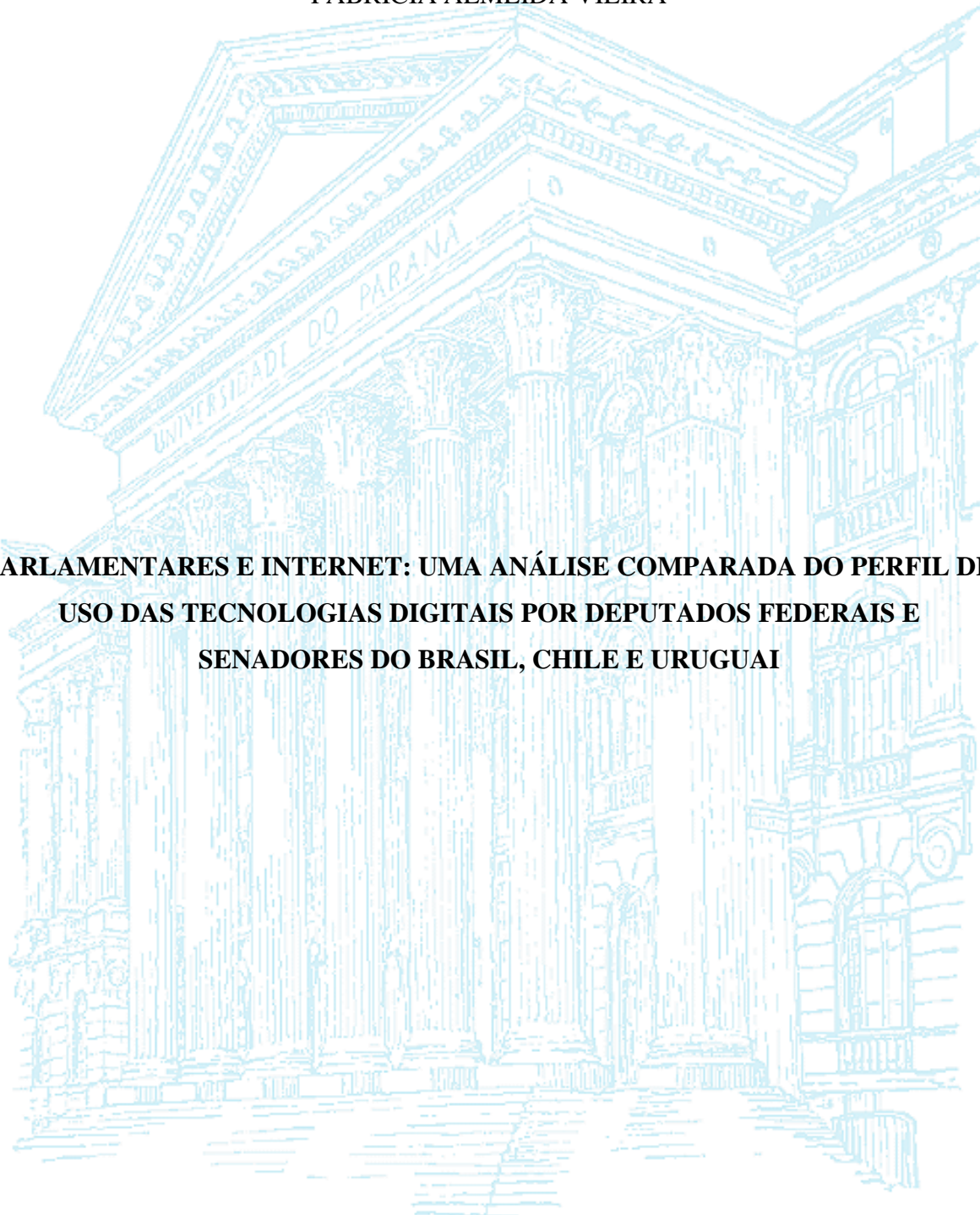


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FABRÍCIA ALMEIDA VIEIRA



**PARLAMENTARES E INTERNET: UMA ANÁLISE COMPARADA DO PERFIL DE
USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS POR DEPUTADOS FEDERAIS E
SENADORES DO BRASIL, CHILE E URUGUAI**

CURITIBA

2017

FABRÍCIA ALMEIDA VIEIRA

PARLAMENTARES E INTERNET: UMA ANÁLISE COMPARADA DO PERFIL DE
USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS POR DEPUTADOS FEDERAIS E SENADORES
DO BRASIL, CHILE E URUGUAI

Dissertação apresentada como requisito parcial à
obtenção do grau de Mestre em Ciência Política,
no Curso de Pós-graduação em Ciência Política,
Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, da
Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof^o. Dr. Sérgio Soares Braga

CURITIBA

2017

Catálogo na publicação
Mariluci Zanella – CRB 9/1233
Biblioteca de Ciências Humanas e Educação - UFPR

Vieira, Fabícia Almeida

Parlamentares e internet: uma análise comparada do perfil de uso das tecnologias digitais por deputados federais e senadores do Brasil, Chile e Uruguai / Fabícia Almeida Vieira – Curitiba, 2017.

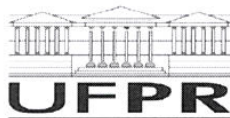
127 f.; 29 cm.

Orientador: Sérgio Soares Braga

Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.

1. Governo representativo e representação. 2. Internet - Aspectos políticos. 3. Internet - Política governamental. 4. Legisladores - Redes sociais on-line. I. Título.

CDD 342.053



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS HUMANAS
Programa de Pós-Graduação CIÊNCIA POLÍTICA

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **FABRICIA ALMEIDA VIEIRA** intitulada: **PARLAMENTARES E INTERNET: UMA ANÁLISE COMPARADA DO PERFIL DE USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS POR DEPUTADOS FEDERAIS E SENADORES DO BRASIL, CHILE E URUGUAI**, após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO.

Curitiba, 24 de Fevereiro de 2017.



SERGIO SOARES BRAGA

Presidente da Banca Examinadora (UFPR)



MARCUS ABÍLIO GOMES PEREIRA

Avaliador Externo (UFMG)



FRANCISCO PAULO JAMIL ALMEIDA MARQUES

Avaliador Interno (UFPR)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus que sempre me dá forças para prosseguir.

Ao curso de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná pelo acolhimento no programa. Aos professores, pelos excelentes ensinamentos. E à Capes, pelo apoio financeiro que foi fundamental para minha total dedicação ao mestrado.

Ao professor Doacir, orientador da graduação, que inspirou a minha escolha pelo mestrado.

Ao professor Sérgio Braga, agradeço pelas sugestões e críticas realizadas a minha dissertação, pela confiança, paciência e acompanhamento nesta jornada.

Ao professor Jamil, pelas valiosas contribuições ao meu trabalho durante a disciplina de qualificação.

Aos amigos que fiz durante a pós-graduação, que me incentivaram a prosseguir.

Ao Márcio, muito obrigada pela paciência e pelas preciosas colaborações metodológicas.

Ao Mauro, muito obrigada pelo auxílio com a revisão do texto.

Ao Rodrigo Mayer e ao Luiz Domingos, agradeço pelas indicações de textos complementares para a discussão teórica.

À Alzira, pelo companheirismo, auxílio e incentivos.

À Maria Cecília, em especial, pela amizade, parceria e por todo apoio que me deu. Muito obrigada!

Agradeço minha mãe Sandra e meu irmão André pelo incentivo e apoio de sempre, sem isso eu não estaria onde estou hoje.

Minha especial gratidão ao meu marido Luiz, pessoa de muita importância em minha vida. Obrigada pelo suporte emocional, pelas contribuições realizadas ao meu trabalho, pela enorme paciência, pelo carinho e bom humor, sem os quais alguns momentos teriam sido mais difíceis de trilhar.

RESUMO

O objetivo central desta dissertação é realizar uma avaliação comparativa do uso das plataformas da internet, em especial do Facebook, pelos deputados federais e senadores do Brasil, Chile e Uruguai, durante o exercício do atual mandato. Conta, ainda, com três objetivos específicos: i) realizar um panorama geral da apropriação e uso das principais plataformas digitais (E-mails, Websites, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram); ii) verificar a associação entre as características do sistema político, eleitoral e do perfil sociopolítico com relação a usabilidade do Facebook pelos parlamentares dos diferentes países; iii) identificar e analisar os diferentes modos de apropriação do Facebook por parlamentares distintos. Para cumprir os objetivos desta pesquisa há três dimensões metodológicas a serem analisadas: i) identificar quantitativamente quais características influenciam significativamente na adesão e na frequência de uso (quantidade de postagens) do Facebook; ii) estabelecer padrão de uso a partir das características que se mostraram expressivas para a adesão da rede social pelos parlamentares; iii) realizar uma análise de conteúdo dos perfis do Facebook dos deputados federais e senadores que apresentaram maior frequência de uso no emprego dessa mídia social. A hipótese geral deste estudo é de que as estratégias de apropriação das tecnologias digitais por parlamentares variam de acordo com as características institucionais de cada país e com as características de recrutamento dos representantes. A metodologia adotada se baseou na análise quantitativa e análise de conteúdo. Os resultados apontam para diferentes modos de apropriação das plataformas da internet, de forma que as características institucionais são as mais relevantes para explicar o comportamento político online.

Palavras-chave: Representação política e internet; tecnologias digitais; parlamentares online.

ABSTRACT

This dissertation presents the results of the comparative evaluation on the use of Internet platforms, especially Facebook, by federal deputies and senators of Brazil, Chile and Uruguay during their current mandate. The research also pursues three specific objectives: i) to provide an overview on the appropriation and use of the main digital platforms (E-mails, Websites, Facebook, Twitter, YouTube and Instagram); ii) to verify the association between the characteristics of the political and electoral systems and the sociopolitical profiles regarding the utilization of Facebook by the parliamentarians of the four selected countries; iii) identify and analyze the different ways of Facebook appropriation by the diverse parliamentarians. In order to accomplish these objectives, the analysis focuses on three methodological dimensions: i) the quantitative identification of the characteristics which significantly influenced the choice of Facebook as a social media by parliamentarians and its frequency of use (number of posts); ii) the demonstration of a usage pattern of Facebook by parliamentarians considering those relevant characteristics; iii) the content analysis of the Facebook profiles of federal deputies and senators who have showed the most frequent use of that social media. Our general hypothesis is that the strategies of appropriation of digital technologies by parliamentarians vary according to the institutional characteristics and the features of the representatives' recruitment in each country. The adopted methodology is based on quantitative analysis and content analysis. The results point to different modes of appropriation of Internet platforms and show that the most relevant attributes capable of explaining online political behavior are the institutional characteristics within the countries.

Keywords: Political representation and internet; digital technologies; online parliamentarians.

LISTA DE IMAGENS

IMAGEM 1 – tipo de postagens mais frequentes: fotos, composição gráfica para Facebook e conteúdos externos	101
IMAGEM 2 – Partidarização no Facebook	105

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Disposições constitucionais para o cargo de deputado federal e senador no Brasil, Chile e Uruguai	51
TABELA 2 – Características dos sistemas políticos no Brasil, Chile e Uruguai	53
TABELA 3 – Resumo do <i>corpus</i> empírico da análise de conteúdo	65
TABELA 4 – Uso das plataformas digitais pelos representantes (por país)	71
TABELA 5 – Atualizações das plataformas digitais (por país)	75
TABELA 6 – Composição da Câmara Alta e Baixa (por sexo)	78
TABELA 7 – Perfil dos parlamentares com Facebook	78
TABELA 8 – Ocupação principal dos representantes	82
TABELA 9 – Ano de entrada na política dos parlamentares com Facebook	85
TABELA 10 – Cargos políticos anteriores dos parlamentares	86
TABELA 11 – Ideologia partidária dos parlamentares	87
TABELA 12 – Temas gerais das publicações (por tipo de parlamentar)	94
TABELA 13 – Abrangência das publicações (por tipo de parlamentar).....	98
TABELA 14 – Grau de partidarização nas publicações do Facebook (por tipo de parlamentar).	103
TABELA 15 – Sentimentos manifestados aos parlamentares no Facebook (por tipo de parlamentar).....	107

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Evolução do acesso à internet no Brasil, Chile e Uruguai (2000-2014).....	43
GRÁFICO 2 – Média de adesão das plataformas digitais (por país)	74
GRÁFICO 3 – Proximidades entre partidos políticos e postura	97
GRÁFICO 4 – Proximidades entre partidos políticos e partidarização.....	104

LISTA DE SIGLAS

PTB - Partido Trabalhista Brasileiro

DEM - Democratas

PSC - Partido Social Cristão

PP - Partido Progressista

PRB - Partido Republicano Brasileiro

PR - Partido da República

REDE - Rede Sustentabilidade

PSD - Partido Social Democrático

PMDB - Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira

PPS - Partido Popular Socialista

PV - Partido Verde

SD - Solidariedade

PCdoB - Partido Comunista do Brasil

PSB - Partido Socialista Brasileiro

PDT - Partido Democrático Trabalhista

PT - Partido dos Trabalhadores

PSOL - Partido Socialismo e Liberdade

PHS - Partido Humanista da Solidariedade

PROS - Partido Republicano da Ordem Social

UDI - Unión Demócrata Independiente

RN - Renovación Nacional

PDC - Partido Demócrata Cristiano

PS - Partido Socialista

PPD - Partido por la Democracia

IC - Izquierda Ciudadana

PN - Partido Nacional

FA - Frente Amplio

BR – Brasil

CH – Chile

UR - Uruguai

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. DEMOCRACIA REPRESENTATIVA, PARLAMENTARES E INTERNET	19
2.1. Democracia representativa e os desafios da aplicação de valores democráticos na representação política.....	19
2.1.1. Representação e personalização da política.....	24
2.1.2. Processo de mediação política e os meios de comunicação	29
2.1.3. Representação política e internet	31
2.2. Finalidades da apropriação das tecnologias digitais pelos atores políticos.....	34
3. PARLAMENTARES ONLINE: ADOÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS POR ATORES POLÍTICOS DA AMÉRICA LATINA	42
3.1. O acesso à internet no Brasil, Chile e Uruguai	42
3.2. Desconfiança dos cidadãos nas instituições políticas na América Latina.....	43
3.2.1. Parlamentares online: pesquisas empíricas.....	46
3.3. Brasil, Chile e Uruguai: diferentes contextos institucionais	50
3.3.1. Exigências constitucionais para os cargos de deputado federal e senador	50
3.3.2. Sistemas políticos e eleitorais	53
4. QUESTÕES METODOLÓGICAS	59
4.1. Questões de pesquisa, objetivos e hipóteses	59
4.2. Metodologia e fontes	62
5. ANÁLISE COMPARATIVA DO USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PELOS DEPUTADOS FEDERAIS E SENADORES DO BRASIL, CHILE E URUGUAI	71
5.1. Usabilidade das plataformas digitais básicas	71
5.2. Perfil de uso do Facebook	77
5.3. Síntese do capítulo	88
6. ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS PERFIS DO FACEBOOK DOS REPRESENTANTES	93
6.1. Conteúdo das postagens e postura dos parlamentares	94

6.2.	Abrangência dos debates nas publicações.....	98
6.3.	Tipo de postagem, uso do humor, engajamento e participação	100
6.4.	A partidarização nas publicações do Facebook	102
6.5.	Popularidade dos parlamentares no Facebook e reações manifestadas nas publicações	106
6.6.	Síntese do capítulo	108
7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	110
	Referências	113
	Apêndice 1 - Grau confiança no Congresso Nacional/Parlamentares e usuários com acesso à internet nos países da América do Sul (2014)	119
	Anexo 1 - Posição ideológica dos partidos políticos do Brasil, Chile e Uruguai	120
	Anexo 2 - Encontro partidário, com outros representantes ou líderes comunitários	121
	Anexo 3 - Entrevista	121
	Anexo 4 - Presença em inaugurações ou festas	122
	Anexo 5 - Presença em CPIs, votações, sessões plenárias	122
	Anexo 6 - Datas comemorativas e solenidades	123
	Anexo 7 - Posicionamento em relação a manifestações cívicas	123
	Anexo 8 - Posicionamento em relação a conjuntura nacional	124
	Anexo 9 - Críticas aos adversários políticos – atores nacionais, entre outros	124
	Anexo 10 - Críticas aos adversários políticos – atores estaduais ou municipais	125
	Anexo 11 - Críticas genéricas a atores não políticos – justiça, imprensa, entre outros ..	125
	Anexo 12 - Incentivo ao engajamento online	126
	Anexo 13 - Incentivo ao engajamento off-line	126
	Anexo 14 - Infraestrutura e obras	127

1. INTRODUÇÃO

Os estudos a respeito da temática “política e internet” refletem, de modo geral, sobre como os potenciais da internet podem modificar/influenciar as experiências democráticas. É extensa a literatura que analisa empiricamente as mudanças acerca da inserção da internet no campo político. Na literatura internacional, por exemplo, há uma série de trabalhos sobre governo eletrônico (SEIFERT & CHUNG, 2009), ciberativismo e movimentos sociais (SCHUSSMAN & EARK, 2004), uso da internet por partidos políticos (NORRIS, 2003), campanha online e processos eleitorais (BIMBER & DAVIS, 2003), órgãos legislativos e internet (COLEMAN & BLUMLER, 2009), parlamentares na internet (LILEKER & JACKSON, 2009; ZITTEL, 2006), e-parlamentos e funções das ferramentas digitais (LESTON-BANDEIRA, 2007; 2009; 2012; BERNARDES & LESTON-BANDEIRA, 2016), entre outros.

Há também uma crescente literatura a respeito desta temática no contexto nacional. As principais linhas de pesquisas dos trabalhos acadêmicos que podem ser destacados são: campanhas online e processos eleitorais nas redes sociais (CERVI & MASSUCHIN, 2010), partidos políticos e internet (ROCHA, 2014), oportunidades de participação cidadã em Websites de instituições políticas (MARQUES, 2008), apropriação dos novos meios de comunicação pelos órgãos legislativos (BRAGA, 2007; MARQUES, 2007; FARIA, 2012), deliberação online (SAMPAIO et al, 2010), democracia digital (GOMES, 2005), parlamentares e internet (MARQUES, 2007; 2014a; 2014b), funções desempenhadas por Websites parlamentares (TADRA, 2014), entre outros.

Estudos desenvolvidos ao longo das últimas décadas têm mostrado que é crescente a apropriação das plataformas digitais – Websites pessoais, Facebook, Twitter, Youtube – pelos diversos atores políticos – candidatos, representantes, partidos políticos, instituições políticas (CARLOMAGNO & BRAGA, 2015). Fato este que, por sua vez, justifica a importância de análises acadêmicas empiricamente orientadas sobre a apropriação das plataformas digitais pelos atores políticos. Com o grande número de pessoas aderindo as plataformas da internet, principalmente as redes sociais (Facebook e Twitter), os representantes políticos e seus assessores procuram acompanhar o público nos novos meios de comunicação, com o intuito de construir e manter a Imagem Pública dos mesmos.

Os Websites, por exemplo, são considerados espaços para informar e educar o eleitor acerca da conduta eleitoral, mobilizar e recrutar eleitores, circular informações negativas a respeito dos adversários ou reunir todos estes artifícios no mesmo ambiente (STEFFEN, 2006, p. 5). No entanto, resultados de pesquisas empíricas (NICOLÁS, 2009; CARVALHO, 2013) mostram que a presença dos atores políticos nesta plataforma está diminuindo, fato este que pode ser explicado pela elevada presença dos atores sociais nas redes sociais. O Facebook e o Twitter são redes sociais de grande popularidade no Brasil e no mundo, que estão sendo cada vez mais utilizadas tanto durante as campanhas como ao longo do mandato, permitindo uma aproximação mais estreita entre os representantes e os eleitores (CERVI e MASSUCHIN, 2011; MARQUES & MONT'ALVERNE, 2013; ROCHA, 2014).

A presente dissertação se insere, portanto, na área de Comunicação Política, mais especificamente, na linha de estudos sobre parlamentares e internet. Tem como objetivo principal realizar uma análise comparativa sobre o uso das tecnologias digitais pelos deputados federais e senadores do Brasil, Chile e Uruguai. Conta, ainda, com três objetivos específicos, que são: i) realizar um panorama geral da apropriação e uso das principais plataformas digitais (Websites pessoais, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram); ii) verificar a associação entre as características do sistema político, eleitoral e do perfil sociopolítico com relação a usabilidade do Facebook pelos parlamentares dos diferentes países; iii) identificar e analisar os diferentes modos de apropriação do Facebook por parlamentares distintos: deputados federais e senadores. A comparação entre países é o foco da análise, de forma que a comparação entre os tipos de parlamentares é secundária.

Diante destas reflexões preliminares, a pergunta problema que conduzirá esta pesquisa é: Quais são os determinantes na apropriação distinta das plataformas digitais por cada subgrupo de parlamentares dentro de cada país? Desta questão central surgem algumas questões secundárias que serão investigadas ao longo desta dissertação: Como os contextos institucionais de cada país selecionado impactam na apropriação e utilização das tecnologias digitais e do Facebook? Como as características individuais dos deputados federais e senadores influenciaram na adoção e uso (atualização) das plataformas da internet e do Facebook? Como e com qual finalidade os deputados federais e senadores dos países selecionados utilizaram o Facebook durante um período do mandato?

Há um conjunto de trabalhos que buscam averiguar quais são os motivos que levam os representantes políticos a aderir as tecnologias digitais (LESTON-BANDEIRA, 2012;

MARQUES et al., 2014b; BRAGA et al., 2015; WELP & MARCUZA, 2016). No entanto, há uma escassez de estudos comparados na América Latina a respeito da usabilidade da internet pelos atores políticos. Também há poucos estudos que englobam uma grande quantidade de casos para efetuar a análise comparativa – aqui, são considerados deputados federais e senadores de três países. Além disso, há uma quantidade mínima de pesquisas sobre a apropriação das tecnologias digitais pelos atores políticos, fora do período eleitoral. A fim de entender o comportamento político online, é interessante observar o modo de apropriação das plataformas digitais ao longo do mandato. Assim sendo, esta pesquisa pretende contribuir com o campo de pesquisa realizando, ao investigar o emprego das plataformas da internet por parlamentares brasileiros em perspectiva comparada com parlamentares de outros dois países da América Latina.

O período em que as contas das redes sociais serão analisadas no presente estudo é de março a agosto de 2016, o que corresponde a um trecho do exercício do mandato atual dos deputados e senadores dos países selecionados, observe o período de mandato de cada país: Brasil (2015-2019), Chile (2014-2017) e Uruguai (2015-2020). Segundo Marques & Mont’Alverne (2013), a apropriação das plataformas digitais ocorre com mais intensidade no período eleitoral, em que os agentes políticos se mostram mais dispostos a aderir os meios de comunicação digitais e tendem a empregar com mais frequência os recursos interativos e participativos que a internet oferece, a fim de se aproximarem de seus eleitores e conquistarem novos adeptos. Após o período eleitoral, ao serem eleitos, alguns representantes tendem a abandonar ou excluir suas contas da web. Ao longo do mandato os representantes políticos têm mais probabilidade de recorrer à internet simplesmente para divulgação de suas atividades parlamentares, deixando de lado as práticas participativas e interativas, por exemplo. Assim sendo, a presente pesquisa pretende averiguar como ocorre o emprego das tecnologias digitais pelos representantes políticos ao longo do mandato.

Brasil, Chile e Uruguai foram os três países da América do Sul selecionados para compor a parte empírica desta pesquisa a partir de dois fatores: gradiente de personalização e grau de confiança. O gradiente de personalização foi desenvolvido por Carey & Shugart (1995), o modelo classifica os países em uma escala de mais ou menos personalizados, de acordo com as características do sistema político e eleitoral. O grau de personalização de cada país ficou da seguinte maneira: 1. Brasil (sistema proporcional de lista aberta fortemente centrado no representante); 2. Chile (sistema majoritário de lista aberta, com partidos tendo um peso mais

elevado no processo eleitoral e legislativo); 3. Uruguai (sistema de lista fechada com partidos rígidos e coesos, com pouco espaço para a atuação do parlamentar individual).

O grau de confiança no parlamento/parlamentares foi o outro parâmetro para a escolha destes países, baseado nos dados do Latinobarómetro (2013). Os cidadãos latino americanos possuem muita desconfiança nas instituições políticas e nos representantes políticos. Este fato poderia ser, no entendimento de Welp & Marcuza (2016), um fator de incentivo à adesão das tecnologias digitais por parte dos atores políticos. Desta forma, foram selecionados países com diferentes indicadores de grau de confiança: Uruguai com o maior indicador (49,87%); Brasil sendo intermediário (29,16%) e o Chile com o menor indicador (20,64%). O intuito é identificar se as características do contexto institucional impactam na adoção e utilização das plataformas da internet pelos parlamentares.

A estratégia metodológica adotada nesta pesquisa se baseia na análise quantitativa das plataformas digitais. Primeiramente, de maneira geral, será mapeada a usabilidade das diversas plataformas da internet pelos parlamentares, que são: Websites, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram, com o intuito de apresentar um panorama geral da apropriação das principais tecnologias digitais. Em um segundo momento, será apresentado o cruzamento das variáveis do perfil socioeconômico dos parlamentares *versus* das variáveis do Facebook, a fim de atingir os primeiros objetivos desta pesquisa, que é identificar as características que influenciam na adesão e atualização do Facebook e, assim, estabelecer padrões de uso dessa rede social.

Por fim, em terceiro lugar, por meio da análise de conteúdo, será realizada uma análise minuciosa nos perfis do Facebook dos parlamentares, com o intuito de averiguar: quais os temas mais discutidos nessa rede social (agenda e informação do parlamentar, imagem pessoal, posicionamento programático, crítica a adversários, engajamento e participação ou políticas públicas), a postura do representante (positiva, negativa ou neutra), se há partidização (menção ou não ao partido político), se há humor nas postagens e qual a abrangência das mesmas (esfera municipal, estadual/distrital, nacional ou internacional), dentre outros pontos.

Para alcançar os objetivos propostos e responder às questões de pesquisa, a presente dissertação está dividida em seis capítulos, tendo como o primeiro capítulo esta introdução.

No segundo capítulo será abordada uma discussão geral sobre a democracia representativa com o objetivo de apresentar o debate sobre se há ou não crise nas democracias representativas. Defende-se o ponto de vista que entende que as democracias representativas

enfrentam dificuldades na aplicação de valores democráticos, como: transparência e participação efetiva da sociedade nos assuntos políticos.

O tópico sobre representação política, personalização da política e meios de comunicação tem o intuito de colaborar com o conjunto do trabalho, mostrando sinteticamente as fases da representação política (ora por partidos políticos, ora pelos próprios representantes) e como este regime político tende a gerar uma personalização da representação. Isto é, a imagem dos representantes fica em evidência e isso tende a gerar consequências no modo de comunicação. Neste caso, os meios de comunicação se tornam mediadores da relação entre políticos e cidadãos.

Na sequência, ainda no segundo capítulo, o tópico sobre representação política e internet pretende contribuir com a presente pesquisa, no sentido de apresentar alguns modelos de representação no contexto das tecnologias digitais, que atribuirão mais consistência das hipóteses. O último tópico deste capítulo teórico apresenta a reflexão, a partir da revisão da literatura específica, de quais são as finalidades da adoção das plataformas digitais pelos atores políticos, ou seja, quais vantagens as ferramentas online podem agregar no cotidiano dos representantes políticos.

No terceiro capítulo serão abordados os principais achados de algumas pesquisas empíricas inerentes sobre o uso das plataformas digitais pelos parlamentares da América Latina. Os diferentes contextos institucionais do Brasil, Chile e Uruguai são expostos neste capítulo, este tópico é de extrema importância já que mostrará as similitudes e disparidades destes países, o que contribuirá para a construção das hipóteses.

O quarto capítulo dedica-se a explicar detalhadamente os objetivos, hipóteses e as estratégias metodológicas adotadas para a realização desta dissertação.

No quinto capítulo apresenta-se a análise empírica e a discussão dos achados, à luz do debate teórico realizado nos capítulos anteriores (cap. 2 e 3). O sexto capítulo ainda trata da análise empírica, exclusivamente sobre a análise de conteúdo dos perfis do Facebook. Por fim, serão realizadas as considerações finais da pesquisa.

2. DEMOCRACIA REPRESENTATIVA, PARLAMENTARES E INTERNET

A proposta deste capítulo teórico é apresentar uma discussão sobre os principais desafios da aplicação de determinados valores (participação cidadã, deliberação, transparência, aproximação dos cidadãos e dos representantes políticos e outros) na representação política de regimes democráticos. É importante ressaltar que o intuito não é realizar uma revisão exaustiva da literatura sobre “representação política”, já que o termo possui caráter polissêmico.

O propósito deste capítulo é entender, portanto, de que maneira o aparato digital de comunicação aparece como um meio que pode auxiliar na superação de determinados problemas da representação política, tais como a distância entre representantes e representados e a baixa participação cidadã nos assuntos políticos (MARQUES, 2008). Além disso, o capítulo engloba um debate sobre a representação política, personalização da política e meios de comunicação, mostrando sinteticamente as fases a representação política e que este regime tende a gerar uma representação personalizada. Ou seja, a imagem dos representantes fica mais evidente no processo político e isso pode gerar consequências no modo de apropriação dos meios de comunicação.

2.1. Democracia representativa e os desafios da aplicação de valores democráticos na representação política

No campo da Ciência Política um dos assuntos mais discutidos está relacionado ao tema “democracia”. Conforme Gama Neto (2011), há um consenso dentre estes estudos pela instauração e manutenção dos regimes democráticos nas atuais sociedades contemporâneas. No ambiente acadêmico, no entanto, a definição do termo “democracia” é polêmica e não consensual (BLUMLER & COLEMAN, 2009). Muitos teóricos refutam a definição etimológica da palavra, que significa “poder ou governo do povo”, e atribuem novos sentidos para esse termo.

A perspectiva minimalista de democracia é fundamentada nas suposições do economista Joseph Schumpeter (1961), que defende a teoria do elitismo democrático. O economista entende

que no regime democrático a única “ferramenta” de participação dos cidadãos na política é o voto. Nas palavras de Schumpeter:

[...] a democracia não significa nem pode significar que o povo realmente governa em qualquer dos sentidos tradicionais das palavras povo e governo. **A democracia significa apenas que o povo tem a oportunidade de aceitar ou recusar aqueles que o governarão.** Mas, uma vez que deve decidir isso de maneira inteiramente não-democrática, devemos limitar nossa definição, acrescentando-lhe um outro critério para identificação do método democrático, isto é, a concorrência livre entre possíveis líderes pelo voto do eleitorado (SCHUMPETER, 1961, p. 339, grifos, em negrito, meus).

A visão do economista é de que o cidadão comum não possui nem a função nem a competência técnica para interferir diretamente na política. Neste sentido, outras formas de participação poderiam implicar em riscos para a estabilidade do regime democrático¹. Isto porque, na concepção de Schumpeter, os indivíduos são movidos pelos sentimentos e pela irracionalidade, não sabendo se posicionar a respeito do que é melhor quando se trata de assuntos políticos. A partir da visão do elitismo democrático, o Poder Legislativo e o Poder Executivo sempre seriam dominados por um seletivo grupo de pessoas, os mais capacitados tecnicamente e com maior disponibilidade de tempo para se dedicar ao campo político.

Em contrapartida, a perspectiva maximalista dá maior ênfase a questão da participação dos cidadãos nos assuntos políticos. Essa visão se baseia no conceito de democracia direta do filósofo Jean-Jacques Rousseau, em que seriam garantidas aos cidadãos três aspectos: isonomia, isotimia e isagoria. A isonomia está relacionada com a igualdade na participação, independente da classe, grau de instrução ou renda. A isotimia estabelece que qualquer cidadão poderia ter acesso a cargos públicos (mediante sorteio), extinguindo a organização política hereditária ou por títulos. E, por fim, a isagoria determina que todos os cidadãos teriam o mesmo direito de falar e se expressar nas assembleias públicas (BONAVIDES, 2000, p. 349 e 350).

Na concepção de Pateman (1992), a participação civil é um valor fundamental em regimes democráticos, garantindo a estabilidade do regime. A principal função da participação

¹ Neste ponto, vale ressaltar que a preocupação central de Schumpeter foi com o equilíbrio do regime democrático. Ele considera que o voto (sufrágio universal) e a competição livre pelos votos, entre as elites, mantém a estabilidade deste regime político. A teoria do elitismo democrático foi alvo de muitas críticas. Segundo Carole Pateman (1992), o principal erro de Schumpeter, e dos primeiros autores da teoria do elitismo democrático, foi rever a teoria clássica de democracia, o que os impediu de observar o papel central que a participação efetiva possui em regimes democráticos. O modelo do elitismo teria ficado tão preocupado com o funcionamento estável das instituições de governo, que não refletiu e nem aprofundou outras possibilidades de participação civil na esfera pública.

é educativa, promovendo o desenvolvimento da cidadania, estabelecendo uma mudança na consciência política dos cidadãos. A cientista política alega que as instituições devem estimular a interferência dos cidadãos nos assuntos do cotidiano, tendo em vista que o local de trabalho é o melhor ambiente para que os cidadãos sejam capacitados/treinamentos. Assim, eles são ensinados a participarem no âmbito não governamental, o que pode gerar maior interesse para que os mesmos interfiram nas questões públicas e políticas, seja na esfera local ou nacional.

Nesta visão a participação agrega benefícios ao processo democrático. Um dos benefícios que a cientista política ressalta é de que com a participação efetiva dos cidadãos as decisões políticas se tornam mais legítimas, já que os indivíduos estão mais envolvidos no processo público e político. Outro benefício seria de que a participação pode gerar maior coesão social, com maior cooperação e integração na sociedade.

