

Participação política *online* e *offline* nas eleições presidenciais de 2014 em Salvador

Online and offline political participation in the 2014 presidential elections in Salvador

Participación política online y offline en las elecciones presidenciales de 2014 en Salvador

DOI: 10.1590/1809-58442017311

Rosane Soares Santana

(Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Salvador – BA, Brasil)

Resumo

Este estudo investiga a influência das variáveis sociodemográficas (sexo, idade e escolaridade), renda familiar, atitudes políticas (engajamento cívico e preferência partidária) e o uso de plataformas digitais de mídias sociais na participação política *online* e *offline* dos eleitores de Salvador durante as eleições presidenciais de 2014. Os resultados da análise estatística multinomial comprovaram que o engajamento através de mídias sociais foi determinante para a participação política *online* e *offline*. Por outro lado, o nível de escolaridade superior foi decisivo para a *web*-participação. As análises multivariadas também confirmaram a Hipótese de Reforço (DI GENNARO; DUTTON, 2006; NORRIS, 2001), demonstrando que os eleitores mais engajados na participação convencional usaram as tecnologias digitais para reforçar sua atividade participativa. Os dados usados neste estudo foram obtidos através de uma pesquisa domiciliar realizada em janeiro de 2015, em Salvador, para investigar o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no processo decisório eleitoral.

Palavras-chave: Democracia digital. *Internet*. Comportamento político. Participação política. Eleições presidenciais.

Abstract

This study investigates the influence of sociodemographic variables (gender, age and schooling), family income, political attitudes (civic engagement and party preference) and the use of digital social media platforms on the online and offline political participation of voters of Salvador (in the state of Bahia, Brazil) during the 2014 presidential elections. The results of multinomial statistical analysis proved that social media engagement was determinant for online and offline political participation. On the other hand, a higher education was decisive for web participation. Multivariate analyses also confirmed the Reinforcement Hypothesis (DI GENNARO; DUTTON, 2006; NORRIS, 2001),

evidencing that the most engaged voters in conventional participation used digital technologies to reinforce their participatory activity. The data of this study was obtained through household survey conducted in January 2015 in Salvador to investigate the use of Information and Communication Technologies (ICTs) in the electoral decision-making process.

Keywords: Digital democracy. Internet. Political behavior. Political participation. Presidential elections.

Resumen

Este estudio investiga la influencia de las variables sociodemográficas (sexo, edad y escolaridad), renta familiar, actitudes políticas (compromiso cívico y preferencia partidaria) y uso de medios sociales digitales en la vida política *online* y *offline* de los electores de Salvador, en el estado de Bahia – Brasil, durante las elecciones presidenciales de 2014. Los resultados del análisis estadístico multinomial comprobaron que el compromiso a través de medios sociales fue determinante para la participación política *online* y *offline*. Por otro lado, el nivel de escolaridad superior fue decisivo para la *web*-participación. Los análisis multivariados también comprobaran la Hipótesis de Refuerzo (DI GENNARO; DUTTON, 2006, NORRIS, 2001), demostrando que los electores más comprometidos en la participación convencional usaron las tecnologías digitales para reforzar su actividad participativa. Los datos del estudio fueron obtenidos a través de una encuesta domiciliar en enero de 2015, en Salvador, para investigar el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) en el proceso decisorio electoral.

Palabras clave: Democracia digital. *Internet*. Comportamiento político. Participación política. Elecciones presidenciales.

Introdução

Este estudo vem somar-se à literatura brasileira sobre o impacto das tecnologias digitais na esfera política dos últimos anos. Seu objetivo central é investigar a influência das variáveis sociodemográficas, da renda familiar, de atitudes políticas (participação cívica e preferência partidária) e do uso das plataformas digitais de mídias sociais (Facebook, Twitter, Instagram etc.) e *video-sharing* (YouTube, por exemplo) na participação política dos eleitores de Salvador durante a campanha presidencial de 2014. Assim o faz, pela primeira vez no Brasil, apresentando um diferencial metodológico: a investigação simultânea do comportamento político *online* e *offline* do quarto maior eleitorado brasileiro, através da aplicação de uma pesquisa de opinião domiciliar¹.

A partir dessa abordagem metodológica, este estudo levanta as seguintes questões: Qual é o impacto do uso das tecnologias digitais, especialmente as plataformas de mídias sociais, pelos eleitores de Salvador, no processo decisório eleitoral? Quais são os condicionantes individuais, sociais e materiais mais importantes deste processo? As

1 A pesquisa foi aplicada pelo instituto de opinião pública P&A Pesquisa e Análise, de Salvador, com 30 anos de experiência no mercado, a partir de questionário elaborado pela autora.

tecnologias digitais atraíram novos participantes ou reforçaram a participação de quem já é ativo *offline*? E por que razão isto interessa?

O declínio da participação política tradicional nas democracias liberais é um fenômeno sobre o qual há fortes evidências empíricas, como os altos níveis de abstenção nas urnas e a falta de engajamento nos trabalhos de comitês eleitorais e agremiações partidárias (NORRIS, 2002; 2007, 2011; PUTNAM, 2015). Nessa conjuntura, as alterações processadas nos sistemas tradicionais de comunicação, com o surgimento da *Internet*, são vistas como capazes de promover novas formas de mobilização e engajamento cívico (NORRIS, 2001; BUCY; GREGSON, 2001) e de atrair novos participantes para a esfera política, com potencial para reduzir as desigualdades tradicionais de participação decorrentes das clivagens socioeconômicas (KRUEGER, 2002).

A partir dessa perspectiva, nas duas últimas décadas, uma literatura crescente tem abordado a utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no processo de engajamento cívico e participação política, como forma de reduzir o déficit de participação das democracias representativas (NORRIS, 2001; 2002; BIMBER; DAVIS, 2003; BEST; KRUEGER, 2002). Extenso volume de pesquisas empíricas é devotado ao estudo do impacto da *Internet* em campanhas eleitorais (TOWNER; DÚLIO, 2013; 2011; VITAK et al, 2011; SCHLOZMAN et al, 2010).

