

VALENZUELA, Sebastián

Sebastián Valenzuela é professor e pesquisador da Pontifícia Universidade do Chile (Santiago, Chile).

[VERSÃO EM PORTUGUÊS, trad. de Letícia Perani]

Analizando o uso de redes sociais para o comportamento de protesto: o papel da informação, da expressão de opiniões e do ativismo

RESUMO

Estudos recentes têm demonstrado conexões entre a frequência do uso de redes sociais e a participação política. No entanto, não há uma elucidação clara de como esse uso de redes sociais se traduz em um aumento da atividade política. O presente artigo examina três possíveis explicações para essa relação, no âmbito do comportamento de protesto dos cidadãos: a informação (redes sociais como uma fonte de notícias), a expressão de opiniões (uso das redes sociais para expressar opiniões políticas) e o ativismo (juntando-se a causas e descobrindo informações para a mobilização por meio de redes sociais). Para colocar essas relações à prova, este trabalho utiliza dados de pesquisa de opinião, coletados no Chile em 2011, durante manifestações que exigiam mudanças amplas em políticas educacionais e energéticas. Os resultados sugerem que o uso de redes sociais para a expressão de opiniões e para ativismo pode mediar a relação entre o uso geral das redes sociais e o comportamento de protesto. Estes resultados podem aumentar nosso conhecimento sobre os usos e efeitos das redes sociais e fornecer novas evidências sobre o papel das plataformas digitais como facilitadoras da ação política direta.

Palavras-chaves: protesto; redes sociais; informação; expressão de opiniões; ativismo; Chile.

ABSTRACT

Recent studies have shown a positive link between frequency of social media use and political participation. However, there has been no clear elaboration of how using social media translates into increased political activity. The current study examines three explanations for this relationship in the context of citizens' protest behavior: information (social media as a source for news), opinion expression (using social media to express political opinions), and activism (joining causes and finding mobilizing information through social media). To test these relationships, the study uses survey data collected in Chile in 2011, amid massive demonstrations demanding wholesale changes in education and energy policy. Findings suggest that using social media for opinion expression and activism mediates the relationship between overall social media use and protest behavior. These findings deepen our knowledge of the uses and effects of social media and provide new evidence on the role of digital platforms as facilitators of direct political action.

Keywords: protest; social media; information; opinion expression; activism; Chile.

Analizando o uso de redes sociais para o comportamento de protesto: o papel da informação, da expressão de opiniões e do ativismo

[Unpacking the use of social media for protest behavior: the roles of information, opinion expression, and activism]

VALENZUELA, Sebastián

A difusão em paralelo das redes sociais e da inquietação social no mundo – a Primavera Árabe, o movimento Occupy Wall Street e os *indignados* da Espanha, só para nomear alguns acontecimentos – levantou questões sobre o papel das redes sociais no desencadeamento de dissensos, protestos e outras formas de confrontação política. Similarmente a debates anteriores sobre os efeitos das mídias, as respostas a estas indagações têm surgido a partir de uma perspectiva cética – que desconsidera as redes sociais como possíveis ferramentas para mudanças políticas (por exemplo, em GLADWELL, 2010) – ou de um ponto de vista já convencido, que vê as redes sociais como fundamentais para o ativismo político contemporâneo (HOWARD et al., 2011). Contudo, quanto mais estas pesquisas se acumulam, torna-se aparente o fato de que é errôneo questionar se o uso das redes sociais pode estar relacionado à ação política. Há uma profusão de evidências, tanto nos países desenvolvidos quanto nos países em desenvolvimento, sugerindo que pessoas engajadas em atividades cívicas e políticas – incluindo aí o comportamento de protesto – são usuárias frequentes das redes sociais (BEKKERS et al., 2011; EARL e KIMPORT, 2011; PEARCE e KENDZIOR, 2012; VALENZUELA et al., 2012; YUN e CHANG, 2011). Em vez disso, a questão mais importante é saber “como” e “sob quais

condições” estas novas plataformas digitais estão relacionadas ao ativismo cidadão e às políticas de protesto.

Pesquisas anteriores sugerem várias maneiras pelas quais as redes sociais podem influenciar a ação coletiva, como ao prover informações para a mobilização, e notícias que não estão disponíveis em outros meios de comunicação, ao facilitar a coordenação de manifestações, permitindo aos usuários engajamento em causas políticas, e ao criar oportunidades para a troca de opiniões com outras pessoas (BENNETT e SEGERBERG, 2011; CHADWICK e HOWARD, 2008; GIL DE ZÚÑIGA e VALENZUELA, 2011).

No entanto, relativamente são poucos os estudos que examinaram empiricamente estes mecanismos de influência das redes sociais, e a maioria se utilizou de amostras de subgrupos específicos (por exemplo, participantes em manifestações de rua ou jovens) ao invés da população adulta em geral, ou se concentraram em apenas uma plataforma (por exemplo, VALENZUELA et al., 2012). Além disso, até o presente momento a maioria dos dados sobre redes sociais e comportamento de protesto foi coletada em democracias maduras ou em regimes autoritários, deixando de lado casos distintos da Terceira Onda de democratização – ou seja, de países que se democratizaram entre os anos 1970 e 1990 (HUNTINGTON, 1991).

Para preencher estas lacunas, este artigo examina os mecanismos pelos quais o uso de redes sociais, incluindo o Facebook, o Twitter, o YouTube e o Google Plus, traduz-se em aumento das atividades de protesto entre a população adulta. Mais especificamente, este estudo examina três questões que explicariam esta relação - a informação (redes sociais como fonte de notícias), a expressão (redes sociais como um espaço para expressar opiniões políticas) e o ativismo

(redes sociais como um espaço para aderir a causas e descobrir informações para a mobilização). Nosso objetivo final é fazer avançar o debate acadêmico sobre o uso de redes sociais para políticas de protesto, estudando mecanismos, em âmbito individual, pelos quais as plataformas digitais interativas podem levar à ação política. Para tanto, este trabalho utiliza-se de dados coletados entre a população urbana adulta do Chile durante o inverno de 2011, em um período marcado por manifestações que exigiam mudanças em políticas educacionais e energéticas.

Redes sociais e atividades de protesto

As pesquisas sobre a relação entre protestos políticos e as mídias sociais – incluindo aí sites de redes sociais, microblogs, sites de compartilhamento de vídeo e outras formas de conteúdo digital produzido por usuários – são relativamente recentes, pelo menos quando as comparamos à extensa literatura já existente sobre as conexões entre o uso da Internet, movimentos sociais e ação política (por exemplo, BIMBER, FLANAGIN e STOHL, 2005; HILL e HUGHES, 1998; MCCAUGHEY e AYERS, 2003; VAN DE DONK et al., 2004). Contudo, desde que o Facebook se tornou um serviço aberto ao público em geral¹, em 2006, e desde as chamadas “Revoluções Twitter”, ocorridas em 2009 na Moldávia e no Irã, uma onda de estudos tem procurado mapear os efeitos do uso de redes sociais para estimular protestos e outras formas de ações políticas que desafiam as elites.

Em geral, estudos que adotam abordagens no nível individual tendem a se deparar com uma relação positiva entre a frequência do

¹ No seu início, o Facebook era uma rede social restrita a estudantes universitários estadunidenses (N.T.).

uso de redes sociais e o comportamento de protesto, em consonância com pesquisas anteriores sobre as ligações mídias digitais – participação cidadã (GIL DE ZÚÑIGA, JUNG e VALENZUELA, 2012; PARK, KEE e VALENZUELA, 2009; ROJAS e PUIG-I-ABRIL, 2009; VALENZUELA, PARK e KEE, 2009; ZHANG et al., 2010). Uma gama variada de explicações foi desenvolvida para o entendimento da existência dessa ligação. Ao conectar de forma on-line as redes de contato “off-line” dos indivíduos, as redes sociais podem facilitar o acesso a um grande número de relações pessoais, assim permitindo aos movimentos sociais atingirem uma quantidade de interessados que gere uma “massa crítica” (LOVEJOY e SAXTON, 2012). As redes sociais também podem promover a construção de identidades pessoais e de grupo – que essencialmente antecedem o comportamento político (DALTON, SICKLE e WELDON, 2009) – ao permitirem inúmeros canais de *feedback* interpessoal, aceitação pelos pares, e de reforço das normas grupais (PAPACHARISSI, 2010).

17

Estes sites podem também operar como centros de informação (GIL DE ZÚÑIGA et al., 2012). Usuários do Facebook, por exemplo, possuem um “Feed de Notícias” para monitorar seus contatos pessoais e se manterem atualizados sobre o que está acontecendo com seus amigos. Por outro lado, esses serviços permitem que seus usuários criem e se juntem a grupos baseados no interesse comum. Assim, aqueles que se unem a movimentos sociais e grupos políticos na rede podem receber informações de mobilização que não poderiam obter em nenhum outro lugar, encontrando, desta forma, mais oportunidades de engajamento em atividades políticas (YAMAMOTO, 2006).

Ao mesmo tempo, o aumento na participação em redes sociais on-line tipicamente ajuda na construção de relacionamentos baseados na confiança entre seus membros (GILBERT e KARAHALIOS, 2009),

ampliando ainda mais o potencial das redes sociais de aumentar o engajamento em protestos e outros comportamentos políticos. Achar uma base para a conversação e a comunicação social, conectar-se com a família, os amigos e a sociedade, e ganhar uma compreensão sobre circunstâncias que envolvam outras pessoas – todos esses fatores podem incitar interesse em questões da coletividade (BENNETT e SEGERBERG, 2011).

Por todas estas razões enumeradas, supõe-se a existência de um relacionamento entre a frequência geral de uso das redes sociais e o comportamento de protesto. Em forma de hipótese:

Hipótese 1 (H1): A frequência de uso de redes sociais está positivamente relacionada ao comportamento de protesto.