Robert Dahl (2005) em seu livro *Poliarquia*, enumera uma série de características que determinariam uma democracia: representantes eleitos; eleições livres, justas e frequentes; liberdade de expressão; fontes alternativas de informações; autonomia para associações; e cidadania inclusiva. Isso significa que quando esses aspectos estão presentes em uma democracia, mesmo que de modo razoável, o regime poderia ser classificado como adequado. O autor ressalta que “as poliarquias são regimes que foram substancialmente popularizados e liberalizados, isto é, fortemente inclusivos e amplamente abertos à contestação pública” (DAHL, 2005, p. 31). Em outras palavras, o pressuposto básico para a existência de um regime democrático é a possibilidade de formulação e expressão das preferências por parte dos cidadãos e a capacidade responsiva dos governos.

Diante da exposição abreviada dessas perspectivas teóricas, observa-se que os valores democráticos são abordados de diferentes formas e possuem pesos distintos. Alguns autores defendem a ideia de que as democracias contemporâneas estariam passando por crises (PATEMAN, 1992), enquanto outros defendem que não há crise nas democracias representativas, mas sim há dificuldades/desafios na aplicação desses valores (NORRIS, 2001).

O argumento acerca da “crise de democracia” se constitui no funcionamento das democracias contemporâneas, visando que as instituições políticas não têm condições de atender as demandas sociais. Gomes (2005a, p. 59) enumera algumas razões do argumento de que as democracias representativas estariam em crise, são elas: i) apatia dos eleitores; ii) ausência de efetividade da cidadania no que se refere aos negócios públicos; iii) desinteresse dos cidadãos nos assuntos políticos; iv) informações distorcidas e/ou dependentes

exclusivamente dos meios de comunicação de massa; v) baixo capital político dos cidadãos; vi) distanciamento entre o campo político e a sociedade; e vii) desconfiança generalizada da sociedade aos atores e instituições políticas.

Contudo, este argumento não é unânime. Por “crise” pode-se entender um momento difícil, de anormalidade, precedente por um momento de estabilidade e tranquilidade. Segundo Marques (2009, p. 7), não há um momento precedente em que os valores democráticos (participação dos cidadãos, transparência e outros) tenham sido aplicados abertamente. Deste modo, é, no mínimo, um exagero alegar que o modelo de democracias contemporâneas está em crise (NORRIS, 2001).

Pode-se dizer que as razões para que determinados autores acreditem na “crise da democracia representativa”, elencadas por Wilson Gomes (2005a), são perceptíveis nesse regime político. No entanto, é possível alegar que aqueles fatores são ocasionados pelas próprias limitações da democracia representativa. A participação efetiva, por exemplo, se dá por meio da escolha dos representantes nas eleições, gerando cidadãos apáticos, e ocasionando a baixa participação dos cidadãos em outras esferas da política. Assim sendo, o que ocorre nas democracias, segundo essa linha de pensamento, é uma dificuldade na aplicação ampla dos valores democráticos. Posição esta adotada para a elaboração da presente dissertação.

Neste contexto, Marques (2009) assegura que os regimes democráticos compartilham uma série de outros valores, como o voto universal, eleições periódicas, livre competição partidária e outros. Do mesmo modo que estes regimes enfrentam problemas parecidos, tais como a implementação de determinados valores (participação civil em assuntos políticos, transparência, prestação de contas, entre outros valores).

Os principais problemas/desafios que a democracia representativa enfrenta podem ser resumidos em duas questões centrais, sendo (i) o distanciamento entre a esfera civil e a esfera política e (ii) a participação limitada dos cidadãos nos processos políticos (MARQUES, 2009; AGGIO & SAMPAIO, 2013; FARIA, 2012). Aggio & Sampaio (2013) argumentam estas questões acarretam uma série de efeitos não desejados, na medida que o distanciamento entre os eleitores e os políticos pode ocasionar ampla autonomia nas ações dos representantes e, como consequência, um baixo índice de prestação de contas - *accountability*. Assim, os interesses coletivos não seriam bem representados, gerando cidadãos apáticos e desinteressados por assuntos políticos. Logo, as decisões políticas teriam baixa legitimidade.

A transparência é vista como um valor primordial para o funcionamento da democracia. É debatida na literatura desde o século XVIII pelos fundadores da democracia norte-americana, e somente a partir do século XX a transparência passou a ser pensada com o intuito de fortalecer a democracia. Coleman (2005) assegura que a transparência deve ser entendida como um mecanismo interativo, aberto e contínuo. Este valor democrático diz respeito à condução da administração pública com informações “abertas”, fornecendo aos cidadãos maior empoderamento na escolha de líderes políticos, eles também possuem maior competência para controlar o Estado e julgar as ações dos representantes políticos, tanto no período eleitoral, quanto no período não eleitoral, como esclarece Marques (2014c, p. 3-6).

Meijer (2009) argumenta que é quase impossível que o cidadão consiga acompanhar todos os processos políticos, devido a complexificação da estrutura do Governo e do Estado. Desta forma, as plataformas digitais se tornam fortes aliadas neste processo de implementação de recursos voltados a disponibilização de informações públicas. A confiança no governo pode ser elevada com a implementação da transparência, no sentido de que os cidadãos podem se manter informados constantemente com relação ao processo político (controle do público). Além disso, comportamentos inadequados dos representantes políticos podem ser barrados devido à alta difusão de informações, tornando a corrupção uma prática mais arriscada (MARQUES, 2016).

É importante ressaltar que há dificuldades na implementação da transparência. O desafio principal seria a superação da cultura do sigilo, que exige a mudança na dinâmica organizacional das instituições políticas e públicas para a concretização da transparência total (PASQUIER & VILLENEUVE, 2005, *apud* TADRA, 2014). Ademais, a simples oferta de informações não garante que os cidadãos irão buscar ver as mesmas, assim como a disponibilização de dados não se remete a, necessariamente, cidadãos melhores e mais informados, ao mesmo tempo que não certifica governos menos corruptos (URBINATI, 2013). Além disso, Marsh (2008) alerta que os dados disponibilizados podem ser destoados da realidade, ou seja, manipulados a fim de atender os interesses de determinado grupo.

Outro valor fundamental que provoca o bom andamento da democracia é a participação. Barros et al. (2015, p. 4) salientam que o voto tem sua importância ao estabelecer o vínculo entre representantes e representados. Entretanto, ele não é suficiente como o único instrumento de participação social. Marques (2008, p. 49-50) sustenta que há uma exigência, cada vez maior, quanto às melhorias nas condições de participação da esfera civil para além do

voto. A participação, como mencionam Barros et al. (2015), é indispensável para a representação e para o exercício do poder. O envolvimento dos cidadãos nas práticas políticas, além da participação “tradicional” (voto), é importante e colabora para ampliar as pressões sobre os representantes políticos e as instituições políticas. Isto posto, o argumento dos autores é de que a participação civil é um instrumento de legitimação, de revigoração democrático e de aumento dos direitos dos cidadãos.

Logo, os avanços tecnológicos, a internet, em específico, se torna uma ferramenta fundamental para a implementação dessas demandas democráticas, baixando os custos para a aproximação da esfera política e da esfera civil, possibilitando que o trabalho dessas instituições se torne mais transparente e de fácil acesso aos cidadãos. Aprimorando a questão da transparência nas instituições públicas e propiciando maior participação e deliberação por parte da sociedade nos assuntos políticos/públicos (LESTON-BANDEIRA, 2009).

No tópico seguinte será debatida a questão da representação política, representação personalizada e os meios de comunicação.

2.1.1. Representação e personalização da política

A representação política é um conceito chave quando se fala sobre democracia representativa, sendo um conceito complexo devido ao seu caráter polissêmico. Este tópico da pesquisa não possui o intuito de realizar uma discussão exaustiva a respeito de representação política, mas sim apontar características fundamentais da representação política na democracia representativa, que contribuam para o debate acerca da representação personalizada, e sobre a representação e o papel dos meios de comunicação. Manin et al. (2006) expõe que, como as democracias não são todas iguais, determinados sistemas democráticos podem gerar mais representação do que outros.

Näström (2011, p. 502, *apud* ITUASSU, 2014, p. 4) assegura que existem três aspectos gerais que podem ser observados nas teorias da representação política: i) o aspecto de que a representação política está ligada a uma questão de autorização e também de julgamento; ii) a ideia de que a representação é, ao mesmo tempo, constituída e constitutiva; iii) e a questão de que a representação é tanto eleitoral como não-eleitoral.

A primeira afirmação consiste no fato de que em uma democracia representativa a representação política se dá por meio da autorização de tomadas de decisão, através do voto. Este tipo de regime político indica que os governantes são eleitos por meio de eleições periódicas e possuem autonomia para tomar decisões voltadas à sociedade. No entanto, Näström vai mais além, alegando que a representação também é uma questão de julgamento. Ou seja, os cidadãos avaliam (julgam) constantemente seus representantes e no momento da votação expressam a opinião formada a partir das ações dos mesmos. Neste sentido, Manin et al. (2006) argumentam que o voto é o instrumento fundamental para que os governantes tenham condutas voltadas ao interesse popular, no caso de estes tiverem interesse na continuidade da carreira política.

Com relação ao segundo ponto, a representação possui a qualidade constitutiva por construir o significado de representação. A representação pode ser entendida, conforme menciona Nicolás (2015, p. 23), como a atividade relacionada ao conteúdo do que está sendo representado, exercida por um representante. Ituassu (2014) entende a representação política como uma relação social mediada, isto é, uma prática relacional – representantes e representados. Já para Norberto Bobbio (2009) a democracia representativa significa que as deliberações coletivas serão tomadas pelas pessoas eleitas pelos cidadãos, ou seja, pelos representantes políticos eleitos.

O terceiro aspecto assegura que a representação política pode ser tanto eleitoral quanto não-eleitoral. O primeiro momento está ligado à delegação de autoridade para que os representantes políticos assumam o processo de tomada de decisões, que ocorre através do voto dos cidadãos. O segundo ponto de vista supera a autorização eleitoral. Deste modo, ganha importância o exercício da prestação de contas e ações para promover maior participação popular no processo político. Essas práticas são positivas ao ponto de fornecer maior legitimidade à elaboração e implementação de políticas públicas.

Nas sociedades contemporâneas – populosas, extensas e complexas – a participação direta de todos os cidadãos nas tomadas de decisões e nos debates políticos não é plausível, alguns motivos deste fato podem ser citados: i) o número de habitantes aumentou muito, cada qual com responsabilidades fora da arena política, tornando muito difícil que as deliberações sejam realizadas por todos os indivíduos; ii) os grupos sociais são divergentes, portanto possuem demandas diferenciadas, o que torna duvidoso e praticamente impossível chegar a um

consenso; iii) e, por fim, as discussões acerca de assuntos políticos requer maior conhecimento sobre as instituições políticas/públicas e suas regras (MARQUES, 2008, p. 67-69).

Isso gera a necessidade de eleger representantes, para que estes defendam as diferentes demandas sociais e participem da elaboração da agenda pública e do debate público em nome dos eleitores (MIGUEL, 2002, p. 133).

Luís Felipe Miguel resume que a representação política:

[...] trata-se do processo de escolha de delegados para que tomem as decisões em nosso nome. A eleição ocupa uma posição de destaque absoluto já que, bifronte, é o episódio fundador e, ao mesmo tempo, a meta orientadora da relação entre representantes e representados. Ela é vista tanto como um momento da autorização para que outros decidam em nome do povo, que permanece como titular último da soberania, quanto como o momento da efetivação da *accountability*, quando os representados apresentam seu veredito [os eleitores julgam o comportamento de seus representantes] sobre a prestação de contas dos representantes (MIGUEL, 2002, p. 131).

De acordo com Bernard Manin (1995), a representação política passou por diversas modificações durante o século XX. Ao longo da primeira metade deste século, período denominado pelo cientista político de “democracia de partidos”, os eleitores ficavam “fidelizados” aos partidos políticos. Neste tipo de representação política, os partidos políticos ocupavam posição central na vida política e, assim sendo, eram os atores políticos fundamentais na democracia representativa.

Já na segunda metade do século XX, a representação política é reconfigurada. A democracia de público, conforme denominação proposta pelo cientista político, refere-se a um período em que os cidadãos são melhores informados pelos meios de comunicação, os quais não sofrem mais influências diretas dos partidos políticos. Manin (2013) assegura que os partidos são instituições políticas multifacetadas, isto é, atuam em distintas arenas, como no parlamento, em campanha eleitoral, na mobilização, etc. Na democracia de público os partidos políticos perdem força principalmente na arena da fidelidade “duradoura” dos eleitores².

² Bernard Manin (2013), ao revisitar suas considerações sobre as mudanças na representação política, pondera que há duas áreas que os partidos políticos não perderam força na democracia de público: na política parlamentar e nas campanhas eleitorais. Dentro dos parlamentos os representantes se organizam através dos partidos políticos, e são esses blocos partidários que controlam o funcionamento das legislaturas. A segunda questão em que os partidos políticos ainda são fortes são nas campanhas eleitorais que, apesar delas serem centradas na figura dos candidatos ou personalizadas, elas continuam partidárias. Segundo o autor: “quando elegem representantes, os eleitores se

Na democracia de público os cidadãos votam baseados em fatores contextuais, isto é, as circunstâncias (fatores sociais, econômicos e culturais) impactam na decisão eleitoral. Já na democracia de partidos a decisão eleitoral estava ligada a um sentimento de identificação partidária, em que os cidadãos agiam instrumentalmente, fundamentados na ideia do voto como efeitos e consequências (MANIN, 2013, p. 123-124). Nesta forma de representação política, os governantes passaram a serem escolhidos de acordo com a confiança que recebem do eleitorado.

Passou a haver, então, uma personalização da escolha eleitoral ao passo que as pessoas não ficam mais fidelizadas aos partidos políticos, mas sim na imagem dos candidatos e representantes políticos. A personalização da escolha eleitoral é evidente na democracia de público³, de forma que “as pessoas votam de modo diferente, de uma eleição para a outra, dependendo da personalidade dos candidatos” (MANIN, 1995, p. 27). A personalização política pode ser definida, de acordo com Balmas e Sheaffer (2015, p 1), como o processo pelo qual os políticos se tornam os atores centrais da representação política. Sendo assim, as características pessoais influenciam no relacionamento entre representantes e representados, e o bom comunicador, ou melhor, aquele que domina as técnicas dos meios de comunicação, tende a se sobressair.

Nesta lógica, Wilson Gomes (2004, p. 24) reconhece que o campo da comunicação passou a influenciar diretamente as estratégias do campo político. No que diz respeito as estratégias políticas o autor menciona que a cultura política se concentra no “consumo de imagens políticas”. Em outras palavras, o centro das estratégias do campo político gira em torno da exposição e movimentação de imagens, ocorrendo até a competição pela imposição das imagens preponderante.

No Brasil, por exemplo, “uma parcela relevante do eleitorado confere mais autoridade a certos políticos do que aos partidos aos quais eles são filiados. Muitas vezes, mesmo se mudar de legenda, o líder “leva” os votos consigo” (MARQUES, 2016, p. 43). A personalização política não é uma característica presente somente no Brasil, mas sim em todas as democracias

defrontam com um mapa cognitivo que é fato desenhado essencialmente por partidos políticos” (MANIN, 2013, p. 118). Para ressaltar ainda mais essa questão pode-se citar o exemplo brasileiro, em que não é possível candidaturas independentes, sem vínculos partidários.

³ Manin (2013, p. 117) faz uma importante ponderação a este respeito, evidenciando que os fiéis aos partidos políticos não foram extintos na democracia de público. Eles apenas são menores em número em comparação ao período anterior (democracia de partidos), contudo não devem ser desconsiderados.

representativas. Cervi (2012) destaca que há uma propensão histórica de que a relação entre representantes políticos e eleitorado seja personalizada. Nas palavras do autor:

O representado sente-se mais seguro quando consegue, no mínimo, identificar instituições representativas com a personalidade de um líder político, quando mais deslocado das instituições. [...] o primeiro ponto a se considerar na distribuição de poder político é a centralidade da personalização da representação política. Às vezes mais direta, em outras, mediada por instituições, **o poder político se concentra ou se dispersa majoritariamente nas mãos de personalidades** e não nos limites das instituições e/ou instrumentos de representação (CERVI, 2012, p. 13 e 14, grifos, em negrito, meus).

À vista disso, o argumento de Cervi vai ao encontro com a alegação de Bernard Manin, de que na democracia de público os partidos políticos e as instituições políticas continuam relevantes, mas se transformam em “instrumentos a serviço de um líder” (MANIN, 1995, p. 12). A segunda perspectiva que deve ser levada em consideração com relação à representação personalizada, conforme elucida Cervi (2012), é a questão do “espaço físico delimitado”. A partir deste ponto de vista, pode-se assegurar que quanto menor for a distância entre representantes e representados, maior será a probabilidade de que ocorra a personalização política. O distanciamento entre essas duas esferas pode ser suavizado por intermédio dos meios de comunicação, inclusive pelas plataformas da internet.

Neste contexto, a internet pode afastar ou aproximar os cidadãos e os representantes, dependendo do modo de apropriação das plataformas digitais. Cervi (2012) elucida que quando um representante político emprega as plataformas digitais com o intuito de fortalecer as instituições políticas, ocorre uma relação despersonalizada e, como consequência, o afastamento entre os representantes e representados. A aproximação destes dois campos desenrola-se quando um representante utiliza as plataformas digitais sem a mediação institucional, intensificando os vínculos personalizados. Em conformidade com o cientista político, as redes sociais e outras plataformas digitais de debate estariam substituindo as organizações tradicionais, como os partidos políticos, por exemplo, no que se refere ao papel de mediar o campo político e a esfera civil.

No tópico seguinte será discutido sinteticamente o processo de mediação política através dos meios de comunicação e como as alterações na representação política com as modificações no processo comunicativo.

2.1.2. Processo de mediação política e os meios de comunicação

Os meios de comunicação tradicionais – jornal, rádio e televisão – possuem um papel muito relevante nas democracias representativas, permitindo que os cidadãos tenham acesso às informações primordiais para a escolha dos representantes políticos, para o acompanhamento do mandato dos representantes eleitos e para a supervisão dos processos públicos e políticos. Como já dito, estes meios de comunicação, com o processo de modificação da representação política, se tornaram mediadores entre a esfera política e a esfera civil.

Resumidamente, o processo de mediação iniciou com a invenção da imprensa por Johannes Guttenerg, no século XV. Por meio desta, houve a dinamização da reprodução e a circulação de textos, devido a possibilidade de imprimir vários números do mesmo jornal ou livro. Apesar disso, os produtos da imprensa – jornais impressos, livros, folhetos e outros – são baseados no código linguístico da palavra escrita. Neste caso, conforme destaca Sartori (2001, p. 66), estes produtos como fonte exclusiva de informações acarretam na exclusão de alguns segmentos da sociedade, como os analfabetos.

Já no século XVIII surgem o telégrafo e o telefone, dois novos meios de comunicação que transformam a lógica comunicacional, agregando novas possibilidades para a troca de informações entre os indivíduos, independentemente do espaço físico ocupado pelos mesmos. Assim sendo, aqui as informações passaram a circular em tempo “real”, com mais rapidez e sem fronteiras.

Em seguida, no século XX, surge o rádio, que possibilita que a informação seja transmitida por um único emissor para diversos receptores. Esse meio de comunicação se popularizou e se tornou uma importante fonte de obtenção de informação. O rádio é baseado no código linguístico da palavra falada, incorporando os analfabetos no recebimento das informações. Conforme Quadros, o jornal impresso e o rádio “exigiam de seus expectadores para informarem-se sobre os acontecimentos a capacidade de decifrar os códigos linguísticos que estavam concretizados nas palavras escrita e oral” (QUADROS, 2012, p. 59).

Neste mesmo período surge outro meio de comunicação que agrega esses dois códigos linguísticos: o cinema. E logo em seguida, surge o meio de comunicação de massa de maior importância da história: a televisão, que segue a mesma lógica do cinema, atrelando o uso da

imagem com a palavra oral. A televisão se tornou a principal fonte de acesso a informação, por esse motivo foi consolidada a sua importância também no campo político.

Logo em seguida, surge o meio de comunicação de massa de maior importância da história: a televisão, que atrela o uso da imagem com a palavra oral. A televisão se tornou a principal fonte de acesso a informação, por esse motivo foi consolidada a sua importância também no campo político.

A comunicação agrega alterações importantes nas atividades políticas (GOMES, 2004; QUADROS, 2012). O discurso precisou ser adaptado, ficando mais objetivo, curto e esvaziado das contraposições ideológicas. A comunicação política deixa de ser direcionada para um público específico e passa a ser dirigida para um “público de massa” que não é interessado em debater noções, elaborar e expor ideias. Assim, a exposição e discussão minuciosa de programas partidários e eleitorais não atrairia a audiência deste público, “dotado de pouco capital cultural, muita impaciência, pequeno interesse estritamente político, considerável oferta de produtos de informação e entretenimento” (GOMES, 2004, p. 26).

Outra alteração destacada por Gomes (2004) é de que o campo político se torna cada vez mais profissionalizado e guiado por técnicas do campo jornalístico, na qual a comunicação política supõe planejar, prever e ter o controle das situações. Neste sentido, observa-se que “aquilo que o agente político diz e faz e que o modo como ele se apresenta acompanham um script profissionalmente estabelecido e orientado por cálculos de eficiência” (GOMES, 2004, p. 27). O campo político, mesmo independente, sofre fortes influências do campo da comunicação, que passa a ditar as estratégias e as linguagens da política. Com isso, os amadores perdem espaço gradativamente, devido a precariedade da organização e devido a improvisação.

Entretanto, com o passar do tempo, os meios de comunicação tradicionais se mostraram insuficientes no campo político, disponibilizando pouco tempo e espaço para enquadramentos de assuntos políticos (MARQUES, et al. 2013). A internet, então, se coloca como um meio de comunicação alternativo. Esse meio de comunicação incrementa viabilidades de uma comunicação multilateral, no sentido de que abre novas possibilidades de exposição e gestão de informações, como menciona Leston-Bandeira (2007). É formada pela combinação de todos os códigos linguísticos (escrita, oral e imagem), o que auxilia na compreensão dos conteúdos. Rodrigues et al. (2013) elucidam que a ascensão desta tecnologia não exclui os meios de comunicação tradicionais do processo informacional, mas sim acrescenta uma nova forma de acesso às informações.

Veremos no próximo tópico a relação entre representação política e internet e como esse meio de comunicação pode alterar a representação política.

2.1.3. Representação política e internet

A internet é um meio de comunicação que permite novas formas de comunicação política (ZITTEL, 2006). As plataformas digitais mudaram os padrões tradicionais de comunicação entre os membros do Congresso e os eleitores, e o papel dos cidadãos no processo comunicacional. Com relação ao primeiro quesito, os parlamentares e as instituições políticas passaram a contar com tecnologias que favorecem a aproximação entre representantes e eleitores, contribuem para a disponibilização de informações públicas, oferecem oportunidades para a implementação de recursos voltados à participação e ao debate público.

Os meios de comunicação são fundamentais para as atividades e as funções parlamentares, uma vez que promovem a disseminação das ações dos representantes políticos. São espaços de visibilidade pública para a divulgação das atividades parlamentares. Nos meios de comunicação tradicionais, como o jornal, o rádio e a televisão, estes espaços de visibilidade são mais disputados, enquanto que na internet os representantes políticos possuem maiores oportunidades de publicizar suas atividades, dependendo apenas da disposição pessoal dos atores políticos em aderir as tecnologias digitais.

Com a inserção da internet, o papel do cidadão no processo comunicacional também é alterado. Este deixa de ser apenas receptor do conteúdo e se transforma em um ator ativo no processo comunicativo, o que pode transformar o pensamento social, com cidadãos mais críticos e participativos. Na concepção de Rodrigues et al. (2013), ao longo prazo, isso pode resultar na construção de redes de informação e opinião e em comunidades críticas, deliberativas, com públicos fortes e ativos referente ao processo participativo e deliberativo.

A internet introduz oportunidades para a ampliação da participação dos cidadãos nos assuntos políticos que ocorre através dos diversos recursos oferecidos por essa tecnologia, tornando-a mais fácil e ágil, conforme Wilson Gomes (2005, p. 218). A participação online em questões políticas abre oportunidades para o engajamento de novos participantes, assim como de pessoas que já tinham a cultura de envolver-se com experiências participativas não digitais.

As plataformas da internet colaboram para a redução da distância entre os cidadãos e os representantes, tendo em vista que as tecnologias digitais ampliam as viabilidades do estabelecimento de diálogo entre cidadãos e representantes políticos. A interação política, segundo argumentos de Gomes (2005a, p. 68), é abalizada na formação de uma comunidade ininterrupta e de iniciativa mútua entre o campo político e a esfera civil. Além disso, por meio da interação se torna verossímil que os representantes políticos mudem suas posições políticas a fim de ajustá-las à disposição dos cidadãos. Isso contribui para a formação de cidadãos mais atenciosos quanto aos assuntos políticos e mais definidos quanto suas posições no processo democrático.

A usabilidade das tecnologias digitais também pode fortalecer o estabelecimento e o fortalecimento de outros valores democráticos, como: i) a prestação de contas aos cidadãos (*accountability*) e ii) a acessibilidade de informações relevantes, de qualidade e com clareza, para que a participação cidadã seja melhor orientada. Assim sendo, a internet se consolida como um meio de comunicação de grande importância, tornando-se indispensável para as atividades do cotidiano, práticas políticas, de cidadania e de engajamento cívico (RODRIGUES et al., 2013).

Thomas Zittel (2003; 2006) é um autor que se destaca na literatura a respeito dos impactos da internet sobre os processos de representação política. Ele entende que a usabilidade das plataformas da internet modifica fortemente as formas de representação em uma sociedade de rede, na medida que altera os custos de transação na relação entre representantes políticos e cidadãos. O autor elabora dois modelos de representação: tecnológico e constitucional. Ambos os modelos entendem a internet como uma ferramenta de oportunidades, em que os representantes políticos têm possibilidades de atuarem como atores fundamentais da representação política.

Devido ao baixo custo e ao grande benefício da internet, a abordagem *tecnológica* para a representação política se alicerça no uso da internet para a comunicação direta, individualizada e interativa de parlamentares e cidadãos, fortalecendo o vínculo entre estes atores. Neste sentido, o autor assegura que a expectativa é de que os representantes políticos sejam os atores principais no processo de comunicação com os cidadãos. Acarretando na superação da mediação partidária, pois os partidos políticos se tornam menos importantes como uma fonte para a comunicação política. No segundo modelo de representação política, *constitucional*, a internet tem o papel de reforçar as relações pré-existentes no contexto off-line,

os partidos políticos são os atores principais do processo de mediação política. O contexto institucional aparece com grandes influências no modo de apropriação das tecnologias digitais.

Zittel (2003) considera que em sistemas eleitorais de lista aberta, que tendem a personalização, há maiores incentivos à aplicação do modelo tecnológico, no sentido de que os parlamentares terão um uso frequente, intensivo e interativo das plataformas da internet. Ao contrário ocorrerá em sistemas eleitorais de lista fechada, em que a tendência é a ocorrência do modelo constitucional vigorar, no qual os partidos políticos têm maior ênfase na representação política. Neste caso, não é esperado o uso individualizado das plataformas digitais pelos representantes políticos.

Este autor promoveu uma análise comparativa dos Websites pessoais de deputados dos Estados Unidos, Suécia e Alemanha, com o objetivo de identificar o modo de apropriação dessa plataforma digital, com ênfase nos recursos que propiciam interação direta entre os parlamentares e os internautas. A partir dos achados da pesquisa de Zittel (2003), os deputados dos Estados Unidos foram os mais ativos no uso dos Websites pessoais, quando comparados aos parlamentares dos demais países. A associação das questões dos modelos de representação política com a questão da personalização, é considerado um caráter inovador da pesquisa deste autor. De forma que, segundo Zittel (2003), o contexto institucional de cada país pode fornecer incentivos ou não à adoção e utilização das tecnologias digitais.

Pereira (2012) realiza uma ampla discussão a respeito dos modelos de representação e a internet. Segundo ele, Philip Norton (2007) procura avançar o modelo de análise de Zittel, por meio de uma pesquisa a respeito do parlamento Britânico⁴. A contribuição deste autor foi justamente de elaborar indicadores empíricos mais sistematizados, com o objetivo de averiguar a existência dos modelos de representação. Em comum com Zittel, Norton entende que os contextos institucionais dos países contribuem para estimular ou não a usabilidade das plataformas da internet.

Lilleker & Jackson (2009) alegam que as plataformas da internet têm potenciais para alterar a representação política. O uso dos Websites coopera para que os parlamentares sejam mais eficientes, contudo não altera fundamentalmente o motivo pelo qual eles se comunicam. Segundo estes autores o que pode alterar consideravelmente a representação política é a adoção das redes sociais. Estas incentivam, estruturalmente, a adesão de práticas comunicativas

⁴ Para mais detalhes com relação ao modelo de representação de Norton, ver: Pereira (2012).

interativas e direta. Essa afirmação está baseada em pesquisas realizadas por estes autores, sobre o uso das redes sociais por membros de parlamentos. Foram detectados o uso, em específico, do Twitter como fonte de gerenciamento de imagem pessoal, sendo a autopromoção uma das novas dimensões na representação política.

Leston-Bandeira (2012) também afirma que a representação política foi alterada com a inserção da internet. A autora realizou uma pesquisa com a finalidade de identificar o uso dos Websites pessoais pelos deputados portugueses. O sistema de representação de lista fechada, em Portugal, foi um fator explicativo para o baixo uso dessa plataforma digital entre estes parlamentares. O uso individualizado das tecnologias digitais não é estimulado neste tipo de sistema de representação, na medida que os partidos políticos são os atores primordiais de mediação.

Seguindo essa lógica, como o intuito da presente dissertação é realizar uma análise comparativa do uso das tecnologias digitais e do Facebook pelos parlamentares do Brasil, Chile e Uruguai, pode-se esperar que os parlamentares brasileiros tenham incentivos maiores para a adoção individualizada e mais frequente das tecnologias digitais, estando mais próximo do modelo tecnológico, devido ao sistema personalizado e fortemente centrado no representante. Os parlamentares do Chile ficariam em segundo lugar, tendo em vista que, apesar do sistema de representação deste país ser de lista aberta, os partidos políticos possuem maior peso no processo eleitoral e político. A expectativa é de que o Uruguai seja o país mais próximo ao modelo constitucional, pois possui um sistema de representação de lista fechada, com partidos fortes e influentes no processo eleitoral. Portanto, esta pesquisa investigará se o contexto institucional tem poder explicativo para a adesão e frequência de uso das tecnologias digitais e, inclusive, do Facebook.

O tópico seguinte concentra-se na explanação da importância das plataformas da internet no campo político fora do período eleitoral.

2.2. Finalidades da apropriação das tecnologias digitais pelos atores políticos

A atuação dos meios de comunicação no campo político extrapola os limites dos contextos eleitorais. Os meios de comunicação reverberam nos mais variados aspectos das atividades parlamentares, como: discursos parlamentares, formação da agenda legislativa,

contribui para o estabelecimento de fóruns de discussão para elites políticas. Neste caso, a visibilidade pública é um dos aspectos fundamentais para a vida política, orientando as carreiras políticas. Ela possui “impacto sobre a compreensão que os cidadãos comuns têm da política e do comportamento de atores específicos e fazem parte, também, das relações e formas de valorização dentro de partidos políticos e em diferentes espaços e dimensões em que essas carreiras se constroem” (MIGUEL & BIROLI, 2010, p. 696).

Dependentes do voto e da avaliação popular, os atores políticos passam a disputar por espaço nos meios de comunicação (MARQUES, 2014a). Um dos motivos dessa disputa é a construção e manutenção da Imagem Pública dos atores políticos perante a sociedade. Wilson Gomes (2004) explica que a Imagem Pública não está ligada, necessariamente, a imagem visual. A imagem visual é aquela pertinente ao que pode ser visualizada, como o “bigode de Olívio Dutra ou de Sarney, o topete de Itamar Franco, os paletós azul-marinho de Fernando Henrique Cardoso, a barba de Fidel Castro, nada disso compõe a imagem pública desses atores políticos, embora constituam sua iconografia pública” (GOMES, 2004, p. 247). Este tipo de característica forma a identidade visual das pessoas.

A Imagem Pública é empregada consequentemente e naturalmente nas ações políticas, sendo reproduzida e reinterpretada pelos meios de comunicação. Logo, ela pode suscitar credibilidade (ou não) de atores ou instituições perante os receptores dessa Imagem, dependendo de como as informações são dispostas e anunciadas nos meios de comunicação. A Imagem Pública, portanto, refere-se ao processo de formação da opinião de determinadas pessoas (cidadãos) sobre outras pessoas de influência pública (atores ou instituições políticas) (WEBER, 2009, p. 20). Complementando essa definição, Gomes (2004) assegura que a Imagem Pública é formada pela percepção de algo ou alguém.

A visibilidade pública é o outro motivo que leva a disputa pelo espaço nos meios de comunicação. Conquistar espaço nestes meios é uma das preocupações centrais dos agentes políticos, que buscam dar visibilidade em suas ações positivas e no sentido de suavizar e/ou abolir as questões negativas ligadas a Imagem Pública dos mesmos. Os atores políticos disputam espaço nos meios de comunicação tradicionais, porque somente alguns acontecimentos são relevantes para integrar a agenda destes meios comunicativos.

A busca pela visibilidade pública e a construção da Imagem Pública perpassa os limites dos períodos eleitorais, ou seja, os atores políticos desejam ocupar espaço nos meios de comunicação durante o exercício do mandato, pois isso contribui para a administração da

Imagem Pública e para que suas atividades do mandato sejam de conhecimento público. Sendo assim, a internet aparece como um meio de comunicação alternativo e facultativo, em que a utilização das tecnologias digitais é condicionada pelo propósito dos agentes políticos, seguindo uma lógica distinta dos meios de comunicação tradicionais.

