



Anais do Encontro Anual
da Rede de Pesquisa em
Governança da Internet
Maio de 2024

VII ENCONTRO DA REDE DE PESQUISA EM GOVERNANÇA DA INTERNET - REDE 2024

FICHA TÉCNICA

ANAIS DA REDE DE PESQUISA EM GOVERNANÇA DA INTERNET-VOL. 7, ISSN 2675-1690

Editores

Diego Vicentin
Hemanuel Jhosé Alves Veras
Maria Vitoria Pereira de Jesus

Autores

Andressa de Bittencourt Siqueira
Ane Carine Meurer
Diná Santana Santos
Elen Nas
Elizabeth Machado Veloso
Henrique S. Xavier
Isabelle Brito Bezerra Mendes
Jeiel de Santana Barbosa
João Araújo Monteiro Neto
Josiane Ribeiro
Kauã Arruda Wioppiold
Lucas Zanotto
Luis Henrique de Menezes Acioly
Luísa Carli de Lacerda
Matheus Fernandes da Silva
Pedro Odebrecht Khauaja
Sérgio Braga
Tatiana Nascimento Heim
Yago Rabelo Daltiba

COMITÊ ORGANIZADOR

Núcleo de Coordenação da Rede de Pesquisa em Governança da Internet

Alexandre Arns Gonzales
Carolina Batista Israel
Diego Vicentin
Fernanda R. Rosa
Hemanuel Jhosé Alves Veras
Kimberly de Aguiar Anastácio
Maria Vitoria Pereira de Jesus
Nathan Paschoalini Ribeiro Batista
Rodolfo Avelino

Comitê Científico

Alexandre Arns Gonzales
Ana Paula Camelo
Carolina Batista Israel
Daniela Araújo
Diego Vicentin
Fernanda R. Rosa
Flávio Rech Wagner
Gills Vilar-Lopes
Jean Ferreira dos Santos
Leonardo Ribeiro da Cruz
Maria Mónica Arroyo
Martha Mourão Kanashiro
Rafael Evangelista
Raquel Gatto

Rodolfo Avelino
Sergio Marcos de Ávila Negri
Rodrigo Firmino

Moderadores

Daniela Araújo
Diego Vicentin
Hemanuel Jhosé Alves Veras
Laura Conde Tresca

Debatedores

Diná Santana Santos
Elen Nas
Elizabeth Machado Veloso
Henrique S. Xavier
Jeiel de Santana Barbosa
Josiane Ribeiro
Kauã Arruda Wioppiold
Lucas Zanotto
Luísa Carli de Lacerda
Matheus Fernandes da Silva
Pedro Odebrecht Khauaja
Sérgio Braga
Tatiana Nascimento Heim
Yago Rabelo Daltiba

O VII Encontro da Rede de Pesquisa em Governança da Internet e a publicação dos Anais resultantes deste encontro receberam apoio de: Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br, Internet Society - Capítulo Brasil e do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), através de recursos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)



Internet Society
Capítulo Brasil





O PERFIL DE USO DA WEB NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS

HENRIQUE S. XAVIER

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
CONTEXTO E OBJETIVOS.....	5
TRABALHOS ANTERIORES	6
DADOS UTILIZADOS.....	7
CARACTERÍSTICAS DOS DADOS BRUTOS	7
PREPARAÇÃO DOS DADOS	8
ANÁLISE DE CONFIABILIDADE DOS DADOS.....	11
PLATAFORMAS MAIS UTILIZADAS.....	12
DECLARAÇÃO DE PLATAFORMAS POR SEGMENTO DE CANDIDATURAS	16
POR IDADE.....	17
VALOR DOS BENS DECLARADOS.....	18
QUANTIDADE DE VOTOS OBTIDOS	21
COR/RAÇA	22
GÊNERO	24
ORIENTAÇÃO SEXUAL.....	25
ESCOLARIDADE	26
CARGO PRETENDIDO	27
CONCLUSÕES	28
REFERÊNCIAS	30