Esta hipótese, no entanto, é mais confirmatória do que exploratória, já que ela não especifica o porquê da existência de uma relação entre o uso das redes sociais e a participação em protestos. Além disso, alguns autores (por exemplo, BOULIANNE, 2009) vêm questionando a dimensão e a regularidade dessa ligação entre o uso de mídias digitais e a participação política. Estes questionamentos realçam a necessidade de maiores desenvolvimentos teóricos para explicar por que o uso de redes sociais pode causar um comportamento de protesto. No que se segue, três possíveis mecanismos de mediação são discutidos: (a) redes sociais como uma fonte de notícias, (b) redes sociais como um espaço para a expressão política, e (c) redes sociais como uma ferramenta para o engajamento em causas e para localizar informações para mobilização. De modo algum estes mecanismos vão se constituir em uma lista exaustiva de esclarecimentos sobre a relação entre o uso de plataformas sociais online e o ato de protestar.

Porém, baseadas em pesquisas anteriores, estas elucidações possuem prevalência empírica e representam um ponto de partida adequado.

Uso de redes sociais para o consumo de notícias

A primeira explicação possível para esta conexão entre redes sociais e o protesto remonta aos estudos clássicos sobre usos e gratificações. De acordo com a tipologia de Katz e Gurevitch (1974), os indivíduos fazem uso das mídias para vigilância, construção identitária, relacionamentos sociais e entretenimento. Pesquisas anteriores mostram que o uso das mídias para a vigilância e a obtenção de notícias está associado com várias formas de atividade política, enquanto padrões de uso relacionados com o entretenimento privado e a diversão têm um efeito negativo ou restrito (KAYE & JOHNSON, 2002; SHAH, ROJAS & CHO, 2009). Desta forma, desde que os usuários se exponham a reportagens e assuntos da atualidade por meio das plataformas de mídias sociais, os efeitos participativos do uso continuado de redes sociais podem ser similares aos encontrados em veículos de informação tradicionais.

19

Existem várias formas para o potencial mobilizador do uso de informações. Algumas análises prévias mostram que o consumo frequente de notícias possibilita a participação política a partir do aumento do conhecimento, pelos usuários de redes sociais, sobre questões públicas, causas políticas e movimentos sociais (DAVID, 2009; DE VREESE e BOOMGAARDEN, 2006; EVELAND et al., 2005). Além disso, a cobertura negativa que a imprensa normalmente faz sobre movimentos sociais – que podem atingir as redes sociais, já que os meios de informação mais populares nos sites de mídias sociais tendem a ser os veículos de comunicação do *mainstream* – não parece modificar as percepções dos indivíduos sobre a validade de atos de

protestos (MCLEOD, 1995). Pesquisas anteriores também afirmam que o uso de notícias é uma fonte importante para discussões interpessoais em redes de conversação, oferecendo espaços adicionais de aprendizagem, reflexão e de motivação para participação (DE BOER e VELTHUIJSEN, 2001; EVELAND, 2004).

Certamente, a maior parte do conteúdo disponível no Facebook, Twitter e outras redes sociais não está relacionada a assuntos públicos (ZHAO et al., 2011), assim como a maior parte do conteúdo televisivo não é de notícias, mas sim, de entretenimento. Porém, na medida em que as redes sociais se incorporam à vida cotidiana, espera-se que o conteúdo disponibilizado também se diversifique. Dito de outra forma, é certo que indivíduos vão utilizar as redes sociais para construção da sua identidade pessoal, para relacionamentos sociais ou entretenimento, contudo, não há razão para acreditar que as pessoas que têm a tendência de seguir assuntos públicos não vão se utilizar, digamos, de seus perfis no Facebook ou no Google Plus, para consumir notícias e outras informações de interesse público (GIL DE ZÚÑIGA et al., 2012).

Além do mais, as redes sociais podem ser utilizadas propositalmente para a busca de notícias (por exemplo, ao seguir o perfil da BBC News no Twitter), assim como podem ser uma fonte para a exposição acidental a notícias (por exemplo, ao navegar pelo perfil de um amigo no Facebook e se deparar com um link para uma reportagem da BBC News). Em todos estes casos uma aprendizagem pode acontecer a partir desses usos, aumentando a probabilidade de uma possível ação política.

O uso de redes sociais para a expressão de opiniões políticas

A segunda explicação para essa relação observada entre o uso de redes sociais e o protesto político se refere à expressão de opiniões políticas. Esta justificativa nos sugere que vocalizar opiniões políticas nas redes sociais envolve um processamento maior de informações e uma maior profundidade de raciocínio, que facilitariam o engajamento político (CHO et al., 2009). Como Pingree (2007, p. 447) ressalta:

A expressão, e não a recepção, pode ser o primeiro passo para uma cidadania mais ampla. Sua mera expectativa pode motivar... a elaboração de mensagens midiáticas, e o ato de compor uma mensagem é, muitas vezes, mais efetivo para aprimorar o entendimento do que qualquer ato de recepção².

21

Além do preparo cognitivo, a expressão de opiniões pode ser facilitadora do protesto político, e de outras formas de atividade política, por ser precursora da discussão política informal. Desde os primeiros trabalhos de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944), pesquisas mostram que, quando indivíduos falam sobre assuntos públicos, eles são mais propensos a se mobilizarem e se engajarem em atividades políticas. Isto acontece porque as conversações não envolvem apenas trocas de informações, mas também estruturas de interpretação que ajudam no processamento dessas informações. Por permitirem que pessoas encarem suas ideias, elaborem argumentos, e reflitam sobre as informações obtidas, as conversações são formas ricas de informação política (HUCKFELDT e SPRAGUE, 1995; SCHMITT-BECK, 2008).

² No original, “Expression, not reception, may be the first step toward better citizenship. Its mere expectation can motivate... elaboration of media messages, and the act of message composition is often much more effective at improving understanding than any act of reception”.

Assim, discussões sobre política podem reduzir os custos da aprendizagem política e motivar indivíduos a participar e se juntar a causas sociais ou políticas com maior frequência. Neste contexto, a expressão de opiniões por meio das redes sociais pode ser mais propensa a gerar conversas on-line sobre política, ações estas que trabalhos anteriores demonstraram poder ser igualmente facilitadoras do engajamento político, da mesma forma que as discussões interpessoais (GIL DE ZÚÑIGA e VALENZUELA, 2011; SHAH et al., 2005; SHAH et al., 2007; VALENZUELA, KIM e GIL DE ZÚÑIGA, 2012). A natureza textual das redes sociais pode resultar em comunicações mais focadas em seus objetivos do que as discussões face-a-face (BERGER, 2009). Se este é o caso, então as discussões nas redes sociais podem ser muito eficientes em mobilizar indivíduos para a participação.

O fato de que diversos pesquisadores consideram a expressão de opiniões como uma forma de participação política, mais do que um mero antecedente deste ato, reforça ainda mais o argumento de que há uma forte conexão entre a expressão de opiniões e o comportamento de protesto. Isto pode explicar, por exemplo, o porquê de formas tradicionais de medição da participação política nos Estados Unidos, como as empregadas pela pesquisa de opinião *American National Election Studies*, incluam ações de expressão, como colar adesivos ou colocar placas em quintais. Rojas e Puig-i-Abril (2009) alegam que a expressão de opiniões, especialmente em contextos on-line, é particularmente relevante em democracias emergentes, nas quais as formas mais institucionais de participação não estão firmemente enraizadas. Por outro lado, algumas redes sociais como o Twitter permitem aos seus usuários atrelarem com maior eficiência suas vidas privadas e políticas, ao tornarem pública a expressão política individual de cada usuário. Desta forma, as redes sociais podem fornecer um cenário ideal para a ação coletiva, o que Bimber et al. (2005, p. 367) definiu, com precisão, como um “conjunto

de processos comunicacionais que envolve o rompimento das fronteiras entre a vida privada e a vida pública”³.

O uso de redes sociais para o engajamento em causas e para a obtenção de informações mobilizadoras

A terceira explicação possível para a relação entre o uso de redes sociais e o comportamento de protesto adota uma visão instrumental sobre os efeitos políticos do uso de redes sociais (XENOS & MOY, 2007). Esta visão postula que este tipo de plataforma possibilita aos usuários que estariam desmobilizados em outras circunstâncias se unirem a causas políticas e sociais, aumentando a probabilidade dessas pessoas permanecerem mobilizadas, tanto on-line quanto off-line. Esta justificativa se foca na possibilidade do encontro de informações que possam provocar a mobilização, a partir da exposição direta a mensagens e a perfis de movimentos sociais, ONGs e outros grupos de interesse, ou por uma exposição incidental. Para várias formas de comportamento de protesto, como se informar sobre o local para participar de uma manifestação de rua, conhecer informações mobilizadoras é essencial.

Lemert (1981) afirma que há três formas de apresentação de informações que provocam mobilização: (a) “identificacional” (nomes e informações de contato que as pessoas ou grupos de cidadãos precisam saber para se engajar em ações políticas), (b) locacional (horários e locais de uma atividade política ou de protesto), e (c) tática (instruções explícitas e implícitas de como os cidadãos podem se envolver).

³ No original: “set of communication processes involving the crossing of boundaries between private and public life”.