No Brasil, vários pesquisadores têm se voltado para o estudo do fenômeno. Neste particular, discutem-se aspectos teóricos e metodológicos (GOMES et al, 2011); experiências, entraves e desafios na utilização das tecnologias digitais em campanhas eleitorais (MARQUES et al, 2013); o potencial das ferramentas interativas, especialmente o uso político das plataformas digitais de mídias sociais (CERVI et al, 2016; ALDÉ; MARQUES, 2015) e os condicionantes do ativismo político *online* (RIBEIRO et al, 2016; SANTANA, 2015), dentro de um conjunto de pesquisas que incluem, também, um viés participacionista.

Assim, este estudo compartilha a perspectiva de que, no atual cenário brasileiro², as ferramentas da *Internet* contribuem para reforçar a participação daqueles que são tradicionalmente engajados e com maiores níveis de renda e escolaridade (SCHLOZMAN et al, 2010; 2012; NORRIS, 2001; DI GENNARO; DUTTON, 2006). Também confirma resultados de estudos anteriores (TOWNER, 2013; VITAK, 2011), demonstrando que as interações promovidas nas plataformas digitais de mídias sociais influenciaram a participação político-eleitoral *online* e *offline* dos eleitores.

² A Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, realizada pelo Ibope, constatou que as desigualdades socioeconômicas são impeditivas ao acesso à *Internet* de parte significativa da população (<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>). O mesmo foi observado em nossa pesquisa de campo, a qual revelou que os eleitores que não acessam a *Internet* são em sua maioria mulheres com mais de 45 anos, renda de até três salários mínimos e nível de escolaridade até o ensino fundamental.

Para facilitar o entendimento das questões e análises propostas, este artigo foi desenvolvido em cinco seções, incluindo esta introdução. A segunda seção aborda o conceito de participação política e a crise da democracia representativa, bem como os desdobramentos deste fenômeno com a chegada da *Internet*, especialmente as plataformas digitais de mídias sociais. A terceira seção apresenta o método e os resultados da pesquisa de opinião realizada em Salvador, em janeiro de 2015, que embasa este artigo, as variáveis usadas para investigar os condicionantes da participação *online/offline*, as análises estatísticas e os resultados. Na quarta seção, estão as discussões e, na quinta, as conclusões.

O conceito de participação

A participação política é definida como a tentativa de influenciar algum resultado político ou exercer controle sobre os tomadores de decisão na esfera governamental ou fora dela (NORRIS, 2007; BRADY, 1999; VERBA; NIE, 1972). Este estudo se detém, apenas, em uma das dimensões da participação (BRADY, 1999). Aborda o *cluster* “Trabalho de campanha”, com modalidades de participação acionadas nos períodos eleitorais para a escolha dos governantes (doação de fundos, engajamento em comitês etc.). Tal processo legitima a democracia contemporânea (PATEMAN, 1992), mas registra acentuado declínio em alguns países (NORRIS, 2007).

Isso porque, nas três últimas décadas, na maioria das democracias ocidentais, cidadãos insatisfeitos com o desempenho dos governos e descrentes das instituições do regime representativo afastaram-se dos canais de participação convencionais (voto, partido, envolvimento em comitês, etc.) (NORRIS, 2011; DALTON, 2004; INGLEHART, 1977; PUTNAM, 2002). Ao mesmo tempo, engajaram-se em repertórios alternativos (boicotes, protestos, abaixo-assinados etc.) (NORRIS, 2011; DALTON, 2004; INGLEHART, 1977). Norris (2011) atribuiu o fenômeno à emergência de uma cidadania crítica, caracterizada por um crescente ceticismo em relação aos rumos da democracia liberal.

Na origem do descontentamento está um “déficit democrático” – observa Norris (2011 – Tradução nossa) – que o define como a diferença entre as expectativas dos cidadãos e a performance dos governos. Na mesma linha, Dalton (2004) identificou um desequilíbrio entre a capacidade de oferta do Estado e novas demandas: ambientais, de movimentos sociais, étnico-raciais e outros. Putnam (2002; 2015) concluiu que a decadência da vida comunitária foi responsável pelo desengajamento cívico massivo nos Estados Unidos e em democracias consolidadas da Europa, levando ao declínio da participação política convencional (PUTNAM, 2002; 2015). Enquanto Inglehart (1977; 2009) enfatizou uma mudança cultural em direção a valores de autoexpressão (INGLEHART; WELZEL, 2009; INGLEHART, 1977).

Nessa conjuntura, o uso das tecnologias digitais como instrumento para revigorar o capital social e fortalecer a participação democrática divide opiniões. A questão central é: a participação mediada pelas ferramentas da *Internet* permite aos cidadãos exercerem influência sobre os tomadores de decisão? Em outras palavras, é participação no sentido clássico? É o que discutiremos a seguir.

Internet, mídias sociais e participação política

Morozov (2009) classificou a prática de *slacktivism*, crítica especialmente endereçada aos usuários do *Facebook*, argumentando 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. Tal visão é refutada por Margetts e seus pares (2015), para os quais 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 – Tradução nossa). Nesse contexto, a participação *online* ainda é vista “como inferior à participação *offline*” (MARGETTS et al, 2015, p.18 – Tradução nossa), apesar do impacto causado pelas ferramentas da *Internet* na esfera política em todo o mundo.

A participação mediada pelas plataformas digitais de mídias sociais, conhecidas como redes sociais³, é o exemplo mais expressivo, atualmente, do potencial da *Internet* para promover engajamento cívico e mobilização (CASTELLS, 2012). Parece haver um consenso, até aqui, de que esses *sites* promovem o empoderamento individual (MARGETTS et al, 2015), fortalecendo a autonomia de ação dos cidadãos frente às instituições e organizações da sociedade civil (governos, partidos, parlamentos e outros) (MARGETTS, 2015; GOMES, 2011). Independente dessas estruturas tradicionais de mediação, os indivíduos se articulam através das plataformas digitais de mídias sociais em torno de interesses comuns e promovem ações em pequena e larga escala, inclusive para além das suas fronteiras territoriais (MARGETTS, 2015; CASTELLS, 2012).

Alguns estudiosos afirmam que o uso dessas plataformas promove o aumento da participação política *offline* (BODY, 2008; TOWNER, 2013; TOWNER; DULIO, 2011; VITAK et al, 2011). Outros advogam não haver qualquer vinculação (BAUMGARTNER; MORRIS, 2010; ZHANG et al, 2010). Uma terceira corrente de estudos afirma que esses *sites* influenciam tanto a participação política *online* como a *offline* (TOWNER, 2013; ZÚÑIGA, 2014; VITAK et al, 2011). Há ainda os que estabelecem uma associação entre o uso de mídias sociais e a participação cívica, mas não à participação política, sob alegação de que são direcionados aos relacionamentos com os amigos, podendo estimular o envolvimento comunitário (ZHANG et al, 2010).