O PERFIL DE USO DA WEB NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS

Henrique S. Xavier¹

RESUMO

Realizamos uma análise estatística dos dados abertos do Tribunal Superior Eleitoral do Brasil (TSE) sobre o uso da Web feito pelas candidaturas a cargos eletivos nas eleições brasileiras de 2020 e 2022, a fim de compreender como esse uso se relaciona com o perfil das candidaturas. Primeiro, verificamos que 30% das candidaturas que não declararam nenhuma rede social têm, na verdade, ao menos uma. A análise aponta que essa omissão é, em parte, causada por uma falta de empenho no provimento de informações. Em seguida, identificamos os meios mais utilizados na promoção das candidaturas na Web: as redes sociais Instagram e Facebook. Por fim, verificamos que a declaração de uso da Web pelas candidaturas é tipicamente menos comum entre grupos sociais minorizados e entre candidatos com características associadas a menor status social. O padrão nos dados sugere que o uso da Web decorre de um número reduzido de variáveis latentes, tais como classe social ou qualidade da estrutura de campanha.

PALAVRAS-CHAVE

Eleições; Web; Candidatos; Campanhas eleitorais; Redes sociais

ABSTRACT

We performed a statistical analysis of the open data from the Superior Electoral Court of Brazil (TSE) on the use of the Web by candidates in the 2020 and 2022 Brazilian elections in order to understand which platforms are used by which candidates. Firstly, we verified that 30% of the candidates that did not declare any social network are actually present in at least one. The analysis suggests that this omission is partly caused by a lack of effort in providing information. Next, we identified the most used media on the Web for promoting candidates: instagram and facebook. Finally, we verified that the declaration of Web usage by candidates is typically less common among minority social groups and among candidates with characteristics associated with lower social

¹ Mestre e Doutor em Física pela Universidade de São Paulo, pesquisador e especialista em projetos Web do Centro de Estudo sobre Tecnologias Web (Ceweb.br) do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br). Contato: contato@henriquexavier.net.

status. The patterns in the data suggest that the use of the Web stems from a reduced number of latent variables such as social class or quality of campaign structure.

KEY WORDS

Elections; Web; Candidates; Electoral campaigns; Social networks

INTRODUÇÃO

Contexto e objetivos

A Web tornou-se um elemento importantíssimo em grande parte das atividades humanas e isso não foi diferente com o processo eleitoral para cargos políticos de diversos países. Um dos primeiros casos mais conhecidos foi a arrecadação de fundos e organização de voluntários pela campanha presidencial de Howard Dean, nos Estados Unidos, em 2003 (HINDMAN, 2005), seguido pela campanha eleitoral de Ségolène Royal na França, em 2006 (ANDERSON, 2006), e pela de Barack Obama em 2008 (SMITH, 2009). Em 2016, houve o uso de dados do Facebook durante a eleição de Trump em 2016, associado ao escândalo da Cambridge Analytica (REHMAN, 2019).

No Brasil, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) permite que candidaturas, ao se registrarem, informem suas páginas web e redes sociais desde, no mínimo, 2014.² Para a sociedade brasileira como um todo, a importância da Web no processo eleitoral ganhou mais destaque em 2018, com a eleição de Jair Bolsonaro (MUNDIM; VASCONCELLOS; OKADO, 2023). Em 2020, o TSE passou a divulgar em formato aberto, as redes sociais declaradas pelas candidaturas (TSE, 2020).

Nos dias atuais, as redes sociais, junto com os aplicativos de mensageria privada, são os maiores protagonistas online das campanhas eleitorais. As primeiras guardam especial relação com a Web, sendo tipicamente acessadas via navegadores. Vale lembrar, entretanto, que, mesmo suas versões em aplicativos de celular fazem uso de tecnologias web, tais como o protocolo HTTP. Esse protocolo, inclusive, é utilizado de maneira auxiliar pelo mensageiro Whatsapp (CRESSLER, 2021).