As redes sociais nos fornecem locais propícios para encontrar todos esses três tipos de informações mobilizadoras, pelo menos quando as comparamos a outros tipos de mídias. Os veículos de comunicação do *mainstream*, por exemplo, têm uma capacidade limitada para transmitir informações mobilizadoras, já que as instituições jornalísticas consideram que esse tipo de conteúdo viola normas de neutralidade (HOFFMAN, 2006). Os sites especializados na mobilização de cidadãos (por exemplo, *MoveOn.org* e *TakingITGlobal.org*), por outro lado, sofrem com uma tendência à seletividade, pois, em maior parte, apenas aqueles que já possuem a predisposição ou a motivação psicológica para procurar esses sites vão realmente encontrá-los (WOJCIESZAK e MUTZ, 2009; YAMAMOTO, 2006). Já as redes sociais são livres de quaisquer normas de objetividade, e foram construídas visando às conexões entre pessoas, sem fins políticos aparentes.

No entanto, argumenta-se que a mudança do engajamento de causas nas redes sociais para um comportamento de protesto é mais uma possibilidade do que uma realidade. Morozov (2009) alerta sobre o “*slacktivism*” (*slack* ativismo ou ativismo de sofá), relacionado a atividades que não causam nenhum efeito político na vida “real”, mas apenas aumentam o senso de satisfação pessoal dos usuários de redes sociais. O aplicativo *Causes* do Facebook é, talvez, o melhor exemplo desse tipo de ativismo virtual. Mas não é certo assumir que a maioria das pessoas que seguem o Greenpeace no Twitter ou Facebook não participe de manifestações off-line organizadas pelo grupo, sendo mais correto pensar que a presença do Greenpeace nas redes sociais aumenta a possibilidade das informações mobilizadoras serem disseminadas para um maior número de usuários da Internet. E essa informação é fundamental para a participação off-line.

Considerando as três justificativas teóricas discutidas até agora sobre a possível relação entre a frequência de uso das redes sociais e o comportamento de protesto, a segunda hipótese a ser examinada afirma:

Hipótese 2 (H2): O uso das redes sociais para o consumo de notícias, para a expressão de opiniões e para o ativismo vai mediar a relação entre a frequência de uso das redes sociais e o comportamento de protesto.

Metodologia

Os dados reportados neste estudo foram coletados no Chile, um país que em 2011 vivenciou grandes manifestações, que não eram vistas desde os protestos de rua contra a ditadura militar nos anos 1980. O surgimento destas agitações sociais pegou de surpresa não só os políticos locais, mas também observadores internacionais, que até então consideravam o Chile como o grande exemplo de democracia e de crescimento econômico consistente na América Latina (MAINWARING & SCULLY, 2008; TEICHMAN, 2010).

Embora as causas que levaram ao chamado “inverno chileno” sejam discutíveis (ver SEHNBRUCH & DONOSO, 2011), as manifestações foram incomuns, de acordo com vários registros. Elas começaram, primeiramente, em meio a uma performance econômica robusta, com as melhores taxas de desemprego e de crescimento da economia em quase uma década. Em segundo lugar, os protestos tiveram pautas muito diferentes entre si, como meio ambiente, políticas educacionais, e o ritmo dos trabalhos de reconstrução após o terremoto de 2010. Consequentemente, eles uniram – pela primeira vez desde os anos 1980 – um grande número de grupos de interesse, que incluíam estudantes secundaristas e universitários, seus pais,

professores, sindicatos e ambientalistas. Em terceiro lugar, os protestos foram completamente autônomos em relação às duas principais coligações partidárias que governaram o Chile nos últimos 20 anos, a *Concertación* e a coligação conservadora *Alianza*. Para desânimo do governo, os episódios dispersos de violência não alteraram o grande apoio popular aos manifestantes, demonstradas em pesquisas de opinião pela aprovação de dois terços dos cidadãos consultados. E, de forma importante para os objetivos deste estudo, houve uma grande discussão na imprensa sobre o papel das redes sociais para alimentar as agitações sociais, especialmente após o anúncio, em junho de 2011, de que o governo começaria a acompanhar o Facebook e o Twitter “para ouvir o que os cidadãos têm a dizer” (MATAMOROS, 2011).

A discussão sobre o papel das redes sociais em conduzir as agitações sociais no Chile é justificada, por alguma razão, pela popularidade dos sites de redes sociais e outras plataformas da Web 2.0 entre a população local. Embora apenas 60% da população seja usuária ativa de Internet, mais de 90% dos usuários possuem perfis em plataformas sociais, dando ao Chile um dos maiores níveis de penetração das redes sociais no mundo (COMSCORE, 2011). Além disso, tanto movimentos estudantis quanto ambientalistas fizeram uso de estratégias de mídias sociais – com graus de sucesso variados (Manning, 2011). Depois da campanha “Patagônia sem represas”, uma campanha contra o *HidroAysén* – uma política energética que previa a construção de sete usinas hidrelétricas na Patagônia chilena – este projeto foi suspenso. E três meses de manifestações incansáveis em Santiago e outras cidades forçaram o governo a lançar um plano de reformas educacionais que garante novos financiamentos públicos da ordem de quatro bilhões de dólares.

Amostragem

27

Este estudo se baseia em uma pesquisa representativa realizada nas três maiores regiões metropolitanas do Chile (Grande Santiago, Grande Valparaíso e Grande Concepción), que possuem 62,5% da população adulta do país. A pesquisa foi encomendada pela Escola de Jornalismo da Universidade Diego Portales (UDP), e foi aplicada pela *Feedback*, uma empresa especializada em pesquisas de opinião, entre 19 de agosto e 6 de setembro de 2011, em meio aos três maiores protestos estudantis que aconteceram naquele ano em Santiago. Foi realizada uma amostragem multietapas, estratificada por região geográfica. Em cada região, a amostra foi localizada proporcionalmente por municípios, e, em cada município, a amostra foi ainda distribuída por número de blocos. Na última etapa, um adulto elegível de cada domicílio selecionado foi aleatoriamente sorteado para entrevista. Como esta pesquisa é parte de um projeto maior de estudos, que investiga a participação jovem no Chile, além das mil entrevistas iniciais que foram completadas, um *oversample* de 737 adultos, com idades entre 18 e 29 anos, foi incluído no delineamento da pesquisa, dando uma amostra total de 1737 respondentes. Para reduzir possíveis estimativas viciadas, advindas do *oversampling* de jovens adultos, os dados foram ponderados para coincidir com os parâmetros de idade do país, assim como os de sexo e região, usando as projeções populacionais para 2011. A taxa de resposta foi alta, de 80%, muito provavelmente porque a pesquisa foi realizada face a face⁴, e apenas entre residentes urbanos.

⁴ A cópia completa do questionário, que foi desenvolvida pelo autor juntamente com um grupo de pesquisadores da UDP, encontra-se disponível, em espanhol, no site <www.prensaflcl.udp.cl/encuestaperiodismo2011.pdf>.

Variáveis

Comportamento de protesto: Ao contrário de formas mais institucionalizadas de participação política, como o voto e as campanhas eleitorais, o protesto é mais diverso, menos regular e, conseqüentemente, mais difícil de ser mensurado adequadamente. Ele abrange desde a participação em abaixo-assinados até boicotes, incluindo greves brancas e até mesmo atividades violentas. Por esta razão, estudos de protesto baseados em pesquisas de opinião colocam estas atividades em um continuum, com vários graus de legalidade (ver DALTON et al., 2009). No entanto, atividades ilegais de protesto não são frequentes no Chile, o que é consistente com as tendências de ações políticas em outras sociedades democráticas (INGLEHART & CATTERBERG, 2002). Deste modo, o comportamento de protesto foi mensurado a partir de uma pergunta sobre a participação em atividades que representam uma transição entre modos convencionais e não convencionais do comportamento político, assim como técnicas de ação direta, todas estas legais. Mais especificamente, os respondentes foram perguntados sobre o seu engajamento nas seguintes atividades, durante os últimos 12 meses (o não engajamento foi codificado como 0, e o engajamento, como 1): (a) participou de manifestações em público, (b) participou de fóruns e debates políticos, (c) subscreveu petições às autoridades, (d) participou de encontros com autoridades, e (e) enviou cartas à mídia. Subseqüentemente, um índice de protesto foi criado, contando as respostas afirmativas a cada item. A análise, no entanto, também considerou o papel das redes sociais em cada atividade de protesto separadamente. Como Dylko (2010) observa, um índice cumulativo vai extrair a amplitude da participação de um indivíduo, mas pode deturpar o nível ou a intensidade desta participação, portanto, é importante utilizar medições de atividade de protesto que sejam tanto desagregadas quanto agregadas.

Uso geral de redes sociais: Os participantes da pesquisa foram perguntados sobre quão frequente é o uso das seguintes plataformas: Facebook, YouTube, Twitter e Google Plus⁵. As respostas disponíveis eram (a) todos os dias, mais de uma vez por dia; (b) todos os dias, uma vez ao dia; (c) pelo menos três vezes por semana; (d) uma vez por semana; (e) duas ou três vezes ao mês; (f) uma vez por mês, ou menos; e (g) nunca. A frequência de uso de cada uma das plataformas de mídias sociais foi combinada a uma escala aditiva de uso geral de redes sociais, que foi revertida para que os valores mais altos refletissem uma frequência maior de uso (coeficiente α de Cronbach = .70).

Obtenção de notícias por meio das redes sociais: Para mensurar o uso de redes sociais como um canal de acesso a hard news, foi utilizado dois conjuntos de questões. Primeiramente, os respondentes foram questionados, em respostas abertas, quantas horas em um dia de semana eles empregam para assistir, ler ou ouvir notícias nas redes sociais. Uma pergunta similar foi utilizada para capturar o uso das redes sociais pelos respondentes para consumir notícias em um dia de semana típico. Por conta da distribuição assimétrica destas medidas, pontuações maiores que 5 foram reconfiguradas como 5. Então, para criar uma medida semanal, a pontuação para o uso nos dias de semana foi multiplicada por 5, e a pontuação para o uso nos finais de semana foi multiplicada por 2. Estas pontuações ajustadas foram então somadas.