3 Boyd e Elisson (2007 – Tradução nossa) definem *sites* de redes sociais como “serviços baseados na *web* que permitem aos usuários: (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 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”.

Uma das razões para a mobilização, engajamento e participação dos indivíduos através da *Internet* pode estar também no fato dessas atividades não demandarem competências cívicas e requererem muito menos tempo do que a participação política tradicional, como observaram os pesquisadores Best e Krueger (2005). Os dois autores apontaram as habilidades de navegação na *web* e o interesse político como os recursos mais importantes para o ativismo *online*. Mas enfatizaram que o potencial das ferramentas digitais para atrair novos participantes só pode ser realizado em um contexto de acesso universal à rede. Fora desse cenário, segundo Best e Krueger (2005), a *Internet* contribui para reforçar o *status quo* dos ativistas tradicionais, com maiores níveis de escolaridade e renda, à exceção dos jovens, geralmente mais hábeis para a navegação *online* – afirmam os dois pesquisadores.

Assim, o acesso à *Internet* e à participação *online*, até aqui, têm reproduzido as desigualdades tradicionais de participação, com uma melhoria em relação à sub-representação dos jovens e das mulheres no processo participativo mediado pela *web* (LOADER et al, 2014; SCHLOZMAN et al, 2010; 2012; STOLLE; HOOGHE, 2004). Eles são atraídos por formas não hierarquizadas ou menos formais de participação oferecidas por ferramentas como as plataformas digitais de mídias sociais (SCHLOZMAN et al, 2010; 2012).

Como se pode ver, não há um consenso, até aqui, sobre o impacto das ferramentas da *Internet* na participação política *online* e *offline*. Assim, este estudo busca dar a sua contribuição, no sentido de clarear a discussão sobre questões levantadas na literatura teórica e empírica a respeito do tema. Para tanto, apresenta, a seguir, três hipóteses de trabalho:

H1: A participação mediada pelas tecnologias digitais reproduz as desigualdades de participação tradicional, favorecendo os grupos já engajados politicamente e com maiores níveis de renda e escolaridade (SCHLOZMAN et al, 2010; DI GENNARO; DUTTON, 2006; BEST; KRUEGER, 2005). Pode-se afirmar, portanto, que a participação política *online*, nas eleições presidenciais de 2014 em Salvador, confirmou a Hipótese do Reforço (DI GENNARO; DUTTON, 2006);

H2: Os jovens estão presentes em maior número no universo virtual (SCHLOZMAN et al, 2010) e possuem maior habilidade de navegação na *Internet*, o principal preditor da *web*-participação, segundo Best e Krueger (2005). Assim, é possível afirmar que ter idade entre 18-29 anos foi determinante para a participação *online*;

H3: As plataformas digitais de mídias sociais influenciam a participação *online* e *offline* (TOWNER, 2013; TOWNER; DULIO, 2011). Pode-se afirmar, portanto, que o uso destes *sites* foi determinante para a participação digital e convencional dos eleitores de Salvador.

Pesquisa e método

Para a verificação das hipóteses, foram analisados os resultados de uma pesquisa de opinião domiciliar realizada na cidade de Salvador, em janeiro de 2015, englobando diversas variáveis sobre o uso das tecnologias digitais no processo decisório eleitoral. 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 100 vezes, os mesmos resultados seriam reproduzidos em 95,5% dos casos. 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 (PDDU - Lei Municipal nº 7.400/2008).

Os entrevistados foram selecionados pela utilização de cotas proporcionais, segundo as variáveis sexo, idade e escolaridade dos eleitores, mesmo critério usado nos dados “Estatísticas do Eleitorado 2014”. Já as entrevistas foram distribuídas em domicílios sorteados nas 17 Regiões Administrativas (RAS) continentais⁴ de Salvador, obedecendo à divisão territorial prevista no PDDU e ao tamanho da população de cada área. Os eleitores da 18ª Região Administrativa (RA), representando as Ilhas de Maré, Madre de Deus e dos Frades, foram incluídos na amostra do Subúrbio Ferroviário⁵.

Do total de entrevistados da amostra (n = 280), 45,7% eram do sexo masculino; 54,3%, do sexo feminino. Quanto à idade, 13,2% tinham faixa etária entre 18-24 anos; 25,4%, entre 25-34 anos; 21,8%, entre 35-44 anos; 24,3%, entre 45-59 anos; e 15,4%, tinham 60 anos ou mais. A escolaridade ficou distribuída da seguinte maneira: até fundamental completo, 43,9%; ensino médio 46,1%; e nível superior, 10,0%. Em relação à distribuição da renda familiar, 23,6% ganhavam até um salário mínimo; 30,0% mais de um até dois salários mínimos; 24,6%, mais de dois até três salários mínimos; 11,4%, mais de três até cinco salários mínimos; 5,4%, mais de cinco até dez salários mínimos; 1,8%, mais de dez até vinte salários mínimos; 0,7%, mais de 20 salários mínimos; 0,7% não soube responder; e 1,8% recusou-se a responder.

Entre os 280 eleitores da amostra, 183 tinham acesso à *Internet* e 97 deles não tinham conexão com a rede. Entre os que estavam conectados, 22 não eram usuários de mídias sociais e 161 eleitores usavam mais de uma plataforma, sendo 147 usuários do Facebook; 136 do WhatsApp; 46 do Instagram; 36 do YouTube; 19 do Twitter; 1 do MySpace; e 1 do Google+. Entre os eleitores da nossa amostra que afirmaram preferir algum partido

4 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 18ª é insular, englobando as Ilhas de Maré, Madre de Deus e Frades, na região da Baía de Todos os Santos.

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

(37,5%), 76 (27,1%) indicaram o PT; 19 (6,8%), o DEM; 4 (1,4%), o PMDB; 2 (0,7%) o PSB; e 2 (0,7%), outros partidos, como PDT/PSD. Em relação à participação cívica, 232 eleitores responderam não estarem engajados em nenhuma instituição, organização, associação ou movimento; 26 deles disseram participar de grupos religiosos vinculados a igrejas; oito participavam de associações de bairro ou profissionais; quatro integravam sindicatos profissionais; três participavam de ONGs; e quatro de outras associações.