Visando auxiliar na compreensão do papel da Web nas eleições brasileiras, principalmente quanto a quais plataformas são utilizadas e quais perfis de candidatos, realizamos uma análise exploratória dos dados de uso das redes sociais por todas as candidaturas das eleições de 2020 e 2022. As eleições de 2020 são municipais e

² E.g.: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/candidato/2014/680/SC/240000000224>

incluem os cargos de prefeito e vereador, enquanto que as eleições de 2022 são denominadas gerais e incluem os cargos de presidente, senador, governador e deputados estadual, distrital e federal. Nossos objetivos com este trabalho são:

1. estimar o grau com que as informações prestadas ao TSE realmente refletem o uso das plataformas pelas candidaturas;
2. identificar as plataformas web mais utilizadas pelas campanhas eleitorais e;
3. compreender como a declaração e o uso das plataformas se relacionam com outras características das candidaturas.

Este é um trabalho perscrutório, que esperamos servir de subsídio para investigações posteriores. Todos os dados, códigos e análises produzidas são disponibilizadas em formato aberto em nosso repositório.³

Trabalhos anteriores

Identificamos estudos similares a este na literatura. Entretanto, não encontramos análises abrangentes e gerais das candidaturas brasileiras, que tenham relacionado o uso da Web com o perfil dessas candidaturas.

Um estudo estadunidense de 2009 verificou a relação entre o uso do Facebook e de *websites* por candidatos à Câmara dos Representantes dos Estados Unidos, nas eleições de 2006 e 2008 e diversas variáveis. Entre outras conclusões, destacamos as de que o uso do Facebook crescia mais rápido que o uso de *websites* entre as campanhas, e que candidatos com mais verba, com um eleitorado mais escolarizado e do Partido Democrata, estavam associados a um uso maior da rede social (WILLIAMS; GULATI, 2009).

Uma dissertação de mestrado da Universidade Federal de Sergipe analisou as candidaturas de 2018 à sua Assembléia Legislativa quanto ao uso de *websites* e de quatro redes sociais (BARBOSA, 2019), concluindo que a vitória eleitoral está fortemente relacionada com uma maior exposição nas redes, que as candidaturas que não usam redes sociais são, majoritariamente, negras, de menor renda e escolaridade, e que o número de seguidores está principalmente associado à existência de mandatos anteriores.

³ <https://github.com/cewebbr/violentometro>

DADOS UTILIZADOS

Características dos dados brutos

Os dados utilizados neste trabalho foram obtidos da página de dados abertos do TSE (TSE, 2020; TSE, 2022). São eles: os dados de registro das candidaturas (arquivo com prefixo “consulta_cand”); os dados de declaração de bens das candidaturas (de prefixo “bem_candidato”); as redes sociais declaradas pelas candidaturas (de prefixo “rede_social_candidato”); o perfil do eleitorado em cada seção (de prefixo “perfil_eleitorado”); a quantidade de votos obtidos pelas candidaturas (de prefixo “votacao_candidato_mun_zona”).

Para melhor compreendermos o significado das informações disponíveis sobre as candidaturas, examinamos o seu processo de coleta, que é realizado através do programa de computador Candex (TSE, 2022b). Tanto a inspeção do programa, quanto a leitura do seu manual (TSE, 2020b) ressaltam que a declaração das redes sociais não é obrigatória. Além disso, o processo de registro das candidaturas e fornecimento dos dados não precisa ser feito diretamente pelo candidato ou candidata. Ele pode ser feito pelo partido de maneira mais centralizada, e em lotes. Essas características fazem com que os dados sobre o uso de redes sociais pelas candidaturas sejam incompletos, isto é, elas não necessariamente declaram todas as redes sociais utilizadas - e podem, inclusive, não declarar nenhuma. Algo semelhante ocorre com os dados de bens dos candidatos e candidatas.

