qualquer resultado político que implique na alocação de valores para a sociedade (TEORELL e TORCAL, 2007)? Ou seja, é participação no sentido instrumental? Nos dados coletados, a partir da investigação empírica, não há elementos para responder a esta pergunta, o que foge, inclusive, do escopo deste trabalho.

No entanto, as tecnologias digitais, particularmente as plataformas de mídias sociais (Facebook, WhatsApp, Twitter) e video-sharing websites (ex. YouTube) têm sido usadas para a mobilização de eleitores e do próprio *staff* dos candidatos, em campanhas eleitorais no Brasil e no mundo (CERVI et. al, 2016; TOWNER e MUÑOZ, 2016; GUTIERREZ-RUBI, 2015). O mesmo ocorreu nas eleições presidenciais de 2014, em Salvador, como afirmou, dentre vários parlamentares entrevistados pela autora, na fase preparatória da *survey*, o deputado federal Nelson Pelegriño (PT-BA), uma das principais lideranças do partido na capital baiana, dia 13/08/2014.

Agora, passemos à segunda questão: a participação política mediada pelas tecnologias digitais reproduz e reforça as modalidades tradicionais ou cria novas formas de participação? A análise dos dados permite afirmar que as formas de participação *off-line* e suas análogas *on-line* foram mais frequentes entre aquelas utilizadas pelos eleitores de Salvador investigados nesta amostra, durante as eleições presidenciais de 2014. Isso indica que o emprego da tecnologia espelha-se ainda em grande parte na prática *off-line* sem exploração de todo o seu potencial interativo e de mobilização (KRUEGER, 2006; 2002).

Exemplo claro do que acabamos de afirmar é a modalidade de participação *off-line* “Conversou pessoalmente com alguma pessoa e tentou mostrar a ela por que deveria votar a favor ou contra algum partido ou candidato” e sua análoga digital “Conversou *on-line* com alguma pessoa e tentou mostrar a ela, por que deveria votar a favor ou contra algum partido ou candidato?”. Ambas registraram as maiores frequências de uso,

respectivamente 28,21% e 18,03%, mesmo considerando as variações com a margem de erro (26,07% - 30,35% e 14,75% - 21,31%).

Além disso, também é possível afirmar que as ferramentas digitais ampliaram o repertório participativo, durante as eleições presidenciais de 2014 em Salvador. Nesse sentido, nota-se que uma das modalidades de participação *on-line* (“Postou um comentário ou *weblink* em um *blog*, rede social ou *website* para expressar uma opinião política?”), eminentemente digital, registrou expressiva frequência de uso (10,92%), entre os eleitores com acesso à internet (n=183).

Terceira e última questão: a participação mediada pelas tecnologias digitais atrai novos atores para a arena democrática ou expande e reforça o repertório de participação dos economicamente mais influentes e dos mais escolarizados (GIBSON, 2013; SCHLOZMAN et al., 2013; NORRIS, 2011)? Ambas as respostas foram positivas. Além de reforçar a participação dos que se engajaram nas atividades tradicionais de campanha, confirmando estudos anteriores (TOWNER, 2013; DI GENNARO e DUTTON, 2006; NORRIS, 2003; 2001), é inegável, com base nos dados empíricos apresentados, que a internet contribuiu para ampliar a participação das mulheres, mais ausentes dos espaços tradicionais de participação (MIGUEL, 2009), corroborando outros estudos empíricos (STOLLE e HOOGHE, 2004).

É preciso enfatizar, porém, que a ampliação da participação feminina no universo *on-line*, apesar de ser um sinal positivo da capacidade das ferramentas digitais ampliarem o espaço de representação política das mulheres, dá-se entre os eleitores com acesso à internet (n=183). Entre os entrevistados da amostra (n = 280), há 97 eleitores (34,6%) que estão fora da rede. Destes 61,86% são mulheres. Todavia, é alvissareira a comprovação de que o *gap* de gênero é reduzido entre os eleitores com acesso à internet, sobretudo porque, na faixa etária entre 18-24 anos, nenhum deles está inserido no abismo digital.

Ressalte-se, no entanto, a necessidade de examinar amostras mais amplas do eleitorado de Salvador, a fim de que se possa aprofundar a análise do impacto das tecnologias digitais na participação político-eleitoral. A realização de novas pesquisas, em diferentes períodos eleitorais, vai permitir investigar, através de análises longitudinais, a persistência ou não de padrões participativos no uso das ferramentas da internet pelos eleitores soteropolitanos.

7. Referências

BARBER, Benjamin. *How Democratic are the New Telecommunication Technologies?* Revista dos Los Estudios de Derecho y Ciencia Política de La UOC. Acesso em 10/05/2016: <http://www.uoc.edu/idp/3/dt/eng/barber.pdf>

BENNETT, S.E. et al., 2000. *Political Talk over Here, Over There, Over Time*. *British Journal of Political Science*.30: 99-119.

BEST, S.J. e KRUEGER, Brian S. 2005. *Analysing the Representativeness of Internet Political Participation*. *Political Behavior*, Vol.27, No.2.EUA.

BOYD, Danah M. e ELISSON, Nicole.2008. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*.210-230. International Communication Association.

BORGES, Jussara. *Participação política, internet e competências infocomunicacionais: evidências a partir de organizações da sociedade civil de Salvador*. Salvador: Edufba, 2013.

BIMBER, Bruce.1998. *The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism Polity*, Vol. 31, No. 1. (Autumn, 1998), pp. 133-160.

BIMBER, Bruce e DAVIS, Richard. *Campaigning Online: The Internet in U.S.Elections*.Oxford University Press, New York.2003.