As variáveis sociodemográficas (sexo, idade e escolaridade), a renda familiar, atitudes políticas (engajamento cívico e preferência partidária) e o uso de mídias sociais (Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter) e video-sharing (YouTube) foram utilizadas como variáveis independentes⁶. Estudos anteriores (ZÚÑIGA, 2014; TOWNER, 2013; TOWNER; DULIO, 2011; VITAK 2011; SCHLOZMAN et al, 2010; 2012; VERBA et al, 1995; ROSENSTONE; HANSEN, 1993; MILBRATH; GOEL, 1977) demonstraram que essas variáveis são importantes preditores de participação política.

Como variáveis dependentes foram utilizadas modalidades de participação *online* e *offline*, 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 *offline* foi investigada a partir das seguintes questões: 1) Conversou pessoalmente com alguma pessoa e tentou mostrar a ela por que deveria 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?

Já a participação política *online* foi investigada pelas seguintes perguntas: 1) Enviou *e-mail* de conteúdo político para outra pessoa? 2) Conversou *online* 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 *online* ou grupo de bate-papo sobre política? 6) Fez doação em dinheiro *online* para candidato ou partido político?

Uma vez que essas modalidades de participação são originárias de estudos norte-americanos, fez-se necessário testar a confiabilidade do seu uso no contexto brasileiro, através da aplicação de análises fatoriais em cada uma das duas dimensões, *online* e *offline*⁷.

6 “Uma variável é uma classe geral de objetos, eventos, situações, características e atributos que são de interesse da pesquisa [...] A variável independente tem um impacto na variável dependente. Em outras palavras, os valores que a variável dependente recebem são influenciados pela variável independente.” (BALNAVES; CAPUTI, 2001, p.46 – Nossa tradução).

7 Os procedimentos metodológicos utilizados neste estudo, para verificar os condicionantes da participação eleitoral, foram recomendados pelo professor doutor Ednaldo Ribeiro, da Universidade Federal do Paraná (UFPR), que os aplicou em seu artigo “Participação *online* e *offline* no Brasil: relações e condicionantes” (RIBEIRO et al, 2016). Foram executados pelo seu orientando Lucas Toshiaki Archangelo Okado.

Trata-se de um conjunto de técnicas estatísticas que permite medir a consistência de um agrupamento de variáveis, investigando a inter-relação existente entre cada uma delas (HAIR et al, 1993). Note-se que nove das onze modalidades de participação (*online/offline*)⁸, as quais são transformadas em medidas de participação empiricamente testadas neste estudo, apresentam uma variação dicotômica (sim/não), em função da resposta dos entrevistados. Assim, os fatores foram extraídos a partir de uma matriz de correlação tetracórica, método indicado para estes casos (DIGBY,1983).

Nos dois modelos (*online/offline*) (Tabela 1), a carga fatorial das variáveis se mostrou adequada e acima do limite crítico (0,5) que a literatura estabelece (HAIR et al, 1993). Isto significa dizer que é correto agrupá-las em uma mesma medida e indica que os eleitores que optaram por uma das modalidades, em cada um dos modelos (*online* e *offline*), inclinam-se a praticar as demais (RIBEIRO; BORBA, 2015; BRADY, 1999; VERBA; NIE, 1972). Assim, como a análise fatorial justificou a redução das variáveis a indicadores, foram construídos dois índices distintos de participação *offline/online*: o primeiro, composto por quatro variáveis dicotômicas, tem amplitude de zero a quatro (0-4); e o segundo, com cinco variáveis, possui amplitude de zero a cinco (0-5). Com isto, é possível investigar, também, a influência de um tipo de participação sobre o outro, para responder a uma das hipóteses deste estudo.

Tabela 1

Participação <i>Offline</i>				
	Fator	Singularidade	KMO	α Cronbach
Tentar influenciar o voto de outra pessoa	0,72	0,48	0,71	0,51
Participar de encontros políticos	0,64	0,59		
Usar <i>bottom</i> de candidato, etc.	0,57	0,68		
Fazer campanha	0,96	0,08		
Participação <i>Online</i>				
Enviar e-mail de conteúdo político	0,89	0,2	0,83	0,81
Tentar influenciar o voto de outra pessoa <i>online</i>	0,82	0,31		
Seguir/curtir <i>Fanpage</i> de político	0,9	0,18		
Postar comentários políticos, etc.	0,65	0,09		
Participar de bate-papo <i>online</i> sobre política	0,93	0,12		

Fonte: Elaboração da pesquisa.

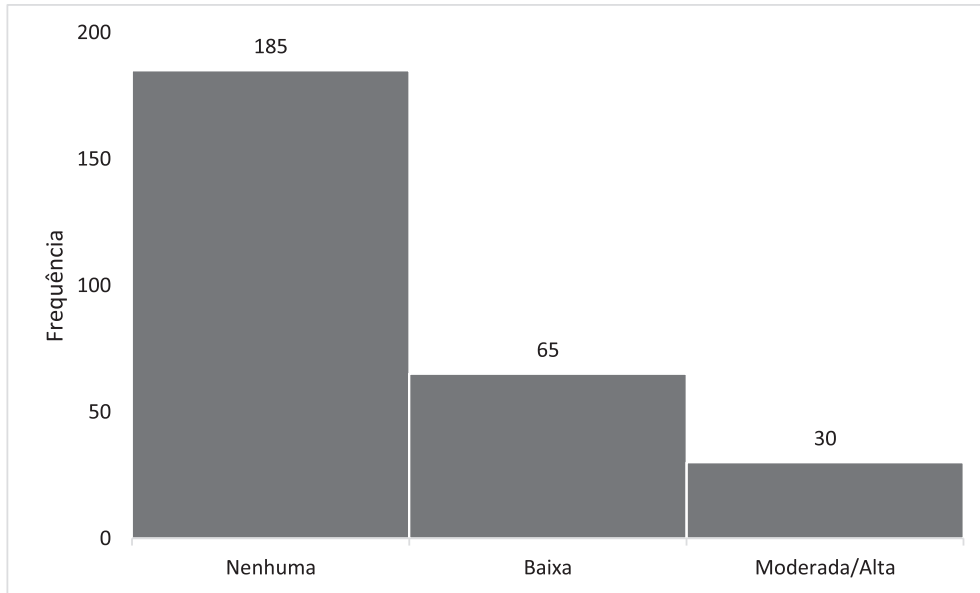
⁸ A modalidade de participação “doação de fundos para partidos ou candidato” foi descartada deste estudo por registrar somente um caso em cada uma das dimensões (*online/offline*), o que inviabiliza as análises multivariadas.