Redes sociais para a expressão de opiniões: Para mensurar a expressão política realizada por meio de redes sociais, os respondentes foram questionados se utilizaram, nos últimos 12 meses, sites de redes

⁵ De acordo com a empresa comScore (2011), os sites Facebook, Twitter e YouTube eram as redes sociais mais populares no Chile na época da realização desta pesquisa, atingindo, respectivamente, 91%, 71% e 14% dos usuários adultos.

sociais para expressar sua opinião sobre questões políticas ou de interesse público. Além disso, eles foram perguntados se haviam utilizado redes sociais para disseminar informações sobre o projeto hidrelétrico HidroAysén e o movimento estudantil. Estes três itens foram então reunidos para formar uma escala única (coeficiente α de Cronbach = .83).

Redes sociais para o ativismo: O uso de plataformas sociais on-line para a participação em causas políticas e cívicas foi uma escala (coeficiente α de Cronbach = .79) da soma das respostas positivas aos tópicos que questionavam se os respondentes haviam (a) se juntado a causas políticas, públicas, ou cidadãs, em redes sociais, nos últimos 12 meses; (b) entrado em grupos ou curtido páginas no Facebook relacionadas ao projeto HidroAysén; e (c) entrado em grupos ou curtido páginas no Facebook relacionadas ao movimento estudantil.

Ressentimentos: Há tempos a insatisfação com o governo tem sido considerada como um importante ingrediente de agitação social e atividade política (BARNES & KAASE, 1979), portanto, vários indicadores de ressentimentos políticos e econômicos foram incluídos nesta análise. A aprovação do governo foi mensurada como o nível de aprovação do presidente pelos respondentes, utilizando-se de três categorias: aprovo, não aprovo nem desaprovo, e desaprovo. O componente afetivo dos ressentimentos políticos foi estimado a partir da raiva política, que pesquisas anteriores afirmam estarem mais diretamente relacionadas à ação política (VALENTINO et al., 2011). Mais especificamente, pediu-se aos respondentes que classificassem, em uma escala de 5 pontos (que vai de “nunca” a “frequentemente”), quão frequentemente o governo os fizeram se sentir “com raiva”, “furioso” e “frustrado”. As respostas foram combinadas em uma escala aditiva (coeficiente α de Cronbach = .83). Utilizando-se de uma escala de 5 pontos, o cenário econômico foi

estimado a partir do nível de concordância com a afirmação “Atualmente eu tenho uma vida mais confortável do que quando eu era criança”. A responsividade do governo foi mensurada a partir de quatro itens sobre o quanto o respondente acredita que suas ações influenciam as decisões feitas pelo presidente, membros do Congresso (senadores e deputados foram medidos de forma separada) e prefeitos. As respostas foram mensuradas em uma escala de 10 pontos, que vai de “nada” a “muito”, e foram combinadas em uma escala aditiva (coeficiente α de Cronbach = .92).

Valores: A influência dos valores políticos e culturais no comportamento de protesto foi operacionalizado utilizando-se de duas variáveis. Para a ideologia, os respondentes foram convidados a se posicionarem em uma escala de 10 pontos, em um espectro variando desde esquerda até direita. Subsequentemente, uma variável fictícia identificando respondentes esquerdistas (isto é, com pontuação entre 4 ou mais) foi criada. Valores pós-materialistas foram avaliados segundo o índice de 12 itens de Inglehart (INGLEHART, 1990: 74-75), no qual três baterias diferentes de questões são feitas, cada uma contendo dois itens materialistas, e dois itens pós-materialistas. Subsequentemente, as respostas foram combinadas em um índice, no qual as respostas pós-materialistas tiveram um peso maior.

Recursos: Os recursos materiais, psicológicos e sociais dos indivíduos têm mostrado estar fortemente associados ao comportamento de protesto (VERBA, SCHLOZMAN e BRADY, 1995). Por muitas vezes, membros de grupos dominantes (por exemplo, homens com ensino superior) são mais propensos a participarem de atividades políticas e de protesto porque teriam mais tempo disponível e mais habilidades comunicacionais e organizacionais. Os indivíduos são mais propensos a serem recrutados por movimentos sociais se eles já são

membros de associações como grupos estudantis, sindicatos, ONGs e organizações profissionais. Além disso, as organizações podem prover um contexto institucional que dá apoio à ação política. Particularmente no contexto do Chile, as manifestações de rua são mais comuns entre jovens cidadãos, especialmente estudantes. Estes conjuntos diversos de recursos políticos foram incluídos nesta pesquisa como controles estatísticos. O sexo do respondente foi codificado de forma “muda”, dando peso maior ao sexo feminino. A idade foi mensurada a partir um nível ordinal de mensuração com 14 categorias, que variam de 18 ou 19 anos até 80 anos ou mais. O nível de escolaridade foi operacionalizado como o maior nível de educação formal completo, utilizando-se de um item com sete categorias, variando desde o ensino fundamental incompleto até a pós-graduação. A participação em grupos cívicos foi um item utilizado para explorar o envolvimento em atividades em associações de bairro, grupos estudantis e sindicatos.

32

Uso de notícias: O consumo de hard news, particularmente notícias em veículos impressos ou on-line, vem sendo considerado como uma predição consistente de várias formas de participação política (NORRIS, 2000; SHAH et al., 2005). Para mensurar o nível de exposição à informação política e aos assuntos de interesse público, os respondentes foram questionados sobre quantas horas eles fazem uso, em um dia de semana típico, de quatro diferentes tipos de mídia: noticiários de TV (tanto na TV aberta quanto a cabo), rádio, jornais (tanto impressos quanto online) e veículos exclusivos da Internet, como portais. As respostas foram codificadas em respostas abertas. Um conjunto similar de questões mensurou o consumo de notícias dos respondentes em um dia típico de fim de semana. Para fazer com que estas medidas sejam comparáveis com o uso de mídia social para notícias, os resultados superiores a 5 foram recodificados como 5.

Discussão política off-line: Acredita-se que as conversações cara a cara sobre política e assuntos de interesse público estão intimamente relacionadas à participação política, incluindo aí o comportamento de protesto (JACOBS, COOK e DELLI CARPINI, 2009). Assim, uma escala aditiva (coeficiente α de Cronbach = .79) de discussão política off-line foi elaborada a partir de itens à parte, que estimam a frequência de conversações políticas com familiares, vizinhos e amigos. Para facilitar as comparações entre as escalas de resposta distintas que foram empregadas, todas as variáveis (com a exceção do índice de protesto) foram normalizadas em uma escala de 0 a 1, isto é, com um valor mínimo de 0 e máximo de 1. As estatísticas descritivas estão disponíveis, em anexo, para consulta.

Análise estatística

33

Para testar a H1 a partir de atos individuais de protesto, uma série de modelos de regressão logística foi estimada, na qual as variáveis que representam os ressentimentos, valores, recursos, uso de notícias e a discussão política foram inseridas de forma simultânea com a variável de uso geral de redes sociais. Ao se considerar o índice agregado de comportamento de protesto, foi estimado tanto um modelo de regressão de Poisson quanto Método dos Mínimos Quadrados (OLS). A regressão de Poisson foi escolhida porque esta é uma ferramenta apropriada de análise estatística para contabilizar resultados, e foi escolhida para suplantiar uma regressão binomial negativa (ou seja, a sobredispersão do índice de protesto foi insignificante; LONG, 1997). A regressão OLS foi apresentada por minimizar os erros de Tipo I na lida com variáveis de contagem dependente (STURMAN, 1999 apud DYDKO, 2010). Além disso, a OLS é o tipo de regressão mais utilizado em pesquisas anteriores sobre a relação entre as tecnologias interativas e a participação política.

Todas essas estimativas foram conduzidas com o uso do software *PASW Statistics 18*.

Para a H2, um modelo de percurso que relaciona as variáveis do uso de redes sociais com o índice de comportamento de protesto foi estimado com o uso do software *Mplus 6.12* (MUTHÉN e MUTHÉN, 1998-2010). Antes de ajustar o modelo aos dados, uma matriz de covariância residual foi criada a partir da regressão de todas as medições do uso de redes sociais e de protesto nas variáveis de controle, também incluindo aí dados demográficos. Isto significa que qualquer variação contabilizada pelo modelo testado deve ser interpretada como estando acima e além da variância já elucidada pelo conjunto de variáveis de controle.

Resultados

34

Preditores do uso de redes sociais

Antes de testar formalmente as hipóteses, foi importante avaliar o pressuposto que indica aumentos recentes na prevalência do uso de redes sociais no Chile. Um modelo de regressão OLS predizendo a frequência de utilização de redes sociais indicou que o uso de notícias on-line, bem como idade e escolaridade, foram grandes preditores deste uso (ver Tabela 1). Em outras palavras, o uso de redes sociais entre a população adulta urbana do Chile não foi aleatório. No entanto, foram escassas as evidências de sobreposição entre aqueles com ressentimentos políticos, que são consumidores de notícias e apóiam valores associados ao comportamento de protesto, e aqueles que utilizam as redes sociais com maior frequência. Este resultado nos sugere que os dados deste estudo permitem uma comparação significativa entre os usuários de redes

sociais que são mais propensos ao protesto e os que utilizam as redes sociais, mas estão menos inclinados a se engajar em comportamentos políticos que desafiem as elites.