Marques (2014a) garante que a necessidade crescente de visibilidade pública por parte dos diversos atores envolvidos no jogo político, fez com que o ambiente digital, enquanto plataforma de atuação política, passasse a ser interesse de partidos, candidatos, representantes e instituições políticas. Grupos que não conseguem se inserir na esfera de visibilidade dos meios de comunicação tradicionais, encontram nas tecnologias digitais oportunidades de conquistar um espaço de visibilidade pública (GOMES, 2005).

Como a busca pela visibilidade pública ultrapassa os parâmetros do período eleitoral, os agentes políticos podem se sentir incentivados a aderir as plataformas da internet constantemente. Com isso, os parlamentares demonstram estar preocupados em manter relacionamento com seus “amigos” e “seguidores”, não apenas no contexto eleitoral – em troca do voto. Propiciando maior “credibilidade e confiança do eleitorado nos representantes e na própria instituição parlamentar” (BARROS et al, 2015).

A adoção das tecnologias digitais também possui aspectos negativos políticos. Por exemplo, ao utilizarem as plataformas da internet os atores políticos ficam mais expostos e, por isso, ficam mais suscetíveis a críticas, sugestões, elogios do público. Pelo fato de a internet não ser um meio de comunicação de massa na maioria dos países da América Latina, o uso das tecnologias digitais pode não fazer parte das estratégias dos representantes políticos.

Há várias plataformas digitais que podem ser apropriadas pelos atores políticos. Os Websites pessoais, por exemplo, são considerados o ponto de partida para qualquer forma de interação online. Os atores políticos podem utilizar os Websites para informar e educar o eleitor acerca da conduta eleitoral, mobilizar e recrutar eleitores, circular informações negativas a respeito dos adversários ou reunir todos estes artifícios em um único ambiente (STEFFEN, 2006, p. 5). Além disso, esse meio possibilita que o comportamento dos representantes seja mais transparente. Podem ser equipados com diversos recursos interativos e endereços de outras plataformas da internet, como e-mail e redes sociais (ZITTEL, 2006, p. 37).

Como mostra a pesquisa de Rodrigues & Bernardes (2014), cerca de 64% dos deputados brasileiros no período analisado possuíam Websites e mantinham suas páginas atualizadas

semanalmente, ao longo do mandato anterior. Destes, apenas 10% dos Websites disponibilizaram recursos de debate, enquanto que 73,5% priorizaram a divulgação de notícias e informações institucionais – relacionadas ao exercício do mandato. Outra questão interessante deste estudo é a de que quase 80% dos parlamentares possuíam pelo menos uma rede social. Mostrando que o Website, enquanto uma ferramenta para visibilidade pública, está perdendo forças perante a popularidade das redes sociais.

As redes sociais, por sua vez, atraem um número cada vez maior de usuários. Em conformidade com Penteado (2012), estar fora das redes representa uma “morte virtual”. Elas são formadas por “pessoas ou organizações com valores e objetivos comuns que utilizam a plataforma interativa para desenvolver diferentes tipos de relações sociais, seja de trabalho, pesquisa ou pessoal” (PENTEADO, 2012, p. 46). É importante ressaltar que as tecnologias digitais não são espaços de debate político por natureza – assim como é o parlamento –, portanto, não é correto esperar que todos os agentes políticos possuam contas ativas nas redes sociais e que todos utilizem com a mesma finalidade – promover debate político. Mesmo assim as plataformas digitais estão sendo, cada vez mais, incorporadas no campo político.

O Facebook, por exemplo, permite aos membros compartilhar, curtir e postar textos de qualquer tamanho, vídeos, fotos, links, estabelecer comunicação e acompanhar atualizações dos “amigos”, entre outras possibilidades (PENTEADO, 2012; ROCHA, 2014). Essa ferramenta também é utilizada – pelos anunciantes – para veiculação de mensagens publicitárias, com fins comerciais. No Brasil, é a rede social com maior número de usuários. O Twitter se adequa à categoria de *microblog*, oferecendo a possibilidade de uma interação sintética (140 caracteres) e predominantemente textual (ALMEIDA, 2014). É a segunda rede social mais utilizada no Brasil. Ao utilizar as *hashtags*, os usuários podem visualizar mensagens de qualquer local do mundo acerca do mesmo assunto. Quando o assunto é muito comentado, com muitos *retweets*, ele vai para os *trending topics*, que consiste em uma lista dos assuntos mais falados no Twitter, atualizado online. Por sua vez, esta rede social se torna um grande espaço para debates, como alegam Marques & Mont’Alverne (2013).

A apropriação das redes sociais pode ser explicada levando em consideração as dimensões estratégicas da comunicação política e, exclusivamente, pela disposição dos atores políticos. Ao aderir estas ferramentas de comunicação virtual os representantes políticos ganham novas formas para “medir” tendências e opiniões dos eleitorados, e ficam também mais expostos a receberem críticas com maior assiduidade, de acordo Marques et al. (2014b). Essas

plataformas digitais contribuem com a construção e manutenção da Imagem Pública dos representantes e instituições políticas. A apropriação política do Facebook e do Twitter é uma boa solução para suprir a demanda existente com relação a participação cidadã, já que os cidadãos estão presentes nessa esfera de modo natural (ALMEIDA, 2014).

As redes sociais possuem características que podem auxiliar na conquista de novos adeptos na atividade política. Contudo, para isso é necessário ter níveis de participação e presença que vão além de ter apenas uma conta em uma rede social. No entanto, vale ressaltar que apesar da disponibilidade de recursos interativos, não quer dizer que os representantes políticos estarão totalmente dispostos a adotar as plataformas digitais (MARQUES, 2014b, p. 219).

A crescente aderência das redes sociais pelos parlamentares é confirmada pelas pesquisas empíricas. Marques et al. (2014b) analisaram a usabilidade do Twitter pelos deputados federais brasileiros, a fim de averiguar a existência de padrões de uso do Twitter segundo variáveis de perfil sociopolítico, sistema político e características demográficas de sua base eleitoral. Os autores analisaram quantitativamente 457 perfis do Twitter – o que equivale a 89,1% dos parlamentares com conta ativa nessa rede social, no período analisado – de fevereiro de 2012 a fevereiro de 2013, o que corresponde ao exercício do mandato.

Os autores utilizaram como variáveis dependentes aquelas correspondentes aos aspectos do Twitter: tuitagem e número de seguidores. As variáveis independentes são compostas por características individuais dos deputados e do sistema eleitoral: idade, cargo de liderança na Casa Legislativa, quantidade de votos recebidos nas Eleições de 2010, características do eleitorado, tempo de uso do Twitter, quantidade de legislaturas e ideologia partidária.

Dentre os achados da pesquisa, pode-se ressaltar que parlamentares com cargo de liderança na Câmara possuíam maior número de seguidores em suas contas no Twitter. Além disso, o cargo também influenciou na quantidade de tuitagens, isto porque os líderes – juntamente com seus assessores – tendem a se esforçar mais em manter suas contas ativas e atualizadas de modo a gerenciar a imagem do líder político constantemente devido a quantidade de seguidores/público/audiência. A idade do parlamentar se mostrou importante para explicar as variáveis dependentes, de modo que parlamentares mais jovens possuem maiores médias de tuitagens e mais seguidores. Foi constatado também, que a variável votação foi estatisticamente significativa, na medida que quanto maior a votação do deputado no estado, maior a tendência

que este utilize essa rede social com maior intensidade, com maiores médias de publicação de mensagens e mais seguidores.

A característica mais relevante do eleitorado para explicar a usabilidade do Twitter é o grau de instrução. Deste modo, eleitores com maior grau de instrução tendem a ter maior emprego dessa rede social. Deputados com contas mais antigas no Twitter tem a probabilidade de usar com mais frequência essa rede social. Com relação à variável ideologia partidária, os autores apontam que deputados de esquerda tiveram um índice maior de publicação no Twitter, corroborando a hipótese básica encontrada na literatura de que atores políticos de esquerda tendem a ter uma atuação mais ativa nas plataformas da internet. A quantidade de legislaturas apresentou um forte poder explicativo sobre o uso desta rede social, isto quer dizer que representantes veteranos tendem a publicar mais mensagens do que deputados com mais legislaturas. Os autores concluem, portanto, que o perfil de usabilidade do Twitter pode ser resumido da seguinte forma: deputados jovens, com cargos de liderança na Casa Legislativa, alta votação, que aderiu mais cedo ao Twitter, com menos quantidade de legislaturas e integrante de partidos de esquerda.

Uma outra pesquisa interessante é a de Almeida (2014), que realizou uma análise sobre a adesão e uso do Facebook e Twitter pelos deputados federais brasileiros. O *corpus* empírico do artigo consistiu nos 513 deputados federais brasileiros, que possuíam pelo menos uma das redes sociais. A autora buscou explicar a apropriação das redes sociais, tendo como variáveis dependentes: ter ou não rede social, tempo de uso das redes e número de *twetts*. A pesquisa conta como variáveis independentes: idade, sexo, posição ideológica do deputado (esquerda, centro e direita) e região geográfica do deputado (centro-oeste, nordeste, norte sudeste e sul). A coleta foi realizada no período de 22 de abril a 31 de julho de 2013.

Os deputados, no período analisado, apresentaram maior adesão ao Twitter do que o Facebook, contrariando as expectativas da autora, como o Facebook é a rede social mais utilizada no Brasil esperava-se que fosse também a tecnologia digital mais empregada pelos deputados federais brasileiros. Com relação ao Facebook, a pesquisa identificou 63,16% de deputados com uma conta ativa nessa rede social; enquanto que 87% dos parlamentares apresentaram uma conta ativa no Twitter.

Outro achado interessante da pesquisa é de que deputados da região Sul utilizaram mais o Facebook do que os parlamentares das demais regiões. E há menos probabilidade de deputados da região Norte utilizarem o Twitter. A variável posição ideológica não influenciou

significativamente a aderência das redes sociais. Esta variável se mostrou significativa se relacionada ao número de *twetts*, isto quer dizer que deputados de esquerda tendem a publicar mais *twetts* se comparado aos deputados de outras posições ideológicas. Assim como os resultados alcançados pela pesquisa de Marques et al. (2014b), anteriormente apresentada, deputados de esquerda tendem a ter mais publicações no Twitter do que deputados de outras correntes ideológicas.

O estudo de Braga et al. (2015a) se aproxima muito dos interesses da presente dissertação. Os autores realizaram uma análise comparativa da apropriação das plataformas digitais pelos deputados dos Estados Unidos, Brasil, Bélgica, Reino Unido e Espanha, ao longo do mandato. Estes países foram escolhidos e estão ordenados a partir dos gradientes de personalização, conforme modelo de Carey & Shugart (1995). O intuito foi verificar os diferentes tipos de padrões de uso das tecnologias digitais pelos representantes de diferentes sistemas políticos, e entender se os padrões estão mais associados às características institucionais.

A partir do levantamento dos dados, os autores encontraram padrões distintos das redes sociais e de Websites. Nos Estados Unidos, os deputados tiveram maiores incentivos para aderir a essas tecnologias, com uma elevada adesão e frequência de uso das redes sociais e dos Websites. Comparativamente, no Brasil, os incentivos foram medianos, com uso médio alto dessas plataformas da internet. Na Bélgica, os incentivos institucionais são altos e a usabilidade foi média alta, mas com formas de apropriação partidarizada. Os deputados do Reino Unido possuem um alto uso, com apropriação fracamente personalizada. Os parlamentares da Espanha possuem um baixo uso das plataformas digitais.

Assim sendo, Braga et al. (2015a) constataram uma forte associação entre as características institucionais, na medida que há maiores incentivos para a apropriação individualizada das tecnologias digitais em sistemas de representação mais personalizados. E em sistemas de representação de lista fechada, há menos incentivos para a adoção individualizada dessas tecnologias.

Os estudos aqui apresentados contribuem com a presente pesquisa no sentido de mostrarem que as plataformas da internet estão sendo cada vez mais incorporadas pelos diversos atores políticos no período não-eleitoral. Sinteticamente, as tecnologias digitais contribuem para a conexão entre os representantes e os cidadãos, auxiliando no fortalecimento da democracia, assim como na construção da Imagem Pública das instituições políticas e dos

representantes, cooperando também para a educação cívica (MENDONÇA & AMARAL, 2014).

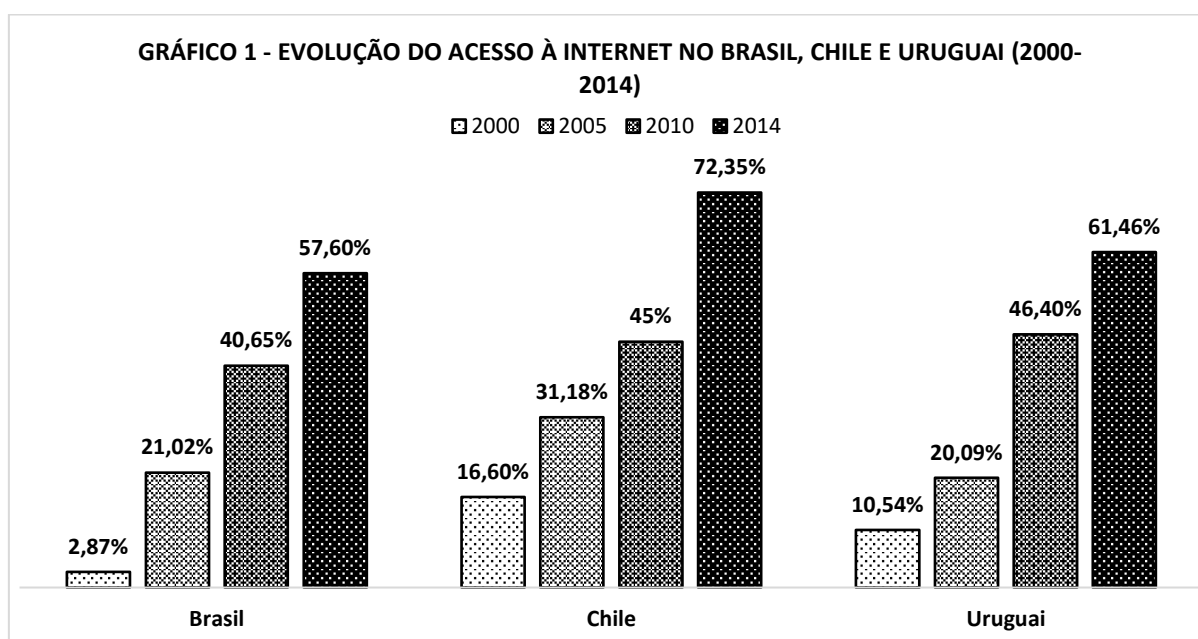
O próximo capítulo será dedicado à explanação da adesão das plataformas da internet pelos parlamentares da América Latina e dos diferentes contextos institucionais do Brasil, Chile e Uruguai.

3. PARLAMENTARES ONLINE: ADOÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS POR ATORES POLÍTICOS DA AMÉRICA LATINA

Este capítulo tem por objetivo mostrar como ocorre a adoção da internet pelos representantes políticos da América Latina, à luz de pesquisas empíricas realizadas em perspectiva comparada. Também possui o intuito de apresentar os distintos contextos institucionais presentes no Brasil, Chile e Uruguai, de modo a auxiliar na compreensão dos sistemas de representação que estimulam a apropriação individualizada das plataformas digitais e daqueles que incentivam um emprego mais institucionalizado (menos personalizado) dessas tecnologias.

3.1. O acesso à internet no Brasil, Chile e Uruguai

Segundo o levantamento da União Internacional de Telecomunicações da ONU (International Telecommunication Union, ITU, sigla em inglês), houve um crescimento significativo do acesso à internet nos países da América Latina, em especial no Brasil, Chile e Uruguai, no período de 2000 a 2014. Observe o gráfico abaixo:



Fonte: Indicador disponível no site do International Telecommunication Union, <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>. Acessado em: 02/04/2016.

É possível observar que desde o ano 2000, o Chile é o país que aparece na frente com relação ao acesso à internet, passando de 16,6% para 72,35% em 2014. É o país com o maior acesso à internet entre os demais analisados. O Uruguai aparece na sequência, evoluindo de 10,54% em 2000, para 61,46% da população com acesso a essa tecnologia em 2014. Observe que no ano 2000 o Brasil possuía apenas 2,87% da população com acesso à internet. Já em 2014, o acesso aumentou para 57,6%. Um crescimento bem expressivo.

Em comum, mais da metade da população destes países possui acesso a essa tecnologia, fator importante de ser ressaltado devido a significativa ampliação da inclusão digital nestes países. Vale destacar também, que esses países compartilham muitas desigualdades sociais e forte concentração de renda, o que pode contribuir para que as taxas de acesso à internet não sejam maiores.

Será o grau de inclusão digital um fator de incentivo para a adesão e utilização das plataformas da internet? Os parlamentares do Chile serão os mais engajados na internet, já que mais de 72% da população tem acesso a essa tecnologia? É o que veremos na parte empírica da presente pesquisa.

O tópico seguinte tem por objetivo apresentar a discussão sobre a desconfiança dos cidadãos nas instituições e atores políticos nos países da América Latina e a peculiaridade da origem dessa desconfiança.

3.2. Desconfiança dos cidadãos nas instituições políticas na América Latina

O bicameralismo possui uma longa tradição na América Latina, preponderando atualmente em metade dos países latino americanos, em conformidade com Llanos & López (2004, p. 2 e 3). Outra peculiaridade dessa região destacada pelos autores é a combinação do presidencialismo e do bicameralismo, característica refletida na constituição americana, sendo uma combinação difícil de ser encontrada em outras localidades. Anastasia et al. (2004) argumentam que a associação entre presidencialismo, multipartidarismo e representação proporcional pode causar instabilidade nas democracias representativas contemporâneas.

A confiança dos cidadãos nas instituições e atores políticos é um dos assuntos mais discutidos nas Ciências Sociais, sendo essencial para legitimidade e estabilidade do regime

político. De acordo com Rodrigues et al. (2013), quanto maior a confiança dos cidadãos nos atores e instituições políticas maiores as chances do desenvolvimento satisfatório de um regime democrático. Isto porque a confiança dos cidadãos nos agentes políticos é um dos fatores que auxiliam a estabilidade, legitimidade, governabilidade e consolidação do regime democrático (POWER & JAMISON, 2005).

A desconfiança dos cidadãos nos agentes e nas instituições políticas é algo generalizado. O baixo nível de confiança dos cidadãos nos agentes políticos se tornou um desafio dos regimes democráticos. Rodrigues et al. (2013, p. 9) afirmam que “há várias razões que atuam em conjunto para construir esse contexto, como a história de escândalos políticos, informações distorcidas, instâncias políticas disfuncionais”. Neste sentido, o próprio processo democrático encaminha a um descontentamento natural, “por envolver sempre difíceis processos de tomada de decisão e de comunicação, bem como compromissos inevitáveis em que um lado tem de se adequar a outro” (RODRIGUES et al., 2013, p. 9).

Em democracias mais consolidadas, Colen (2010, p. 5) explica que, essa desconfiança se dá pelo alto grau de instrução dos cidadãos, que os torna mais críticos perante as ações dos atores políticos. Já nas democracias mais jovens, como no caso específico dos países da América Latina, a desconfiança esta pautada na desilusão dos cidadãos com o funcionamento concreto das instituições políticas. Os países da América Latina compartilham extremas desigualdades sociais e forte concentração de renda, deste modo a percepção dos cidadãos é de que os sistemas político e econômico beneficiam diferentemente os cidadãos, conduzindo a uma sensação de que as instituições não são confiáveis. Conforme Dagnino (2006, p. 13), os países latino-americanos possuem elevados índices de insatisfação com os resultados das democracias no sentido de justiça social, eficácia governamental e inclusão política⁵.

Almeida (2014), alega que a adoção e utilização constante das tecnologias digitais pelas instituições e representantes políticos pode minimizar o problema da representação. Por meio da internet é possível disponibilizar mais informações – contribuindo para a efetividade do *accountability* e da transparência – para que os cidadãos acompanhem as atividades das instituições políticas e dos representantes políticos. Além disso, há oportunidades para ampliar a participação cidadã através de plataformas e recursos oferecidos por este meio de informação

⁵ Segundo pesquisa realizada pelo Latinobarómetro em 2013, o grau de confiança nas instituições políticas – Congresso, Parlamento e Partidos políticos – por cidadãos latino americanos é pouca (cerca de 28%) ou nenhuma (em média 35%). Com relação ao grau de confiança no Presidente e no Governo cerca de 50% dos entrevistados diz confiar pouco ou nada.

e comunicação. Esses benefícios poderiam implicar no aumento da confiança dos cidadãos nos atores políticos.

Há uma lacuna na literatura a respeito de estudos comparados nos países da América Latina sobre o uso das plataformas digitais por parlamentares. Conforme Welp e Marzuca (2016, p. 200), essa escassez pode ser explicada pela “brecha digital” na região. Em outras palavras, a média de usuários da internet na região é de aproximadamente 46% e, para alguns pesquisadores esse é um índice baixo de acesso à internet, levando estes investigadores a deixarem de lado a análise sobre “política e internet” nos países Latino Americanos. As autoras reforçam que há uma crescente usabilidade das plataformas da internet nos países da América do Sul e que é de extrema importância realizar estudos sobre o emprego das mesmas pelos parlamentares, já que os meios digitais de comunicação têm influência direta e indireta nas sociedades. Consequentemente, a presente dissertação busca contribuir com o campo de pesquisa, a fim de realizar um estudo comparativo sobre o emprego das principais plataformas digitais por deputados federais e senadores de três países da América do Sul: Brasil, Chile e Uruguai.

Brasil, Chile e Uruguai foram os três países da América do Sul selecionados para compor a parte empírica desta pesquisa a partir de dois fatores: gradiente de personalização e grau de confiança. O gradiente de personalização foi desenvolvido por Carey & Shugart (1995). Estes autores elaboraram um modelo sistemático e universal a fim de explicar quais sistemas eleitorais oferecem mais incentivos para o comportamento individual dos representantes. Assim, o modo classifica os países em uma escala de mais ou menos personalizados, de acordo com as características do sistema político e eleitoral⁶.

O grau de personalização dos países que compõe a presente pesquisa ficou da seguinte maneira: 1. Brasil – sistema proporcional de lista aberta, com fortes incentivos ao comportamento individual dos parlamentares; 2. Chile – sistema majoritário de lista aberta, com partidos tendo um peso mais elevado no processo eleitoral e legislativo⁷; 3. Uruguai – sistema de lista fechada com partidos rígidos e coesos, com pouco espaço para a atuação individual parlamentar.

⁶ Carey e Shugart (1995) utilizaram quatro variáveis para elaborar o modelo, são elas: *ballot*, *pool*, *vote* e magnitude.

⁷ Segundo a literatura especializada, os partidos políticos do Chile possuem um peso maior no processo eleitoral e legislativo. Para mais detalhes, ver: Mainwaring & Torcal (2005); Santos (2012).

O grau de confiança no parlamento/parlamentares foi outro fator determinante para a escolha destes três países. Em conformidade com Welp & Marcuza (2016), a desconfiança nos atores e instituições políticas poderia ser um fator de estímulo à adesão da internet pelos mesmos atores, partindo do pressuposto de que a internet é um meio de comunicação que propicia a aproximação dos cidadãos e dos representantes e possibilita maior disponibilização de informações para que os cidadãos participem do contexto político. Desta forma, as autoras asseguram que é interessante agregar este indicador como uma variável independente.

Segundo pesquisa do Latinobarómetro (2013), temos o Uruguai com 49,87%, maior indicador de confiança dos cidadãos no parlamento/parlamentares, o Brasil aparece como intermediário, com 29,16% de confiança e o Chile possui o menor grau de confiança dos cidadãos no parlamento/parlamentares, com 20,64%. Deste modo, pretende-se verificar na presente pesquisa se o grau de confiança da esfera civil no parlamento/parlamentares incentiva a aderência e a frequência de uso das plataformas digitais⁸.

Veremos a seguir algumas pesquisas empíricas que buscaram entender como ocorre a apropriação das tecnologias digitais pelos parlamentares da América Latina.

3.2.1. Parlamentares online: pesquisas empíricas

Apesar de poucas pesquisas abrangerem a temática sobre a usabilidade das plataformas da internet por parlamentares dos países da América Latina, há estudos bem interessantes citados a seguir.

Braga & Nicolás (2007) realizaram uma avaliação da forma de apropriação da internet pela elite parlamentar – deputados federais e senadores – dos países do Mercosul – Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela. Os autores utilizaram variáveis de recrutamento, de perfil sociopolítico e do campo ideológico com o intuito de explicar o uso dos Websites pessoais

⁸ Apesar do grau de confiança ser maior no Equador (51%) e menor no Peru (14%), **conforme indicado no apêndice 1**, estes países não foram selecionados por possuírem a estrutura do parlamento unicameral. O objetivo desta dissertação é realizar uma análise sobre o uso da Facebook pelos membros da Câmara dos Deputados e do Senado Federal brasileiro – parlamento bicameral – em perspectiva comparada com membros das duas Casas Legislativas de outros países da América Latina. Por isso optou-se por selecionar o Chile e Uruguai, que possuem a mesma estrutura do parlamento. O Chile aparece com o segundo menor grau de confiança e o Uruguai é o segundo país com o maior indicador de grau de confiança.

pelos parlamentares. O período de coleta dos dados foi de julho a agosto de 2007. O *corpus* empírico da pesquisa foi formado por 1343 parlamentares.

Do total, apenas 312 parlamentares disponibilizaram um Website, sendo que 43,2% utilizaram esta plataforma como meio exclusivamente para a divulgação de suas atividades parlamentares. O percentual mais expressivo foi encontrado entre os deputados e senadores brasileiros (52,5%), seguido do Uruguai (52,3%) e, por fim, da Argentina (14,3%). Os parlamentares do Paraguai e Venezuela não apresentaram Websites pessoais.

Os autores também realizaram uma avaliação dos portais da Câmara dos Deputados e do Senado de cada país, já que o perfil sociopolítico foi construído excepcionalmente a partir das informações encontradas nos Websites das Casas Legislativas. O intuito desta avaliação foi de construir um índice de transparência dos sites legislativos de cada um dos países do Mercosul. O site da Câmara brasileira obteve o índice mais alto (66,5), seguido do site do Senado brasileiro (61,9). A Argentina aparece logo em seguida, sendo o site do Senado (58,5) mais transparente do que o site da Câmara dos Deputados (49,4) deste país. O site da Câmara dos Deputados do Uruguai (46,8) aparece na frente do site do Senado (45,3). Em seguida no índice de transparência aparece o site do Senado do Paraguai (41,5) e a Câmara (40,4). O site da Venezuela ficou em último na escala do índice de transparência com (34,8). Sendo assim, no período analisado, pode-se perceber que os sites legislativos brasileiros investiram mais na disponibilização de informações com relação aos parlamentares, estes também ficaram na frente na utilização das plataformas da internet quando comparados aos parlamentares e sites legislativos dos demais países do Mercosul.

No mesmo sentido, em sua dissertação, Nicolás (2009) buscou avaliar a usabilidade dos Websites pessoais durante o mandato dos membros da elite parlamentar de seis países da América do Sul: Brasil, Argentina, Chile, Paraguai, Uruguai e Venezuela. A cientista política coletou dados de 1501 deputados federais e senadores dos seis países e de 11 Casas Legislativas. Seguindo a mesma lógica da pesquisa anterior, a autora formulou o perfil sociopolítico dos parlamentares a partir das informações disponíveis nos sites das Casas Legislativas e, em seguida, realizou uma avaliação destes portais.

As principais conclusões da dissertação de Nicolás (2009) se assemelham ao estudo de Braga & Nicolás (2007). No período analisado, a usabilidade das plataformas da internet foi relativamente baixa, com baixos níveis de transparência, *accountability*, interação e participação nos sites dos órgãos legislativos. Da mesma forma, a cientista política se deparou

com um diminuto grau de adesão das tecnologias digitais. A função principal dos Websites foi de disponibilizar informações pessoais – autopromoção – dos parlamentares e divulgação de suas ações.

Carvalho (2013), em sua dissertação, realizou um exame dos padrões de uso das plataformas digitais pelos senadores sul-americanos e dos Estados Unidos. O autor levou em consideração as variáveis sociopolíticas e as características institucionais de cada país para explicar o modo de apropriação das tecnologias da internet. Para isso, foram avaliados os Websites individuais dos parlamentares e, no quesito das redes sociais, o Facebook dos mesmos.

Dentre os achados e principais conclusões do autor, pode-se destacar que é correto afirmar que há incentivos institucionais em contexto mais personalizados para o melhor aproveitamento dos potenciais das plataformas digitais. Os senadores que mais utilizaram essas plataformas da internet, no período analisado, foram os brasileiros, contrariando as expectativas do autor, que acreditava que o uso seria mais intenso entre os parlamentares dos Estados Unidos – seguindo a hipótese da “americanização”. Outro aspecto importante que pode ser ressaltado é a questão da importância das redes digitais como instrumento de comunicação dos parlamentares, tendo em vista que os Websites foram menos utilizados se comparados ao Facebook.

Welp & Marcuza (2016) produziram um estudo com o objetivo de identificar a presença dos deputados e partidos políticos da Argentina, Paraguai e Uruguai na web (Website, Facebook e Twitter). Como fatores explicativos para a adesão das plataformas digitais, as seguintes variáveis independentes foram adotadas: inclusão digital, crise de representação e características dos partidos políticos no uso da internet. No quesito dos Websites, a metodologia seguida é baseada em Gibson e Ward (2000), com cinco dimensões: i) fornecimento de informações; ii) campanha/promoção; iii) capacitação de recursos; iv) interação e v) promoção de participação multidirecional.

De um total de 41 partidos políticos, as autoras localizaram 22 que possuíam Website, o que corresponde a cerca de 53%. A maioria dos Websites partidários não aproveitaram recursos mais sofisticados oferecidos pela internet, como recursos interativos e participativos. Todos os partidos políticos do Uruguai disponibilizaram Websites no período da análise e se destacaram com recursos um pouco mais sofisticados, em comparação aos partidos dos demais países.

Os resultados desta pesquisa também revelaram que o Facebook foi a rede social mais utilizada (50%) entre os deputados dos países selecionados; o Twitter foi a segunda rede mais utilizada, com 44% de contas ativas e os Websites pessoais ficaram em terceiro lugar, com 26% de adeptos. O maior percentual encontrado foi no Uruguai, em que 69% dos deputados possuíam uma conta ativa no Facebook, seguido do Paraguai (49%) e Argentina (44%). Com relação ao Twitter, o maior percentual foi dos deputados da Argentina (53%), seguido de Uruguai (46%) e Paraguai (11%). O percentual de deputados com Website foi de 32% no Uruguai, 30% na Argentina e apenas 6% no Paraguai. Aqui, percebe-se que os deputados do Uruguai se sobressaíram na adesão das redes.

As autoras também encontraram diferenças no perfil de uso das redes sociais. Na Argentina houve, no período analisado, uma equidade maior entre deputados e deputadas com conta ativa nas redes sociais, na medida que 37% das redes são de deputadas. Já no Paraguai houve uma diferença mais acentuada, em que houve mais deputados utilizando as redes sociais (cerca de 88%). No Uruguai o quadro é muito próximo, mas vale a ressalva de que as únicas contas registradas no Facebook foram de deputadas, os deputados preferem, por sua vez, usar o Twitter. A idade média de deputados que possuem e usam as redes sociais não é muito diferente nos três países: na Argentina é de 54 anos, no Paraguai é de 49 anos e no Uruguai é de 52 anos.

Ademais, os dados desta pesquisa apontaram que os deputados da Argentina são mais adeptos ao Twitter e ao Facebook. No Uruguai e no Paraguai o uso é maior do Facebook. Uma questão muito interessante de ser observada é de que as redes sociais foram empregadas com objetivos distintos, não intervalo de tempo da análise. O Twitter foi uma rede social mais utilizada para divulgação de conteúdos políticos, enquanto que o Facebook foi mais empregado para uso pessoal, isto é, com veiculação de conteúdos de caráter pessoal/particular (WELP & MARCUZA, 2016, p. 219).

Em comum, estas pesquisas demonstram que houve um aumento da apropriação das plataformas digitais, em especial das redes sociais, por parlamentares de determinados países da América Latina e de que a usabilidade das redes sociais é maior ao serem comparadas com os Websites pessoais.

O tópico seguinte dedica-se a expor e explicar os contextos institucionais diferenciados dos três países latino americanos selecionados para esta pesquisa.

3.3. Brasil, Chile e Uruguai: diferentes contextos institucionais

Como já dito, existe uma escassez de pesquisas sobre a usabilidade das plataformas digitais pelos parlamentares dos países da América Latina. Segundo Llanos & López (2004), também são escassos estudos específicos sobre os parlamentares (deputados federais e senadores) latino americanos, que envolvam as características dos sistemas bicamerais.

Os países selecionados compartilham o bicameralismo, que, aliás, possui uma longa tradição na América Latina, preponderando atualmente em metade dos países latino americanos. A combinação do bicameralismo e do presidencialismo é outra peculiaridade dessa região, sendo uma combinação difícil de encontrar em outras localidades.

Veremos a seguir as exigências constitucionais que constituem os filtros do recrutamento político para os cargos de deputado federal e senador do Brasil, Chile e Uruguai. O objetivo é perceber que os filtros são mais restritos para o cargo de senador e, por isso, é um posto legislativo mais difícil de ser alcançado. Em um segundo momento, iremos falar sobre o sistema político e eleitoral de cada país, a fim de dimensionar suas vantagens e limitações.