Dessa forma, as modalidades de participação *online* e *offline*, transformadas em medidas empíricas de participação, foram usadas na construção de uma escala de zero a três (0-3), representando, cada degrau da escala, a soma dos repertórios acionados por cada um dos eleitores: 1) “nenhuma participação”, quando o valor apresentado foi igual a zero (eleitores inativos); 2) “baixa participação”, quando o eleitor envolveu-se em apenas uma modalidade participativa; e 3) “moderada/alta participação”, quando os eleitores acionaram dois ou mais repertórios. Em seguida, os eleitores da amostra foram classificados da seguinte forma: 1) Não participou de nenhuma ação *offline* (n = 185); 2) Participou de pelo menos uma ação *offline* (n = 65); e 3) Participou de duas ou mais ações *offline* (n = 30). 4) Não participou de nenhuma ação *online* (n = 237); 2) Participou de pelo menos uma ação *online* (n = 17); 3) Participou de duas ou mais ações *online* (n = 26) (Gráficos 1 e 2).

O ajuste do teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) confirmou a adequação do modelo para responder às hipóteses desta pesquisa, pois apresentou um valor superior a 0,6 (HAIR et al, 1993). Adicionalmente, foi testada a confiabilidade das nove variáveis usadas na composição dos índices de participação *online/offline*, descritas, aqui, em parágrafos anteriores (Alfa de Cronbach). O índice de participação *online* (0,81) (Tabela 1) apresentou um valor dentro dos limites estabelecidos pela maior parte da literatura (entre 0,7 e 0,9) (STREINER, 2003).

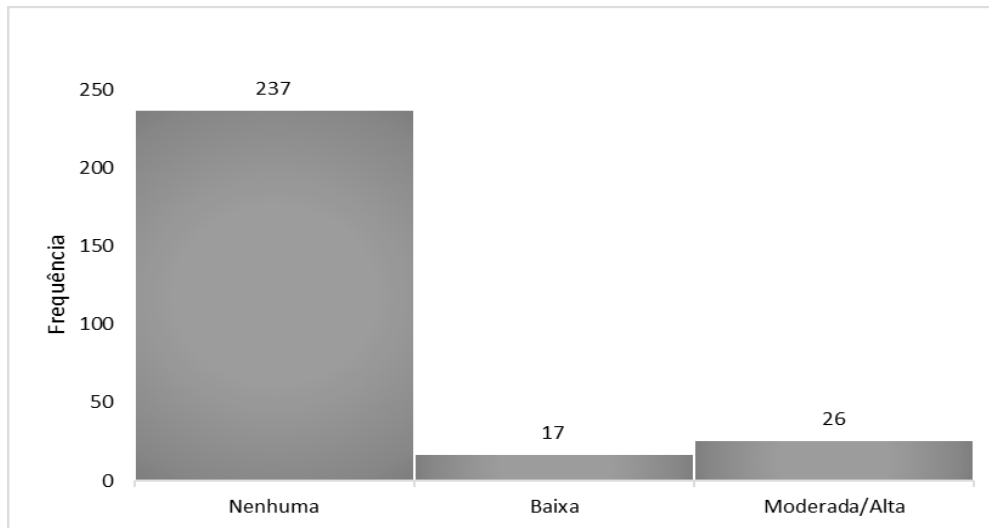
Por sua vez, a confiabilidade do índice de participação *offline* (0,51) está abaixo do valor considerado mínimo ideal (0,7) para alguns autores (STREINER, 2003), enquanto, para outros, é um nível moderado (LANDIS; KOCH, 1977) ou o mínimo aceitável (GLIEM; GLIEM, 2003). A propósito, vale reiterar, aqui, que o *cluster* “Trabalho de Campanha”, reunindo um repertório com cinco modalidades de participação eleitoral, vem sendo usado em estudos eleitorais pelo ANES desde 1948, nos Estados Unidos. A partir de então, tem servido de referência na aplicação de pesquisas de opinião sobre comportamento político em vários países ocidentais (BRADY, 1999).

Gráfico 1 – Participação *offline*



Fonte: Elaboração da pesquisa.

Gráfico 2 – Participação *online*



Fonte: Elaboração da pesquisa.

A variabilidade nos índices de frequência de participação tanto no modelo *online* como no modelo *offline* e o tamanho reduzido da escala para identificar os condicionantes da participação eleitoral levaram à utilização do modelo multinomial, conforme recomendação de Ribeiro et al (2016). Por serem maioria, os eleitores inativos foram tomados como categoria de referência para análise do impacto das variáveis independentes sobre a participação, isto

é, os condicionantes que fazem o indivíduo sair de uma situação de inatividade para acionar um ou mais repertórios de ação política.

O modelo que analisa a participação *online* incluiu também os eleitores que não possuíam acesso à *Internet* (n = 97). O plano amostral foi desenhado para representar o eleitorado da cidade de Salvador no ano de 2014, não permitindo a construção de uma subamostra que considera apenas os eleitores que acessam a *Internet*. A solução empregada consistiu em agrupar os eleitores que não possuíam acesso às tecnologias digitais (n = 97) junto àqueles que não acionaram nenhum repertório de participação *online* (n = 237) nas eleições de 2014. Apesar de não ser a solução mais plausível, esta opção metodológica permitiu manter a representatividade da amostra para todo o eleitorado da capital baiana. Cabe salientar, então, que dos 84,6% dos eleitores que não participaram *online*, 34,6% não o fizeram, *a priori*, porque não tinham acesso à *Internet*.

Resultados e discussões

O modelo apresentado na Tabela 2 demonstra quais são os condicionantes da participação *online* e *offline* baixa e média/alta, tomando-se como referência a categoria dos inativos.