Tabela 1 – modelo de regressão OLS predizendo o uso de redes sociais

	OLS <i>b</i>
Raiva	0.04 (0.06)
Cenário econômico	0.03* (0.02)
Aprovação dos atos do governo	-0.01 (0.01)
Responsividade do governo	-0.04* (0.02)
Pós-materialismo	0.02 (0.02)
Ideologia de esquerda	-0.01 (0.01)
Sexo feminino	-0.01 (0.01)
Escolaridade	0.20*** (0.02)
Filiação a grupos cívicos	0.06*** (0.02)
Idade	-0.28*** (0.02)
Notícias televisivas	-0.05 (0.04)
Notícias radiofônicas	-0.05* (0.03)
Jornais	-0.05 (0.04)
Notícias online	0.81*** (0.05)
Discussão política offline	0.05** (0.02)
R ² total	.45
N	1,466

Os valores de entrada são coeficientes de regressão OLS não padronizados (*b*), com os erros-padrão entre parênteses.

* $p \leq .05$. ** $p \leq .01$. *** $p \leq .001$.

Uso de redes sociais e o comportamento de protesto

A primeira hipótese prenuncia um relacionamento positivo entre a frequência de uso de redes sociais e o comportamento de protesto. As estimativas de coeficientes que são mostrados na Tabela 2 oferecem suporte a essa hipótese. Em quatro das cinco atividades de protesto que foram consideradas para este estudo, o uso de redes sociais foi um preditor estatisticamente significativo.

Mantendo outras variáveis constantes, os usuários frequentes de redes sociais se mostraram 11 vezes mais propensos a participar de manifestações de rua do que os não usuários. De maneira similar, os usuários frequentes eram sete vezes mais propensos a expressarem suas demandas às autoridades e nove vezes mais dispostos a fazerem o mesmo aos meios de comunicação de massa. A probabilidade predita de participação em fóruns de cidadania e debates políticos para os usuários frequentes de redes sociais foi três vezes maior do que a probabilidade para usuários casuais ou não usuários. Apenas no caso de petições o uso de redes sociais não foi um preditor estatisticamente significativo.

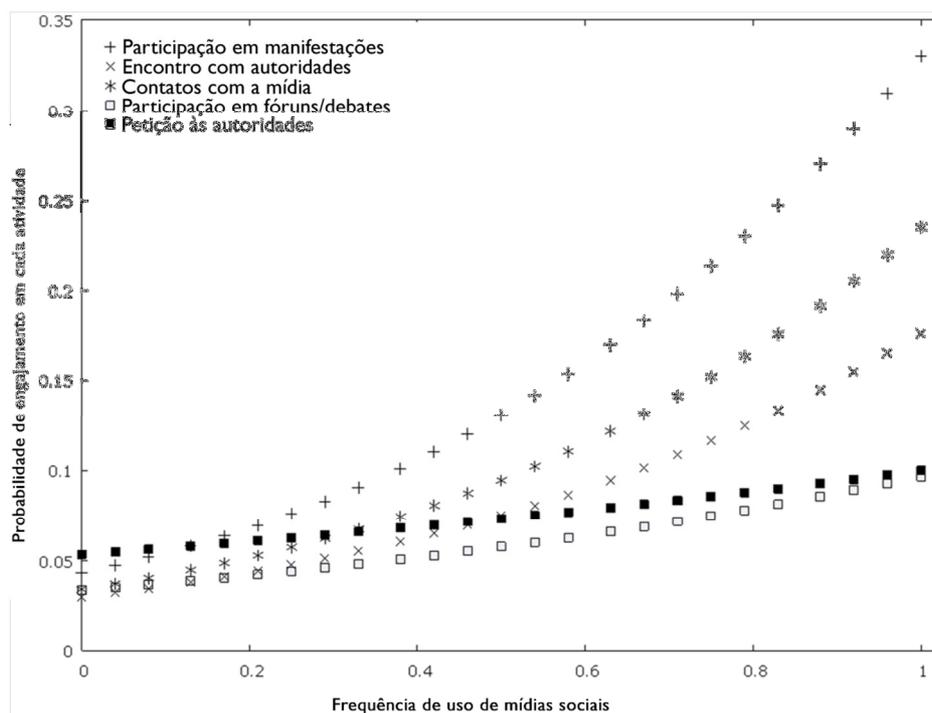
Para facilitar a interpretação substantiva destes relacionamentos para o respondente mais típico, a Figura 1 ilustra a magnitude das associações entre o uso de redes sociais e cada atividade de protesto, mantendo todas as variáveis de controle nas modas médias de suas amostras. Quando a frequência de uso do Facebook, Twitter, YouTube e Google Plus aumenta, a propensão ao engajamento em atividades de protesto também aumenta. Por exemplo, a probabilidade de participação em uma manifestação aumenta de meros 4% a até 33% dentro do espectro do uso de redes sociais. A propensão a entrar em contato com organizações midiáticas aumenta substancialmente, de 3% para não usuários a até 23% para os usuários mais frequentes de redes sociais. E a probabilidade de encontros com autoridades para a discussão de ressentimentos políticos também aumenta significativamente, de 3% para 18%, dentro do espectro de frequência de uso das redes sociais.

TABELA 2. Modelos de regressão logística, de Poisson e Método dos Mínimos Quadrados (OLS) predizendo comportamento de protesto

	Participação em manifestações	Petição às autoridades	Encontro com autoridades	Contatos com a mídia	Participação em fóruns/debates	Índice de comportamento de protesto	
						Pssn b	OLS b
Uso de redes sociais	10.84*** (0.44)	1.96 (0.44)	6.87*** (0.53)	8.60*** (0.50)	3.05* (0.48)	1.17*** (0.18)	0.91*** (0.12)
Raiva	3.88 (1.06)	1.69 (1.20)	0.32 (1.47)	28.59*** (1.27)	0.31 (1.39)	0.67 (0.51)	0.41 (0.24)
Cenário econômico	0.58 (0.31)	0.71 (0.33)	1.18 (0.40)	1.03 (0.38)	0.53 (0.34)	-0.21 (0.13)	-0.20** (0.08)
Aprovação dos atos do governo	0.56 (0.33)	0.48* (0.34)	0.66 (0.37)	2.45** (0.30)	1.93 (0.34)	0.08 (0.15)	-0.05 (0.06)
Responsividade do governo	0.72 (0.33)	3.61*** (0.30)	1.42 (0.37)	0.65 (0.39)	1.11 (0.36)	-0.02 (0.14)	0.19** (0.07)
Pós-materialismo	19.93*** (0.44)	2.39* (0.44)	0.43 (0.53)	0.41 (0.51)	2.87* (0.50)	0.69*** (0.19)	0.32*** (0.10)
Ideologia de esquerda	2.38*** (0.19)	1.40 (0.20)	1.69* (0.23)	1.12 (0.24)	3.01*** (0.23)	0.45*** (0.09)	0.23*** (0.05)
Sexo feminino	1.23 (0.18)	0.64* (0.19)	1.33 (0.23)	0.82 (0.22)	0.69 (0.22)	-0.13 (0.08)	-0.07 (0.04)
Escolaridade	2.41 (0.46)	4.53*** (0.49)	2.97* (0.54)	8.43*** (0.56)	3.37* (0.54)	1.06*** (0.22)	0.38*** (0.10)
Filiação a grupos	10.55*** (0.34)	1.47 (0.35)	31.72*** (0.40)	3.24** (0.41)	5.93*** (0.38)	1.15*** (0.15)	0.98*** (0.09)
Idade	0.15*** (0.46)	0.97 (0.45)	2.59 (0.51)	4.44** (0.49)	0.72 (0.49)	-0.26 (0.21)	0.20* (0.09)
Notícias televisivas	0.15** (0.71)	1.32 (0.69)	1.52 (0.73)	0.08* (0.98)	0.44 (0.78)	-0.55 (0.33)	-0.35* (0.16)
Notícias radiofônicas	0.84 (0.56)	0.84 (0.53)	1.54 (0.59)	0.66 (0.63)	2.57 (0.57)	0.02 (0.23)	-0.06 (0.11)
Jornais	0.48 (0.78)	0.38 (0.75)	5.27* (0.76)	3.71 (0.80)	0.03*** (1.02)	-0.39 (0.36)	-0.14 (0.15)
Notícias online	15.36** (0.95)	74.38*** (0.98)	0.06* (1.34)	58.80*** (0.96)	27.02*** (1.03)	1.94*** (0.37)	1.82*** (0.26)
Discussão política offline	1.66 (0.36)	5.74*** (0.40)	1.92 (0.44)	0.53 (0.43)	3.72** (0.43)	0.68*** (0.18)	0.18* (0.07)
R ² total	.48	.31	.27	.23	.30	.48	.38
N ponderado	1,466	1,466	1,466	1,466	1,464	1,464	1,464

Os valores de entrada são regressões logísticas (razão das chances) para todos os atos de protesto individual, coeficientes de regressão de Poisson para o Pssn b, e coeficientes de regressão OLS não padronizados para o OLS b. Os números em parênteses são os erros-padrão. O R² de Nagelkerke é descrito para todos os modelos logísticos, o pseudo-R² de McFadden é descrito para o modelo de regressão de Poisson, e o R² total é descrito para o modelo de regressão OLS.
* p ≤ .05. **p ≤ .01. ***p ≤ .001.

IMAGEM 1. Uso de mídias sociais e comportamento de protesto.



As linhas de plot das probabilidades previstas foram calculadas a partir das estimativas apresentadas na Tabela 2, definindo todas as variáveis de controle em suas médias amostrais.

38

Então, não é surpreendente que, quando se considera o índice cumulativo de protesto, o uso de redes sociais mostre ser uma variável de predição positiva, significativa – um resultado que foi consistente nas estimativas Poisson e OLS (ver Tabela 2). Várias das variáveis de controle também se mostraram preditoras de atividades de protesto. De forma semelhante em pesquisas anteriores (VERBA et al., 1995), os recursos foram preditores-chave do comportamento de protesto, em particular, a escolaridade e a filiação em grupos cívicos. De maneira geral, os ressentimentos desempenharam um papel menor na motivação de comportamento de protesto, mas o pós-materialismo e a ideologia foram preditores importantes para o engajamento em manifestações de rua e para a participação em fóruns políticos (para uma discussão mais aprofundada deste resultado, ver INGLEHART, 1990). Indivíduos que passam mais tempo lendo notícias on-line foram mais propensos ao engajamento em todas as cinco atividades de protesto avaliadas neste estudo, de

forma parecida com a tendência geral de serem preditores da ação política, que pode encontrada nos meios de informação on-line (BOULIANNE, 2009).