Outras características dos dados de redes sociais das candidaturas são que:

- cada candidatura pode informar múltiplas redes, inclusive, múltiplos perfis numa única plataforma (e.g. o candidato a vice-prefeito em 2020 Dr. Romulo Quehen declarou páginas no Facebook para diferentes bairros: fb.com/curitibaportao, fb.com/bairrofazendinha, fb.com/bairronovomundo);
- essas informações podem constar agregadas num único campo (e.g. várias URLs separadas por espaços, e.g.: “www.instagram.com/ferrazjoamarcelo/ <https://www.facebook.com/breguelo.g>”) ou separadas em linhas distintas da tabela de dados (cada linha corresponde, em princípio, a uma combinação candidato-URL);
- o conceito de rede social não é bem definido entre as candidaturas, de maneira que, por vezes, são também informados websites, emails, números de Whatsapp e Telegram, agregadores de links, entre muitos outros;

- uma mesma rede social pode ser referenciada por URLs distintas (e.g. www.facebook.com, m.facebook.com, web.facebook.com, fb.com, www.facebook.com.br);
- não existe validação dos dados fornecidos, portanto, as URLs informadas podem estar com grafia errada (e.g. [istagam](#), [faceboock](#), [tweet](#));
- embora espera-se que sejam informadas URLs, em alguns casos os dados apresentam o nome de uma rede social seguido de um nome de usuário (e.g. “Face: Nelson Meireles”, “Instagram: @_eduardamilena”), e em outros casos, apenas os nomes de usuários (e.g. “@thaisefreirepvmacau”, “Nany do Condominio”, “pagina ‘ciro fontoura’”, “Aldemir_Ramos_”) e;
- esses problemas podem estar combinados, tais como múltiplas redes num mesmo campo, sem URL (apenas o nome da rede) e escrito com grafia errada.

Essas peculiaridades dos dados podem ser, em grande parte, resolvidas com um processamento adequado, ao contrário da incompletude mencionada no parágrafo anterior.

Por fim, também utilizamos a lista de candidaturas que se registraram voluntariamente na plataforma VoteLGBT (VOTELGBT, 2022) como forma de identificar sua orientação sexual, pois o TSE não coleta essa informação. Esse processo serve para construir uma amostra pura, porém incompleta de candidaturas LGBTs, visto que apenas parte delas se registram. Além disso, seu complemento e i.e. candidaturas não registradas só pode ser considerado uma amostra aproximada de candidaturas heterossexuais cisgênero, dado que, certamente, incluem LGBTs não catalogadas pela plataforma, ainda que estas sejam minoria.

Preparação dos dados

Conforme mencionado na seção anterior, os dados brutos fornecidos pelo TSE apresentam as redes sociais das candidaturas escritas de diferentes formas e, às vezes, múltiplas redes são informadas num mesmo campo. Para identificarmos as redes mencionadas em cada linha, utilizamos uma expressão regular (regex)⁴ para cada plataforma encontrada, com maior frequência nos dados. Essas expressões regulares foram construídas para abarcar a grande maioria das grafias e variações observadas para se referir a cada plataforma e são disponibilizadas em nosso repositório.

⁴ Para maiores informações, favor consultar o site: <http://rexegg.com/>

Foram construídas expressões regulares para as plataformas apresentadas no Quadro 1. A classificação por categoria não é única e foi escolhida apenas como forma de agrupar tipos similares. Além das plataformas que efetivamente são redes sociais, destacam-se as de publicação de conteúdo e de financiamento coletivo, além de aplicativos de mensageria e agregadores de links. Algumas candidaturas declararam páginas pessoais feitas em plataformas dedicadas, como a Wix, mas a maioria dessas páginas web pessoais possuem domínios próprios e parecem ser independentes de plataformas específicas. Também notamos a presença de redes sociais que ressaltam como diferencial a ausência de moderação de conteúdo, mais populares entre candidaturas de extrema direita: Gettr, Parler e Patriabook (GOLDSTEIN, 2019; LIMA, 2021; RUEDIGER *et. al.*, 2021; SAAD-FILHO; BOFFO, 2021; SPAGNUOLO *et. al.*, 2021).