Tabela 2 – Coeficientes de Participação *online* e *offline*

	Participação <i>offline</i>		Participação <i>online</i>	
	Baixa	Moderada	Baixa	Moderada
Índice de Participação <i>online/offline</i>	1,885	7,81**	5,89**	6,54**
Educação	,970	,753	1,439	3,00*
Idade	1,38*	1,263	,733	1,068
Renda	,841	1,011	1,144	1,184
Sexo	1,386	,734	,570	1,617
Uso do <i>Twitter</i>	7,06*	,992	,497	,230
Uso do <i>WhatsApp</i>	3,07*	6,73*	,533	1,264
Uso do <i>YouTube</i>	,849	,478	,397	2,661
Uso do <i>Facebook</i>	,683	0,09*	36,58**	22,41*
Uso do <i>Instagram</i>	,387	1,671	1,881	4,32*
Identificação Partidária	1,813	10,97**	1,239	2,262
Engajamento Cívico	1,893	2,745	,924	2,681
Pseudo R ²	0,36		0,53	

Notas: *p<0,05; **p<0,01.

Fonte: Elaboração da pesquisa.

A participação política *online* não influenciou a baixa participação *offline*, mas teve um efeito positivo sobre a participação moderada. Cada incremento na escala de participação *online* aumentou em 7,8 vezes as chances de um eleitor sair da inatividade para uma participação política moderada fora da *Internet*. Levando-se em conta que a maioria dos entrevistados foi mais ativa *offline*, este resultado permite afirmar que os eleitores mais mobilizados fora das plataformas digitais foram justamente aqueles que as utilizaram para se expressar politicamente (STOLLE; VISSERS, 2013). Dessa forma, confirma-se a Hipótese do Reforço observada em estudos anteriores (DI GENNARO; DUTTON, 2006; NORRIS, 2001) e também levantada neste estudo (H1).

Esta afirmação é ratificada quando são observados os coeficientes de participação *online*. O índice de participação *offline* teve um efeito positivo tanto na baixa participação digital quanto na moderada. Cada aumento na escala da participação convencional incrementou as chances de um eleitor ter baixa participação *online* em 5,8 vezes e em ter uma participação moderada em 6,5 vezes, quando comparado aos inativos. Ou seja, os eleitores que participaram de ações de campanha *offline* possuíam maior chance de se engajarem em repertórios de participação *online*. Mas a participação *online*, por sua vez, apresentou um efeito positivo apenas para a participação *offline* moderada, como afirmamos acima.

Contrariando as expectativas teóricas, a educação não apresentou efeitos significativos na participação *offline*. Esperava-se que os eleitores com maior escolaridade fossem aqueles que participassem mais (VERBA et. al, 1995; ROSENSTONE; HANSEN, 1993). Por outro lado, o maior envolvimento em atividades *online* é fortemente favorecido por uma maior escolaridade (SCHLOZMAN et al, 2010; 2012). Cada avanço nesta medida – do fundamental para o ensino médio e do ensino médio para o ensino superior – elevou em três vezes as chances de os eleitores desta amostra terem participação *online* de moderada a alta. Dessa forma, pode-se afirmar que os eleitores que mais acionaram os repertórios de participação *online* foram aqueles que possuíam uma maior escolaridade, confirmando, em parte, a Hipótese 1.

Por outro lado, esperava-se que os eleitores mais jovens, por possuírem maior familiaridade com redes sociais, manifestassem maior ativismo digital que os mais velhos (LOADER et al, 2014; BEST; KRUEGER, 2005), o que não pôde ser observado nesta amostra com o modelo descrito acima. A Hipótese 2, portanto, não foi confirmada. A idade influenciou, apenas, a baixa participação *offline*, aumentando em 1,38 vezes, na passagem de uma faixa etária menor para uma maior, as chances de um eleitor acionar um repertório de participação *offline*. Este resultado confirmou estudos anteriores, no que tange ao envolvimento em atividades convencionais de campanha (VERBA et al, 1995; ROSENSTONE; HANSEN, 1993). As variáveis sexo e renda não se mostraram influentes, nesta amostra, tanto para a participação *online* como *offline*.

Em relação aos efeitos do uso das plataformas digitais (Hipótese 3) na participação *offline*, apenas o YouTube não se mostrou significativo. O Twitter demonstrou um impacto positivo sobre a baixa participação *offline*, aumentando as chances de o eleitor tomar parte de uma ação fora da *Internet* em sete vezes, o que confirma estudos sobre o uso desta ferramenta para mobilização em campanhas eleitorais no Brasil e em outros países (AGGIO, 2016; TOWNER, 2013; MARQUES et al, 2013). Por sua vez, o uso do WhatsApp aumentou em três vezes as chances do eleitor possuir uma baixa participação *offline* e em 6,7 a probabilidade de possuir uma participação moderada. Ressalte-se, aqui, que também o WhatsApp tem sido largamente empregado em campanhas eleitorais para mobilizar o *staff* de candidatos e os eleitores (GUTIERREZ-RUBI, 2015).

O Facebook, por sua vez, apresentou um efeito negativo na participação *offline* dos entrevistados desta amostra, diminuindo em quase duas vezes as chances de o eleitor ter participação *offline* moderada, o que contraria estudos anteriores (TOWNER, 2013; VITAK et al, 2011). Em contrapartida, esta rede social é o principal canal de participação *online*, aumentando a *web*-participação baixa e moderada dos eleitores desta amostra em 36 vezes e 22 vezes. Este impacto pode ser explicado por três razões: 1) a tecnologia disponível no Facebook, que possibilita reunir em sua plataforma, simultaneamente, todos os atores de uma campanha eleitoral: políticos, eleitores e a mídia (WESTTLING, 2007); 2) as funções básicas da plataforma em campanhas *online*, de conectar eleitores, incrementar o envolvimento político e encorajar a mobilização (TOWNER, 2013); e 3) o funcionamento do Facebook como *home base* de mídias sociais, fenômeno identificado pelo *Pew Research Center* e confirmado na pesquisa de campo da autora⁹. Por fim, o uso do Instagram, plataforma que está sincronizada com o Facebook e o Messenger, apresentou um efeito positivo sobre a participação *online* moderada, aumentando as chances de o eleitor de Salvador ter acionado dois ou mais repertórios *online* em 4,3 vezes.