3.3.1. Exigências constitucionais para os cargos de deputado federal e senador

O cargo de senador é considerado por Llano & López (2004) um dos postos eletivos mais difíceis de ser alcançado, devido a estrutura institucional mais restritiva se comparado à Câmara dos Deputados, por exemplo. Desta maneira, para os políticos de carreira, este cargo se torna muito atraente. Nas palavras dos autores:

In comparison with other upper houses outside the continent, Latin American senates are attractive offices for professional politicians. In fact, a senatorship is a post of relevance and political influence [...]. Indeed, it could be argued that a senatorship is not equally attractive for politicians in all Latin American countries. In the federal systems of Brazil and Argentina, executive positions are more appreciated than legislative positions and politicians would rather become governors, and even ministers, than senators⁹ (LLANO & LÓPEZ, 2004, p. 4).

⁹ Tradução livre da autora: Em comparação com outras Câmaras Altas de outros continentes, os senados latino-americanos são ambientes atraentes para os políticos profissionais. De fato, o cargo de senador possui muita relevância e influência política [...]. Na verdade, pode-se argumentar que o cargo de senador não é igualmente atraente para os políticos em todos os países latino-americanos. Nos sistemas do Brasil e da Argentina, os cargos do executivo são mais apreciados do que os cargos legislativos e os políticos preferem se tornar governadores, e até mesmo ministros, do que senadores (LLANOS & LÓPEZ, 2004, p. 4).

A tabela abaixo resume as diferentes exigências constitucionais para ocupar o cargo de deputado federal e senador nos três países que esta pesquisa pretende analisar – Brasil, Chile e Uruguai.

TABELA 1 – DISPOSIÇÕES CONSTITUCIONAIS PARA O CARGO DE DEPUTADO FEDERAL E SENADOR NO BRASIL, CHILE E URUGUAI.

País Constituição	Idade mínima	Outras qualificações	Forma de eleição	Mandato	Renovação da Câmara Alta	Quantidade de parlamentares
Brasil (1988)	35 anos para senador; 21 anos para deputado	Não	Direta	8 anos para senador; 4 anos para deputado	Parcial (um ou dois terços a cada quatro anos)	81 senadores; 513 deputados
Chile (2001)	35 anos para senador; 21 anos para deputado	Não	Direta	8 anos para senador; 4 anos para deputado	Parcial (a cada quatro anos metade das cadeiras)	38 senadores; 120 deputados
Uruguai (1997)	30 anos para senador; 25 anos para deputado	Sim (mais anos de cidadania)	Direta	5 anos para senador; 5 anos para deputado	Total	31 senadores; 99 deputados

Fonte: Llano & López (2004) com atualizações.

É possível identificar, através dos dados da tabela 1, que os requisitos para ocupar o cargo de senador são um pouco mais rigorosos do que para o cargo de deputado, começando pela idade mínima. Para o cargo de senador é necessário ter mais de 30 anos no Uruguai, 35 anos no Brasil e no Chile. Já para o cargo de deputado federal, a idade mínima é de 21 anos no Brasil e no Chile e 25 anos no Uruguai. Os períodos para a renovação do cargo de senador são maiores no Brasil e no Chile, no Uruguai a renovação das duas Câmaras ocorre no mesmo

período. As Câmaras Altas também contam com um número reduzido de membros quando comparadas às Câmaras Baixas.

A renovação parcial do Senado é percebida, por parte dos especialistas, como um benefício para a manutenção da estabilidade e do prosseguimento do processo legislativo (CARVALHO, 2013, p. 39). Essa característica é encontrada no Senado Federal do Brasil e do Chile. No caso do Brasil, a renovação ocorre parcialmente, sendo um e dois terços das cadeiras renovadas a cada quatro anos. A renovação das cadeiras no Chile ocorre a cada quatro anos, de modo que a metade das cadeiras são renovadas. Já no Uruguai a renovação das cadeiras é total e realizada a cada cinco anos para ambas as Casas Legislativas.

De acordo com Llanos & López (2004, p. 5), estes países latino americanos não são exceções, com relação a idade, é comum que o Senado seja formado por atores políticos mais maduros e estabelecidos. No entendimento de Tsebelis & Money (1997, *apud* Llanos & López, 2004), este perfil de legisladores da Câmara Alta é esperado e está relacionado com a lógica da eficiência dos sistemas bicamerais. O bicameralismo, neste sentido, contribui positivamente para os resultados legislativos, isto porque a avaliação duplicada da legislação (nas duas Casas Legislativas) cria maiores mecanismos de controle da qualidade, com resultados, por sua vez, mais estáveis.

Todas as características mencionadas e a serem referidas auxiliam no processo de filtro no recrutamento político e, segundo Llanos & López (2004, p. 8 e 9), é muito provável que haja um perfil diferenciado entre os senadores e os deputados em muitos aspectos, como as características que foram mencionadas acima: idade (em geral, os senadores tendem a possuir mais idade); perfil socioeconômico (os senadores tendem a ter maior renda e escolaridade); trajetória política (há maiores chances de que os senadores possuam mais experiência política). Outro fator que pode ser destacado no perfil dos parlamentares, desta vez, para as duas Casas Legislativas (Câmara dos Deputados e Senado), é o sexo predominante, em que há uma tendência de ser encontrado mais homens nos cargos políticos, embora as mulheres sejam uma parcela significativa da população.

3.3.2. Sistemas políticos e eleitorais

O sistema de voto único no Uruguai vincula as eleições do Senado e da Câmara, estabelecendo um controle hierárquico das nomeações. Neste país, há um único distrito para o Senado, deste modo os candidatos a este cargo necessitam fazer campanha em nível nacional. Para a Câmara dos deputados, no entanto, os candidatos fazem campanhas em pequenos distritos.

No Chile há sessenta distritos eleitorais para as eleições da Câmara dos Deputados, em contraste com dezenove para as eleições do Senado. No Brasil o distrito eleitoral corresponde ao estado (territorial), tanto para a Câmara dos Deputados, como para o Senado. O número de senadores é fixo em todos os estados, contudo, o número de deputados varia de acordo com a população de cada estado. Neste caso, o candidato ao cargo de deputado pode ser eleito através de uma base de apoio concentrada em um município. Em contrapartida, o candidato ao Senado precisa ser conhecido no distrito eleitoral inteiro.

As características dos sistemas políticos e eleitorais destes países aparecem resumidas na tabela 2, observe:

TABELA 2 – CARACTERÍSTICAS DOS SISTEMAS POLÍTICOS E ELEITORAIS DO BRASIL, CHILE E URUGUAI.

País	Divisão política	Estrutura do parlamento	Sistema eleitoral	Tipo de lista	Câmara dos deputados	Senado
Brasil	Federalismo	Bicameralismo	Senado: Majoritário de lista aberta; Câmara dos Deputados: representação proporcional	Aberta	27 estados (distritos)	3 senadores por estado
Chile	Unitarismo	Bicameralismo	Majoritário binominal ¹⁰	Aberta	60 distritos – 2 deputados por distrito	19 distritos – 2 senadores por distrito

¹⁰ A introdução do sistema majoritário binominal ocorreu durante a ditadura militar, na Constituição de 1980. Após diversas tentativas de alterar o sistema eleitoral, em 2015, foi anunciado que o Chile conta com um novo sistema eleitoral a partir das eleições de 2017. O sistema proporcional substituirá o sistema majoritário binominal. Dentre

Uruguai	Unitarismo	Bicameralismo	Representação proporcional de lista fechada	Fechada	19 distritos	Distrito único nacional
----------------	------------	---------------	---	---------	--------------	-------------------------

Fonte: Llano & López (2004) com atualizações.

Os sistemas eleitorais e políticos dos três países possuem muitas similitudes, entretanto possuem também disparidades interessantes para serem observadas. No Brasil, são eleitos três senadores para cada unidade federativa, deste modo pode-se dizer que as 27 unidades federativas¹¹ contam com a mesma representatividade na Câmara Alta. Esta é constituída por 81 senadores eleitos pelo voto majoritário. No caso da Câmara dos Deputados, a representação é definida de forma proporcional à população de cada unidade federativa, sendo determinado pela Constituição o mínimo de 8 e o máximo de 70 deputados para cada estado. Sendo assim, a Câmara dos Deputados não segue o mesmo princípio de representatividade do Senado, já que há um número diferenciado de deputados federais representando cada um dos estados brasileiros. A Câmara Baixa é composta por 513 deputados, eleitos através do sistema de representação proporcional.

Apesar do Chile e do Uruguai serem países “unitários”, a estrutura do parlamentar dos mesmos é baseada no bicameralismo e, logo, possuem deputados e senadores. No Chile a Câmara Alta é constituída por dois senadores eleitos para cada um dos 19 distritos, seguindo o mesmo princípio de representatividade do Brasil, ou seja, todos os distritos possuem a mesma representatividade no Senado Federal. Há um total de 38 senadores, eleitos por voto majoritário com distritos duplos. A Câmara dos Deputados é formada por um total de 120 deputados, sendo eleitos dois deputados para cada um dos 60 distritos eleitorais. O princípio da representatividade é equivalente ao do Senado, no sentido de que os distritos possuem a mesma representatividade na Câmara dos Deputados.

O Senado Federal do Uruguai é formado por 31 senadores, que são eleitos pelo sistema de representação proporcional em uma única circunscrição nacional. Os senadores uruguaios

as mudanças temos: i) o número de membros da Câmara dos Deputados passará de 120 para 155. O número de deputados eleitos vai variar de no mínimo três e no máximo oito, nos 28 distritos. No Senado a quantidade de membros também aumentará, de 38 para 50, tendo em vista que a representação no Senado também vai ser diferente, conforme o distrito poderá variar entre dois e cinco senadores (BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE, 2015).

¹¹ Incluindo o Distrito Federal que, embora não é um estado, é considerado uma unidade federativa.

exercem o mandato durante cinco anos, portanto as cadeiras são renovadas em sua totalidade a cada período eleitoral. A Câmara dos deputados é composta por um total de 99 membros, através do método da representação proporcional. Os deputados são eleitos por 19 distritos e o número de representantes por distrito pode variar de acordo com a lei eleitoral, mas cada estado conta com no mínimo dois deputados eleitos.

De acordo com Anastasia et al. (2004, p. 85-87), a combinação entre a divisão do governo (federalismo ou unitarismo) e a estrutura do parlamento (bicameral ou unicameral) reflete no modo de representação dos senadores. Isso quer dizer que no caso brasileiro os senadores representam a unidade federativa, devido à associação do federalismo e do parlamento ser fundamentado no bicameralismo. Já no Chile e no Uruguai, os senadores são representantes dos interesses completos dos cidadãos, setorialmente demarcados, relacionado à combinação do unitarismo e da estrutura do parlamento ser o bicameralismo.

Até aproximadamente a década de 1980, a totalidade dos países da América Latina adotavam o sistema de representação proporcional como sistema eleitoral. No entanto, a partir de 1990, com as reformas, os sistemas eleitorais dos países latino americanos ficaram mais diversificados. O Brasil utiliza o método majoritário em distritos plurinominais para a renovação do Senado Federal, em que o eleitor pode votar em “tanto nomes quantas forem as cadeiras do distrito, com a possibilidade de votar em candidatos de diferentes partidos. Os nomes mais votados são eleitos” (NICOLAU, 2004, p. 23). Em conformidade com este autor, o sistema majoritário tem como objetivo garantir a representação para o (s) candidato (s) mais votado (s) na eleição. Deste modo, diferentemente do sistema proporcional, o método majoritário tende a favorecer a bipolarização das eleições, no sentido que o sistema majoritário exclui os partidos pequenos da competição eleitoral.

Anastasia et al. (2004) explicam que o sistema proporcional para a representação, em ambas as Casas Legislativas no Uruguai, é quase perfeito, devido ao complexo “processo de distribuição de cadeiras os votos dados aos partidos são computados nacionalmente” (ANASTASIA et al., 2004, p. 37). Esse sistema possui duas vantagens principais, segundo Nicolau (2004, p. 37), que é a garantia do espelhamento da diversidade de opiniões da sociedade no Legislativo e assegurar a equivalência com relação aos votos recebidos pelos partidos e a sua representação. A representação na Câmara dos Deputados do Brasil também ocorre por meio da representação proporcional, ocorrendo a transformação dos votos em cadeiras de modo proporcional.

O Chile é o país que possui o sistema eleitoral mais afastado do método de representação proporcional, entre os países analisados nesta pesquisa. Ele adota o sistema majoritário binominal para a representação no Senado Federal e na Câmara dos Deputados, “com a peculiaridade de que a segunda cadeira pertence ao segundo partido mais votado sempre que este obtiver mais de um terço dos votos” (ANASTASIA et al., 2004, p. 41).

É interessante observar também, conforme mostra a tabela 2, o tipo de lista de cada país, já que essa característica influencia no modo de representação e, conseqüentemente, nas formas de apropriação dos meios de comunicação, em específico, das plataformas da internet. Nicolau (2004, p. 54) elucida que a diferença fundamental na regra da escolha de candidatos através do sistema de representação proporcional de lista é o nível de interferência dos partidos políticos no processo eleitoral.

Assim sendo, no modelo de lista fechada os partidos políticos têm o controle do perfil parlamentar que serão eleitos. Isso pode beneficiar determinados parlamentares, pois os partidos podem colocar seus nomes entre os primeiros da lista. A impossibilidade de os eleitores escolherem representantes individuais é a principal desvantagem deste tipo de lista. Isso porque caso “um eleitor tiver preferência por um determinado partido, mas não pelos nomes que encabeçam a lista, ele não terá como favorecer um determinado candidato” (NICOLAU, 2004, p. 56).

No sistema de representação proporcional de lista fechada, portanto, os partidos políticos são os atores principais no processo eleitoral, com candidatos e representantes totalmente vinculados e dependentes dos partidos políticos. Com isso, a representação se torna despersonalizada, já que os partidos políticos aparecem como atores ativos e fundamentais no processo de mediação política. Este sistema eleitoral tende a favorecer uma comunicação mais institucionalizada, com os partidos políticos mais presentes e atrelados aos perfis pessoais dos representantes políticos (CAREY & SUGART, 1995; CERVI, 2012).

No sistema de lista aberta os eleitores têm mais chances de influenciar o sistema eleitoral, de modo que é de responsabilidade basicamente dos eleitores selecionar os candidatos que preencherão as cadeiras conquistadas pelos partidos políticos ou coligações. O Brasil e o Chile são dois, dos quatro países, que adotam esse tipo de lista, de acordo com Nicolau (2004, p. 56 e 57). Neste sentido, as regras são bem similares para ambos os países, em que os partidos apresentam uma lista de candidatos sem ordem e o eleitor atribui o voto no nome do candidato

de sua preferência. O número de cadeiras de cada partido é definido pela somatória dos votos recebidos pelos candidatos da lista e as cadeiras são ocupadas pelos candidatos mais votados.

Deste modo, a bancada final é definida pela somatória dos votos obtidos por cada candidato da lista, de forma individual e quanto mais nomes expressivos a lista tiver, maiores serão as chances de uma bancada significativa ser eleita. A lista aberta impulsiona a personalização, uma vez que “os partidos têm fortes incentivos para atrair nome de lideranças e personalidades com “alta popularidade”” (NICOLAU, 2004, p. 56). Em contrapartida, como não é possível ordenar a lista do nome dos candidatos, os partidos políticos não têm poder de influenciar positivamente as eleições de líderes partidários.

A lista aberta, vigente no Brasil e no Chile, tende a contribuir para uma representação baseada na personalização, ou seja, na lista aberta os eleitores escolhem seus representantes individualmente, sem ficarem atrelados aos partidos políticos. Os representantes políticos se tornam os atores principais do processo eleitoral e político.

Apesar disso, os partidos políticos possuem pesos distintos no Brasil e no Chile. A literatura especializada indica que os partidos políticos do Chile possuem um peso maior no processo eleitoral e legislativo. Essa afirmação se baseia no grau de institucionalização dos partidos políticos, variável esta que é utilizada para pautar estudos comparativos sobre os partidos ou sistemas partidários na América Latina. Segundo Santos (2012, p. 5), o Chile e o Uruguai são exceções na América Latina no que se refere ao alto índice de institucionalização. Nestes países os partidos políticos são fortes e coesos, impactando ativamente o sistema eleitoral e político. O Brasil é classificado como o país com a organização partidária mais frágil. Deste modo, a personalização no Chile pode ocorrer em menor medida do que no Brasil, em que o sistema de representação de lista aberta é fortemente centrado no representante (CAREY & SHUGART, 1995).

Nicolau chama a atenção para algumas singularidades do sistema de representação proporcional de lista aberta no Brasil:

Diferentemente do que ocorre na Finlândia, na Polônia e no Chile, o eleitor brasileiro tem a opção de votar exclusivamente em um partido (voto de legenda). Nesse caso, o voto é contabilizado para a distribuição das cadeiras, mas não afeta a disputa entre os candidatos da lista.

Outra singularidade é a formação de uma única lista de candidatos quando diferentes partidos estão coligados. Pelo sistema em vigor no Brasil, os candidatos mais votados, independentemente do partido ao qual pertençam, ocuparão as cadeiras eleitas pela coligação (NICOLAU, 2004, p. 57).

A principal desvantagem deste tipo de lista é de que ela pode estimular a disputa de candidatos do mesmo partido com o objetivo de ficar entre os primeiros nomes mais votados da lista, fato este que pode ocasionar no enfraquecimento dos partidos na arena eleitoral.

Essas características do sistema eleitoral impactam no modo de comunicação adota pelos atores políticos, como sugere Cervi (2012). Em sistemas de representação de lista aberta a comunicação é mais personalizada, focada na imagem dos representantes e não dos partidos políticos. A personalização acaba fortalecendo o relacionamento direto entre representantes políticos e cidadãos, e enfraquecendo o papel dos partidos políticos no processo de mediação política. Seguindo o princípio do modelo tecnológico, apontado por Thomas Zittel (2003). Já em sistemas de representação de lista fechada, os partidos são os atores principais na mediação política, com uma comunicação menos personalizada e mais institucionalizada, conforme o modelo constitucional (ZITTEL, 2003).

A presente dissertação trabalha com três variáveis básicas, que estão relacionadas ao contexto institucional dos países, são elas: a) grau de inclusão digital; b) índice de confiança; c) personalização do sistema eleitoral. Assim sendo, o uso das tecnologias digitais pelos parlamentares do Brasil, Chile e Uruguai é impactado pelos sistemas de representação de cada país? Os parlamentares destes países são incentivados a aderirem de forma individualizada as plataformas digitais? A inclusão digital e o grau de confiança no parlamento/parlamentares de cada país são determinantes para explicar a adesão das tecnologias digitais pelos parlamentares?

O próximo capítulo dedica-se a exposição das questões, objetivos e hipóteses da pesquisa, além de apresentar a metodologia que será adotada para alcançar o objetivo da presente dissertação.

4. QUESTÕES METODOLÓGICAS

4.1. Questões de pesquisa, objetivos e hipóteses

A pergunta problema que conduzirá esta pesquisa é: Quais são os determinantes na apropriação distinta das plataformas digitais por cada subgrupo de parlamentares dentro de cada país? Desta questão central surgem questões secundárias que serão investigadas ao longo desta dissertação: Como os contextos institucionais de cada país selecionado impactam na apropriação e utilização das tecnologias digitais e do Facebook? Como as características individuais dos deputados federais e senadores influenciaram na adoção e uso (atualização) do Facebook? Como e com qual finalidade os deputados federais e senadores dos países selecionados utilizaram o Facebook durante um período do mandato?

A pesquisa tem como objetivo geral realizar um estudo comparativo sobre o uso das plataformas da internet, em especial do Facebook, pelos deputados federais e senadores do Brasil, Chile e Uruguai, durante o exercício do mandato. Conta, ainda, com três objetivos específicos, a saber: i) realizar um panorama geral da apropriação e uso das principais plataformas digitais (Websites pessoais, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram); ii) verificar a associação entre as características do sistema político, eleitoral e do perfil sociopolítico com relação a usabilidade do Facebook pelos parlamentares dos diferentes países; iii) identificar e analisar os diferentes modos de apropriação do Facebook por parlamentares distintos: deputados federais e senadores.

Percebe-se que, em um primeiro momento, a análise será a respeito das principais tecnologias digitais (Websites pessoais, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram), após a investigação focará no Facebook. Isso porque o Facebook é a plataforma mais utilizada nos três países em questão e porque a pesquisa ficaria muito extensa se levasse em consideração todas as tecnologias digitais em todos os objetivos da mesma.

Para cumprir os objetivos desta pesquisa há três dimensões metodológicas que serão seguidas:

1. Identificar quantitativamente quais características influenciam significativamente na adesão e na frequência de uso (quantidade de postagens);

2. Estabelecer padrão de uso a partir das características que se mostraram expressivas para a adesão das redes pelos parlamentares;
3. Realizar uma análise de conteúdo dos perfis do Facebook dos deputados federais e senadores que apresentaram maior frequência de uso no emprego dessa rede social.

Algumas hipóteses foram elaboradas a partir da revisão da literatura, a fim de serem testadas no desenvolvimento desta dissertação.

A hipótese geral deste estudo é de que as estratégias de apropriação das tecnologias digitais por parlamentares variam de acordo com as características institucionais de cada país e com as características de recrutamento dos representantes. A pesquisa conta com outras quatro hipóteses, que são mais específicas.

H1. Conforme o resultado das pesquisas anteriormente detalhadas (ZITTEL, 2003; BRAGA, et al., 2015a; WELP & MARCUZA, 2016), espera-se que parlamentares de sistemas políticos com um formato de representação mais “centrado no representante” usem as plataformas da internet e o Facebook com mais frequência. Enquanto que parlamentares cujo sistema político do país é menos personalizado, não são incentivados a aderirem as tecnologias digitais de forma individualizada, com tendências de ter uma baixa utilização, focando em discussões mais amplas como questões nacionais, para a defesa de interesses setoriais ou para o engajamento em plataformas ideológicas.

Para isso, os países foram classificados em um gradiente de "personalização", seguindo os procedimentos apontados no estudo de Carey & Shugart (1995, p. 425). O grau de personalização ficou da seguinte maneira: 1. Brasil (sistema proporcional de lista aberta fortemente centrado no representante); 2. Chile (sistema majoritário de lista aberta, com partidos tendo um peso mais elevado no processo eleitoral e legislativo); 3. Uruguai (sistema de lista fechada com partidos rígidos e coesos, com pouco espaço para a atuação do parlamentar individual). Deste modo, a expectativa é de que países mais personalizados tenham um modelo de representação tecnológico e países menos personalizados tenham um modelo de representação constitucional (ZITTEL, 2003).

H2. A utilização das plataformas da internet pode auxiliar na superação da elevada desconfiança dos cidadãos nos atores políticos, de modo que a internet propicia a aproximação dos cidadãos e dos atores políticos e oferece oportunidades de que ocorra a participação civil (PEREIRA, 2011; WELP & MARCUZA, 2016). Assim sendo, o baixo grau de confiança dos cidadãos nos agentes políticos pode ser um fator de incentivo para a adesão e para a maior

frequência de uso das tecnologias digitais. Por isso, a expectativa é de que o uso das plataformas da internet seja maior no Chile (20,64%), que possui o menor indicador de confiança, seguido do Brasil (29,16%), que é o país intermediário e do Uruguai (49,87%), que apresenta o maior índice de grau de confiança dos cidadãos nos agentes políticos.

H3. A respeito das características de recrutamento dos representantes, espera-se que determinados grupos de deputados federais e senadores terão maior adesão e maior frequência de uso das tecnologias digitais e do Facebook. Acredita-se que é possível estabelecer padrões de uso dessas plataformas da internet a partir dos aspectos individuais (perfil sociopolítico, características que envolvem a atividade legislativa, a trajetória política e aspectos partidários) dos parlamentares brasileiros, chilenos e uruguaios, assim como Marques (2014b) conseguiu estabelecer padrões de apropriação do Twitter a respeito dos deputados federais brasileiros no período do exercício do mandato.

Com relação a isso, será realizado o cruzamento das variáveis dependentes (possuir e atualizar o Facebook) com as variáveis de perfil sociopolítico, a fim de identificar quais são estatisticamente significativas para explicar a adesão e uso do Facebook.

H4. A quarta hipótese relaciona-se sobre o modo de representação nos perfis do Facebook dos deputados federais e senadores de cada país em questão. Anastasia et al. (2004, p. 85-88) explicam que a combinação entre a divisão do governo e a estrutura do parlamento reflete no modo de representação dos senadores. Isto é, a combinação do federalismo (divisão do governo) e do bicameralismo (estrutura do parlamento), no caso brasileiro, gera uma representação voltada a unidade federativa. No caso do Chile, a combinação é do unitarismo e do bicameralismo, e, como consequência, os senadores representam diretamente os cidadãos. No Uruguai a combinação da divisão do governo e da estrutura do parlamento é a mesma, no entanto, como a eleição para o Senado ocorre em uma circunscrição única e nacional, os senadores representam os cidadãos em nível nacional. Os deputados federais nestes três países representam os cidadãos de circunscrições menores, distritos ou estados.

Assim sendo, a expectativa é de que os deputados federais e senadores dos países selecionados terão diferenciados modos de apropriação da rede social. Espera-se que os perfis do Facebook dos senadores brasileiros tenham conteúdos relacionados aos estados em que os mesmos representam. No perfil dos senadores brasileiros e chilenos espera-se publicações voltados ao cidadão. No caso dos senadores uruguaios a expectativa é de encontrar conteúdos voltados aos cidadãos em âmbito nacional. E com relação aos deputados federais dos três países

a expectativa é de que haja mais publicações voltados aos cidadãos, no âmbito municipal, distrital ou estadual.

Esta hipótese será mensurada por meio da análise de conteúdo, ao identificar os principais temas abordados no período da análise e a abrangência dos conteúdos compartilhados (município, estado/distrito, nacional ou internacional).

No tópico seguinte, serão apresentadas as estratégias metodológicas que permitirão cumprir os objetivos propostos, responder as questões problemas desta pesquisa, assim como confirmar ou refutar as hipóteses formuladas e apresentadas anteriormente.

4.2. Metodologia e fontes

Os links das plataformas digitais foram localizados através de pesquisa no Google e nas próprias redes sociais. O levantamento quantitativo foi realizado nos períodos de março e agosto de 2016. É importante lembrar que estes meses compreendem um período do exercício do mandato dos deputados federais e senadores do Brasil (2015-2019), Chile (2014-2017) e Uruguai (2015-2020).

Como fatores explicativos da usabilidade das plataformas da internet, isto é, as variáveis independentes que integram a presente pesquisa possuem duas dimensões: institucionais e individuais. As variáveis que estão relacionadas às características institucionais do Brasil, Chile e Uruguai, são:

- **Grau de confiança no parlamento** – este indicador será baseado nos dados disponíveis na pesquisa do Latinobarómetro (2013). O Uruguai aparece com o maior grau de confiança, 49,87%, seguindo do Brasil, com indicador intermediário de 29,16%, e, com o menor indicador de 20,64%, aparece o Chile.
- **Grau de inclusão digital** – segundo dados do ITU (2014), 72,35% da população do Chile possui acesso à internet, em segundo lugar temos o Uruguai, com 61,46% e, com menor porcentagem, o Brasil, com 57,60% da população com acesso à internet.

- **Personalização do sistema eleitoral** – o Brasil, com o sistema de representação proporcional de lista e fortemente focado no representante. Seguido do Chile com sistema majoritário de lista aberta, em que os partidos políticos possuem mais relevância no processo eleitoral e legislativo. Por fim, o Uruguai com sistema de lista fechada, em que os partidos são coesos e rígidos, dando poucas oportunidades para a atuação parlamentar individualizada.

As variáveis individuais estão relacionadas às características particulares dos deputados federais e senadores, sendo apontadas pela literatura como essenciais para explicar a apropriação das plataformas da internet pelos parlamentares (NORRIS, 2001). Por mais que sejam características individuais, através destas variáveis é possível agrupar os deputados federais e senadores de acordo com os aspectos mais relevantes para o emprego das tecnologias digitais. As variáveis micro seguem listadas abaixo:

- **Variável sociopolítica:** que é constituída dos seguintes aspectos: sexo, idade, escolaridade, atividade profissional principal;
- **Atividade legislativa:** ocupa cargos de liderança na Casa Legislativa (membro da mesa diretora, líder partidário dentro das Casas Legislativas, presidente ou vice-presidente de Comissões Permanentes);
- **Variável trajetória política:** é formada pelas seguintes características: período de entrada na política, se o parlamentar ocupou cargos políticos anteriormente (no Legislativo ou no Executivo), a quantidade de mandatos eletivos e a quantidade de mandatos na própria Casa Legislativa;
- **Variável partidária:** ideologia do partido cujo parlamentar é filiado (esquerda, centro e direita). De acordo com Marengo & Serna (2007, p. 94), a dimensão ideológica é muito relevante para entender a organização do sistema e dos partidos políticos nos sistemas multipartidários do Brasil, Chile e Uruguai. A escala ideológica dos partidos do Chile e do Uruguai seguirá a classificação apresentada no trabalho dos autores em questão. A

classificação do espectro ideológico dos partidos políticos brasileiros segue categorias estabelecidas por Costa et al. (2015).

As informações referentes as variáveis mencionadas a cima foram extraídas, nesta ordem, do site da Câmara dos Deputados e do site do Senado Federal de cada país. Também foram consultados o Dicionário Histórico Biográfico Brasileiro (DHBB), sites próprios dos deputados federais e senadores e Wikipédia com verbetes dos representantes¹².

Estes três países contam com um total de 732 deputados e 150 senadores. A primeira parte da análise empírica, em que será realizado o panorama geral do uso das tecnologias digitais básicas (E-mail, Website, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram), analisa todos os parlamentares com pelo menos dessas plataformas. Na segunda etapa, em que a análise focará no Facebook, temos 690 deputados com essa rede social, o que corresponde a 94% do total de deputados dos três países. Do total de senadores, 144 possuem essa rede social (96%).

A análise de conteúdo, que se refere a terceira etapa, dos perfis do Facebook dos parlamentares foi efetuada durante 5 dias não consecutivos do mês de março de 2016¹³. Em outras palavras, foram selecionados 5 dias em que o parlamentar fez publicações, o que, não necessariamente, ocorre em dias contínuos. Por meio do Netvizz¹⁴, foram coletadas todas as publicações que os parlamentares postaram durante esse período. Para limitar um pouco mais a investigação, foi determinada uma linha de corte a partir da média da frequência de uso diária dessa rede social. Dentro dos cinco dias foram computadas todas as publicações, o número total de posts foi dividido pelo número de parlamentares, resultando na média da frequência de uso do Facebook. A média é diferente para cada país e muda também de acordo com o tipo de parlamentar (deputados federais e senadores).

No período selecionado foram encontradas 43 postagens de 6 senadores uruguaios, a média ficou em 7 posts, isto quer dizer que a análise de conteúdo foi aplicada apenas aos senadores que tiveram 7 posts ou mais por dia. Com relação aos deputados uruguaios, temos

¹² É importante fazer uma nota de cautela quanto as informações extraídas de fontes secundárias. Preferencialmente, buscou-se localizar as informações nos sites das Casas Legislativas. Contudo, nem todas elas foram encontradas nesta fonte. Deste modo, precisou-se recorrer a outros sites. Portanto, não se pode assegurar completamente a veracidade destas informações.

¹³ Foram selecionados os 5 primeiros dias com posts. No caso dos deputados federais brasileiros houve a necessidade de diminuir a quantidade de 5 para 3 dias, devido a quantidade de deputados com um perfil ativo no Facebook e devido à alta frequência de uso dessa rede social pelos mesmos.

¹⁴ Netvizz é um aplicativo disponível no Facebook, que extraí dados de páginas ou grupos do Facebook.

127 publicações de 14 deputados, resultando na média de 9 posts. No Chile 15 senadores realizaram um total de 243 postagens, ficando com a média de 16 posts. Dos deputados chilenos, 43 deles tiveram um total de 547 postagens no período, resultando na média de 13 posts. No Brasil 64 senadores realizaram um total de 1076 publicações no período de investigação, a média de postagens, portanto, ficou em 17 posts. Referente aos deputados brasileiros, 398 parlamentares publicaram em seus perfis no Facebook durante o período de investigação 2988 posts, ficando com a média de 8 postagens por dia.

O *corpus* empírico desta etapa da pesquisa é de 2642 publicações, de 159 parlamentares, sendo 137 do Brasil, 14 do Chile e 8 do Uruguai, 132 são deputados federais e 27 senadores. Observe o resumo na seguinte tabela:

TABELA 3 – RESUMO DO *CORPUS* EMPÍRICO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO.

		Quantidade de Parlamentares	Quantidade de Publicações	Total de Parlamentares
Brasil	Deputados F	116	1622	137
	Senadores	21	625	
Chile	Deputados F	11	239	14
	Senadores	3	68	
Uruguai	Deputados F	5	62	8
	Senadores	3	26	
	Total	159	2642	159

Fonte: elaboração própria.

Esta análise foi feita inteiramente, e somente, pela própria autora desta dissertação. Assim sendo, a interpretação das postagens partiu de uma única pesquisadora, diminuindo as chances de interpretações distintas para o mesmo tipo de conteúdo compartilhado nos perfis do Facebook dos representantes.

É importante reconhecer outra limitação desta pesquisa: a análise de conteúdo foi realizada em um período curto de tempo. Desta forma, os resultados dessa investigação não poderão ser generalizados, ou seja, o comportamento online dos parlamentares políticos neste período não representa o comportamento deles no mandato completo.