Testando variáveis mediadoras

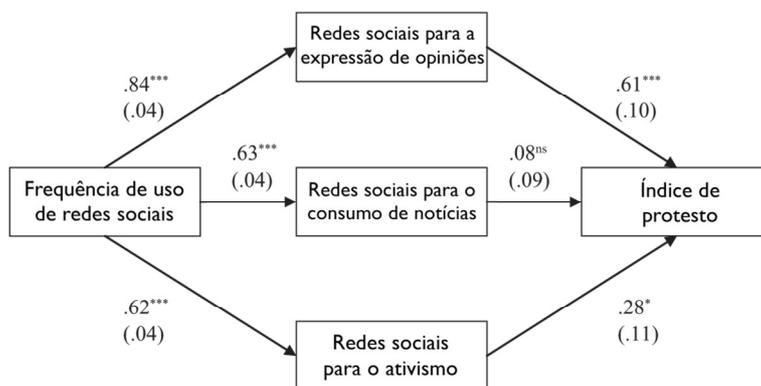
Voltando-se para a H2, a Figura 2 apresenta as estimativas do modelo do percurso que relaciona o uso geral de redes sociais, os usos específicos de redes sociais para o consumo de notícias, a expressão de opiniões e o engajamento em causas, e a participação em protestos, depois de se levar em conta a influência dos dados demográficos e de outras variáveis de controle. De modo geral, os resultados mostram um excelente ajuste para o modelo proposto, $\chi^2(1) = 3.538$, $p = .06$ (raiz quadrada da média do erro de aproximação [RMSEA] = .045, índice de ajuste comparativo [CFI] = .999, índice de Tucker-Lewis [TLI] = .986, raiz padronizada do resíduo médio [SRMR] = .011)⁶. Este resultado sugere que os usos mais específicos de redes sociais ajudam a explicar a relação global entre o uso de redes sociais e o comportamento de protesto, descrito anteriormente.

Conforme esperado, o uso mais frequente de plataformas de mídias sociais foi preditivo de um uso mais frequente das redes sociais para a obtenção de informações, a expressão de opiniões e o engajamento em causas sociais. Por sua vez, a expressão de opiniões e o engajamento em causas sociais por meio das plataformas de mídias sociais foram de forma positiva e significativa associadas com a participação em atividades de protesto. Embora o uso de redes sociais para o consumo de notícias não tenha sido relacionado com o comportamento de protesto, quando todas as outras variáveis foram levadas em conta, as três atividades em redes sociais que foram

⁶ Um bom ajuste de modelo é conseguido com um χ^2 não significativo, um valor de RMSEA menor que .05, valores de TLI e CFI maiores que .90, e um índice SRMR menor que .05 (HOLBERT e STEPHENSON, 2002)

incluídas no modelo mediaram completamente os efeitos do uso geral de redes sociais para o protesto.

IMAGEM 2. Modelo do percurso do comportamento de protesto.



N ponderado = 1,260. As entradas são coeficientes de percurso não padronizados (γ e β), com erros padrão entre parênteses. Os efeitos das variáveis de controle nas variáveis endógenas e exógenas foram residualizados. Os coeficientes de correlação (ψ) entre as variáveis mediadoras foram omitidos da figura para efeitos de apresentação. Estatísticas de ajuste: $\chi^2 = 3.538$, $df = 1$, $p = .06$; RMSEA = .045, CFI = .999, TLI = .986, SRMR = .011.

Este padrão de resultados torna-se mais claro quando se consideram os efeitos totais do uso geral de redes sociais para a participação em protestos, ao se estimar separadamente efeitos diretos e indiretos. Como exibido na Tabela 3, o uso geral de redes sociais influenciou protestos por meio da expressão de opiniões e/ou engajamento em causas, mas não pelo consumo de notícias em plataformas sociais. Deste modo, as evidências fornecidas dão suporte à H2.

TABELA 3. Efeitos indiretos do uso de redes sociais no comportamento de protesto

Efeitos indiretos	<i>b</i>
Uso de redes sociais → redes sociais para notícias → comportamento de protesto	0.05 (0.06)
Uso de redes sociais → uso de redes sociais para a expressão de opiniões → comportamento de protesto	0.51*** (0.09)
Uso de redes sociais → uso de redes sociais para o ativismo → comportamento de protesto	0.17* (0.07)
Efeitos indiretos (uso de redes sociais → comportamento de protesto)	0.73*** (0.07)

As entradas de valores são coeficientes de percurso não padronizados, com erros padrão entre parênteses.

* $p \leq .05$. ** $p \leq .01$. *** $p \leq .001$.

Discussão

41

O objetivo deste estudo era confirmar a relação entre a frequência de uso de redes sociais e a participação em protestos, e testar possíveis processos intervenientes que expliquem a existência dessa relação. Três questões foram examinadas: a obtenção de informações (redes sociais como fonte de notícias), a expressão de opiniões (redes sociais como um espaço de expressão de opiniões políticas) e o ativismo (redes sociais como um espaço para localizar informações mobilizadoras e para o engajamento em causas). Os dados deste estudo foram obtidos por meio de uma pesquisa de opinião com amostra aleatória composta por adultos que moravam em áreas urbanas do Chile durante o “inverno chileno” de 2011, quando manifestações de rua sobre questões educacionais e ambientais deixaram atônita a elite política local.

As análises estatísticas indicam que o uso frequente de redes sociais está positivamente e significativamente ligado ao protesto, mesmo após se levar em conta outras fontes conhecidas deste tipo de ação política (ou seja, ressentimentos, valores, recursos e uso de notícias). A força desse relacionamento pode ser comparada à influência da

escolaridade e da participação em grupos cívicos para desencadear comportamentos políticos que desafiem as elites. No entanto, o uso de redes sociais não parece ser igualmente importante para todas as atividades de protesto em consideração; ele foi mais fortemente preditivo em relação à participação em manifestações de rua e ao contato com a mídia, e não foi relacionado à participação em petições (muito provavelmente porque este tipo de atividade não é comum na política chilena, como é evidenciado pela ausência de websites locais de petição on-line). Assim, o uso de redes sociais parece ser uma ferramenta significativa para certas formas de ativismo, mas este uso não deve ser interpretado como tendo uma mesma influência em todas as formas de ações de protesto disponíveis aos cidadãos. Ao mesmo tempo, estes resultados estão alinhados com a noção de que as plataformas de mídias sociais são uma ferramenta para – mais do que uma causa de (BOND et al., 2012; KROH & NEISS, 2012) – ação política.

42

Este estudo vai além de examinar relações diretas entre o uso de redes sociais, e testa as possíveis atividades que usuários efetuam nestes sites que poderiam explicar o potencial de participação advindo das redes sociais. A análise indica que o uso de redes sociais para a expressão de opiniões e engajamento em causas, mas não para o consumo de notícias, são mecanismos importantes de mediação. Neste sentido, os resultados se mostram consistentes com pesquisas anteriores, que mostram que a discussão política e as informações mobilizadoras podem levar a comportamentos participativos. Estes resultados também indicam que as redes sociais permitem que os usuários entrelacem o seu mundo privado, de família, amigos e vida pessoal, com a esfera pública da política, movimentos sociais e protestos (PAPACHARISSI, 2009). Além disso, o modelo apresentado na Figura 2 também ressalta que as redes sociais podem satisfazer uma variedade de necessidades de comunicação, incluindo práticas

de vigilância e de deliberação. Assim, este argumento se afasta aqui de qualquer suspeita de determinismo tecnológico.

O resultado não esperado para a questão da obtenção de informações merece uma análise mais detalhada. Embora a frequência de uso de redes sociais esteja intimamente relacionada com o acompanhamento de notícias nestas plataformas, esta ação não foi uma preditora significativa de comportamento de protesto. Uma razão para isto pode ser a redundância de conteúdo de *hard news* nas redes sociais, conteúdo este que é também fornecido pelas organizações de mídia do *mainstream*. Deste modo, a partir do controle do uso de notícias em plataformas tradicionais, a variância das atividades de protesto que poderia ser explicada pelo uso de redes sociais para notícias tornou-se insignificante. Uma análise posterior foi conduzida para testar essa possibilidade, com uma nova repetição do modelo de percurso sem os controles para o uso de notícias de TV, jornais, rádio e Internet. Embora o tamanho do coeficiente de percurso do uso de redes sociais para notícias tenha sido maior, ele não atingiu níveis convencionais de relevância estatística. Esse resultado é ainda mais confirmado pela pequena correlação existente entre o uso de redes sociais para notícias e as diferentes medições do uso de notícias. Outra explicação, mais prosaica, está nas idiosincrasias do contexto nacional chileno. Desta forma, futuras pesquisas e comparações com dados de outros países podem ajudar a elucidar melhor esta questão.