Apesar dos efeitos isolados do uso do Twitter e do Instagram, o WhatsApp e o Facebook apresentaram efeitos semelhantes, ainda que de natureza distinta. O WhatsApp favoreceu a participação *offline*, enquanto o Facebook influenciou a participação *online*. Estes resultados indicam que o WhatsApp foi usado como uma ferramenta de mobilização para ações de campanha *offline*, como declarou em entrevista à autora (13/08/2014) o deputado federal Nelson Pelegrino (PT-BA), corroborando outros estudos (GUTIERREZ-RUBI, 2015). Já o Facebook foi o principal canal de *web*-participação (TOWNER, 2013; WESTTLING, 2007). Foi através desta rede social que os eleitores acionaram os repertórios *online* de ação política. Os resultados, portanto, confirmam a Hipótese 3.

Em relação à participação *online*, a identificação partidária não se mostrou significativa entre os eleitores desta amostra. Dessa forma, os eleitores que não manifestaram

9 <http://www.pewInternet.org/2015/01/09/social-media-update-2014/>

preferência por algum partido político participaram de repertórios *online* como aqueles que possuíam identificação partidária, o que confirma estudos recentes (MARGETTS et al, 2015) sobre o papel mobilizador das ferramentas digitais mesmo entre os que não possuem interesse político.

A identificação partidária demonstrou um efeito positivo apenas para a participação moderada *offline*. Os eleitores desta amostra que realizaram mais ações de campanha fora da *Internet* foram justamente aqueles que possuíam uma identificação com algum dos partidos políticos envolvidos nas eleições (ZÚÑIGA et al, 2014; MILBRATRH; GOEL, 1977). Por fim, o engajamento cívico não se mostrou um preditor significativo de participação *online*, tampouco de participação *offline*, contrariando a literatura clássica sobre a participação convencional (PUTNAM, 2015) e confirmando as pesquisas teóricas e empíricas sobre *web* participação (BEST; KRUEGER, 2005; BENNETE, 1998).

Conclusões

Os resultados deste estudo confirmaram o caráter excludente da participação política mediada pelas tecnologias digitais (BARBER, 2006), ratificando a Hipótese do Reforço (DI GENNARO; DUTTON, 2006; NORRIS, 2001), isto é, a constatação de que a *Internet* atrai os grupos politicamente engajados *offline*. Ter escolaridade superior foi determinante para a participação *online*, enquanto eleitores com nível médio e fundamental dificilmente usariam as ferramentas da *Internet* para participação em eleições, de acordo com os dados desta amostra.

Também corroboram a tese de Barber (2006) de que o *apartheid* digital não será resolvido, apenas, com a equalização do acesso à rede. A educação, segundo ele (BARBER, 2006), é uma barreira que aprofunda as desigualdades de uso da *Internet*, inviabilizando o seu potencial democrático. Na mesma linha, Di Gennaro e Dutton (2006) acreditam que a *Internet* vai agravar as desigualdades de participação, enquanto Eisenberg (2003) concluiu que a *Internet* é tão excludente quanto a mídia impressa por requerer altas capacidades cognitivas dos usuários.

Em relação ao impacto do uso de mídias sociais sobre a participação política *online* e *offline*, os resultados da amostra também confirmaram pesquisas anteriores (TOWNER, 2013; TOWNER; DULIO, 2011; VITAK et al, 2011). Nota-se que todos os que participaram *online* (n = 43) o fizeram através desses *sites*. Essas plataformas estão alterando e ampliando as formas de participação política (MARGETTS, 2015; ZÚÑIGA, 2014), embora algumas modalidades de participação mediadas por mídias sociais presentes neste estudo, como conversar com pessoas e tentar convencê-las a votar em algum partido ou candidato, apenas espelhem atividades desenvolvidas *offline*.

O tamanho da amostra e sua homogeneidade, no que tange às características sociodemográficas e ao *status* econômico do eleitorado de Salvador (77,9% com renda de um a três salários mínimos) dificultam a identificação da influência dessas variáveis na participação política *online* e *offline*. Assim, há necessidade de novas investigações, com amostras mais amplas, a fim de que se possa aprofundar o estudo do impacto das tecnologias digitais no comportamento do eleitor baiano.

Referências

- AGGIO, C. Campanhas online e twitter: a interação entre campanhas e eleitores nas eleições presidenciais brasileiras de 2010. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v.23, n.1, 2016.
- ALDÉ, A.; MARQUES, Francisco Jamil (Org.). **Internet e Poder Local**. 1. ed. Salvador: EdUFBA, 2015.
- BALNAVES, M.; CAPUTI, P. **Introduction to Quantitative Research Methods: an investigative approach**. Londres: Sage Publications, 2001.
- BARBER, B. How Democratic are the New Telecommunication Technologies? **Revista dos Los Estudios de Derecho y Ciência Política de La UOC**, n.3, 2006.
- BAUMGARTNER, J. C.; MORRIS, J. S. MyFaceTube Politics Social Networking Web Sites and Political Engagement of Young Adults. **Social Science Computer Review**. v.28 n.1, 2010.
- BENNETE, W. L. 1998 Ithiel de Sola Pool Lecture - The Uncivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics. **Political Science & Politics**, v.31,1998.
- BEST, S. J.; KRUEGER, B. S. Analysing the Representativeness of Internet Political Participation. **Political Behavior**, v..27, n.2, 2005
- BIMBER, B; DAVIS, R. **Campaigning Online**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2003.
- BODY, L. **Don't Judge a Facebook by its Cover: Social Networking Sites, Social Capital, and Political Participation**. Madison: University of Wisconsin-Madison, 2008.
- BOYD, D. M.; ELISSON, N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer Mediated Communication**. v.30, n.1, p.210-230, 2007.
- BRADY, H. E. Political participation. In: ROBINSON, J. P. (Ed.) **Measures of political attitudes**. San Diego: Academic Press, p.737-801, 1999.
- BUCY, E. P.; GREGSON, K. S. A Legitimizing Mechanism of Mass Democracy. **New Media & Society**, v.3, p.358-382, 2001.
- CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- CERVI, E. U. et. al (Org.). **Internet e Eleições no Brasil**. Curitiba: UFPR, 2016.
- COHEN, C. J. et al. *Participatory Politics: Youth and Participatory Politics Survey Project*. University of Chicago. EUA, 2012.
- DALTON, R. J. **Democratic Challenges, Democratic Choices: The Erosion of Political Support in Advanced Industrial Democracies**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2004.
- DI GENNARO, C.; DUTTON, W. The Internet and the Public: Online and Offline Political Participation in the United Kingdom. **Parliamentary Affairs**, v.59. n.2, p.199-313, 2006.