A análise de conteúdo permite alcançar o último objetivo proposto nesta pesquisa. As categorias que serão investigadas no Facebook para a análise de conteúdo foram fundamentadas na análise de conteúdo aplicada pelo Projeto MEME: e-monitor eleitoral, desenvolvida e aplicada pelo Grupo de Pesquisa Instituições, comportamento político e novas tecnologias (GEIST-UFPR), coordenado pelo Prof. Dr. Sérgio Braga. As categorias sofreram alterações, a fim de se adequarem a proposta do presente trabalho – período não eleitoral, atores políticos federais. São elas:

a) Assunto da postagem:

1. Agenda & Informação:

- 1.1. Visita do representante a estados
- 1.2. Visita do representante a instituições públicas ou privadas
- 1.3. Presença em inaugurações ou festas
- 1.4. Convocações para atividades comunitárias e plenárias, seminários e outros
- 1.5. Entrevistas
- 1.6. Encontro partidário, com outros representantes ou líderes comunitários
- 1.7. Pronunciamentos
- 1.8. Presença em CPIs, votações, sessões plenárias
- 1.9. Divulgação de programas das Casas Legislativas, como estágio-visita
- 1.10. Transmissão ao vivo no Facebook ou vídeos próprios

2. Gerenciamento da Imagem Pessoal:

- 2.1. Realizações do representante – ações atuais e anteriores
- 2.2. Biografia do representante – trajetória política
- 2.3. Atividades pessoais – família, amigos, gostos musicais
- 2.4. Datas comemorativas e solenidades
- 2.5. Mensagens motivacionais – mensagens religiosas, saudações: “Bom dia”, “Deus esteja com vocês” etc.
- 2.6. Apoio de eleitores, políticos, artistas, líderes comunitários ao representante ou causa defendida pelo representante

2.7. Apoio do representante a instituições públicas (como o Ministério Público), ações de instituições públicas (como a Lava-Jato) ou apoio a outros atores políticos (partidos políticos, representantes políticos, Câmara dos Deputados, Senado, entre outros).

2.8. Realizações conjuntas com o partido político ou em nome do partido

3. Posicionamento programático:

3.1. Posicionamento em relação a manifestações cívicas – marcha da maconha, marcha das vadias etc.

3.2. Posicionamento em relação a conjuntura nacional – impeachment, votações na Câmara, debates nacionais, etc.

3.3. Posicionamento a conjuntura estadual

3.4. Posicionamento a conjuntura internacional

4. Propaganda negativa:

4.1. Críticas aos adversários políticos – outros representantes, partidos políticos, atores nacionais

4.2. Críticas aos adversários políticos – atores estaduais ou municipais

4.3. Críticas genéricas a atores não políticos – justiça, imprensa, movimentos sociais, líderes

4.4. Defesa de ataques

5. Engajamento & convite à participação:

5.1. Incentivo ao engajamento online

5.2. Incentivo ao engajamento off-line

6. Projetos & políticas públicas:

6.1. Educação

6.2. Segurança pública

6.3. Violência urbana

6.4. Saúde pública

6.5. Infraestrutura e obras

- 6.6. Planejamento urbano
- 6.7. Meio ambiente
- 6.8. Economia e finanças
- 6.9. Mobilidade urbana – bicicletas, ônibus, transporte, trânsito, etc.
- 6.10. Corrupção e irregularidades administrativas
- 6.11. Assistência social
- 6.12. Direito de minorias – mulheres, negros, deficientes, índios
- 6.13. Emprego/Trabalhadores
- 6.14. Transparência
- 6.15. Outros
- 6.16. Inclusão digital
- 6.17. Agricultura
- 6.18. Esporte, lazer, turismo e cultura

7. Outros – atualizações administrativas da rede social, alterações de fotos de perfil e de capa, outros conteúdos não previstos, etc.

b) Postura em relação ao tema:

- 1. Postura crítica
- 2. Postura positiva/propositiva
- 3. Postura informativa/neutra
- n. não se aplica

c) Tipo de postagem:

- 1. Foto (s);
- 2. Composição gráfica para redes sociais – chamadas, infográfico, etc.
- 3. Memes e gifs – mensagens informais, casuais
- 4. Texto;
- 5. Vídeo;
- 6. Conteúdo compartilhado de links externos

d) *Menção a partido político:*

1. Sem menção partidária
2. Utilização de cores partidárias, mas sem menção expressa ao nome do partido
3. Menção expressa do nome do próprio partido político, apelido ou símbolo partidário – por exemplo, o tucano representa o PSDB e a estrela o PT.
4. Menção expressa ao nome de outros partidos que não ao próprio

e) *Humor* – uso do humor para engajar o leitor

0. Não
1. Sim

f) *Chamada à participação* – convite explícito à participação/engajamento online ou off-line

0. Não
1. Sim

g) *Menção a adversário*

0. Não
1. Sim

h) *Abrangência* – esfera de competência

0. Não se aplica
1. Esfera de competência municipal
2. Esfera de competência distrital/estadual
3. Nacionalização do debate – escândalos nacionais
4. Debates internacionais

Resumidamente, as publicações serão classificadas a partir do tipo de postagem, como: 1) fotos sem tratamento gráfico, com a equipe de trabalho, por exemplo; 2) composição gráfica para redes sociais, como chamadas e infográficos; 3) memes e gifs; 4) somente texto; 5) vídeos;

6) conteúdos de compartilhamento de links externos, como Website próprio do representante, entre outros.

Temos 6 temas que agregam vários subtemas: 1) agenda e informação (variável que permite identificar postagens referentes a agenda do representante); 2) gerenciamento de imagem pessoal (postagens sobre as realizações e informações pessoais do representante); 3) posicionamento programático (com relação ao posicionamento do representante em relação aos assuntos nacionais, distritais/estaduais e/ou municipais); 4) propaganda negativa (ataques aos adversários políticos ou defesa de ataques); 5) engajamento e participação (postagens cujo o objetivo é o convite à participação online ou off-line dos internautas); 6) políticas públicas (conteúdos sobre políticas públicas apresentadas e/ou defendidas pelo representante) e 7) outros, para temas que não se encaixem nas categorias anteriores.

Ao classificar o tema geral e o tema secundário da publicação, serão mensuradas outras variáveis, como: a postura do representante perante ao tema do post (crítica, positiva, neutra); se a publicação menciona ou não o nome do partido político e em qual grau essa menção acontece (somente com as cores partidárias, com os símbolos ou por meio do nome expresso do próprio partido ou de outros partidos); será analisado também se há o uso do humor nas publicações; se há ou não chamada explícita à participação e/ou menção à adversário político; e, por fim, a abrangência da publicação, ou seja, se o conteúdo refere-se às questões municipais, distritais/estaduais ou se o debate é focado em temas nacionais.

Isso posto, o próximo capítulo será dedicado à apresentação e discussão dos dados.

5. ANÁLISE COMPARATIVA DO USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PELOS DEPUTADOS FEDERAIS E SENADORES DO BRASIL, CHILE E URUGUAI

5.1. Usabilidade das plataformas digitais básicas

A fim de se obter um panorama geral da adesão das plataformas digitais pelos parlamentares do Brasil e Chile, a tabela 4 reúne a frequência simples das principais plataformas da internet: e-mail institucional, Website próprio, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. A hipótese é de que o grau de confiança influenciará na adesão das redes. A expectativa, portanto, é de que os parlamentares do Chile terão maiores taxas de adesão das plataformas da internet, seguido dos parlamentares do Brasil e do Uruguai.

TABELA 4 – USO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS PELOS REPRESENTANTES (POR PAÍS).

	Brasil				Chile				Uruguai			
	Deputados*		Senadores**		Deputados*		Senadores**		Deputados*		Senadores**	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
E-mail	513	100,0	79	97,5	120	100,0	38	100,0	13	13,1	30	96,8
Website	376	73,3	70	86,4	77	64,2	25	65,8	15	15,2	4	12,9
Facebook	502	97,9	81	100,0	113	94,2	37	97,4	75	75,8	26	83,9
Twitter	436	85,0	80	98,8	109	90,8	38	100,0	63	63,6	24	77,4
Youtube	115	22,4	72	88,9	12	10,0	22	57,9	0	0,0	10	32,3
Instagram	341	66,5	56	69,1	34	28,3	3	7,9	0	0,0	5	16,1
Outras redes	49	9,6	9	11,1	7	5,8	1	2,6	0	0,0	5	16,1

Fonte: elaboração própria.

* N BR = 513; N CHI = 120; N URU = 99; ** N BR = 81; N CHI = 38; N URU = 31.

O e-mail institucional tem sua importância no sentido de abrir mais um espaço para a comunicação entre os representantes políticos e os eleitores. Os parlamentares do Brasil e Chile destacam-se na divulgação dos e-mails institucionais. Os representantes do Uruguai não possuem o mesmo empenho nessa divulgação, com exceção dos senadores deste país.

No Brasil, todos os deputados federais possuem e divulgam seus e-mails institucionais, seja no perfil dos mesmos disponível no site da Câmara dos Deputados, seja em suas respectivas redes sociais. Com relação aos senadores, apenas dois não divulgaram seus e-mails. No caso dos parlamentares do Chile, 100% destes possuem o e-mail institucional, tendo em vista que estes ficam divulgados na página do Câmara dos Deputados e na página do Senado Federal. Os senadores do Uruguai se destacam na divulgação de e-mails institucionais. No entanto, o percentual mais baixo com relação a possuir e divulgar o e-mail fica entre os deputados federais uruguayos, haja vista que apenas 13,1% divulgam esse meio de comunicação digital.

No Brasil e no Chile o e-mail institucional é divulgado no site das Casas Legislativas. Demonstrando que há um interesse da própria instituição política na disponibilização desse veículo de contato. No caso do Uruguai esta informação não é disponibilizada nos sites das Câmaras. O e-mail institucional é encontrado nos Websites dos parlamentares ou nos sites partidários. Não havendo incentivo institucional na divulgação deste meio de comunicação.

Os Websites pessoais são mais difundidos entre os parlamentares do Brasil, mais especificamente, entre os senadores brasileiros (86%). Entre os parlamentares chilenos essa plataforma não é tão adotada quando comparada as demais plataformas digitais, na medida que cerca de 65% dos parlamentares deste país possuem um Website próprio. No geral, essa plataforma digital é menos aderida entre os parlamentares do Uruguai, tendo em vista que menos de 15% dos parlamentares possuem Websites.

O Facebook e o Twitter são as redes sociais mais utilizadas nos três países. No Brasil mais de 98% dos representantes possuem uma conta ativa no Facebook. Os parlamentares do Chile aparecem em segundo lugar na adesão dessa rede social, com mais de 94% de adeptos. No Uruguai essa é a rede social com maior aderência entre os parlamentares, com mais de 76% deles com uma conta nessa plataforma.

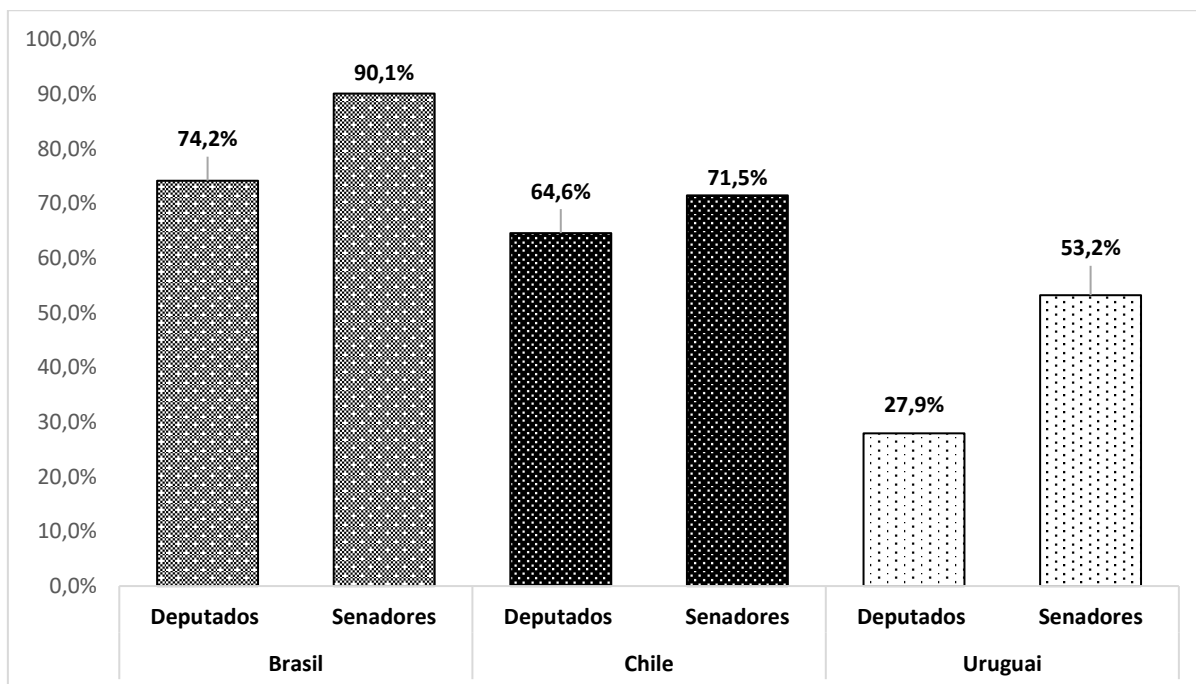
Com relação ao Twitter os percentuais são um pouco menores, neste caso os parlamentares do Chile são mais adeptos a essa rede social, com mais de 91% dos parlamentares com Twitter. No Brasil, há mais de 85% de representantes com uma conta ativa nesta rede social. Os parlamentares do Uruguai aderem menos a essa rede social, quando comparados aos demais países. Mais de 64% dos parlamentares uruguayos aderem ao Twitter. O Facebook se destaca como plataforma de atuação dos parlamentares nos três países, e isso levou a escolha dessa rede social para a realização da análise de conteúdo.

O Youtube e o Instagram apresentaram os menores percentuais. No Brasil, os senadores aderem mais ao Youtube (89%) se comparado aos deputados (22%). O mesmo cenário ocorre entre os parlamentares do Chile e do Uruguai. É o país, dentre os analisados, em que essa mídia social mais se destaca. No Chile cerca de 56% dos senadores e apenas 10% deputados possuem um canal no Youtube. No Uruguai nenhum deputado adere a essa tecnologia digital, já entre os senadores há 32% com canal no Youtube.

A adesão do Instagram também é maior entre os parlamentares brasileiros, em que mais de 66% dos parlamentares possuem essa plataforma da internet. Os parlamentares do Chile aparecem em segundo lugar, de forma que 28% dos deputados e apenas cerca de 8% dos senadores aderem a essa plataforma digital. A adesão do Instagram pelos parlamentares do Uruguai ocorre com menor intensidade, na medida que nenhum deputado utiliza essa mídia digital, e apenas 16% dos senadores possuem essa plataforma.

Esses dados vão ao encontro com os achados da literatura especializada. Os Websites estão sendo menos adotados perante a popularidade das redes sociais (RODRIGUES & BERNARDES, 2014). Segundo Almeida (2014), as redes sociais estão sendo mais aderidas pelos atores políticos devido ao fato de que os cidadãos estão presentes nessa esfera digital de forma natural. Facilitando, assim, a proximidade e o contato direto dos agentes políticos e cidadãos. O Facebook e o Twitter são as redes sociais mais adotadas pelos parlamentares do Brasil, Chile e Uruguai. Essas redes também se destacaram como as mídias sociais mais utilizadas por parlamentares dos EUA, Bélgica, Reino Unido, Espanha (BRAGA et al., 2015), Argentina e Paraguai (WELP & MARCUZA, 2016).

A acentuada diferença da adesão das plataformas digitais pelos parlamentares dos países em questão pode ser melhor observada no gráfico 2, que contém as médias da adesão das plataformas digitais (E-mail, Website, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram) pelos deputados federais e senadores de cada país.

GRÁFICO 2 – MÉDIA DE ADESÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS (POR PAÍS).

Fonte: Elaboração própria.

O gráfico acima reafirma a maior adesão das tecnologias digitais pelos parlamentares do Brasil. Na sequência, temos os parlamentares do Chile e, por fim, os representantes do Uruguai. Ao comparar as médias entre os parlamentares, percebe-se que os senadores possuem maiores médias de aderência das plataformas da internet nos três países em questão, e com percentuais menores aparecem os deputados. No Chile as disparidades na média são menores entre os deputados e senadores, enquanto que há diferenças mais abruptas entre esses parlamentares no Brasil e no Uruguai.

Não basta apenas ter um link nas plataformas digitais, o ideal é que as páginas da internet sejam constantemente atualizadas a fim de que os parlamentares mantenham contato contínuo com os internautas, e não estejam presentes de maneira apática no âmbito digital. Observe a tabela 5, com o nível de atualização dos Websites, Facebook e Twitter:

TABELA 5 – ATUALIZAÇÕES DAS PLATAFORMAS DIGITAIS (POR PAÍS).

		Brasil				Chile				Uruguai			
		Deputados*		Senadores**		Deputados*		Senadores**		Deputados*		Senadores**	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Atualização Website	Fora do ar	197	38,4	18	22,2	55	45,8	18	47,4	86	86,9	27	87,1
	Website no ar	316	61,6	63	77,8	65	54,2	20	52,6	13	13,1	4	12,9
Atualização Facebook	Desatualizado	25	4,9	1	1,2	19	15,8	6	15,8	31	31,3	11	35,5
	Há mais de um mês sem utilizar	13	2,5	0	0,0	8	6,7	1	2,6	10	10,1	1	3,2
	Mensalmente	6	1,2	1	1,2	2	1,7	2	5,3	5	5,1	1	3,2
	Semanalmente	22	4,3	3	3,7	0	0,0	3	7,9	14	14,1	1	3,2
	Diariamente	447	87,1	76	93,8	91	75,8	26	68,4	39	39,4	17	54,8
Atualização Twitter	Desatualizado	162	31,6	12	14,8	20	16,7	2	5,3	40	40,4	9	29,0
	Há mais de um mês sem utilizar	43	8,4	4	4,9	1	0,8	1	2,6	6	6,1	0	0,0
	Mensalmente	2	0,4	0	0,0	2	1,7	1	2,6	4	4,0	0	0,0
	Semanalmente	28	5,5	3	3,7	2	1,7	1	2,6	7	7,1	1	3,2
	Diariamente	278	54,2	62	76,5	95	79,2	33	86,8	42	42,4	21	67,7

Fonte: Elaboração própria.

* N BR = 513; N CHI = 120; N URU = 99; ** N BR = 81; N CHI = 38; N URU = 31.

Observa-se que há um contraste bem grande com relação a manutenção dos Websites. Os parlamentares brasileiros possuem os maiores percentuais, com cerca de 62% dos deputados e 78% dos senadores que mantêm seus Websites ativos e atualizados. Pode-se dizer que os parlamentares que possuem um Website próprio priorizam em mantê-lo atualizado, isso ocorre principalmente no quesito dos senadores brasileiros.

No Chile os percentuais sobre a manutenção dos Websites são medianos, com cerca de 54% dos deputados e 52% dos senadores com Websites ativos. É interessante destacar que praticamente a metade dos parlamentares chilenos que disponibilizam links de Websites não mantêm os mesmos ativos.

Já no caso do Uruguai, nota-se que os parlamentares não utilizam os Websites pessoais como fonte de comunicação, apenas 13% dos deputados e senadores mantêm os Websites ativos

e atualizados, cerca de 87% dos Websites está fora do ar. Demonstrando que a utilização individualizada dessa plataforma da internet não faz parte das estratégias dos representantes políticos.

É interessante ressaltar também as altas taxas de atualizações diárias das redes sociais entre os parlamentares dos três países analisados. No Brasil, cerca de 90% dos parlamentares atualizam diariamente o Facebook e aproximadamente 5% dos perfis estão desatualizados. No Chile, cerca de 76% dos deputados e 68% dos senadores mantêm atualização diária dos perfis nessa rede social. No Uruguai os percentuais são um pouco menores, com cerca de 40% dos deputados e 55% dos senadores com atualização diária no Facebook. Vale destacar que, aproximadamente, 35% dos parlamentares uruguaios abandonaram o Facebook, e suas páginas estão totalmente desatualizadas.

A atualização diária do Twitter foi menos intensa com relação ao Facebook. O padrão de atualização do Twitter no Chile ocorre em uma medida semelhante ao do Facebook, com mais de 72% dos parlamentares que atualizam diariamente seus perfis do Twitter. Os percentuais de perfis inativos entre os parlamentares chilenos é bem pequena, especialmente entre os senadores (5%). Neste caso, os parlamentares do Chile se sobressaem. No Brasil, mais de 54% dos parlamentares mantêm atualização constante nessa rede social. Aqui, destaca-se a quantidade de perfis desatualizados entre os deputados (32%). No Uruguai a atualização diária desta rede social é um pouco maior se comparada ao Facebook, principalmente entre os senadores (68%). Outro dado relevante é com relação aos percentuais de perfis desatualizados do Twitter (29%).

A atualização diária das redes sociais mostra o interesse dos representantes em manter seus perfis ativos, compartilhando com o público informações de seus interesses. Estes dados nos indicam também que o grau de confiança e o de inclusão digital não impactam na adesão das plataformas digitais básicas. A relação ocorre de forma inversa, pois os parlamentares do Uruguai possuem as menores taxas de adesão e frequência de uso das tecnologias digitais. Haja visto, que este país tem, dentre os países analisados, o maior grau de confiança e o segundo maior grau de inclusão digital. O Brasil é intermediário nestes dois quesitos, contudo os parlamentares deste país possuem os maiores percentuais de aderência e frequência de uso das plataformas da internet. Já o Chile, que aparece com o menor grau de confiança e o maior de inclusão digital, e possui um uso intermediário das tecnologias digitais básicas.

O sistema eleitoral aparece como a variável institucional que tem maior poder explicativo para este comportamento político online. De modo que, a representação de lista aberta incentiva a apropriação individualizada das tecnologias digitais pelos parlamentares do Brasil e do Chile. Enquanto que, no Uruguai, o sistema de representação de lista fechada não oferece os mesmos incentivos. Aqui, os partidos políticos são os atores principais da mediação política, e os parlamentares tendem a ter uma margem de liberdade menor, com menos controle sobre as dimensões do comportamento político (LESTON-BANDEIRA, 2012).

5.2. Perfil de uso do Facebook

Ao analisar o uso das tecnologias digitais através do perfil sociopolítico, se torna possível estabelecer maiores reflexões sobre os diferentes padrões de apropriação das plataformas digitais, neste caso do Facebook, pelos deputados federais e senadores de três países distintos, na legislatura vigente. A premissa básica, desta etapa da análise, é de que determinados grupos de parlamentares terão atuação mais constante nessa rede social, tais como parlamentares de partidos de esquerda, que ocupam cargos de liderança nas Casas Legislativas, entre outros. Utilizaremos a frequência simples (%) e alguns testes estatísticos para identificar se as variáveis independentes impactam significativamente nas variáveis dependentes. Estes testes são: qui-quadrado¹⁵ e v de cramer¹⁶. As variáveis dependentes que constituem esta etapa da pesquisa são: 1) possuir Facebook e 2) atualização.

Iremos começar mostrando a composição da Câmara dos Deputados e o Senado Federal no Brasil, Chile e Uruguai por sexo. Observe a tabela 6:

¹⁵ O qui-quadrado permite identificar se há diferenças significativas entre duas distribuições ou entre casos de uma mesma distribuição. Para intervalo de confiança de 95%, o teste é significativo para $\text{sig} \leq 0,05$. (CERVI, 2014, p. 20).

¹⁶ O v de cramer indica o grau de associação entre as variáveis, isto é, o quanto a variável independente explica a variável dependente (CERVI, 2014, p. 27-29).

TABELA 6 – COMPOSIÇÃO DA CÂMARA ALTA E BAIXA POR SEXO.

País		Câmara dos Deputados*		Senado Federal**	
		N	%	N	%
Brasil	Mulher	49	9,6	12	14,8
	Homem	464	90,4	69	85,2
	Total	513	100,0	81	100,0
Chile	Mulher	19	15,8	6	15,8
	Homem	101	84,2	32	84,2
	Total	120	100,0	38	100,0
Uruguai	Mulher	21	21,2	8	25,8
	Homem	78	78,8	23	74,2
	Total	99	100,0	31	100,0

Fonte: elaboração própria.

* N BR = 513; N CHI = 120; N URU = 99; ** N BR = 81; N CHI = 38; N URU = 31.

A baixa participação feminina na política é retratada em muitos estudos empiricamente orientados. O argumento fundamental para esse fato é de que, apesar da política de cotas, o sucesso eleitoral das mulheres ainda sim é pequeno por uma série de fatores, por exemplo a cultura política, no qual o campo político foi, por muito tempo, dominado majoritariamente por homens; e a falta de investimento financeiro para as candidaturas femininas (GROSSI & MIGUEL, 2001; ARAÚJO & ALVES, 2007). Na tabela acima identifica-se que as Casas Legislativas dos três países em questão são formadas majoritariamente por homens. A diferença mais abrupta ocorre nos legislativos brasileiros, seguido do Chile, e do Uruguai em que as diferenças são menores, apesar de serem distinções significativas.

Na tabela 7 consta a comparação entre o sexo, faixa etária e escolaridade *versus* adesão do Facebook. Observe:

TABELA 7 – PERFIL DOS PARLAMENTARES COM FACEBOOK.

		Brasil		Chile		Uruguai	
		N	%	N	%	N	%
Sexo	Deputados						
	Mulher	48	98	19	100	17	81
	Homem	454	97,8	94	93,1	58	74,4
	Senadores						
	Mulher	12	100	6	100	7	87,5
	Homem	69	100	31	96,9	19	82,6
	Deputados						
	Até 43 anos	119	23,7	37	32,7	27	36
	De 44 a 53 anos	127	25,3	25	22,1	17	22,7
	De 54 a 61 anos	137	27,3	28	24,8	20	26,7

Faixa etária ¹⁷	Acima de 62 anos	119	23,7	23	20,4	11	14,7
	Senadores						
	Até 53 anos	17	21	11	29,7	8	30,8
	De 54 a 59 anos	23	28,4	7	18,9	8	30,8
	De 60 a 68 anos	18	22,2	12	32,4	4	15,4
Acima de 69 anos	23	28,4	7	18,9	6	23,1	
Escolaridade	Deputados						
	Baixa*	0	0	0	0	0	0
	Média**	98	20	12	10,6	5	10,2
	Alta***	391	80	101	89,4	44	89,8
	Senadores						
	Baixa*	0	0	0	0	0	0
	Média**	6	7,4	1	2,7	5	19,2
Alta***	72	88,9	36	97,3	20	76,9	

Fonte: elaboração própria.

*Escolaridade baixa = lê e escreve e fundamental incompleto

**Escolaridade média = fundamental completo, médio incompleto e médio completo

***Escolaridade alta = superior incompleto, superior completo e pós-graduação

Dep. Federais - N BR = 502; N CHI = 113; N URU = 75; Senadores - N BR = 81; N CHI = 37; N URU = 26.

Referente ao sexo dos parlamentares, nota-se que o percentual da aderência do Facebook é bastante semelhante, tanto entre os países quanto entre homens e mulheres. Pode-se destacar que todas as senadoras do Brasil e do Chile possuem Facebook, e os senadores destes dois países também possuem elevadas taxas de adesão da mesma. Os percentuais mais baixos entre os três países aparecem com os parlamentares uruguaios. Comparativamente as deputadas e senadoras se sobressaem, com percentuais maiores na adesão dessa rede social neste país.

O coeficiente do qui-quadrado não foi estatisticamente significativo ($p > 0,05$) no quesito do sexo *versus* adesão do Facebook, uma vez que a distribuição entre os valores observados e os valores esperados ficou muito próxima, desta maneira nenhum resíduo padronizado ficou acima ou abaixo do limite crítico de 1,96 (positivo ou negativo). Devido a isso, a associação entre as variáveis foi muito baixa para todos os países (v de cramer). O sexo dos parlamentares também não se mostrou relevante para explicar a atualização dos perfis do Facebook nos países em questão. Estas informações revelam que ser parlamentar do sexo

¹⁷ As idades dos parlamentares foram agregadas em 4 categorias. Para isso foi utilizada a divisão em quartis, que divide a distribuição em quatro partes iguais. Por esse motivo as categorias são diferentes entre deputados e senadores.

masculino ou feminino não tem impacto significativo na adesão e atualização do Facebook nos três países latino-americanos.

A faixa etária da maioria dos deputados federais brasileiros que aderem o Facebook ficou na categoria de 54 a 61 anos. No Chile e no Uruguai a faixa etária dos deputados foi de até 43 anos. Para uma análise minuciosa essa variável foi desagregada. A média de idade dos deputados federais nos três países coincide em 52 anos. Por outro lado, a distribuição dos senadores ficou mais dispersa e não há uma faixa etária em comum. As duas faixas etárias se destacam entre os senadores brasileiros que possuem a rede social: de 54 a 59 anos e acima de 69 anos. A faixa etária dos senadores chilenos com redes sociais foi de 60 a 68 anos. No Uruguai as faixas etárias em evidência são de até 53 anos e de 54 a 59 anos. A média de idade dos senadores destes países iguala-se em 59 anos.

A idade dos parlamentares impacta na adesão do Facebook apenas entre os deputados brasileiros ($p = 0,042$), de forma que 12,6% (v de cramer) da idade explica possuir essa rede social. A idade também é relevante para explicar a atualização do Facebook com relação aos deputados federais brasileiros ($p = 0,046$), em que 36% da idade explica a atualização mais assídua dos deputados. Apesar do coeficiente do qui-quadrado não ter relevância estatística entre os senadores brasileiros e com relação aos parlamentares do Chile e do Uruguai, destaca-se que ele é inversamente proporcional nos três países. Isso significa dizer que deputados federais e senadores mais jovens tendem a adotar mais o Facebook.

Os dados da tabela 7 também revelam que a maioria dos representantes políticos, dos países em questão, se encaixam na categoria da “escolaridade alta”. Ao olhar mais atentamente essa variável, verifica-se que o ensino superior incompleto (aproximadamente 75%) possui os maiores percentuais entre os deputados federais dos três países que possuem as redes sociais. Entre os senadores, o perfil de escolaridade comum é de ensino superior completo (55%) e uma significativa parcela destes parlamentares possuem pós-graduação (19%).

A relação dessas duas variáveis (escolaridade x adesão do Facebook) é estatisticamente significativa no caso dos deputados federais brasileiros ($p = 0,000$), demonstrando que a variável escolaridade é importante para explicar a adesão do Facebook neste país. A associação entre as variáveis foi de 30%, o que quer dizer que 30% da adoção dessa tecnologia digital é explicada pela variável escolaridade. Como o coeficiente é positivo, pode-se afirmar que quanto maior é a escolaridade, maior é a probabilidade de que o deputado tenha Facebook. Para os demais países, o coeficiente do qui-quadrado não foi significativo

($p > 0,05$) entre os deputados federais. Apesar disso, vale mencionar que foi encontrada uma expressiva associação (v de Cramer) dessas variáveis entre os deputados uruguaios (23%). No Chile a associação foi a menor, de 4%.

A atualização do Facebook *versus* escolaridade foi estatisticamente significativa no caso dos deputados federais brasileiros ($p = 0,050$) e chilenos (0,004). O grau de associação entre essas variáveis foi de 11% no Brasil e 28% no Chile. Quanto maior a escolaridade dos deputados brasileiros e chilenos maiores são as chances de atualizações mais constantes no Facebook. Entre os parlamentares uruguaios o coeficiente não foi significativo ($p = 0,242$).

No que tange os senadores dos países em questão, não foi encontrada significância estatística ($p > 0,05$) entre escolaridade e adesão do Facebook, pelo fato de que a distribuição entre os valores observados e esperados ficou muito próxima. Agora, ao verificar se a escolaridade impacta na atualização do Facebook, foi encontrada significância estatística com relação aos senadores brasileiros ($p = 0,002$) e uruguaios ($p = 0,050$). O grau de associação das variáveis foi de 35,5% no Brasil e 50% no Uruguai. Neste sentido, a escolaridade explica a atualização mais frequente nessa mídia social. Como os coeficientes foram positivos, é possível assegurar que quanto maior a escolaridade, a atualização do Facebook ocorre com mais frequência (diariamente).

Assim sendo, podemos resumir que, apesar da grande disparidade de homens e mulheres na composição das Câmaras, essa variável não é relevante para explicar a adesão e atualização do Facebook. Independente do sexo, os parlamentares de cada país estão presentes e atualizam esta rede social. Deputados e senadores mais jovens tendem a ter maior aderência ao Facebook. A escolaridade, por sua vez, é uma variável importante para explicar a apropriação e atualização do Facebook com relação aos deputados federais do Brasil e do Chile. No Uruguai essa variável não impacta na adesão e atualização dessa rede social, devido a distribuição dos casos não ter grande variação. O perfil muda no quesito dos senadores. A escolaridade é uma característica relevante para explicar a adesão e atualização do Facebook no Brasil e no Uruguai. No Chile essa variável não é proeminente.

Agora, passaremos para a investigação de como a ocupação principal dos representantes influenciam na adoção e utilização dessa mídia social. A tabela abaixo apresenta os dados referente a ocupação principal dos parlamentares possuem Facebook. A variável *ocupação principal* dos parlamentares foi construída a partir da declaração dos representantes

no site da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, em seus próprios sites ou em verbetes no Wikipédia. Observe:

TABELA 8 – OCUPAÇÃO PRINCIPAL DOS REPRESENTANTES.