Quadro 1. Plataformas e serviços utilizados pelos candidatos e declarados ao TSE

Plataforma	Categoria
badoo	Rede social
facebook	Rede social
gettr	Rede social
instagram	Rede social
kwai	Rede social
linkedin	Rede social
parler	Rede social
patriabook	Rede social
scoob	Rede social
twitter	Rede social
email	Messengeria
messenger	Messengeria
signal	Messengeria
skype	Messengeria
snapchat	Messengeria
telegram	Messengeria
whatsapp	Messengeria
apoia.org	Financiamento coletivo
campanhadobem	Financiamento coletivo
democratize	Financiamento coletivo
queroapoar	Financiamento coletivo
vaquinhaeleitoral	Financiamento coletivo
votolegal	Financiamento coletivo
anchor	Música/Podcasts
castbox	Música/Podcasts

deezer	Música/Podcasts
soundcloud	Música/Podcasts
spotify	Música/Podcasts
periscope	Videos
tiktok	Videos
twitch	Videos
youtube	Videos
blogspot	Blog
medium	Blog
tumblr	Blog
flickr	Imagens
pinterest	Imagens
wix	Páginas
wordpress	Páginas
abre.bio	Agregador de links
beacons	Agregador de links
biolinky	Agregador de links
campsite	Agregador de links
flow.page	Agregador de links
linklist	Agregador de links
linktree	Agregador de links
lkt	Agregador de links
grindr	Relacionamentos
tinder	Relacionamentos
drive	Armazenamento
issuu	Armazenamento
bit.ly	Encurtador de links
cutt.ly	Encurtador de links
essentjus	Outros
lattes	Outros
telefone	Outros
tse	Outros

Fonte: Elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2020a; TSE, 2022a).

À tabela fornecida pelo TSE, com as URLs das candidaturas apresentadas na coluna DS_URL, adicionamos uma coluna booleana para cada plataforma do Quadro 1, que indica se a expressão regular associada foi identificada no campo DS_URL. Dessa forma, múltiplas plataformas são identificáveis em cada linha do quadro do TSE.

Além dessas colunas, criamos mais três, denominadas “website”, “arroba” e “usuario”, que seguem um processo de preenchimento um pouco diferente. A primeira se refere a páginas independentes de plataformas, e.g. www.progressistas.org.br e www.samuelpereira.com.br, e também recebe um valor positivo caso a expressão re-

gular associada a um endereço de site seja identificada, mas apenas se aplica aos casos nos quais o campo DS_URL não tenha se adequadado a nenhuma das expressões regulares associadas às plataformas. A segunda coluna se refere a casos nos quais apenas um nome de usuário, começando com @, é mencionado. Seu preenchimento é feito com a mesma estratégia da coluna anterior. Por fim, todas as instâncias que não ativaram nenhuma das expressões regulares anteriores são associadas à coluna “usuario”, pois esses casos são, tipicamente, nomes de usuários sem arroba e sem referência a qualquer plataforma (e.g. “kelly cardoso” e “anapaulachagas”).