- DIGBY, P. G. N. Approximating the tetrachoric correlation coefficient. **Biometrics**. v.39, n.3, p.753-757, 1983.
- EISENBERG, J. Internet, Democracia e República. **Revista Dados**, Rio de Janeiro, v.46, n.3, 2003.
- GLIEM, J. A.; GLIEM, R. R. Calculating, Interpreting, and Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient for Likert – Type Scales. In: MIDWEST RESEARCH TO PRACTICE CONFERENCE IN ADULT, CONTINUING, AND COMMUNITY EDUCATION, 2003, Columbus. **Anais...** Columbus, 2003.
- GOMES, W. et al. Participação Política Online: Questões e Hipóteses de Trabalho. In: MAIA, R. et al. **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- GUTIERREZ-RUBI, A. **La Política en tiempos de WhatsApp**. Madri: El País Libros, 2015.
- HAIR, J. et al. **Multivariate Data Analysis**. Nova Iorque: MacMillan Publishing, 1993.
- KRUEGER, B. S. Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States: A Resource Approach. *American Politics Research*, v.30, n.5, p.476-498, 2002.
- INGLEHART, R. **The Silent Revolution**. Princeton: Princeton University Press, 1977.
- INGLEHART, R.; WELZEL, C. W. **Modernização, Mudança Cultural e Democracia**: a seqüência do desenvolvimento humano. São Paulo: Francis, 2009.
- LANDIS, J. R.; KOCH, G. G. The measurement of Observer Agreement for Categorical Data. **Biometrics**, v.33, n.1, p.159-174, 1977.
- LOADER, B. D.; VROMEN, A.; XENOS, M. A. The Networked Young Citizen: social media, political participation and civic engagement. **Information, Communication e Society**, v.17, n.2, p.143-150, 2014.
- MARGETTS, H. et al. **Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action**. Princeton: Princeton University Press. Londres: 2015.
- MARQUES, F. P. et al. **Internet e Eleições no Brasil**: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas. In: Do clique à urna: Internet, redes sociais e eleições no Brasil. Salvador: Edufba, 2013.
- MILBRATH, L. W.; GOEL, M. L. **Political Participation**. Chicago: Rand McNally Publishing Company, 1977.
- MOROZOV, E. The brave new world of slacktivism. **Foreign Policy**, Washington, v.19, 2009.
- NORRIS, P. **Digital Divide**: Civic Engagement, Information, and the Internet Worldwide. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- _____. **Democratic Phoenix**: Reinventing Political Activism. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- _____. Political Ativism: New Challenges, New Opportunities. In: BOIX, C.; STROKES, S. C. **The Oxford Handbook of Comparative Politics**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2007.
- _____. **Democratic Deficit**: Critical Citizens Revisited. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
- PATEMAN, C. **Participação e Teoria Democrática**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- PUTNAM, R. Conclusions. In: _____. **Democracies in Flux**: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society. Nova Iorque: Oxford University Press, 2002. p.393-416. _____. **Jogando Boliche Sozinho**: colapso e ressurgimento da coletividade americana. Curitiba: Instituto Atuação, 2015.
- ROSENSTONE, S.J.; HANSEN, J.M. **Mobilization, participation, and democracy in America**. Nova Iorque: Macmillan, 1993.
- RIBEIRO, E.; BORBA, J. **Participação Política na América Latina**. Maringá: Eduem, 2015.

- RIBEIRO, E. et al. Participação on-line e off-line no Brasil: relações e condicionantes. **Revista do Serviço Público**, Brasília, v.67, n.4, p.497-523, 2016.
- SANTANA, R. S. Participação política dos eleitores de Salvador usuários de mídias sociais nas eleições presidenciais de 2014. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA (COMPOLÍTICA), 5., 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2015.
- SCHLOZMAN, K. L et al. Weapon of the strong? Participatory inequality and the Internet. **Perspectives on Politics**, v.8 n.2, p.487-509, 2010.
- _____. **The Unheavenly Chorus: unequal political voice and the broken promise of American democracy.** Princeton: Princeton University Press, 2012.
- STOLLE, D.; HOOGHE, M. Emerging Repertoires of Political Action? A Review of the Debate on Participation Trends in Western Societies. In: EUROPEAN CONSORTIUM FOR POLITICAL RESEARCH JOINT SESSIONS, Uppsala, 2004. **Anais...** Uppsala, 2004.
- STOLLE, D.; VISSERS, S. The Internet and new modes of political participation: online versus offline participation. **Information, Communication and Society**, v.17, n.8, 2013. 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.
- TOWNER, T; DULIO, D. A. The Web 2.0 Election: does the online medium matter? **Journal of Political Marketing**, v.10, n.1-2, p.165-188, 2011.
- TOWNER, T. All Political Participation Is Socially Networked? New Media and the 2012 Elections. **Social Science Computer Review**, v.31, n.5, p.527-531, 2013.
- VERBA, S. et al. E. **Voice and equality: civic voluntarism in American politics.** Cambridge: Harvard University Press, 1995.
- VERBA, S.; NIE, N. **Participation in America: political democracy and social equality.** Chicago: The University of Chicago Press, 1972.
- VITAK, J. et al. It's Complicated: Facebook Users' Political Participation in the 2008 Election. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v.14, n.3. 2011.
- WESTTLING, M. **Expanding The Public Sphere: The impact of Facebook on political communication.** Madison: Wisconsin University, 2007.
- ZHANG, W. et al. The Revolution Will be Networked: The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior. **Social Science Computer Review**. v.28, n.1, p.75-92, 2010.
- ZÚÑIGA, H. G. et al. **Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships.** **Journal of Communication**, v.64, n.4, p.612-634, 2014.

Rosane Soares Santana

Doutoranda em Comunicação e Política no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (POSCOM-UFBA). Integra o Grupo de Estudos em Comunicação, Política e Redes Digitais, do Centro de Estudos Avançados em Democracia Digital (CEADD-UFBA). Fez estágio doutoral em Ciência Política na Universidade Federal do Paraná (UFPR), instituição na qual participou do Grupo de Pesquisa em Atores, Instituições, Comportamento Político e Novas Tecnologias (GEIST), do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGCP). E-mail: rosanesantana68@gmail.com.

Recebido em: 09.05.2017

Aceito em: 18.09.2017