Ocupação principal	Brasil		Chile		Uruguai	
	N	%	N	%	N	%
Senadores*						
Empresários	12	14,8	0	0	5	19,2
Profissionais liberais	41	50,6	23	62,2	9	34,6
Funcionários públicos	0	0	1	2,7	0	0
Trabalhadores	14	17,3	5	13,5	2	7,7
Outros	1	1,2	0	0	0	0
Cientistas políticos	0	0	3	8,1	1	3,8
Pastores ou padres	1	1,2	0	0	0	0
Político	2	2,5	1	2,7	4	15,4
Professores	10	12,3	4	10,8	5	19,2
Deputados**						
Empresários	82	16,3	7	6,2	8	10,7
Profissionais liberais	250	49,8	69	61,1	16	21,3
Funcionários públicos	30	6	0	0	2	2,7
Trabalhadores	56	11,2	5	4,4	4	5,3
Outros	8	1,6	2	1,8	2	2,7
Cientistas políticos	1	0,2	4	3,5	0	0
Pastores ou padres	10	2	0	0	0	0
Político	20	4	8	7,1	27	36,0
Professores	45	9	18	15,9	16	20

Fonte: elaboração própria.

* N BR = 81; N CHI = 37; N URU = 26; ** N BR = 502; N CHI = 113; N URU = 75.

Antes de analisar os dados da tabela acima, vale explicar as agregações realizadas para a classificação de algumas profissões, classificação esta sugerida por Perissinotto e Miriade (2009). Consideramos na categoria “Empresários” as profissões de comerciante, empresário e produtor agropecuário. Na categoria “Profissionais liberais” encontram-se administradores, advogados, economistas, engenheiros e médicos. Estão classificados como “Funcionários públicos” funcionários públicos, policiais civis e militares. Como “Trabalhadores” foram agregados aposentados, donas de casa, trabalhadores assalariados da saúde, trabalhadores urbanos e trabalhadores da área da comunicação. Por fim, na categoria “Outros” estão

estudantes, bolsistas, estagiários, atuantes em artes/desportos, outros e os que não declararam qualquer ofício. As demais categorias não sofreram agregações.

Na análise das diversas ocupações dos senadores brasileiros que possuem Facebook, as três categorias mais evidentes foram a de profissionais liberais (51%), trabalhadores (17%) e empresários (14%). Entre os senadores do Chile temos a maior parte na categoria de profissionais liberais (62%), trabalhadores (13%) e professores (10%). No Uruguai a categoria predominante também é a de profissionais liberais (34%), e outras duas categorias ficaram com os mesmos percentuais, empresários e professores (20%).

Em comum, os deputados do Brasil (51%) e do Chile (62%) compartilham como categoria principal a de profissionais liberais. A segunda categoria em destaque entre estes representantes brasileiros é a de empresários (16%), seguido de trabalhadores (11%). No Chile temos professores (16%), seguido de deputados que se declaram como políticos (7%). Entre os deputados federais uruguaios a maioria se declara como políticos (37%), seguido de profissionais liberais (21%) e professores (20%).

Quando essa categoria é desagregada é possível ter um olhar mais minucioso sobre as ocupações principais dos parlamentares. As que se sobressaem no quesito dos senadores do Brasil são: advogados (22%), empresários (12%) e professores (12%). No caso dos senadores chilenos, temos em primeiro lugar advogados (39%), seguido de professores (10%) e médicos e cientistas políticos com o mesmo percentual (8%). Entre os senadores do Uruguai as três ocupações com mais destaque possuem percentuais muito próximos e são: professores e políticos com empate (19%) e médicos (16%).

Com relação aos deputados federais brasileiros que utilizam as redes sociais temos 20% de advogados, 11% de empresários e 10% de médicos. No caso destes representantes no Chile, a ocupação primordial também é de advogado (29%), seguido de engenheiros (17%) e professor (15%). Mais uma vez os representantes uruguaios possuem um perfil diferenciado dos demais países. A ocupação principal é a de políticos (39%), depois aparecem professores (18%) e advogados (11%).

Uma peculiaridade interessante está relacionada tanto com a área de formação (escolaridade), como com a atividade profissional dos parlamentares. Grande parte dos senadores chilenos têm formação – títulos de especialista, mestrado ou doutorado – em Ciências Sociais ou Ciência Política. No Brasil as áreas são diversas, se destacando o Direito. Cerca de

8%, que corresponde a três senadores chilenos e 3%, ou seja, quatro deputados declararam como atividade profissional “cientistas políticos”. No Brasil e no Uruguai temos um parlamentar em cada país que possui essa mesma profissão. Isso pode demonstrar que alguns parlamentares do Chile possuem maior preocupação com uma formação que ajudará nas atividades políticas. Tendo em vista que estas áreas de estudos – Ciências Sociais e Ciência Política – oferecem muitas ferramentas para uma atuação mais eficaz/eficiente na política prática.

A ocupação dos parlamentares impacta na adesão do Facebook, no que se refere aos deputados brasileiros ($p = 0,040$) e chilenos ($p = 0,006$). No Brasil, o grau de associação dessas variáveis foi de 18,5%, no Chile a ocupação tem um poder explicativo maior sobre ter o Facebook (41%). A ocupação dos representantes se mostrou estatisticamente significativa com relação a atualização do Facebook no caso dos deputados chilenos ($p = 0,050$), de modo que 30% da variável ocupação explica a atualização mais constante do Facebook neste país.

Com relação aos senadores, foi encontrada significância quando a variável foi desagregada. Os senadores uruguaios que se declaram empresários tendem a ter mais chances de possuírem Facebook ($p = 0,001$), tendo em vista que 60% dessa ocupação explica a adesão da rede social. Ser empresário como ocupação principal também tem impacto positivo na atualização dessa tecnologia digital dos senadores brasileiros ($p = 0,034$), na medida que 33% desta ocupação influencia na atualização constante do Facebook por estes parlamentares. A ocupação que impacta na atualização do Facebook no Chile é a de médico ($p = 0,001$), e essas variáveis possuem 68,6% de associação, ou seja, ser médico explica 68,6% de ter uma atualização assídua no Facebook.

Comparativamente, a variável ocupação possui pesos distintos para explicar a aderência e a atualização da rede social. No Uruguai a ocupação influencia no caso dos senadores, que se destaca na adesão do Facebook é a de empresário; no Brasil a ocupação é relevante para explicar a adesão dos deputados, e ser empresário impacta na atualização dessa rede social referente aos senadores; e no Chile a ocupação explica a adesão e atualização da mídia social entre os deputados, e com relação aos senadores, ser médico é mais importante para explicar a atualização mais constante do Facebook.

O ano de entrada na política pode ser uma variável significativa para estabelecer os parlamentares que adotam e utilizam com mais frequência o Facebook. A tabela 9 apresenta o ano de entrada na política dos parlamentares do Brasil, Chile e Uruguai com essa rede social.

TABELA 9 – ANO DE ENTRADA NA POLÍTICA DOS PARLAMENTARES COM FACEBOOK.

Deputados Federais*		Brasil		Chile		Uruguai	
		N	%	N	%	N	%
Ano de entrada na política	Até 1998	167	33,3	27	23,9	10	13,3
	De 1999 a 2006	125	24,9	35	31,0	16	21,3
	De 2007 a 2014	80	15,9	51	45,1	16	21,3
	Acima de 2015	130	25,9	0	0,0	33	44,0
Senadores**		Brasil		Chile		Uruguai	
		N	%	N	%	N	%
Ano de entrada na política	Até 1990	33	40,7	9	24,3	4	15,4
	De 1991 a 1995	15	18,5	9	24,3	7	26,9
	De 1996 a 2005	13	16,0	8	21,6	9	34,6
	Acima de 2006	20	24,7	11	29,7	6	23,1

Fonte: elaboração própria.

* N BR = 502; N CHI = 113; N URU = 75; ** N BR = 81; N CHI = 37; N URU = 26.

É possível notar que em cada país há um perfil diferenciado no quesito ao ano de ingresso em carreiras políticas. Mais de 33% dos parlamentares brasileiros ingressaram na política até 1998. A entrada dos parlamentares chilenos na política ocorre majoritariamente de maneira mais tardia, entre os anos de 2007 a 2014 no caso dos deputados federais (45%), e acima do ano de 2006 com relação aos senadores (27%). A maioria dos deputados uruguaios está em seu primeiro mandato, em que a carreira política se iniciou em 2015. Referente aos senadores uruguaios, o primeiro cargo político foi entre 1996 a 2005. Essa variável não se mostrou significativa ($p > 0,05$) para explicar a adesão e atualização do Facebook pelos parlamentares dos três países latino americanos.

A maior parte dos parlamentares dos países latino americanos em questão já ocuparam cargos políticos. Entre os deputados temos: Brasil (74%), Chile (75%) e Uruguai (51%). A porcentagem se torna ainda maior e similar referente aos senadores: Uruguai (92%), Brasil (90%) e Chile (89%). Para uma análise mais minuciosa com relação a isso, a próxima tabela mostra os cargos ocupados anteriormente pelos representantes políticos destes países. Observe:

TABELA 10 – CARGOS POLÍTICOS ANTERIORES DOS PARLAMENTARES.

		Brasil		Chile		Uruguai		Brasil		Chile		Uruguai	
		Deputados*						Senadores**					
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Cargos no executivo	Não teve cargo no executivo	400	79,7	93	82,3	62	82,7	45	55,6	26	70,3	12	46,2
	Prefeito/vice	72	14,3	13	11,5	12	16,0	7	8,6	1	2,7	13	50,0
	Governador/vice	13	2,6	3	2,7	0	0,0	28	34,6	0	0,0	0	0,0
	Presidente/vice	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,2	0	0,0	0	0,0
	Secretário municipal	5	1,0	0	0,0	1	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Secretário estadual	7	1,4	2	1,8	0	0,0	0	0,0	5	13,5	0	0,0
	Assessor estadual	1	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	5,4	0	0,0
	Ministro	4	0,8	2	1,8	0	0,0	0	0,0	3	8,1	1	3,8
Cargos no legislativo	Não teve cargo no legislativo	13	2,6	0	0,0	5	6,7	15	18,5	4	10,8	0	0,0
	Vereador	14	2,8	0	0,0	1	1,3	2	2,5	0	0,0	0	0,0
	Deputado estadual	45	9,0	0	0,0	0	0,0	4	4,9	0	0,0	0	0,0
	Deputado federal	418	83,3	113	94,7	65	65,6	34	42,0	33	86,8	12	46,2
	Senador	12	2,4	0	0,0	4	5,3	26	32,1	0	0,0	14	53,8

Fonte: elaboração própria.

* N BR = 502; N CHI = 113; N URU = 75; ** N BR = 81; N CHI = 37; N URU = 26.

De acordo com os dados da tabela acima, em grande medida os cargos no Legislativo foram os mais ocupados pelos parlamentares brasileiros, chilenos e uruguaios antes do atual mandato. No Chile, 95% dos deputados federais que utilizam o Facebook, já ocuparam cargo nesta esfera do Poder. Perfil que se repete com maior intensidade pelos deputados do Brasil (83%) e do Uruguai em menor intensidade (66%). Se destaca, majoritariamente, nos três países o cargo de deputado federal, no âmbito legislativo.

No executivo, o cargo ocupado anteriormente mais comum entre os deputados é o de prefeito ou vice. No caso dos senadores brasileiros, o cargo do executivo que se destaca é o de governador ou vice (35%). No Chile a concentração maior fica no cargo de secretário estadual (13%) e ministro (8%). Cerca de 50% dos senadores uruguaios já ocuparam o cargo de prefeito ou vice-prefeito.

Ter mais de um mandato na Casa Legislativa influencia negativamente na adesão do Facebook no caso dos deputados chilenos ($p = 0,050$), de modo que essa variável impacta 18% na adoção dessa rede social. O coeficiente obtido foi negativo, assim sendo é possível alegar que deputados com menos quantidade de mandatos tendem a adotar essa rede social. Com relação aos deputados do Brasil, a variável que mais impacta na aderência do Facebook foi a de ter mais de um cargo eletivo ($p = 0,002$), ou seja, deputados que ocuparam mais de um cargo eletivo têm 20% a mais de chances de possuírem essa rede social. Entre os senadores essas variáveis não se mostraram estatisticamente significativas ($p > 0,05$).

Ao aplicar o qui-quadrado para cada cargo político ocupado anteriormente não foi encontrada significância estatística ($p > 0,05$), com relação aos parlamentares dos três países. O que influencia mais, neste caso, é a quantidade de cargos já ocupados. Logo, pode-se dizer que deputados chilenos com menos mandatos na Casa Legislativa tendem a aderir mais ao Facebook. No Brasil, deputados que já ocuparam outros cargos eletivos tendem a utilizar com mais frequência essa rede social.

Passemos agora para uma análise da ideologia partidária. A tabela 11 apresenta a distribuição de deputados federais e senadores que possuem Facebook *versus* o espectro ideológico de seus respectivos partidos políticos¹⁸.

TABELA 11 – IDEOLOGIA PARTIDÁRIA DOS PARLAMENTARES.

		Brasil		Chile		Uruguai		
		N	%	N	%	N	%	
Ideologia		Senadores*						
		Esquerda	18	22,2	15	40,5	12	46,2
		Centro	33	40,7	9	24,3	14	53,8
	Direita	28	34,6	13	35,1	0	0,0	
Ideologia		Deputados**						
			N	%	N	%	N	%
		Esquerda	129	25,7	43	40,0	40	53,3
		Centro	142	28,3	26	23,2	35	46,7
	Direita	200	39,8	43	38,0	0	0,0	

Fonte: elaboração própria.

* N BR = 81; N CHI = 37; N URU = 26; ** N BR = 502; N CHI = 113; N URU = 75.

¹⁸ A distribuição e classificação da ideologia dos partidos políticos consta no quadro 1, em anexos.

O perfil de deputados e senadores em cada país é bastante similar, com exceção do Uruguai. No Brasil, a ideologia partidária majoritária dos senadores que utilizam o Facebook é de centro, e dos deputados a ideologia partidária proeminente é de direita. No Chile, a ideologia partidária predominante dos representantes que usam essa mídia social é de esquerda (40%). No Uruguai, a ideologia dominante dos parlamentares varia entre esquerda (deputados) e centro (senadores).

Não foi encontrada significância ($p > 0,05$) entre a ideologia partidária *versus* adesão e atualização do Facebook, a respeito dos representantes dos três países. No entanto, ao verificar se determinados partidos políticos impactam positivamente na adoção do Facebook, encontramos relevância estatística com relação aos deputados do Brasil e Chile. Pode-se dizer que os deputados brasileiros que são vinculados ao PP ($p = 0,006$), cuja ideologia partidária é de direita e ao PDT (0,024), com ideologia partidária de centro, tendem a aderir mais a essa rede social.

No Chile, os deputados que tendem a adotar mais ao Facebook foram aqueles vinculados aos seguintes partidos: PPD ($p = 0,001$), IC ($p = 0,002$), partidos com ideologias de esquerda; PDC ($p = 0,020$) partido de centro; e UDI (0,034) de direita. Neste caso, os deputados de partidos de esquerda possuem maior aderência ao Facebook. No Uruguai nenhum partido e ideologia apresentou relevância estatística para explicar a apropriação do uso da mídia social em questão.

5.3. Síntese do capítulo

Neste capítulo buscou-se averiguar quais características pessoais impactam na adesão e atualização do Facebook. Vale dizer que os perfis dos parlamentares foram construídos a partir das informações disponíveis no site das Casas Legislativas e em pesquisas no Google. Elas foram facilmente localizadas nos portais da Câmara e do Senado no Brasil e no Chile. Já com relação aos representantes do Uruguai encontramos mais dificuldades para localizar essas informações, tanto no site das Casas legislativas, como em outros sites.

Esta observação pode ser confrontada com os resultados da pesquisa de Braga & Nicolás (2007). Os autores realizaram uma avaliação dos conteúdos disponíveis nos portais legislativos dos países pertencentes ao Mercosul (o Chile não compõe está análise). Os mesmos

asseguraram que os sites das Casas Legislativas do Brasil foram os mais transparentes (com o índice de transparência mais alto de 66,5). Os sites legislativos deste país disponibilizam uma série de informações sobre os representantes, como: biografia, atividades parlamentares, partidárias, mandatos anteriores, entre outras. O Uruguai ficou com um índice baixo, quando comparado aos outros países da análise destes autores (45,3), disponibilizando poucas informações sobre os representantes, tais como: nome, partido e departamento (região territorial) que representa.

A partir das características individuais foram encontrados os seguintes perfis de uso do Facebook:

- Deputados federais brasileiros: mais jovens, com maior escolaridade, com poucos mandatos na Câmara, mais de um cargo eletivo e pertencentes ao PP ou PDT.
- Deputados federais chilenos: mais jovens, com maior escolaridade, com poucos mandatos na Câmara, possuir mais de um mandato na Câmara dos Deputados e estar vinculado aos partidos: PPD, PDC, IC ou UDI.
- Deputados federais uruguaios: não foi possível estabelecer o perfil de uso, pois nenhuma das variáveis preditoras se mostrou estatisticamente significativa.
- Senadores brasileiros: maior escolaridade e ser empresário (ocupação principal).
- Senadores chilenos é: maior escolaridade e ser médico (ocupação principal).
- Senadores uruguaios: ser empresário (ocupação principal).

Os parlamentares do Brasil, Chile e Uruguai possuem comportamentos distintos no ambiente online. As características individuais têm mais força para explicar o comportamento dos representantes brasileiros, em menor grau dos representantes do Chile e praticamente nada do comportamento dos parlamentares do Uruguai.

A partir dos dados expostos, verifica-se também que o perfil de uso do Facebook também é distinto ao comparar deputados federais e senadores. Os senadores dos três países buscam visibilidade nessa rede social independente das características do perfil sociopolítico, da trajetória política e da atividade legislativa. O perfil coeso dos senadores é esperado, devido aos filtros de recrutamento político, haja visto que a estrutura institucional é mais restritiva ao posto de senador.

Conforme a literatura especializada, é esperado que os senadores possuam um perfil mais coeso e distinto dos deputados federais. O perfil difere na idade, em que senadores tendem a possuir mais idade; no perfil socioeconômico, na medida que os senadores tendem a ter maior renda e escolaridade; na trajetória política, tendo mais chances de que senadores possuam mais experiência política. O sexo também é uma característica que pode ser ressaltada com relação ao perfil parlamentar, no entanto não há diferenças entre as Casas Legislativas. Isto é, o perfil é semelhante, de forma que há mais probabilidade de ter mais homens do que mulheres ocupando cargos políticos em ambas as Câmaras (LLANOS & LÓPEZ, 2004).

Essas distinções podem ser confirmadas por meio dos dados empíricos. Encontramos, no Brasil, Chile e Uruguai, um perfil distinto entre deputados federais e senadores. Há mais homens ocupando estes dois cargos políticos nas seis Casas Legislativas. Os senadores possuem idade mais elevada, com maior escolaridade (a maioria com pós-graduação), com mais tempo de carreira política e, conseqüentemente, mais experiência política. Assim sendo, os membros dessa Casa Legislativa fazem parte da elite parlamentar e, independente dos aspectos individuais, os senadores adotam e utilizam as plataformas da internet como veículo de comunicação complementar.

As características individuais têm maior poder explicativo no modo de apropriação da rede social com relação aos deputados do Brasil e, em menor medida, no Chile. No Uruguai, é possível afirmar que o perfil sociopolítico dos representantes não é um determinante do uso dessa mídia social.

Diante disso, pode-se dizer que a terceira hipótese desta pesquisa, de que alguns grupos de deputados federais e senadores têm maior adesão e maior frequência de uso no Facebook, foi constatada com relação aos deputados do Brasil e do Chile. A respeito dos senadores dos três países pouquíssimas características impactam no uso das tecnologias digitais e do Facebook. Percebe-se, ainda, que as características individuais dos parlamentares do Uruguai influenciam pouco ou nada na adesão e uso das plataformas da internet, inclusive do Facebook.

A segunda hipótese elucidada que o grau de confiança dos cidadãos nos representantes políticos poderia ser um fator de incentivo a adoção e uso constante das tecnologias digitais. No entanto, observa-se que essa característica institucional não influencia nesta questão. O Chile possui o menor grau de confiança, contudo há uma apropriação intermediária das plataformas digitais. O Brasil, com o grau de confiança intermediário, é o país no qual os parlamentares mais se apropriam das tecnologias digitais. O grau de confiança no Uruguai é o

maior, mas seus representantes não recorrem ao emprego das tecnologias digitais constantemente. O uso das plataformas da internet pode melhorar ainda mais a confiança dos cidadãos nos parlamentares (PEREIRA, 2011; WELP & MARCUZA, 2016). Contudo, a apropriação das tecnologias digitais não respeitou os percentuais de grau de confiança.

O grau de inclusão digital tem o mesmo efeito que o grau de confiança, com relação ao uso das tecnologias digitais. Os três países possuem mais da metade da população com acesso à internet. No Chile, mais de 72% da população tem acesso a essa tecnologia, seguido do Uruguai (61%) e do Brasil, com o menor percentual (58%). Os dados apresentados não têm correlação com essa característica institucional. O Brasil, com o menor grau de inclusão digital, foi o país em que os parlamentares estiveram mais dispostos na adoção e utilização das plataformas da internet. No Chile, o uso foi mediano, e este país possui o maior indicador de acesso à internet. O Uruguai, que possui o grau de inclusão digital intermediário, foi o país no qual os parlamentares menos se mostraram dispostos na adesão individual das plataformas da internet.

A primeira hipótese sugere que o sistema o grau de personalização do sistema eleitoral teria impacto na forma de apropriação das tecnologias digitais e é justamente isso que se percebe ao longo da exposição dos dados: uma forte associação entre os sistemas eleitorais e o uso das plataformas digitais e do Facebook (CAREY & SHUGART, 1995; ZITTEL, 2003). Os parlamentares do Brasil, país este com representação mais personalizada e fortemente centrada na imagem dos representantes, apresentaram alta adesão e frequência de uso das tecnologias digitais, inclusive do Facebook. No Chile, a apropriação e uso das plataformas da internet foi média alta, tendo em vista que neste país os partidos políticos são mais fortes no processo eleitoral e legislativo. Isto quer dizer que os parlamentares chilenos não são totalmente incentivados a aderirem de forma individualizada as tecnologias digitais. Conforme a expectativa, no Uruguai, em que o sistema de representação é de lista fechada e os partidos são fortes e coesos, há pouco incentivo para a adoção individual das plataformas da internet.

A pesquisa de Welp & Marcuza (2016) contribui para a percepção de que o contexto institucional tem forte impacto no uso das plataformas da internet. A pesquisa abrangeu uma análise do emprego das tecnologias digitais (Website, Facebook e Twitter) pelos partidos políticos e deputados da Argentina, Paraguai e Uruguai. Um dos achados foi que quanto maior a institucionalização dos partidos políticos, maiores são os incentivos e recursos para o uso das plataformas digitais por estes atores. Segundo Santos (2012), os partidos políticos são altamente

institucionalizados no Uruguai, o que sugere que os partidos são os atores fundamentais do jogo político.

Voltando a pesquisa de Welp & Marcuza (2016), no Uruguai foram encontrados Websites de todos os partidos políticos, com um panorama mais desenvolvido do que as plataformas partidárias dos argentinos. Com relação a apropriação das redes sociais pelos parlamentares, o Uruguai ficou com percentuais aproximados do que foi apresentado na presente dissertação. Esses dados empíricos nos auxiliam a afirmar que o contexto institucional é um forte determinante para explicar a adesão personalizada ou não das plataformas digitais.

É possível dizer, então, que o modelo de representação de Zittel (2003) é aplicável nestes países. Os parlamentares brasileiros estão mais próximos do modelo tecnológico, em que a apropriação das tecnologias digitais ocorre de forma individualizada, sem necessidade da mediação partidária. O Chile tende a estar mais perto deste modelo também, contudo os incentivos do uso individualizado das plataformas da internet são menores em comparação ao Brasil. O Uruguai é o outro extremo. Este país está mais próximo do modelo de representação constitucional, em que os partidos políticos são mais importantes no processo de mediação política. Assim sendo, o incentivo para a apropriação individualizada das tecnologias digitais é minimizado, frente aos interesses coletivos e partidários. Neste caso, a usabilidade institucionalizada da internet é mais estimulada, promovendo um afastamento dos cidadãos e dos representantes (CERVI, 2012).

O próximo capítulo visa apresentar a análise de conteúdo dos perfis do Facebook dos parlamentares.

6. ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS PERFIS DO FACEBOOK DOS REPRESENTANTES

Como detalhado no capítulo metodológico, a análise de conteúdo proporciona uma análise mais minuciosa da apropriação do Facebook pelos deputados federais e senadores do Brasil, Chile e Uruguai. Apenas para enfatizar, os perfis selecionados para esta etapa da pesquisa foram aqueles que tiveram publicações em cinco dias não consecutivos do mês de março de 2016¹⁹. Devido ao grande número de publicações, o *corpus* empírico foi limitado a partir de uma linha de corte com base na média da frequência de uso da rede social. O *corpus* empírico desta parte da presente pesquisa é de 2642 publicações, de 159 parlamentares, sendo 137 do Brasil, 14 do Chile e 8 do Uruguai, 132 são deputados federais e 27 senadores.

Por meio da análise de conteúdo dos perfis do Facebook dos parlamentares, será possível responder algumas perguntas: Quais são os temas abordados no Facebook pelos representantes políticos durante o mandato? Qual a postura deles perante aos temas dos posts (crítica, positiva, neutra)? Com qual intensidade os partidos políticos são mencionados nessa plataforma? Quais os principais “sentimentos”²⁰ do público com relação as postagens dos representantes? Os parlamentares utilizam estratégias para interagir com o público? Qual a abrangência das publicações, isto é, o debate nacional se sobrepõe aos debates estaduais/distritais ou municipais?

Este tipo de investigação é comum de ser encontrada na literatura nacional e internacional. Estes estudos focam prioritariamente no comportamento político online no período eleitoral. No entanto, a análise deste comportamento no período não eleitoral é de extrema importância, na medida que demonstra se o representante está preocupado apenas em angariar votos ou se procura utilizar as plataformas digitais para além do período eleitoral, sendo responsivo, prestando contas aos seguidores, interagindo com o público, entre outras

¹⁹ Foram selecionados os 5 primeiros dias com posts. No caso dos deputados federais brasileiros houve a necessidade de diminuir a quantidade de 5 para 3 dias, devido ao grande número de deputados com um perfil ativo no Facebook e ao elevado número de publicações no período selecionado.

²⁰ O Facebook, em uma de suas atualizações de 2016, incluiu a opção de “reações” nas postagens. Esse recurso possibilita que, além do usual “curtir”, o internauta pode escolher outras opções: amei, risos, uau, tristeza e raiva.

opções. Nesta análise será utilizada a frequência simples (%), o resíduo padronizado²¹ e a análise de correspondência²².

Passaremos agora para o primeiro tópico da análise, sobre o conteúdo das postagens e a postura dos deputados e senadores brasileiros, chilenos e uruguaios.

6.1. Conteúdo das postagens e postura dos parlamentares

Os deputados federais, que compõem a análise de conteúdo, dos três países tiveram como média 15 publicações por dia, e a média de publicações dos senadores no período analisado foi de 27 publicações por dia. Então, apesar da quantidade de deputados ser superior ao de senadores, estes representantes possuem maior frequência de uso do Facebook, com média diária de postagens superior ao dos deputados federais.

Passemos agora para a análise dos temas que se destacaram nas publicações do Facebook dos parlamentares. A tabela 12 apresenta a frequência simples, a porcentagem e o resíduo padronizado do número de publicações em cada tema geral. Observe:

TABELA 12 – TEMAS GERAIS DAS PUBLICAÇÕES (por tipo de parlamentar).

Tema Geral		Brasil		Chile		Uruguai	
		Deputado*	Senador**	Deputado*	Senador**	Deputado*	Senador**
Agenda e informação	N	595	139	58	41	17	9
	%	36,7%	22,2%	24,3%	60,3%	27,4%	34,6%
	R.P.	2,8	-4,6	-2,2	4,1	-,3	,5
Imagem pessoal	N	338	163	61	8	13	4
	%	20,8%	26,1%	25,5%	11,8%	21,0%	15,4%
	R.P.	-1,2	2,0	1,0	-1,9	,3	-,5
Posicionamento programático	N	364	182	59	11	19	6
	%	22,4%	29,1%	24,7%	16,2%	30,6%	23,1%
	R.P.	-1,5	2,4	,6	-1,1	,3	-,5
Propaganda negativa	N	54	37	9	1	2	2
	%	3,3%	5,9%	3,8%	1,5%	3,2%	7,7%

²¹ Com o intervalo de confiança de 95% ($Z = 1,96$), qualquer resíduo acima de +1,96 ou abaixo de -1,96 é considerado como estatisticamente significativo. O resíduo positivo indica incidência acima daquilo que seria esperado se a distribuição de um fenômeno entre as categorias das variáveis fosse aleatória, enquanto que o resíduo negativo, inversamente, indica incidência abaixo do esperado, também em caso de distribuição aleatória do fenômeno (CERVI, 2014).

²² A análise de correspondência é um teste estatístico que permite identificar relações de semelhanças existentes entre duas variáveis (Czermainski, 2004).

	R.P.	-1,4	2,3	,4	-,8	-,5	,8
Engajamento e participação	N	45	27	9	0	6	1
	%	2,8%	4,3%	3,8%	0,0%	9,7%	3,8%
	R.P.	-1,0	1,6	,8	-1,4	,5	-,7
Políticas públicas	N	186	72	38	3	0	4
	%	11,5%	11,5%	15,9%	4,4%	0,0%	15,4%
	R.P.	,0	,0	1,1	-2,0	-1,7	2,6
Outros	N	40	5	5	4	5	0
	%	2,5%	0,8%	2,1%	5,9%	8,1%	0,0%
	R.P.	1,3	-2,1	-,8	1,4	,8	-1,2
Total	N	1622	625	239	68	62	26

Fonte: elaboração própria.

* N de publicações: BR = 1622; N CHI = 238; N URU = 62; ** N BR = 625; N CHI = 68; N URU = 26.

Por meio da visualização dos dados, é possível perceber que há distintos perfis de usabilidade do Facebook, tanto no quesito do tipo de parlamentar, como na questão de comparação entre os países. Nem todos os resíduos são significativos.

Os deputados brasileiros se sobressaíram na publicação da “agenda e informação”, com resíduo padronizado de 2,8, ficando acima do limite crítico de $\pm 1,96$. Isso quer dizer que há mais deputados do que o esperado que compartilham conteúdos com esse tema geral. Estes parlamentares costumaram publicar conteúdos sobre encontros e reuniões com líderes comunitários, outros representantes políticos, de âmbito estadual e municipal, ou encontros partidários em novas filiações e encontros estaduais com lideranças do partido ($R_p = 2,7$). Apesar de não significativo, vale comentar que outro tema de “agenda e informação” que os deputados compartilharam em seus perfis é o de presença em CPIs, votações ou sessões plenárias.

No caso dos senadores brasileiros há três categorias que se destacaram: gerenciamento de imagem pessoal ($R_p = 2,0$), posicionamento programático ($R_p = 2,4$) e propaganda negativa ($R_p = 2,3$). Todos os resíduos são positivos, o que indica que há mais senadores do que o esperado nestas categorias. Com relação ao “gerenciamento de imagem pessoal”, o subtema em destaque é voltado às realizações do representante ($R_p = 2,6$), publicações estas que mencionam projetos de lei, obras e outras realizações de autoria do representante.

O apoio do representante aos atores sociais ou políticos ($R_p = 3,5$) é outro subtema que se sobressaiu dentro da categoria de “gerenciamento de imagem pessoal”. O apoio foi feito, em sua maioria, por senadores filiados ao PT ou de partidos coligados, concedidas aos atores políticos de âmbito nacional (ex-presidenta Dilma e ex-presidente Lula), com relação ao

contexto político brasileiro (*impeachment* e operação Lava-Jato). O “posicionamento programático” está totalmente ligado aos contextos nacionais brasileiros. Sobre a categoria da “propaganda negativa”, dois subtemas se destacam. A crítica aos adversários políticos ($R_p = 2,5$) está relacionada aos atores políticos de âmbito nacional (ex-presidenta Dilma e ex-presidente Lula), realizadas por representantes do PSDB e por parlamentares de partidos coligados. A crítica genérica a atores não políticos também se mostrou significativa ($R_p = 2,0$), sendo críticas sobre a imprensa brasileira.

Ao observar a tabela 12, nota-se que entre os deputados ($R_p = -2,2$) e os senadores ($R_p = 4,1$) chilenos a categoria que se resalta é a “agenda e informação”. No caso dos deputados o resíduo padronizado é negativo, o que significa que há menos deputados do que o esperado que divulgam conteúdos sobre essa categoria. Apesar de não significativo estatisticamente, o “gerenciamento de imagem pessoal” foi um tema privilegiado nas publicações dos deputados federais neste país (25%).

O tema geral mais preeminente das publicações no Facebook dos senadores chilenos também foi sobre “agenda e informação” ($R_p = 4,1$). Há três subtemas relevantes estatisticamente significativos nesta categoria. O pronunciamento destes parlamentares sobre variados assuntos foi evidenciado nas postagens dos perfis dessa mídia social ($R_p = 2,6$). Assim como, o encontro com atores políticos, sociais sobretudo de âmbito distrital, além de encontros e atividades com os partidos políticos ($R_p = 2,6$). O outro subtema em evidência foi a divulgação da presença dos senadores em CPIs, votações e sessões plenárias ($R_p = 2,2$).