43

O que significa estes resultados para a organização de movimentos sociais, para as elites políticas e para a qualidade da democracia? Este estudo sugere que as redes sociais não estão criando novas formas de protesto, mas sim amplificando as formas tradicionais de protesto, como as demonstrações de rua. Em outras palavras, os movimentos sociais que buscam exercer mudanças sociais precisam entender que

os sites de redes sociais e outras plataformas da Web 2.0 podem ajudar os formatos de participação cidadã off-line, em vez de manter esses dois formatos (on-line e off-line) como mundos separados, paralelos, de ativismo. Por sua vez, os governos e partidos políticos devem levar em conta as discussões, informações e outros tipos de conteúdos que estão publicamente disponíveis nas redes sociais, e usá-las como fontes adicionais de conhecimento sobre os sentimentos da opinião pública. Para a qualidade da democracia, as conexões positivas entre o uso de redes sociais e o comportamento de protesto representam tanto uma oportunidade quanto um desafio. Por um lado, as redes sociais parecem reduzir os custos das ações coletivas, e facilitar a criação de massa crítica, o que permite aos cidadãos se organizarem e vocalizarem suas preocupações publicamente. Por outro lado, há o risco de um aumento da desigualdade se a população de usuários das redes sociais for canalizada em direção aos mais tecnologicamente hábeis, e/ou aqueles com maior capital humano, social e econômico. Em países como o Chile, que possui lacunas relevantes no acesso e uso de tecnologias digitais, este risco pode ser preocupante, como a análise reportada na Tabela 1 claramente indica.

44

Apesar das novas perspectivas que este estudo nos traz, a sua análise possui várias limitações. Ao empregar dados de pesquisa de opinião, ela está restrita a relatos de atividades de protesto e uso de redes sociais, o que pode gerar medições imprecisas resultantes de tendências de desejabilidade social. Outra limitação é a própria natureza transversal dos dados empregados, que não aborda adequadamente os problemas endógenos entre as variáveis explicativas e de resultado. Embora esta questão tenha sido abordada de alguma forma, com a utilização de uma série de variáveis de controle, pesquisas futuras empregando dados em painel podem ser necessárias para resolver esse dilema.

Uma terceira limitação é a potencial difusão dentre as diversas atividades em consideração nas redes sociais. Por exemplo, o compartilhamento de um vídeo sobre política no Facebook é uma forma de informação, expressão de opinião ou de ativismo? Se o vídeo contém informações mobilizadoras, ele estaria dentro do uso de redes sociais para o ativismo, de acordo com as definições utilizadas por este estudo corrente. Por outro lado, comentar o vídeo seria um ato de expressão de opiniões. E para aqueles que desconhecem as questões discutidas no vídeo, essa pode ser uma fonte para aquisição de notícias. As pesquisas futuras precisam, desta forma, abordar estas distinções de forma mais aprofundada, seguindo o exemplo de Bimber et al. (2005). Também de forma relacionada a esta questão, o comportamento de protesto é um conceito difícil de lidar.

45

O presente estudo adota a abordagem de Dalton et al. (2009), que decorre do clássico trabalho sobre comportamento de protesto de Barnes e Kaase (1979), mas é provável que, se forem empregadas outra conceitualização e outra operacionalização da participação em protestos, resultados diferentes podem ser obtidos.

Limitações à parte, este estudo oferece uma base inicial para pesquisas sobre o papel das redes sociais e do comportamento de protesto em democracias emergentes, nas quais os protestos têm sido bem-sucedidos para atingir mudanças em políticas públicas. Portanto, as três justificativas desenvolvidas para esta relação entre redes sociais e comportamento de protesto podem ser mais bem elaboradas em estudos separados, com medições mais detalhadas, em um esforço para produzir teorias mais consistentes sobre o impacto político das redes sociais. As próximas pesquisas vão também conjecturar sobre os resultados reportados neste artigo, ao

replicar esta corrente análise em outros países e outros contextos políticos, testando mecanismos adicionais de mediação, e empregando medições mais refinadas de comportamento de protesto.

Anexo

Estatísticas descritivas para as variáveis

	<i>M</i>	<i>SD</i>	Min	Max	Valid cases
Participação em manifestações	0.16	0.37	0.00	1.00	1,737
Petições às autoridades	0.10	0.31	0.00	1.00	1,737
Encontro com autoridades	0.07	0.26	0.00	1.00	1,737
Contato com a mídia	0.07	0.26	0.00	1.00	1,737
Participação em fóruns/debates	0.08	0.28	0.00	1.00	1,735
Índice de protesto	0.49	0.91	0.00	5.00	1,735
Uso de redes sociais	0.18	0.23	0.00	1.00	1,737
Uso de redes sociais para notícias	0.26	0.32	0.00	1.00	1,587
Uso de redes sociais para a expressão de opiniões	0.25	0.37	0.00	1.00	1,510
Uso de redes sociais para ativismo	0.16	0.31	0.00	1.00	1,737
Cenário econômico	0.85	0.27	0.00	1.00	1,729
Aprovação dos atos do governo	0.24	0.39	0.00	1.00	1,737
Raiva	0.13	0.09	0.00	1.00	1,700
Responsividade do governo	0.23	0.28	0.00	1.00	1,737
Pós-materialismo	0.46	0.23	0.00	1.00	1,671
Ideologia de esquerda	0.29	0.45	0.00	1.00	1,737
Sexo feminino	0.52	0.50	0.00	1.00	1,737
Escolaridade	0.47	0.26	0.00	1.00	1,732
Filiação a grupos cívicos	0.18	0.25	0.00	1.00	1,734
Idade	0.40	0.26	0.00	1.00	1,737
Notícias televisivas	0.18	0.15	0.00	1.00	1,609
Notícias radiofônicas	0.14	0.20	0.00	1.00	1,604
Jornais	0.10	0.14	0.00	1.00	1,623
Notícias online	0.05	0.09	0.00	1.00	1,576
Discussões políticas offline	0.50	0.32	0.00	1.00	1,711

Referências

BARNES, S. H.; KAASE, M. (Eds.). *Political action: Mass participation in five Western democracies*. Beverly Hills, CA: Sage, 1979.

BEKKERS, V.; BEUNDERS, H.; EDWARDS, A.; MOODY, R.. New media, micromobilization, and political agenda setting: Crossover effects in political mobilization and media usage. *Information Society*, 27, p. 209-219, 2011. doi:10.1080/01972243.2011.583812

BENNETT, W. L., & SEGERBERG, A. Digital media and the personalization of collective action: Social technology and the organization of protests against the global economic crisis. *Information, Communication & Society*, 14, p. 770-799, 2011. doi:10.1080/1369118X.2011.579141

BERGER, C. R. Interpersonal communication. In: D. W. Stacks & M. B. Salwen (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research*. 2nd ed. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, p. 260-279, 2009.

BIMBER, B.; FLANAGIN, A. J.; STOHL, C. Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment. *Communication Theory*, 15, p.365-388, 2005. doi:10.1111/j.1468-2885.2005.tb00340.x

BOND, R. M.; FARISS, C. J.; JONES, J. J.; KRAMER, A. D.; MARLOW, C.; SETTLE, J. E.; FOWLER, J.H. A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489, p. 295-298, 2012. doi:10.1038/nature11421

BOULIANNE, S. Does Internet use affect engagement? A meta-analysis of research. *Political Communication*, 26, p.193-211, 2009. doi:10.1080/10584600902854363

CHADWICK, A.; HOWARD, P. N. (Eds.). *Routledge handbook of Internet politics*. London, UK: Routledge, 2008.

CHO, J.; SHAH, D. V.; Mcleod, J. M.; MCLEOD, D. M.; SCHOLL, R. M.; GOTLIEB, M. R. Campaigns, reflection, and deliberation: Advancing an O-S-R-O-R model of communication effects. *Communication Theory*, 19, p.66-88, 2009. doi:10.1111/j.1468-2885.2008.01333.x

COMSCORE. *State of the internet with a focus on Chile*. 2011. Disponível em: <http://www.comscore.com/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/State_of_the_Internet_Chile>.

DALTON, R. J.; SICKLE, A. V.; WELDON, S. The individual-institutional nexus of protest behaviour. *British Journal of Political Science*, 40, p.51-73, 2009. doi:10.1017/S000712340999038X

DAVID, C. C. Learning political information from the news: A closer look at the role of motivation. *Journal of Communication*, 59, p. 243-261, 2009. doi:10.1111/j.1460-2466.2009.01414.x

DE BOER, C.; VELTHUIJSEN, A. S. Participation in conversations about the news. *International Journal of Public Opinion Research*, 13, p.140-158. 2001. doi:10.1093/ijpor/13.2.140

DE VREESE, C. H.; BOOMGAARDEN, H. News, political knowledge and participation: The differential effects of news media exposure on political knowledge and participation. *Acta Politica*, 41, p.317-341, 2006. doi:10.1057/palgrave.ap.5500164

DYLKO, I. B. An examination of methodological and theoretical problems arising from the use of political participation indexes in political communication research. *International Journal of Public Opinion Research*, 22, p. 523-534, 2010. doi:10.1093/ijpor/edq032

EARL, J.; KIMPORT, K. *Digitally enabled social change: Activism in the Internet age*. Cambridge, MA: MIT Press, 2011.

EVELAND Jr. , W. P. The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration. *Political Communication*, 21, p.177-193, 2004.

-----; HAYES, A. F.; SHAH, D. V.; KWAK, N. Understanding the relationship between communication and political knowledge: A model comparison approach using panel data. *Political Communication*, 22, p.423-446, 2005.

GILBERT, E.; KARAHALIOS, K. Predicting tie strength with social media. In: *CHI '09: Proceedings of the 27th annual SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*. New York, NY: ACM Press, p. 211-220, 2009.

GIL DE ZÚÑIGA, H.; JUNG, N.; VALENZUELA, S. Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, p.319-336, 2012. doi:10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x

-----, VALENZUELA, S. The mediating path to a stronger citizenship: Online and offline networks, weak ties, and civic engagement. *Communication Research*, 38, p.397-421, 2011. doi:10.1177/0093650210384984

GLADWELL, M. *Small change: Why the revolution will not be tweeted*. New Yorker, p. 42-49, 2010.