ANÁLISE DE CONFIABILIDADE DOS DADOS

As redes sociais das candidaturas não precisam ser obrigatoriamente declaradas. Para estimarmos o quanto as declarações são representativas da real utilização das redes, realizamos uma busca no Google por 100 candidaturas selecionadas aleatoriamente, dentre as que não declararam rede alguma em 2022 (que chamamos de “não-declarantes”) e anotamos o nome da primeira rede descoberta, se existente. Encontramos 13 candidaturas com perfil no Facebook, 13 com perfil no Instagram e 3 com *websites* pessoais, totalizando 29 candidaturas com redes sociais não declaradas. Esse registro, incluindo o nome das primeiras redes sociais encontradas para as 29 candidaturas mencionadas, são disponibilizadas junto com o restante do trabalho.⁵ Não realizamos coleta similar para as candidaturas de 2020 pois, além de custosa, a estimativa poderia não ser fiel ao uso das redes, dado que *sites* e perfis poderiam ter sido apagados dois anos após o período eleitoral.

Por construção, o número de candidaturas com redes sociais dentre as 100 não-declarantes sorteadas segue uma distribuição binomial. A partir dela e do Teorema de Bayes⁶, podemos estimar a densidade de probabilidade *a posteriori* $p(f_{pop}|n_{obs})$ da fração das não-declarantes que possuem redes sociais, f_{pop} :

$$p(f_{pop}|n_{obs})df_{pop} = \frac{p(f_{pop}) \cdot P(n_{obs}|f_{pop})}{P(n_{obs})} df_{pop} \quad (1)$$

onde $P(n_{obs}|f_{pop})$ é a função de massa da distribuição binomial de 100 tentativas, n_{obs} sucessos e probabilidade de sucesso de cada tentativa f_{pop} . Para a densidade de

⁵ https://raw.githubusercontent.com/cewebbr/violentometro/main/dados/processados/candidatos_sem_redes_declaradas_2022.csv

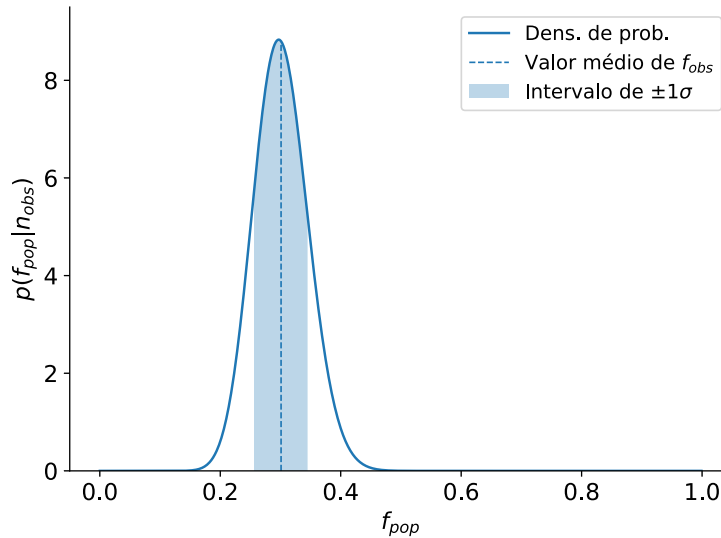
⁶ Para maiores informações, favor consultar a página web: https://pt.wikipedia.org/wiki/Teorema_de_Bayes

probabilidade *a priori* (prior) $p(f_{pop})$, adotamos uma distribuição triangular de domínio entre 0 e 1 e com moda em 0,7. $P(n_{obs})$ é definido através do vínculo:

$$\int_0^1 p(f_{pop}|n_{obs})df_{pop} = 1. \quad (2)$$

A Fig. 1 mostra que cerca de 30% das não-declarantes em 2022, na realidade possuem, redes sociais, ou seja: os dados declarados não podem ser considerados um retrato exato do uso das redes por candidatos e candidatas. Por outro lado, seguramente, a maioria das não-declarantes - e provavelmente dois terços delas - de fato não possuem redes sociais. As declarações, portanto, ainda trazem informação a respeito do real uso das redes, embora com distorções significativas. Entendemos que elas podem ser utilizadas para compreendermos esse campo apenas a grosso modo, sem permitir o esclarecimento de detalhes menores.