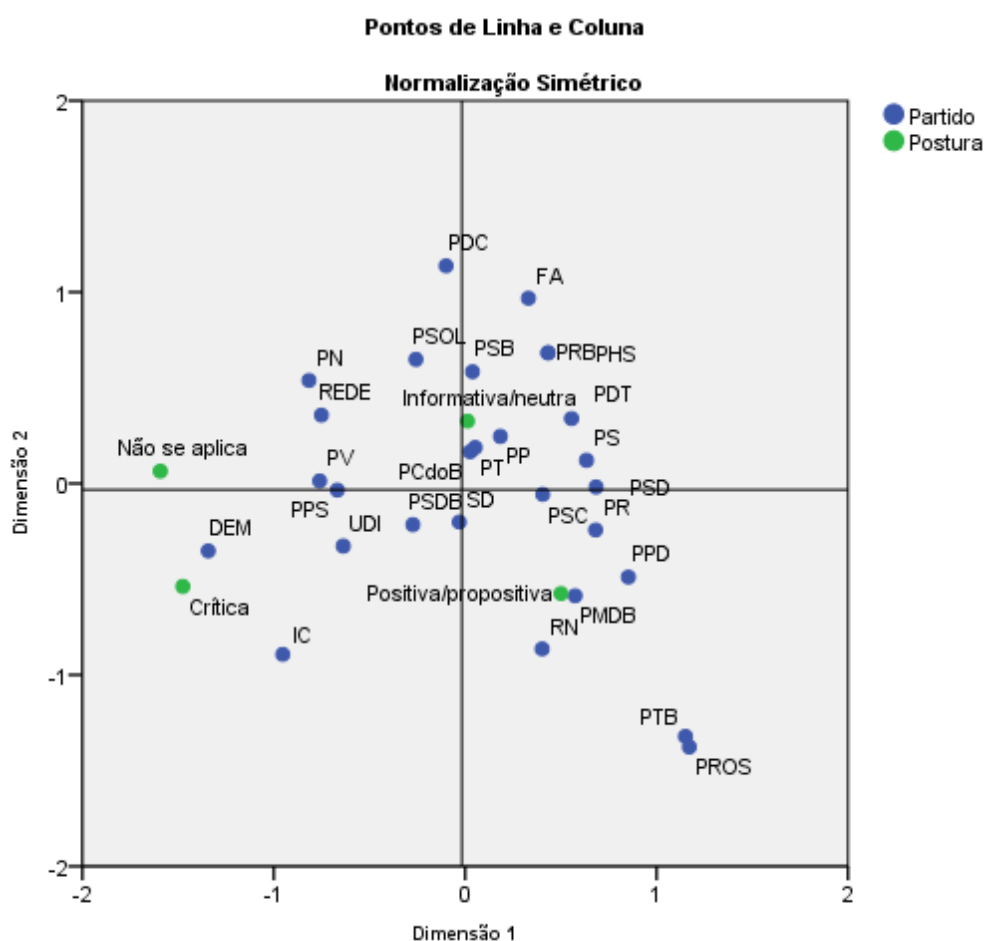
No Uruguai percebe-se que fica mais difícil de estabelecer um perfil dos deputados federais na rede social, em que nenhuma das categorias se mostrou estatisticamente significativa. Mesmo assim, a partir da frequência simples, nota-se que o “posicionamento programático” (30,6%) seguido da categoria “agenda e informação” (27,5%) foram os temas mais publicados nos perfis destes parlamentares. Com relação aos senadores deste país, apenas uma categoria se mostrou significativa estatisticamente, sendo a de “propostas e políticas públicas” ($R_p = 2,6$). As propostas ou políticas públicas mais comentadas no perfil destes senadores foi acerca da saúde pública ($R_p = 2,2$). A categoria de “agenda e informação”, apesar de não ser estatisticamente significativa, se sobressaiu na frequência simples (34,6%).

A respeito da postura dos representantes perante aos assuntos das publicações, os deputados federais (66%) e senadores (56%) brasileiros tenderam a ter uma postura mais “informativa/neutra”. Havendo mais senadores do que o esperado para a postura

“positiva/propositiva” no quesito dos senadores brasileiros ($R_p = 2,3$). A postura primordial dos deputados (53%) e senadores (90%) chilenos nos perfis do Facebook também foi “informativa/neutra”, conforme a frequência simples. O resíduo padronizado foi relevante no caso dos senadores na categoria da postura “informativa/neutra”. Os deputados e senadores do Uruguai seguem o mesmo perfil de postura nos perfis do Facebook. A maioria deles – 85% dos deputados e 69% dos senadores – postam conteúdos com postura “informativa/neutra”. Perante o resíduo padronizado, há mais senadores (2,9) do que esperado com a postura crítica em suas páginas do Facebook.

O gráfico de análise de correspondência²³ permite uma visualização mais minuciosa sobre a postura dos parlamentares (agregados pelos respectivos partidos políticos) nas publicações do Facebook. Observe:

GRÁFICO 3 – PROXIMIDADES ENTRE PARTIDOS POLÍTICOS E POSTURA



Fonte: elaboração própria.

²³ As retas (vertical e horizontal) foram estabelecidas a partir das médias de ambas as dimensões.

A maior parte dos parlamentares brasileiros estão próximos da postura “informativa/neutra”, confirmando o que a frequência simples nos mostrou. No entanto, o gráfico permite uma análise mais detalhada. Representantes vinculados ao PMDB tenderam a ter uma postura mais “positiva/propositiva”, enquanto que os parlamentares filiados ao DEM se aproximaram mais da postura “crítica”. No caso do Chile, aqueles que são vinculados ao partido PDC ficaram mais próximos da postura “informativa/neutra”. Parlamentares do partido UDI estiveram entre a postura “crítica” e “informativa/neutra”. Já os representantes pertencentes aos partidos RN e PPD possuíram uma postura mais “positiva/propositiva” em suas postagens. No Uruguai a postura dos parlamentares foi predominantemente “informativa/neutra”, conforme mostrou a frequência simples.

6.2. Abrangência dos debates nas publicações

Além do tema e da postura adotada pelos parlamentares em suas publicações, é importante entender qual é a abrangência dos debates nessa rede social. Na tabela abaixo é crível constatar o percentual e o resíduo padronizado para cada esfera de competência.

TABELA 13 – ABRANGÊNCIA DAS PUBLICAÇÕES (por tipo de parlamentar).

País			Abrangência			
			Municipal	Distrital/estadual	Nacional	Internacional
Brasil	Deputado*	N	271	211	959	0
		%	16,7%	13,0%	59,1%	0,0%
		R.P.	,7	,6	-,5	-2,1
	Senador**	N	89	69	393	6
		%	14,2%	11,0%	62,9%	1,0%
		R.P.	-1,1	-1,0	,9	3,4
Chile	Deputado*	N	40	11	147	2
		%	16,8%	4,6%	61,8%	,8%
		R.P.	,7	-1,9	0,0	,4
	Senador**	N	6	14	42	0
		%	8,8%	20,6%	61,8%	0,0%
		R.P.	-1,3	3,6	0,0	-,7
Uruguai	Deputado*	N	21	2	26	4
		%	33,9%	3,2%	41,9%	6,5%
		R.P.	1,6	,5	-1,8	,7
	Senador**	N	0	0	26	0
		%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
		R.P.	-2,5	-,8	2,7	-1,1

Fonte: elaboração própria.

* N de publicações: BR = 1622; N CHI = 238; N URU = 62; ** N BR = 625; N CHI = 68; N URU = 26.

A nacionalização do debate predominou as publicações dos representantes dos países analisados. No Brasil, mais da metade das postagens possuem debates referente ao âmbito nacional (59% das publicações dos deputados e 63% das publicações dos senadores). Os temas que se destacam nesta esfera de competência é o posicionamento programático (Rp = 7,4) e a propaganda negativa (Rp = 2,5), principalmente no que se refere à conjuntura nacional e aos atores políticos nacionais. Com menor força, aparecem os debates de competência municipal (17% das postagens dos deputados e 14% das postagens dos senadores). Com relação a esta esfera de competência, os temas mais abordados são a respeito da categoria “agenda e informação” (Rp = 5,8), se destacam nessa categoria a divulgação de encontros com atores políticos do âmbito municipal e visitas nos municípios. Em segundo lugar, o “gerenciamento de imagem pessoal” é a outra categoria em destaque nesta esfera de competência (Rp = 3,2). A maioria das publicações dentro dessa categoria são sobre datas comemorativas e solenidades, boa parte destas foram felicitações à data de aniversário de municípios. Publicações voltadas ao âmbito estadual têm os menores percentuais (13% das publicações dos deputados e 11% das publicações dos senadores). Neste âmbito, o tema que se sobressai é o de “agenda e informação” (Rp = 2,6), em que as publicações são sobre encontros estaduais partidários e encontros com representantes políticos estaduais.

No Chile, a maior parte das postagens dos parlamentares também se refere à esfera de competência nacional – aproximadamente em 62% das publicações há a nacionalização dos debates. Neste âmbito os temas mais presentes nos perfis do Facebook são: “posicionamento programático” (Rp = 2,5), em sua maioria com relação ao posicionamento do representante sobre a conjuntura nacional; e “projetos e políticas públicas” (Rp = 2,3), em especial sobre políticas públicas voltadas à assistência social, direito de minorias e educação. O âmbito municipal também é a segunda esfera de competência preponderante nas publicações do Facebook dos deputados chilenos (17%), seguido do âmbito distrital (5%). No caso dos senadores chilenos a relação é inversa, há mais senadores do que o esperado que falam sobre a esfera distrital (21%) e em menor escala sobre o âmbito municipal (9%). Nestas duas esferas de competências o tema que predomina nas publicações dos representantes é sobre a “agenda e informação” (Rp = 3,1), com postagens sobre encontros partidários, reuniões com representantes políticos e pronunciamentos.

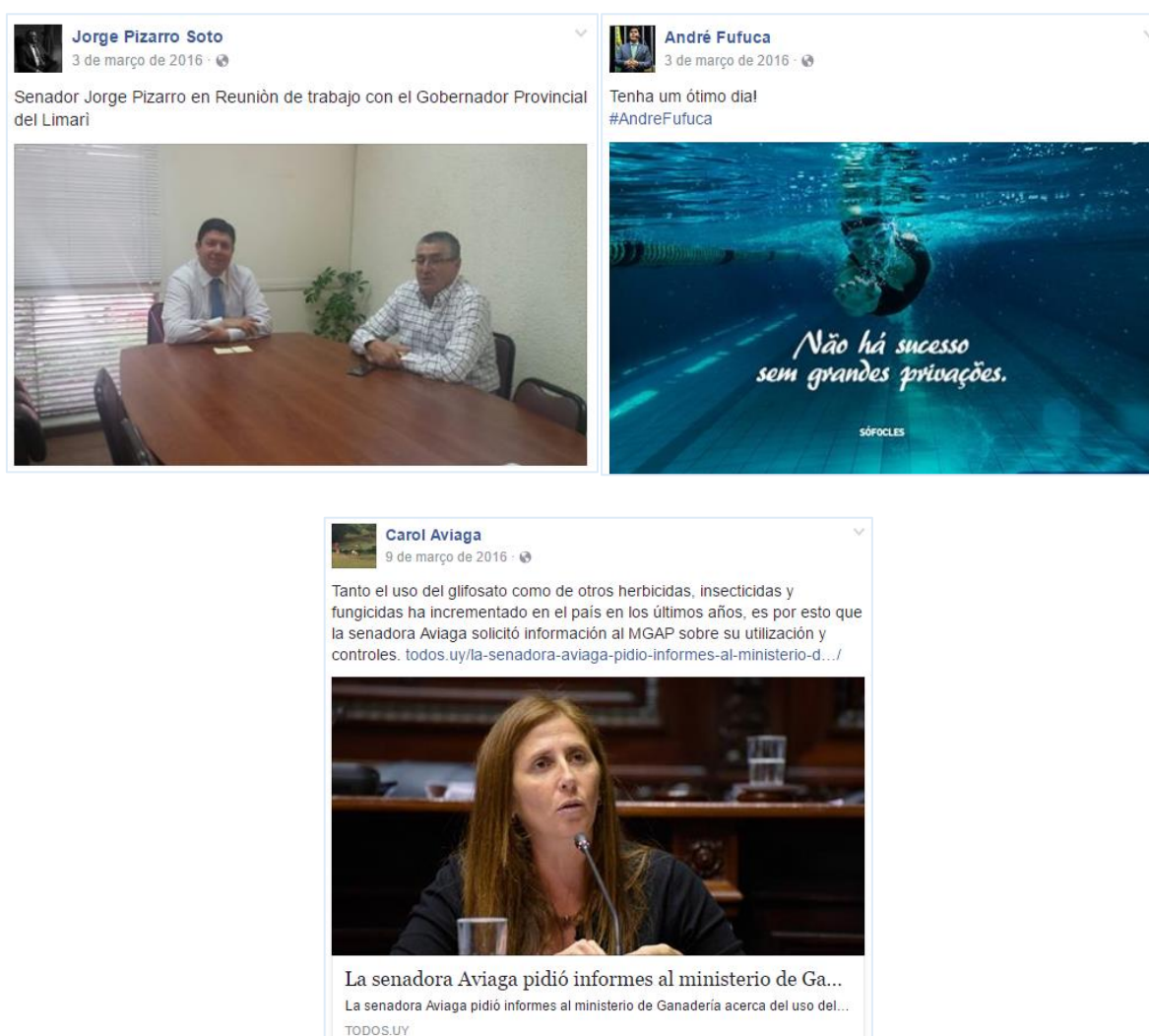
No Uruguai, 100% das publicações dos senadores são de âmbito nacional. Isso pode ser explicado pelo sistema eleitoral, de forma que a circunscrição eleitoral para eleger os senadores corresponde ao país. Desta maneira, estes parlamentares focam nesta esfera de competência. Com relação às publicações dos deputados, uma grande parcela equivale ao âmbito nacional (42%), em que há o predomínio da categoria do “posicionamento programático”, a respeito da conjuntura nacional. Em seguida aparece a esfera de competência municipal (34%), em que “agenda e informação” é o tema mais presente ($R_p = 3,1$), tendo publicações principalmente sobre encontros partidários e com outros representantes políticos. O âmbito distrital é o menos dominante nas postagens dos deputados uruguaios (3,2%). Aqui, o tema que mais se destaca é o “engajamento e participação” ($R_p = 2,1$), de que modo que os deputados apresentaram convites ao público sobre os encontros e eventos partidários (participação off-line).

6.3. Tipo de postagem, uso do humor, engajamento e participação

Dentre os tipos de postagens, temos: fotos, composição gráfica para o Facebook, memes e gifs, texto, vídeo e conteúdos compartilhados de links externos. O tipo de publicação mais comum entre os parlamentares brasileiros foi o de “fotos”, seguido de “composição gráfica para Facebook”. Muitos destes atores políticos, ao compartilharem suas atividades (reuniões, visitas, encontros, entre outros), publicam, juntamente com o texto, uma foto. A composição gráfica está mais ligada ao compartilhamento da agenda semanal do parlamentar, divulgação de eventos e mensagens motivacionais.

Os deputados do Chile, no período analisado, publicaram mais conteúdos de links externos e composição gráfica. Os conteúdos de links externos estiveram sempre mais voltados ao compartilhamento de notícias ou das atividades do parlamentar. Os senadores deste país publicaram mais “fotos”, no mesmo contexto dos parlamentares brasileiros, a fim de registrar as atividades do parlamentar. Os conteúdos de links externos foi o segundo tipo de publicação mais assídua entre os senadores chilenos. Os parlamentares uruguaios seguem o mesmo perfil, publicando mais fotos e, em segundo lugar, conteúdos de links externos.

IMAGEM 1 – TIPO DE POSTAGENS MAIS FREQUENTES: FOTOS, COMPOSIÇÃO GRÁFICA PARA O FACEBOOK E CONTEÚDOS EXTERNOS.



Fonte: perfis do Facebook do Senador chileno Jorge Pizarro, do Deputado brasileiro André Fufuca e da Senadora chilena Carol Aviaga.

O uso de humor nas publicações do Facebook não é, definitivamente, uma estratégia adota pelos representantes dos países em questão. Pelo menos no período analisado, nenhum representante do Chile e do Uruguai empregaram o humor em suas publicações. Essa estratégia foi encontrada em pouquíssimas postagens dos parlamentares brasileiros. Aqui, nenhum resíduo foi estatisticamente significativo.

O uso de publicações voltadas ao engajamento e participação também não foi uma estratégia empregada pelos representantes dos países analisados. No Brasil, de 3% a 5% das postagens contém chamadas de engajamento. No Chile, foram encontradas chamadas para o

engajamento e participação em 4% das publicações dos deputados. No Uruguai, cerca de 5% dos deputados e 14% dos senadores adotaram essa estratégia no período analisado. A maior parte do engajamento destes representantes políticos é off-line, ou seja, convites para participação em eventos, seminários, assembleias, entre outros. Esses resultados são esperados, já que ao longo do mandato é mais comum que os representantes não empreguem os recursos de engajamento e participação em suas plataformas da internet (MARQUES & MONT'ALVERNE,2013).

6.4. A partidarização nas publicações do Facebook

Antes de analisar a personalização ou partidarização nas publicações dos perfis do Facebook dos parlamentares, é interessante ressaltar alguns aspectos da ideologia partidária dos parlamentares. A maioria das publicações nos perfis dos representantes que fazem parte da análise de conteúdo, são de representantes vinculados aos partidos cuja ideologia é de esquerda ou de centro, em menor percentual há postagens de parlamentares de partidos de direita. A variável ideologia, neste contexto, é estatisticamente significativa para explicar a apropriação e uso do Facebook pelos parlamentares do Brasil, Chile e Uruguai (Sig = 0,000).

No Brasil há mais publicações no Facebook de deputados federais vinculados aos partidos de centro (Rp = 2,8), e de senadores ligados aos partidos cuja ideologia é de esquerda (Rp = 11,5). No Chile a maioria das postagens foram realizadas por senadores filiados aos partidos de centro (Rp = 4,7) e, de acordo com a frequência simples, por deputados federais cuja ideologia partidária é de esquerda (86%). Os parlamentares do Uruguai seguem o mesmo perfil. A maioria das publicações nos perfis do Facebook foram realizadas por senadores em que a ideologia partidária é de centro (Rp = 2,5), e por deputados de esquerda, em conformidade com a frequência simples (82%).

Passemos agora para a análise nos perfis do Facebook. A personalização do uso das plataformas digitais é uma das questões centrais de muitos estudos, conforme já visto no segundo capítulo. A tabela 14 reúne os dados referente ao grau de partidarização referente às publicações dos representantes no Facebook, observe:

TABELA 14 – GRAU DE PARTIDARIZAÇÃO NAS PUBLICAÇÕES DO FACEBOOK (por tipo de parlamentar).

Partidarização	Brasil				Chile				Uruguai			
	Deputado*		Senador**		Deputado*		Senador**		Deputado*		Senador**	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sem menção partidária	1345	83	525	84	224	94	60	88	54	87	20	77
Utilização de cores partidárias	1	0,1	2	0,3	0	0	0	0	0	0	0	0
Menção expressa do nome do próprio partido	181	11	73	12	10	4	8	12	6	10	5	19
Menção expressa ao nome de outros partidos	95	6	25	4	4	1,7	0	0	2	3	1	4

Fonte: elaboração própria.

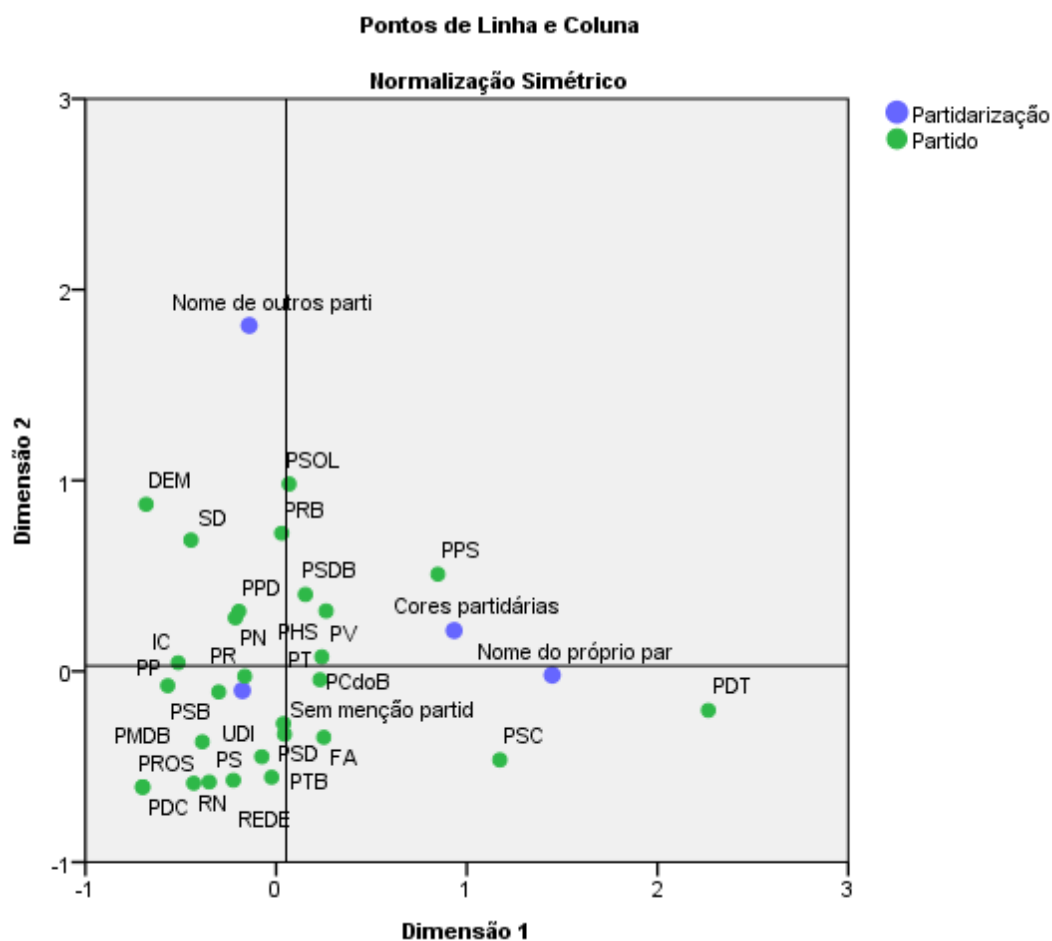
* N de publicações: BR = 1622; N CHI = 238; N URU = 62; ** N BR = 625; N CHI = 68; N URU = 26.

Perante a frequência simples, é possível identificar que o Facebook é utilizado pelos parlamentares de forma personalizada nos três países, na medida que grande parte das publicações não citaram diretamente ou indiretamente (cores, símbolos, apelidos) os partidos políticos. Observa-se que poucos parlamentares mencionaram expressamente o nome do próprio partido ou de outros partidos políticos.

Para visualizar melhor esta questão, foi realizada uma análise de correspondência²⁴ que está representada no gráfico 4. Esta análise mostra a proximidade dos partidos políticos em que os representantes estão vinculados, dos três países, com relação ao grau de partidarização nos perfis do Facebook dos parlamentares.

²⁴ As retas (vertical e horizontal) foram estabelecidas a partir das médias de ambas as dimensões.

GRÁFICO 4 – PROXIMIDADES ENTRE PARTIDOS POLÍTICOS E PARTIDARIZAÇÃO



Fonte: elaboração própria.

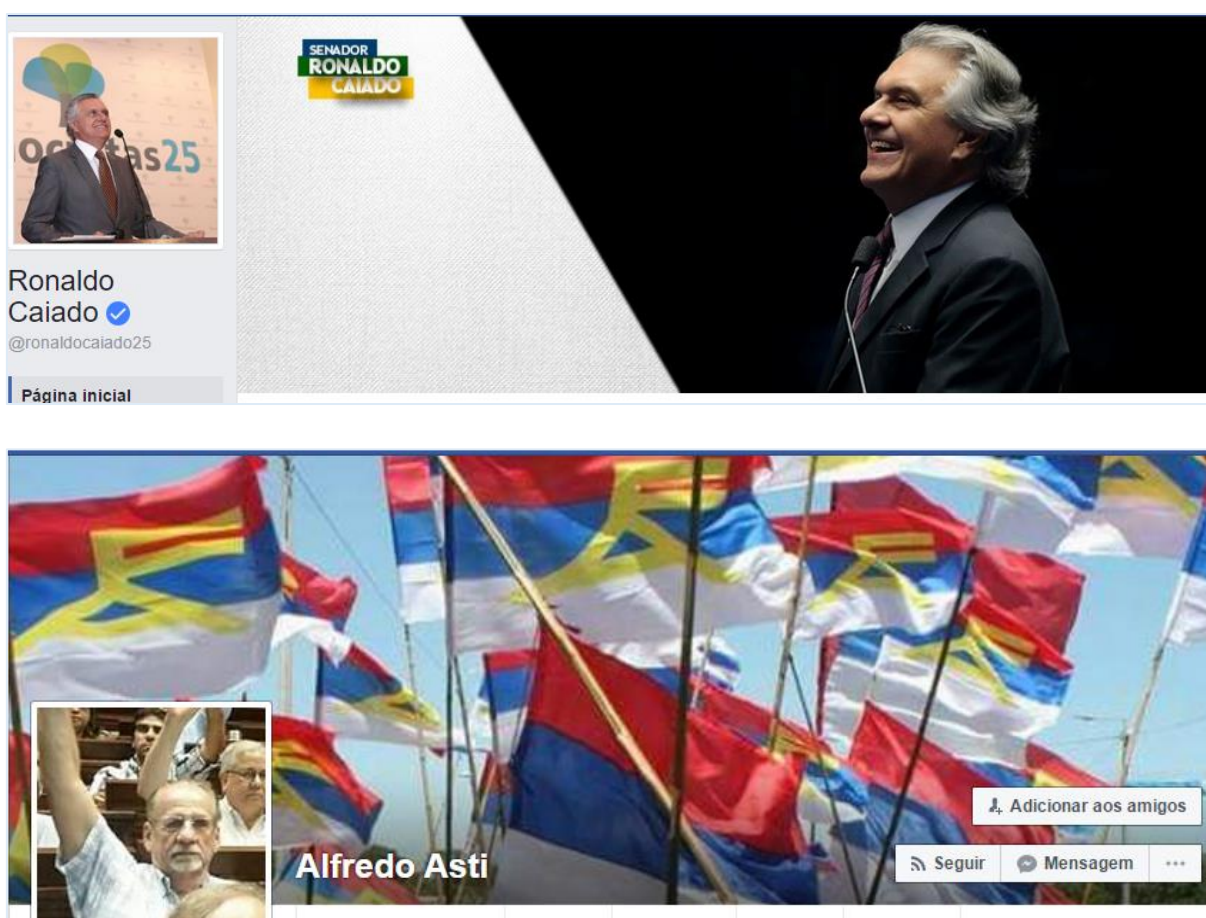
O gráfico acima está dividido em quatro quadrantes. No primeiro quadrante (esquerdo – superior) estão os representantes que mencionaram o nome de outros partidos em suas publicações, há parlamentares pertencentes aos três países neste quadrante. No segundo quadrante (superior – direita) encontra-se um pequeno contingente de parlamentares que se apropriaram das cores partidárias em suas postagens. Essa estratégia é utilizada por alguns representantes de partidos brasileiros.

O terceiro quadrante (inferior – esquerdo) é o que possui a maior parte dos parlamentares do Brasil e que constam todos os representantes do Chile. Estes não fizeram menção partidária em suas publicações. O último quadrante é formado por um pequeno grupo de representantes do Brasil e por todos os representantes do Uruguai, sendo que estes citaram o nome do próprio partido em suas postagens. Por meio desta análise ficou mais perceptível que as publicações dos representantes do Brasil e do Chile ficam mais próximas da personalização, enquanto que os do Uruguai ficam mais atadas à partidarização.

Outra questão interessante de ser comentada é que foram raros os parlamentares que usaram cores, símbolos ou mencionaram o nome do partido na foto de perfil ou na capa do Facebook. Os representantes, em sua maioria, usam fotos próprias e formais. As imagens da capa variam entre fotos do parlamentar, com apoiadores, composições gráficas para o Facebook contendo mensagens motivacionais, mensagens de datas comemorativas, opiniões, entre outros.

Pode-se citar alguns exemplos de perfis que citam o partido político na estrutura do Facebook. Observe a Imagem 2:

IMAGEM 2 – PARTIDARIZAÇÃO NO FACEBOOK.



Fonte: perfis do Facebook.

A primeira imagem refere-se ao perfil do Senador brasileiro Ronaldo Caiado. O plano de fundo da foto de perfil, mostra parte do nome, o símbolo e, inclusive, o número do Partido Democratas (DEM). Contudo, a foto de capa foca totalmente na imagem do representante.

O perfil do Deputado uruguaio Alfredo Asti do Partido Frente Ampla (FA), também é um bom exemplo e refere-se à segunda imagem. A foto de capa do seu perfil é composta de

bandeiras com o nome e a cor do partido. Enquanto sua foto de perfil privilegia a imagem do representante. Neste último caso, o partido está em mais evidência do que a imagem pessoal do político.

6.5. Popularidade dos parlamentares no Facebook e reações manifestadas nas publicações

A popularidade dos parlamentares no Facebook foi mensurada a partir do índice de presença²⁵. Quanto aos deputados brasileiros, temos a maioria dos perfis com popularidade média (41%) e alta (47%); do mesmo modo que os senadores brasileiros, em que 68% dos perfis destes possuem popularidade alta no Facebook. No Chile, 68% das páginas dessa mídia social dos deputados possuem uma popularidade baixa; a maior parte dos perfis do Facebook dos senadores chilenos possui popularidade média (32%) e baixa (62%). No Uruguai, encontram-se 87% das páginas no Facebook dos deputados têm popularidade baixa; no caso dos senadores uruguaios, temos 50% dos perfis com baixa popularidade e 42% com popularidade média. Sinteticamente, os parlamentares do Brasil detêm maior popularidade nesta mídia social, seguido dos representantes do Chile com popularidade média-baixa e do Uruguai, com popularidade predominantemente baixa.

No Brasil, o Deputado Marco Feliciano (PSC) e o Senador Aécio Neves (PSDB) foram os mais populares no Facebook, com maior índice de presença nessa rede social. Os mais populares nessa mídia social no Chile, foram o Deputado Enrique Van (UDI) e o Senador Andrés Allamand Zavala (RN). No Uruguai o Deputado Rodrigo Goñi Reyes (PN) e o Senador José Mijuca (FA) foram os mais populares nessa tecnologia digital, no período analisado.

Em uma das últimas atualizações do Facebook foi incluída a opção do público demonstrar seus sentimentos perante as publicações através de recursos de, além do curtir, amor, uau, risos, tristeza e raiva. Na tabela 15 podemos observar a quantidade de sentimentos de acordo com o tipo de parlamentar e por país.

²⁵ O grau de presença no Facebook é obtido pela adição do número de curtidas ou número de amigos e do número de falaram sobre (BRAGA et al., 2015b). A partir da divisão em quartis, foram estabelecidas as seguintes categorias para popularidade dos perfis do Facebook: baixa, média, alta.

TABELA 15 – SENTIMENTOS MANIFESTADOS AOS PARLAMENTARES NO FACEBOOK (por tipo de parlamentar).

País		Curtidas	Amor	Uau	Risos	Tristeza	Raiva	
Brasil	Deputado*	N	1614	1614	1614	1614	1614	
		Média	219,68	5,52	0,91	1,74	0,58	2,57
		Soma	354571	8914	1472	2812	940	4153
	Senador**	N	624	624	624	624	624	624
		Média	1735,63	33,35	6,79	14,73	2,40	28,29
		Soma	1083036	20811	4237	9190	1499	17651
Chile	Deputado*	N	238	238	238	238	238	
		Média	135,27	6,60	1,51	1,79	1,60	3,90
		Soma	32195	1570	359	425	380	928
	Senador**	N	68	68	68	68	68	68
		Média	8,63	0,21	0,01	0,00	0,01	0,12
		Soma	587	14	1	0	1	8
Uruguai	Deputado*	N	62	62	62	62	62	
		Média	10,69	0,16	0,02	0,00	0,00	0,11
		Soma	663	10	1	0	0	7
	Senador**	N	26	26	26	26	26	26
		Média	53,96	1,65	0,04	0,00	0,12	0,50
		Soma	1403	43	1	0	3	13

Fonte: elaboração própria.

* N de publicações: BR = 1622; N CHI = 238; N URU = 62; ** N BR = 625; N CHI = 68; N URU = 26.

Os dados da tabela acima nos mostram um perfil comum perante nos três países analisados, com relação aos sentimentos manifestados pelos internautas. A opção “curtir” predomina entre as manifestações, subsequente de sentimentos de amor e, em menor grau, de manifestações de raiva. Através desses dados é admissível afirmar que há mais reações positivas às publicações, o que pode assinalar uma baixa rejeição do público aos parlamentares. Isso simboliza que o público, em geral, gosta da maioria das publicações dos parlamentares.

Esse comportamento é relativamente esperado. A opção “curtir” é mais tradicional, deste modo o público é mais acostumado a interagir com essa opção. Com relação aos sentimentos, é esperado que a maioria seja de “amor”, já que provavelmente o público seguidor do parlamentar nessa rede social, apoia ou concorda com a posição do representante.

6.6. Síntese do capítulo

Na análise de conteúdo percebemos um perfil diferenciado com relação as finalidades de uso do Facebook, tanto entre os parlamentares, como entre os países. Apesar do Facebook ser a rede social mais utilizada nos três países, observa-se que há diferenças na popularidade. Os representantes do Brasil foram os mais populares nessa rede social, e os menos populares foram os parlamentares do Uruguai. Demonstrando que o público do Brasil está mais inserido no contexto da utilização individualizada das plataformas da internet.