HILL, K. A.; HUGHES, J. E. *Cyberpolitics: Citizen activism in the age of the Internet*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 1998.

HOFFMAN, L. H. Is Internet content different after all? A content analysis of mobilizing information in online and print newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83, p.58-76, 2006.

HOLBERT, R. L.; STEPHENSON, M. T. Structural equation modeling in the communication sciences, 1995-2000. *Human Communication Research*, 28, p.531-551, 2002.

HOWARD, P. N.; DUFFY, A.; FREELON, D.; HUSSAIN, M.; MARI, W.; MAZAID, M. *Opening closed regimes: What was the role of social media during the Arab Spring?* Seattle: University of Washington, Project on Information Technology and Political Islam, 2011.

HUCKFELDT, R.; SPRAGUE, J. *Citizens, politics, and social communication: Information and influence in an election campaign*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1995.

HUNTINGTON, S. P. *The third wave: Democratization in the late twentieth century*. Norman: University of Oklahoma Press, 1991.

INGLEHART, R. *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1990.

INGLEHART, R.; CATTERBERG, G. Trends in political action: The developmental trend and the post-honeymoon decline. *International Journal of Comparative Sociology*, 43, p.300-316, 2002. doi:10.1177/002071520204300305

JACOBS, L. R.; COOK, F. L.; DELLI CARPINI, M. X. *Talking together: Public deliberation and political participation in America*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2009.

KATZ, E.; GUREVITCH, M. Utilization of mass communication by the individual. In BLUMLER, J. G.; Katz, E. (Eds.), *The uses of mass communication*. London, UK: Faber, p. 19-32, 1974.

KAYE, B. K.; JOHNSON, T. J. Online and in the know: Uses and gratifications of the Web for political information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46, p.54-71, 2002. doi:10.1207/s15506878jobem4601_4

KROH, M.; NEISS, H. On the causal nature of the relationship between Internet access and political engagement: Evidence from German panel data. In: ANDUIZA, E.; JENSEN, M. J.; JORBA, L. (Eds.). *Digital media and political engagement worldwide: A comparative study*. New York, NY: Cambridge University Press, p. 160-176, 2012.

LAZARUSFELD, P.; BERELSON, B.; GAUDET, H. *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York, NY: Duel, Sloan & Pearce, 1944.

LEMERT, J. B. *Does mass communication change public opinion after all? A new approach to effects analysis*. Chicago, IL: Nelson-Hall, 1981.

LONG, J. S. *Regression models for categorical and limited dependent variables*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.

LOVEJOY, K.; SAXTON, G. D. Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, p.337-353, 2012. doi:10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x

MAINWARING, S.; SCULLY, T. R. Latin America: Eight lessons for governance. *Journal of Democracy*, 19, p.113-127, 2008.

MANNING, K. *In Chile, protesting students tweak tweets to win global support*. Wired. 2011. Disponible em: <<http://www.wired.com/threatlevel/2011/11/chile-students/>>.

MATAMOROS, P. ¿Qué diantres es el “monitoreo”? [What the heck is “monitoring”?]. 2011. Disponible em: <<http://www.matamoros.cl/2011/06/24/%c2%bfque-diantres-es-el-%e2%80%9cmonitoreo%e2%80%9d/>>.

McCaughey, M., & Ayers, M. D. (Eds.). *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*. New York, NY: Routledge, 2003.

McLEOD, D. M. Communicating deviance: The effects of television news coverage of social protest. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39, p. 4-19, 1995.

MOROZOV, E. *The brave new world of slacktivism*. Foreign Policy, 2009. Disponible em: <http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism>.

MUTHÉN, L. K.; MUTHÉN, B. O. (1998-2010). *Mplus user's guide* (6th ed.). Los Angeles, CA: Muthén & Muthén.

NORRIS, P. *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2000.

PAPACHARISSI, Z. *The virtual geographies of social networks: A comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld*. *New Media & Society*, 11, p.199-220, 2009. doi:10.1177/1461444808099577

PAPACHARISSI, Z. (Ed.). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. New York, NY: Routledge, 2010.

PARK, N.; KEE, K. F. VALENZUELA, S. Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. In: *CyberPsychology & Behavior*, 12, p.729-733, 2009. doi:10.1089/cpb.2009.0003

PEARCE, K. E.; KENDZIOR, S. Networked authoritarianism and social media in Azerbaijan. *Journal of Communication*, 62, p.283-298, 2012. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01633.x

PINGREE, R. J. How messages affect their senders: A more general model of message effects and implications for deliberation. *Communication Theory*, 17, p.439-461, 2007. doi:10.1111/j.1468-2885.2007.00306.x

ROJAS, H.; PUIG-I-ABRIL, E. Mobilizers mobilized: Information, expression, mobilization and participation in the digital age. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, p.902-927, 2009. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01475.x

SCHMITT-BECK, R. Interpersonal communication. In: KAID, L. L.; Holtz-Bacha, C. (Eds.), *Encyclopedia of political communication*. v. 1. Thousand Oaks, CA: Sage. p. 341-350, 2008.

SEHNBRUCH, K.; DONOSO, S. Chilean winter of discontent: Are protests here to stay? *Open Democracy*, 2011. Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/kirsten-sehnbruch-sofia-donosochilean-winter-of-discontent-are-protests-here-to-stay>

SHAH, D. V.; CHO, J.; EVELAND Jr., W. P.; KWAK, N. Information and expression in a digital age modeling Internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32, p.531-565, 2005. doi:10.1177/0093650205279209

-----; -----; NAH, S.; GOTLIEB, M. R.; HWANG, H.; LEE, N.-J.; Mcleod, D. M. Campaign ads, online messaging, and participation: Extending the communication mediation model. In: *Journal of Communication*, 57, p. 676-703, 2007. doi:10.1111/j.1460-2466.2007.00363.x

-----; ROJAS, H; Cho, J. Media and civic participation: On understanding and misunderstanding communication effects. In: Bryant, J.; OLIVER, M. B. (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research*. 3.ed., 2009. New York, NY: Routledge. p. 207-227

TEICHMAN, J. Chile: Democracy in a divided polity. In: ISBESTER, K. (Ed.), *The paradox of democracy in Latin America: Ten country studies of division and resilience*. Toronto, Canada: University of Toronto Press, p. 299-324, 2010.

VALENTINO, N. A.; BRADER, T.; GROENENDYK, E. W.; GREGOROWICZ, K.; HUTCHINGS, V. L. Election night's alright for fighting: The role of emotions in political participation. *Journal of Politics*, 73, p.156-170, 2011. doi:10.1017/S0022381610000939

VALENZUELA, S.; ARRIAGADA, A.; SCHERMAN, A. The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile. *Journal of Communication*, 62, p.299-314, 2012. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x

-----; KIM, Y.; GIL DE ZÚÑIGA, H. Social networks that matter: Exploring the role of political discussion for online political participation. *International Journal of Public Opinion Research*, 24, p.163-184, 2012. doi:10.1093/ijpor/edr037

-----; PARK, N.; KEE, K. F. Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, p.875-901, 2009. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x

VAN DE DONK, W.; LOADER, B. D.; NIXON, P. G.; RUCHT, D. (Eds.). *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*. London, UK: Routledge, 2004.

VERBA, S.; SCHLOZMAN, K. L.; BRADY, H. E. *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995.

WOJCIESZAK, M. E.; MUTZ, D. C. Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement? *Journal of Communication*, 59, p.40-56, 2009. doi:10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x

XENOS, M.; MOY, P. Direct and differential effects of the Internet on political and civic engagement. *Journal of Communication*, 57, p. 704-718, 2007. doi:10.1111/j.1460-2466.2007.00364.x

YAMAMOTO, M. Weblogs as agents of political participation: Mobilizing information in weblogs and print newspapers. Paper presented at the annual conference of the Association for Education in Journalism & Mass Communication, San Francisco, CA, Aug. 2006.

YUN, S.; CHANG, W.-Y. Political participation of teenagers in the information era. *Social Science Computer Review*, 29, p.242-249, 2011. doi:10.1177/0894439310363255

ZHANG, W.; JOHNSON, T. J.; SELTZER, T.; BICHARD, S. L. The revolution will be networked. *Social Science Computer Review*, 28, p.75-92, 2010. doi:10.1177/0894439309335162

ZHAO, W.; JIANG, J.; WENG, J.; HE, J.; LIM, E.P.; YAN, H., LI, X. Comparing Twitter and traditional media using topic models advances in information retrieval. *Lecture Notes in Computer Science*, 6611, p.338-349, 2011. doi:10.1007/978-3-642-20161-5_34

52



COMPOLÍTICA
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE PESQUISADORES EM
COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

Presidente: Alessandra Aldé (UERJ)
Vice-Presidente: Luis Felipe Miguel (UnB)
Secretário Executivo: Francisco Jamil Marques (UFC)

Editora-Chefe:
Alessandra Aldé (UERJ)

Editores Executivos:
Edna Miola (UFS) e Viktor Chagas (UFF)

Editores Assistentes:
Eleonora Magalhães (UFF) e Fernanda Sanglard (UERJ)

Revisora: Fernanda Sanglard (UERJ)

<<http://compolitica.org/revista>>

A Revista Compolítica é uma revista eletrônica da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Com periodicidade semestral, sua proposta é difundir a produção acadêmica relacionada às interfaces desses campos de estudo.

Ao citar este artigo, utilize a seguinte referência bibliográfica

VALENZUELA, Sebastián. *Analisando o uso de redes sociais para o comportamento de protesto: o papel da informação, da expressão de opiniões e do ativismo*. In: *Revista Compolítica*, n. 4, vol. 1, ed. janeiro-julho, ano 2014. Rio de Janeiro: Compolítica, 2014.