BUCY, Eric P.; GREGSON, Kimberly S. 2001. *A Legitimizing Mechanism of Mass Democracy*. New Media Society.EUA.

CARVALHO, José Murilo. *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

CASTELLS, Manuel. CASTELLS, Manoel. *Comunicación Y Poder*. Madri: Alianza Editorial, 2009.

CERVI et. al, 2016 (Org.). *Internet e Eleições no Brasil*. Curitiba: UFPR, 2016.

COHEN, Cathy J. et al. *Participatory Politics: Youth and Participatory Politics Survey Project*. University of Chicago. EUA, 2012.

CONWAY, M. Margaret. *Political Participation in the United States*.CQPress Washington D.C.2000, p.p3-12;166-178

EISENBEG, José. *Internet, Democracia e República*. In: *Dados – Revista de Ciências Sociais*. Rio de Janeiro, Vol.46, n.3, 2003, pp.491 a 511.

FIGUEIREDO FILHO, D.B.; SILVA JÚNIOR, J.A.DA. *Visão Além do Alcance: uma introdução à análise fatorial*. *Opinião Pública*, v. 16, n.1, p. 160-185, 2010.

GLIEM, A. J. e GLIEM, R.R. Calculating, Interpreting, and Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient for Likert-Type Scales. <https://scholarworks.iupui.edu/handle/1805/344>. Acesso em 13/09/2017.

GOMES, Wilson et al. Participação Política Online: Questões e Hipóteses de Trabalho. In: Internet e Participação Política no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. 2013. "Politics 2.0: A Campanha de Barack Obama em 2008." In: . In: Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil. Salvador, Edufba, 2013.

GIBSON, Rachel e CANTIJOCH, Marta. 2013. Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different of Offline? The Journal of Politics, Vol. 75, No. 3, July 2013, Pp. 701-716.

GUTIERREZ-RUBI, Antoni. *La Política en tiempos de WhatsApp*. Espanha: El País Libros, 2015.

HAIR JR., J. et al. Multivariate Data Analysis. 7.ed. Essex: Pearson, 2010.

HINDIMAN, Matthew. *The Myth of Digital Democracy*. Princeton University Press, 2009.

ISMERIM, Ademir. M. Comentários à Legislação Eleitoral. São Paulo: Quartier Latam, 2004.

KIRTEN, A. Foot and SCHNEIDER M. Steven. *Web Campaigning*. The MIT Press, Cambridge (MA), 2006.

KRUEGER, 2002. Assessing the Potencial of Internet Political Participation in the United States: A Resource Approach. American Politics Research 30:476

LANDIS, RICHARD J. e KOCH, GARY G. The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. Biometrics, Vol. 33, No. 1 (Mar., 1977), pp. 159-174.

LIRA, S.A. Análise de Correlação: Abordagem Teórica e de Construção dos Coeficientes com Aplicações. [s.l.] Universidade Federal do paraná, 2004.

MARGETTS et al. *Political Turbulence: How Social Midia Shape Collective Action*. Cambridge University Press. London: 2015.

MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. Opinião Pública vol.15 no.1. Campinas, Junho 2009.

MOSOROV, Evelyen. 2009. The brave new world of slacktivism. Foreign Policy, v.19, Acesso em: 15/02/2009.

MOISÉS, J. A. A democracia e os Brasileiros: Bases sócio-políticas da legitimidade brasileira. São Paulo: Ática, 1995.

- PATEMAN, Carole. *Participação e Teoria Democrática*. São Paulo, Paz e Terra, 1992.
- RIBEIRO, Agnaldo e BORBA, Julian. *Participação Política na América Latina*. Editora da Universidade Federal de Maringá, 2015.
- ROSENSTONE, S.J., e HANSEN, J.M. *Mobilization, participation, and democracy in America*. New York, NY: Macmillan, 1993.
- SCHLOZMAN, K.L, VERBA, S., e BRADY, H.E.(2013). *The unheavenly chorus: unequal political voice and the broken promise of American democracy*. Princeton: Princeton University Press, 2012.
- STREINER, D.L. Being Inconsistent About consistency: When Coefficient Alpha Does and Doesn't Matter. *Journal of Personality Assessment*, v.80, n.3,p.217-222, 2003.
- _____. *Beyond SES: A Resource Model of Political Participation*. *American Science Political Review*. Vol. 89, No.2 June 1995.
- TOWNER, Terri L.2013.*All Political Participation Is Socially Networked?: New Media and the 2012 Elections*.*Social Science Computer Review*. EUA.
- TOWNER, Terri L.e MUÑOZ, Caroline Lego.2016.Baby Boom or Bust?: The New Media Effect on Political Participation. *Journal of Political Marketing*.
- Tribunal Superior Eleitoral (TSE) <http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral-anotado>.Acesso em 29/07/2016.
- VEDEL.Thierry.2006. The Idea of Eletronic Democracy: Origens, Visions and Questions. *Parliamentary Affairs*, Vol. 59, No.2, 226-235
- Verba S, with others. *Civic Participation and the Equality Problem*. In: Skocpol T, Fiorina M *Civic Engagement in American Democracy*. Washington DC: Brookings ; 1999. pp. 427-460.
- VISSERS, Sara e STOLLE, Dietlind. 2013.*The Internet and new modes of political participation: online versus offline participation*. Canadá.
- WESTTLING, Mike.2007.*Expanding The Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication*. Wisconsin University. Madison, EUA.
- ZÚÑIGA et al., 2014. *Social Media, Political Expression, and Political Participation:Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships*.*Journal of Communication* 64(2014) 612–634
2014 *International Communication Association*.