A opção “curtir” predomina entre as reações do público, já que é a opção mais tradicional para interagir em uma publicação. Subsequente aparece o sentimento de amor, o que demonstrando que há mais reações positivas às publicações, simbolizando que o público tende a apoiar o representante que segue e, conseqüentemente, gostam da maioria das publicações dos parlamentares.

No Brasil, os temas das publicações são basicamente a respeito de informações sobre as atividades parlamentares, realizações dos representantes, posicionamento referente à conjuntura nacional e ataques aos atores nacionais (Dilma Rousseff e Lula). As publicações dos perfis do Chile e do Uruguai focaram mais nas informações e agendas das ações dos representantes. Os debates nas postagens dos representantes dos três países ficaram concentrados no âmbito nacional.

A postura “informativa/neutra” foi a mais proeminente nas publicações dos parlamentares brasileiros e uruguaios. No Chile, a postura dos parlamentares ficou mais dividida, alguns focando em informar o público, outros salientando conteúdos positivos e poucos com postura crítica.

A partidarização nas publicações do Facebook foi mais evidente no Uruguai. Os parlamentares deste país também tendem a enfatizar mais os partidos políticos em seus perfis (foto de perfil ou de capa do Facebook). Já no Brasil e no Chile houve uma tendência de personalização nas postagens dos parlamentares nessa mídia social. Do mesmo modo que seus perfis são mais personalizados, com ênfase na imagem dos representantes.

As “fotos” foram o tipo de postagem mais comum com relação aos parlamentares brasileiros e uruguaios, em que os representantes registraram suas atividades – encontros com outros atores políticos, visitas, reuniões, etc. A composição gráfica para o Facebook se destacou

entre os parlamentares do Brasil e do Chile, este tipo de postagem esteve mais ligado à divulgação de eventos e mensagens motivacionais. O compartilhamento de links externos do Facebook (sites próprios, e outras fontes) também se sobressaiu entre os representantes do Chile e do Uruguai. Este tipo de publicação esteve mais voltado ao compartilhamento de notícias ou atividades do parlamentar.

A quarta e última hipótese da presente dissertação assegura que deputados e senadores de cada país teriam modos diferenciados na apropriação do Facebook, sendo isso confirmado. Havia a expectativa de que as publicações dos senadores brasileiros focariam mais em conteúdos relacionados aos estados, devido à combinação do federalismo e do bicameralismo, que gera uma representação voltada a unidade federativa. Contudo, o debate no âmbito nacional predominou. Uma das explicações para este comportamento pode ser respaldada na conjuntura política deste país (escândalos nacionais).

No Chile encontramos o mesmo perfil, senadores que focam em debates de nível nacional, com conteúdos que não focalizam diretamente os cidadãos, mas sim as atividades dos representantes políticos. Sendo que a expectativa era de que houvessem conteúdos diretamente relacionados aos cidadãos (engajamento, participação, políticas públicas, entre outras). Isto porque, no Chile e no Uruguai, os senadores representam os cidadãos. No caso do Uruguai, exclusivamente, a expectativa era de encontrar conteúdos voltados aos cidadãos em âmbito nacional. O debate proeminente foi no âmbito nacional, no entanto, as atividades parlamentares foram mais ressaltadas.

Com relação aos deputados federais dos três países a expectativa era de que as publicações fossem relacionadas aos cidadãos, no âmbito municipal, distrital ou estadual. O que não ocorreu. Novamente as atividades e imagens dos representantes foram mais salientadas nas postagens. O debate também ocorreu, predominantemente, no âmbito nacional.

Estes achados vão ao encontro do argumento de Marques & Mont'Alverne (2013). No sentido de que ao longo do mandato os representantes políticos têm mais probabilidade de recorrer as tecnologias digitais com o objetivo de divulgar as atividades parlamentares, deixando de lado as estratégias de engajamento e participação, por exemplo.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa mostra que há diferentes perfis de apropriação das tecnologias digitais por parlamentares de diferentes países no período não-eleitoral. Pretendeu-se responder quais são os determinantes na apropriação das plataformas digitais pelos parlamentares de cada país, e como as características do sistema eleitoral, político e o perfil sociopolítico impactam na adesão e utilização dessas plataformas, em especial do Facebook.

Diante disso, podemos dizer que a personalização do sistema eleitoral é a característica que se mostrou mais eficaz para explicar o modo de utilização das plataformas da internet pelos representantes do Brasil, Chile e Uruguai. As características pessoais se mostraram importantes para essa explicação no contexto brasileiro, em menor grau no Chile, e não foram relevantes acerca dos parlamentares uruguaios. A inclusão digital e o grau de confiança não foram determinantes no uso, mais ou menos frequente, das tecnologias digitais.

O contexto institucional brasileiro oferece incentivos para a apropriação individualizada das tecnologias digitais. O sistema proporcional de lista aberta fornece mais liberdade aos representantes nas mais variadas dimensões do comportamento político, inclusive na comunicação política. O modelo tecnológico de Zittel (2003) é evidente no modo de usabilidade das tecnologias digitais pelos parlamentares do Brasil, haja visto que os representantes são os atores principais do processo de mediação política, minimizando as forças dos partidos políticos nesta questão. Essa forma de apropriação das plataformas da internet propicia a aproximação dos representantes e dos cidadãos (CERVI, 2012).

No Chile, apesar do sistema de representação também ser baseado na lista aberta, os partidos políticos possuem um grau de institucionalização maior do que no Brasil, em que os partidos são mais frágeis (SANTOS, 2012). Assim sendo, os incentivos para a adoção individualizada dessas tecnologias são menores. Vimos que os parlamentares deste país se apropriaram com menos intensidade das plataformas da internet e que as características individuais têm menor potencial para explicar o modo de uso das tecnologias digitais.

No Uruguai o movimento é totalmente ao contrário destes outros dois países. Com um sistema de representação de lista fechada, os partidos políticos são muito institucionalizados, sendo mais fortes e coesos. A apropriação individualizada das tecnologias digitais não é incentivada. Os poucos que aderem de forma individual, utilizam de forma precária as plataformas da internet. Neste país, há maiores incentivos de uma comunicação

institucionalizada, como consequência há o afastamento dos representantes e dos cidadãos (CERVI, 2012). Aqui, o modelo constitucional de Zittel é perceptível, em que os partidos são os atores principais da mediação política.

Com relação a análise de conteúdo, observamos que a finalidade da utilização do Facebook é distinta. Essa mídia social foi uma ferramenta de agendamento estritamente pessoal para discutir questões do âmbito nacional. Foi pouco utilizada com o objetivo de “gerenciamento de imagem pessoal”, com foco na vida cotidiana do parlamentar. Welp & Marcuza (2016) encontraram um perfil diferenciado, na medida que o Facebook foi a plataforma de atuação em que o “lado humano” dos parlamentares foi ressaltado, com foco nas atividades pessoais (família, esporte, gostos musicais, entre outros). Na presente pesquisa, o Facebook foi mais empregado para divulgação das atividades parlamentares.

Os partidos políticos não tiveram presença nas publicações dessa rede social no caso dos parlamentares do Brasil e do Chile. A partidarização nas postagens do Facebook foi mais predominante com relação aos representantes do Uruguai. Na estrutura dessa plataforma, a imagem dos partidos foi mais privilegiada entre os representantes uruguaios e em menor grau no Chile. No Brasil, a imagem pessoal predominou.

Os atores políticos que não conseguem se inserir na esfera de visibilidade dos meios de comunicação tradicionais, encontram nas plataformas da internet oportunidades de conquistar um espaço de visibilidade pública (GOMES, 2005; MARQUES, 2014a). Além disso, o gerenciamento da Imagem Pública pode ocorrer com mais facilidade nesse meio de comunicação. Como a busca pela visibilidade e pela manutenção da Imagem Pública perpassam o período eleitoral, os atores políticos se apropriam das tecnologias digitais ao longo do mandato. Por meio dos resultados da presente pesquisa é possível afirmar que, neste período, os parlamentares estiveram mais preocupados em dar visibilidade às suas ações políticas, como: discursos/pronunciamentos, agenda parlamentar, reuniões com outros atores políticos, entre outros. Com o intuito de transmitir uma imagem de representantes que estão trabalhando em prol da população.

A presente pesquisa possui suas limitações. Estudos futuros podem agregar mais países na análise, com contextos institucionais diferenciados, a fim de aumentar o poder explicativo da personalização do sistema eleitoral e político. Outras plataformas da internet, como o Twitter, podem ser adicionadas na análise comparativa, com o intuito de averiguar se o perfil de uso difere nesta questão. O período de investigação da análise de conteúdo pode ser

ampliado, a fim de alcançar resultados mais precisos sobre o comportamento político online. As informações do perfil sociopolítico podem ser colhidas através de fontes primárias, como entrevistas. Assegurando, assim, mais confiabilidade aos dados.

Com o objetivo de aprofundar essas questões, pretende-se retomar o estudo de Zittel em outros níveis de comparação, visando nos modelos de representação política e a apropriação das tecnologias digitais. Haja visto que o desenvolvimento da internet complexifica, cada vez mais, as relações entre representantes e representados, alterando as formas da representação política (PEREIRA, 2012). Apesar de seus limitantes, a presente pesquisa revela dados interessantes de como as relações existentes no âmbito off-line impactam na atuação digital dos representantes (LESTON-BANDEIRA, 2012).

REFERÊNCIAS

- AGGIO, C. & SAMPAIO, R.. Democracia digital e participação: os modelos de consulta e os desafios do Gabinete Digital. In: COCCO, Guiseppa (Org). Gabinete digital: análise de uma experiência. Porto Alegre: Companhia Rio-Grandense de Artes Gráficas (CORAG), 2013, p. 19-36.
- ALDÉ, A. & VASCONCELLOS, F.. Ao vivo, de Brasília: escândalo político, oportunismo midiático e circulação de notícias. *Revista de Ciências Sociais*, vol. 39, n. 2, 2008, p. 61-69.
- ALMEIDA, H. do N.. Análise dos usos da NTICs pelos parlamentares brasileiros: um estudo sobre o Facebook e Twitter pelos deputados federais brasileiros em 2013. In: Anais ANPOCS, Caxambu, 2014.
- ANASTASIA, F.; RANULFO, C. M.; SANTOS, F. G. M.. Governabilidade e representação política na América do Sul. Co-edição com Fundação Editora da Unesp, Rio de Janeiro/São Paulo, 2004.
- BALMAS, M. & SHEAFER, T.. Personalization of Politics. *The international Encyclopedia of Political Communication*. Edited by Gianpietro Mazzoleni, first edition, 2015.
- BARROS, A. T.; BERNARDES, C. B. & RODRIGUES, M. R.. Estratégias digitais de interação política dos parlamentares do Mercosul. _____ In: BERNARDES, C. B; SCHWARTZ, F. P.. (Org.). *Comunicação, Educação e Democracia no Legislativo Brasileiro*. 5ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015, p. 67-89.
- BERNARDES, C. B. & LESTON-BANDEIRA, C.. Information vs engagement in parliamentary websites – a case study of Brazil and the UK. *Revista Sociologia Política*, v. 24, n. 59, p. 91-107, 2016.
- BIMBER, B. DAVIS, R.. *Campaigning Online. The Internet in U.S. Elections*. New York: Oxford University Press, 2003.
- BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. Nuevo sistema electoral para elecciones parlamentarias (Fin del sistema binominal), 2015. Disponível em: [http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/nuevo-sistema-electoral-para-elecciones-parlamentarias-\(fin-del-sistema-binominal\)](http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/nuevo-sistema-electoral-para-elecciones-parlamentarias-(fin-del-sistema-binominal)). Acessado em: 16/12/2016.
- BOBBIO, N.. *O futuro da democracia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2009.
- BONAVIDES, P.. *Ciência Política*. Disponível em: <http://unifra.br/professores/14104/Paulo%20Bonavides-Ciencia%20Politica%5B1%5D.pdf>. Acessado em: 01/11/2016.
- BRAGA, S. S.. *O papel das TICs na institucionalização das democracias: um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul com destaque para o Brasil*. Biblioteca digital da Câmara dos Deputados, Brasília, 2007.
- BRAGA, S. S.; NICOLÁS, M. A.. Como os parlamentares do Mercosul estão usando a internet para se comunicar e interagir com a opinião pública? Perfil sociopolítico e uso da internet pelos deputados e senadores da Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela. In: Anais do II Compolítica (Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política), Belo Horizonte, 2007.

BRAGA, S. S.; ROCHA, L. C.; VIEIRA, F. A.. “Americanização” da representação política virtual? Um estudo comparado das estratégias de comunicação digital por parlamentares de diferentes sistemas políticos. In: 39º Encontro Anual da ANPOCS, 2015a.

BRAGA, S. S.; ROCHA, L. C.; CARLOMAGNO, M. C.. A internet e os partidos políticos brasileiros. *Cadernos Adenauer*, vol. 16, n. 3, 2015b, p. 47-73.

CAREY, J. M., & SHUGART, M. S. (1995). Incentives to cultivate a personal vote: A rank ordering of electoral formulas. *Electoral Studies*, 14, 417–39.

CARLOMAGNO, M. C.; BRAGA, S.. Padrões de longa duração de e-campanha no Brasil: uma análise empiricamente orientada (1998-2014). In.: I Workshop da Linha de Comunicação e Comportamento Político, Novas Mídias e Opinião Pública, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

CARVALHO, C.. Senadores Virtuais? Um estudo comparado sobre o perfil e uso das redes digitais pelos senadores sul-americanos e dos EUA. 2013. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

CERVI, E. U.. Mundo virtual, poder real: mesmo sob novas condições a alocação de poder político não necessariamente muda. In: *Cadernos Adenauer*, vol. 13, n. 3, 2012, p. 11-30.

CERVI, E. U.; MASSUCHIN, M. G.. O uso do Twitter nas eleições de 2010: o microblog nas campanhas dos principais candidatos ao Governo do Paraná. *Contemporânea (UFBA. Online)*, v. 9, p. 174-189, 2011.

CERVI, E. U.. Análise de Dados Categóricos em Ciência Política. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Pós-graduação em Ciência Política – UFPR, Curitiba, 2014.

COLEN, C. M. L.. As covariantes da confiança política na América Latina. *Revista Opinião Pública*, Campinas, vol. 16, n. 1, 2010, p. 1-27.

COLEMAN, S.. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age. In: *New Media and Society*, n.7:177, 2005.

COLEMAN, S.; BRUMLER, J. G. The internet and democratic citizenship: theory, practice and policy. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

COSTA, L. D.; BOLOGNESI, B.; CODATO, A.. Onde estão os trabalhadores nas listas de candidatos dos partidos brasileiros? Newsletter. Observatório de elites políticas e sociais do Brasil. NUSP/UFPR, v.2, n. 2, 2015, p. 1-14.

CZERMAINSKI, A. B. C.. Análise de correspondência. Universidade de São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.lce.esalq.usp.br/tadeu/anabeatriz.pdf>. Acessado em: 09/09/2016.

DAGNINO, E. (Org.). A disputa pela construção democrática na América Latina. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

DAHL, R. A.. Poliarquia: participação e oposição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1º ed, 2005.

DICIONÁRIO HISTÓRICO BIOGRÁFICO BRASILEIRO. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/acervo/dhbb>. Acessado em: 30/04/2016.

FARIA, C. F. S. de. O Parlamento Aberto na Era da Internet: Pode o Povo Colaborar com o Legislativo na Elaboração das Leis? Biblioteca digital da Câmara dos Deputados, Brasília, 2012.

GAMA NETO, R. B.. Minimalismo schumpeteriano, teoria econômica da democracia e escolha racional. *Revista Sociologia e Política*, v. 19, n. 38, p. 27-42, Curitiba, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v19n38/v19n38a03.pdf>. Acessado em: 02/04/2016.

GOMES, W. Transformação da política na era da comunicação de massa. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, W.. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, v. 2, n. 3, p. 214-222, 2005.

GOMES, W.. Internet e participação política em sociedades democráticas. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 27, p. 58-78, 2005a.

INTERNATIONAL Telecommunication Union (ITU). Disponível em: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>. Acessado em: 02/04/2016.

ITUASSU, A.. E-representação como teoria política: comunicação social, internet e democracia representativa. In: *Anais Compós*, Pará, 2014.

LATINOBARÓMETRO. Disponível em: <http://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>. Acessado em: 02/04/2016.

LESTON-BANDEIRA, C.. Are ICTs changing parliamentary activity in the Portuguese parliament? *The Journal of Legislative Studies*, n. 13, p. 403–421, 2007.

LESTON-BANDEIRA, C.. Parliamentary functions portrayed on European parliament's Websites. *Revista Sociologia & Política*, Curitiba, vol. 17, n. 34, p. 13-27, 2009.

LESTON-BANDEIRA, C.; TIBÚRCIO, T. Developing Links Despite the Parties – Parliament and Citizens in Portugal. *The Journal of Legislative Studies (Special issue on Parliaments and Citizens)*, 2012.

LILLEKER, D., G., JACKSON, N., A.. Interacting and Representing: can Web 2.0 enhance the roles of an MP? In: *ECPR Joint Sessions*, Lisbon 2009.

LLANOS, M. & LÓPEZ, F. S.. Councils of Elders? The senates and its members in the Southern Cone. *Institut für Iberoamerika-Kunde (IIK) Hamburg*, 2004.

MAINWARING, S.; TORCAL, M.. La institucionalización de los sistemas de partidos y la teoría del sistema partidista después de la tercera ola democratizadora. *América Latina Hoy*, n. 41, 2005, p. 141-173.

MANIN, B.. As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, ano 10, n. 29, p. 5-34, out. 1995.

MANIN, B.. A democracia do público reconsiderada. Tradução de Otacílio Nunes. In: *Revista Novos Estudos*, 2013.

MARENCO, A. & SERNA, M.. Por que carreiras políticas na esquerda e na direita não são iguais? Recrutamento legislativo em Brasil, Chile e Uruguai. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 22, n. 64, 2007, p. 93-113.

MARSH, K.. The illusion of transparency. In: *The Political Quarterly*, vol. 82, n. 4, 2008, p. 531-535.

MARQUES, F. P. J. A.. Internet e oportunidades de participação política – Um exame dos Websites de senadores brasileiros e norte-americanos. *Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos*, vol. 9, n. 3, 2007, p. 155-168.

MARQUES, F. P. J. A.. Participação política e internet: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo de caso do estado brasileiro. Salvador, 2008. Tese (Doutorado em Comunicação) – Setor de Comunicação e Cultura Contemporânea, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

MARQUES, F. P. J. A.. A ideia de Democracia em perspectiva – Crise, avanços e desafios. *Revista online Liberdade e Cidadania*, ano II, n. 5, setembro, 2009.

MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R.; AGGIO, C. (Org.). *Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2013.

MARQUES, F. P. J. A. e MONT'ALVERNE, C.. Twitter, eleições e poder local: um estudo sobre os vereadores de Fortaleza. *Revista Contemporânea/Comunicação e Cultura*, vol. 11, n. 2, 2013, p. 322-347.

MARQUES, F. P. J. A., AQUINO, J. A.; MIOLA, E.. Parlamentares, representação política e redes sociais digitais: perfis de uso do Twitter na Câmara dos Deputados. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 20, n. 2, 2014a, p. 178-203.

MARQUES, F. P. J. A., AQUINO, J. A.; MIOLA, E.. Deputados brasileiros no Twitter: um estudo quantitativo dos padrões de adoção da ferramenta. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 14, 2014b, p. 201-225.

MARQUES, F. P. J. A.. Internet e Transparência política. In: *XXIII Encontro Anual da Compós*, Pará, 2014c.

MARQUES, F. P. J. A.. *Ciberpolítica: conceitos e experiências*. Editora da Universidade Federal da Bahia, 2016.

MEIJER, A.. Understanding modern Transparency. *International Review of Administrative Sciences*, n. 2, vol. 75, 2009, p. 255-269.

MENDONÇA, R. F.; AMARAL, E. F. de L.. Deliberação online em consultas públicas? O caso da assembleia legislativa de Minas Gerais. *Revista de Sociologia e Política*, v. 22, n. 49, p. 177-203, 2014.

MIGUEL, L. F.. Representação política em 3D: Elementos para uma teoria ampliada da representação política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 18, n. 51, p. 123-140, 2002.

MIGUEL, L. F. & BIROLI, F.. Visibilidade na Mídia e Campo Político no Brasil. *Revista de Ciências Sociais*, vol. 53, n. 3, 2010, p. 695-735.

NICOLÁS, M. A.. Internet e política: graus de representação política e uso da internet pelas elites parlamentares da América do Sul. Dissertação (Mestrado em Ciência Política), Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.

NICOLÁS, M. A.. Internet, parlamentares e contexto off-line: websites parlamentares em contextos constitucionais diferentes. Tese (Doutorado em Sociologia), Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

- NICOLAU, J. M.. Sistemas eleitorais. Rio de Janeiro: Editora FGV, 5ª edição atualizada, 2004.
- NORRIS, P.. Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. Cambridge University Press, 2001.
- NORRIS, P.. Preaching to the converted? Pluralism, participation and party Websites. Party Politics, 2003.
- PATEMAN, C.. Participação e teoria democrática. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- PENTEADO, L. C. de C.. Facebook e campanha eleitoral digital. Rev. Em Debate, Belo Horizonte, v. 4, n. 4, p. 41-53, 2012.
- PEREIRA, M. A.. O que a internet tem a ver com as promessas não cumpridas da democracia? In.: Anais 38º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política, Gramado, 2012.
- PERISSINOTTO, R. M. & MIRÍADE, A.. Caminhos para o Parlamento: candidatos e eleitos nas eleições para Deputado Federal em 2006. DADOS – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, vol. 52, n. 2, 2009, p. 301-333.
- POWER, T. & JAMISON, G.. Desconfiança política na América Latina. Revista Opinião Pública, Campinas, vol. 11, n. 1, 2005, p. 64-93.
- QUADROS, D. G.. Partido político e propaganda política: A imagem partidária em ação no horário gratuito (HGPE) nas eleições de 2000, 2004 e 2008 para prefeito de Curitiba. 2012. Tese (Doutorado em Sociologia) - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.
- ROCHA, L. C.. Os partidos políticos na rede: ação política virtual das instituições partidárias brasileiras. Dissertação (Mestrado em Ciência Política), Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.
- RODRIGUES, M. R.; BERNARDES, C. B; BARROS, A. T. de. Estratégias de uso da internet pelos senadores brasileiros: uma avaliação dos sites mantidos por parlamentares. In: Anais 37º Encontro da ANPOCS, 2013.
- RODRIGUES, M. R. e BERNARDES, C. B.. Atuação parlamentar virtual: as estratégias dos Deputados Federais em seus Websites. In.: Anais IX Encontro da Associação Brasileira Ciência Política (ABCP), Brasília, 2014.
- SAMPAIO, R. C.; MAIA, R. C. M.; MARQUES, F. P. J. A.. Participação e deliberação na internet: um estudo de caso do Orçamento Participativo Digital de Belo Horizonte. Revista Opinião Pública, Campinas, vol. 16, n. 2, novembro, 2010, p. 446-477.
- SANTOS, F. H. dos. As centro-esquerdas e o realinhamento dos sistemas partidários no Cone-Sul: Argentina, Brasil, Chile e Uruguai. In: 36º Encontro Anual da Anpocs, 2012.
- SARTORI, Giovanni. Homo Videns: televisão e pós-pensamento. Bauru: EDUSC, 2001.
- SCHUSSMAN, A., EARL, J.. From Barricades to Firewalls? Strategic Voting and Social Movement Leadership in the Internet Age. Sociological Inquiry, V. 74, N. 4, p. 439-463, 2004.
- SEIFERT, J., CHUNG, J. Using E-Government to Reinforce Government-Citizen Relationships: Comparing Government Reform in the United States and China. Social Science Computer Review, v. 27, n. 2, p. 3-23, 2009.

SENADO FEDERAL BRASILEIRO. Disponível em: <http://www25.senado.leg.br/web/senadores/em-exercicio>. Acessado em: 30/04/2016.

SENADO DA REPÚBLICA DE CHILE. Disponível em: <http://www.senado.cl/>. Acessado em: 30/04/2016.

SENADO DEL URUGUAY. Disponível em: <https://parlamento.gub.uy/>. Acessado em: 30/04/2016.

SETFFEN, C.. Campanhas eleitorais na Internet: Construindo um (novo) problema de pesquisa. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/steffen-cesar-campanhas-eleitorais-Internet.pdf>>.

SCHUMPETER, J.. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961.

TADRA, J. R.. As funções desempenhadas pelos Websites legislativos brasileiros e o papel educativo dos parlamentares. Dissertação (Mestrado em Ciência Política), Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

URBINATI, N.. Crise e metamorfoses da democracia. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 28, n. 82, 2013, p. 5-16.

ZITTEL, T.. Political Representation and the internet: Wither responsible party government? Disponível em: www.apsanet.org/~lss/newsletter/jan03/zittel.htm. Acessado em: 02/04/2016.

ZITTEL, T.. Political Representation in the Networked Society: The Americanization of European Systems of Responsible Party Government. The Journal of Legislative Studies, n. 9, p. 32–53, 2006.

WEBER, M. H.. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. Eco-pós, vol. 12, n. 3, 2009, p. 11-26.

WELP, Y. & MARZUCA, A.. Presencia de partidos políticos y diputados en internet en Argentina, Paraguay y Uruguay. Revista Perfiles Latinoamericanos, vol. 24, n. 47, 2016, p. 199-224.

APÊNDICE

APÊNDICE 1 – Grau confiança no Congresso Nacional/Parlamentares e usuários com acesso à internet nos países da América do Sul (2014).

País	Confiança no Parlamento *	Usuários com acesso à internet **
Argentina	39,03%	64,7%
Bolívia	28,67%	39,02%
Brasil	29,16%	57,6%
Chile	20,64%	72,35%
Colômbia	20,70%	52,57%
Equador	51,09%	43%
Paraguai	20,73%	43%
Peru	13,52%	40,2%
Uruguai	49,87%	61,46%
Venezuela	41,87%	57%

Fonte: elaboração própria baseada nas fontes listadas abaixo.

* O grau de confiança no Parlamento é baseado na pesquisa aplicada em 2013 pelo Latinobarómetro.

A pergunta realizada aos entrevistados é: “Qual é o seu grau de confiança em cada instituição indicada (neste caso o Parlamento/Congresso Nacional). As opções de resposta são: confia muito, razoável, confia pouco ou confia nada. A porcentagem registrada na tabela aparece a partir da soma de “confia muito” e “razoável”. Disponível em: <http://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>. Acessado em: 02/04/2016.

** Indicador disponível no site do International Telecommunication Union, <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>. Acessado em: 02/04/2016.

ANEXOS

ANEXO 1 – POSIÇÃO IDEOLÓGICA DOS PARTIDOS POLÍTICOS DO BRASIL, CHILE E URUGUAI*.

PAÍS	PARTIDO	POSIÇÃO
Brasil	PTB	Direita
	DEM	
	PSC	
	PP	
	PRB	
	PR	
	REDE	
	PSD	
	PMDB	
	PSDB	
	PPS	
	PV	
	SD	
	PCdoB	Esquerda
	PSB	
	PDT	
	PT	
	PSOL	
	Uruguai	PHS
PROS		
Chile	UDI	Direita
	RN	
	PDC	Centro
	PS	Esquerda
	PPD	
	IC	
Uruguai	PN	Centro
	FA	Esquerda

Fonte: Marengo & Serna (2007); Costa (2015) com atualizações.

* Só constam os partidos que possuem representação nas Casas Legislativas e cujo os parlamentares possuem Facebook.

TEMA AGENDA E INFORMAÇÃO

ANEXO 2 - Encontro partidário, com outros representantes ou líderes comunitários



Fonte: <https://www.facebook.com/503388809729357/posts/921965091205058>.

ANEXO 3 - Entrevista



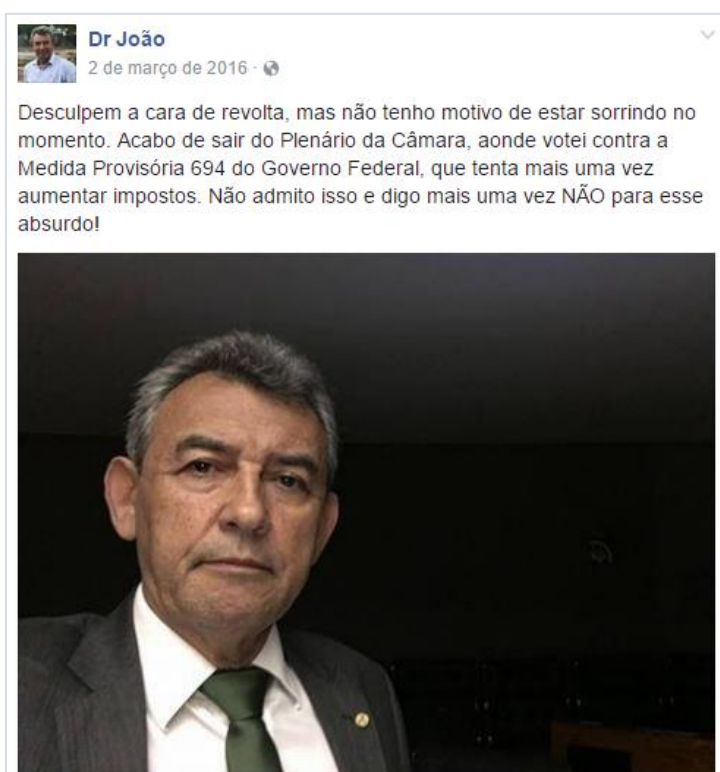
Fonte: <https://www.facebook.com/443966399013128/posts/992268974182865>.

ANEXO 4 - Presença em inaugurações ou festas



Fonte: <https://www.facebook.com/159878784205433/posts/446558788870763>.

ANEXO 5 - Presença em CPIs, votações, sessões plenárias



Fonte: <https://www.facebook.com/791201320957039/posts/946878648722638>.

GERENCIAMENTO DA IMAGEM PESSOAL

ANEXO 6 - Datas comemorativas e solenidades



Fonte: <https://www.facebook.com/1521288524756090/posts/1716428948575379>.

POSICIONAMENTO PROGRAMÁTICO

ANEXO 7 - Posicionamento em relação a manifestações cívicas



Fonte: <https://www.facebook.com/199599520097304/posts/1107045572686023>.

ANEXO 8 - Posicionamento em relação a conjuntura nacional

Carol Aviaga
14 de março de 2016 · 🌐

Compartimos con uds nota sobre carne contaminada con eti6n:
<http://www.lr21.com.uy/.../1280079-estados-unidos-interroga-u...>



Interrogan al gobierno si la carne que EE.UU devolvi6 por estar contaminada con eti6n, se vendi6...

Días pasados trascendi6 que las autoridades sanitarias de Estados Unidos detectaron carne bovina uruguaya contaminada con eti6n, un plaguicida de uso...

LR21.COM.UY

Fonte: <https://www.facebook.com/237445216445756/posts/483890981801177>.

PROPAGANDA NEGATIVA

ANEXO 9 - Críticas aos adversários políticos – atores nacionais, entre outros

Aécio Neves
3 de março de 2016 · 🌐

O Brasil está hoje frente ao momento mais grave de todas as denúncias feitas. Se confirmadas, a presidente Dilma não tem mais condições de governar o país - Aécio Neves



478 mil visualizações

Fonte: <https://www.facebook.com/411754008869486/posts/1182267841818095>.


ANEXO 10 - Críticas aos adversários políticos – atores estaduais ou municipais

Deputado Federal Zeca Dirceu
1 de março de 2016 · 🌐

#NãoEsqueceremos

Não nos esqueceremos dos mandos e desmandos do governador Beto Richa e sua cúpula. Na data de ontem (29), completou-se 10 meses do massacre contra os professores. As reivindicações da classe estavam voltadas pela garantia dos direitos já assegurados na Paranaprevidência. Enquanto o projeto era votado na Assembleia Legislativa do Paraná (ALEP), do lado de fora, se instaurou um estado de guerra. A manifestação ordenada dos professores foi suprimida pelo governo estadual a base de balas de borracha, estilhaços de bombas, spray de pimenta e gás lacrimogênio. O resultado das ações sanguinárias de Beto Richa foram 213 manifestantes feridos, de acordo com dados da prefeitura de Curitiba.

Richa foram 213 manifestantes feridos, de acordo com dados da prefeitura de Curitiba.



Fonte: <https://www.facebook.com/220778897969256/posts/991138997599905>.

ANEXO 11 - Críticas genéricas a atores não políticos – justiça, imprensa, entre outros

Lindbergh Farias
4 de março de 2016 · 🌐

Transmissão ao vivo da Globo News. Mas ninguém comentou o cartaz. Por que será?
#GloboGolpista



Fonte: <https://www.facebook.com/223382044339765/posts/1146979571980003>.

ENGAJAMENTO E PARTICIPAÇÃO

ANEXO 12 - Incentivo ao engajamento online



Fonte: <https://www.facebook.com/207625445917337/posts/1184447021568503>.

ANEXO 13 - Incentivo ao engajamento off-line



Fonte: <https://www.facebook.com/558618490903477/posts/940125056086150>.

PROJETOS E POLÍTICAS PÚBLICAS

ANEXO 14 - Infraestrutura e obras

 **Assis Carvalho** compartilhou o vídeo de Genival Sales.
2 de março de 2016 · 🌐

PARCERIA DE RESULTADO
#agua #saneamento #saude #saudeassisscarvalho
#piripiri #piripiriassisscarvalho



1.824 visualizações

Genival Sales
1 de março de 2016 · 🌐 👍 Curtir Página

Caros amigos,
Bom dia!
A maior obra de abastecimento de água está sendo realizada em Piripiri. É um iniciativa do vereador Genival Sales junto ao deputado Assis Carvalho, do

Fonte: <https://www.facebook.com/195774537238903/posts/577728342376852>.