Figura 1. Densidade de probabilidade de f_{pop} .



Fonte: elaboração própria a partir de dados coletados pelo autor.

PLATAFORMAS MAIS UTILIZADAS

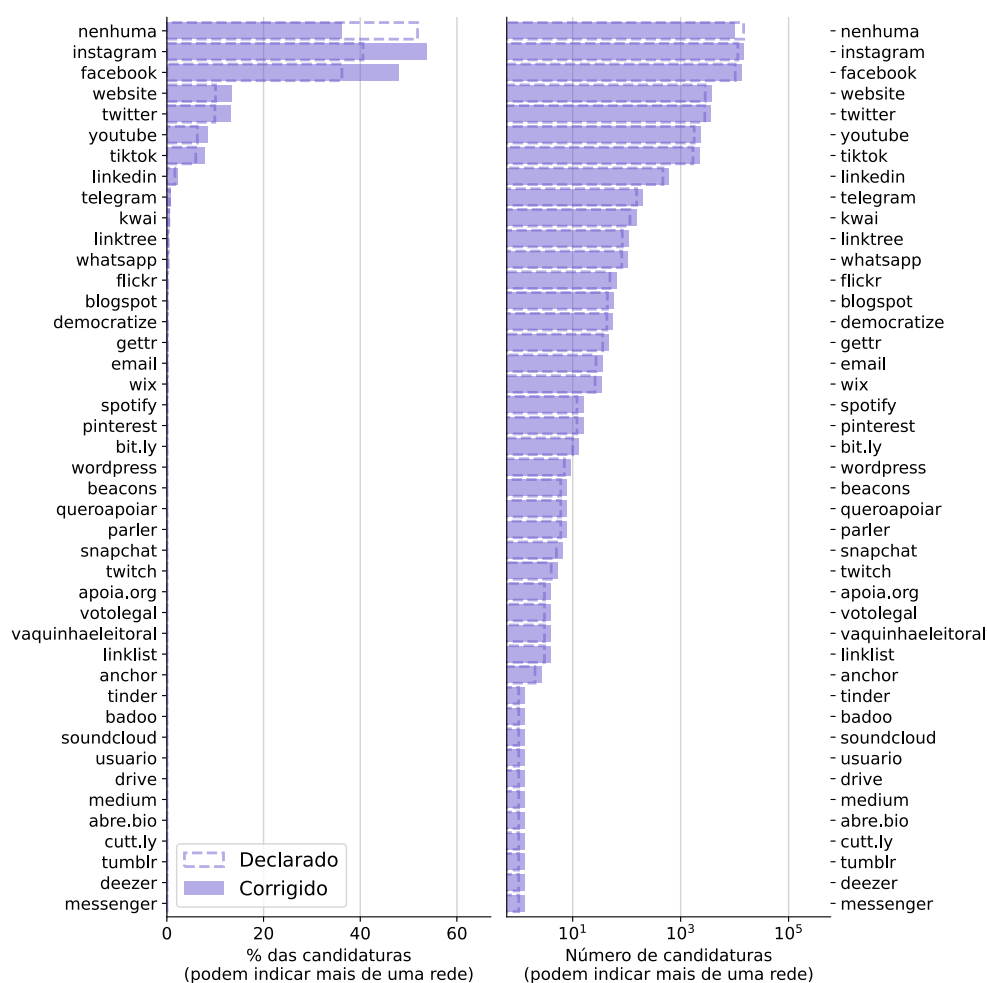
O uso das plataformas nas campanhas eleitorais de 2022, de acordo com o declarado ao TSE, é apresentado na Fig. 2. Seus painéis esquerdo e direito mostram, respectivamente, a porcentagem e número absoluto de candidaturas das eleições gerais de 2022, que declararam utilizar cada plataforma (barras com contorno tracejado, sem preenchimento) e que estimamos, de fato, usarem cada plataforma (barras com preenchimento em azul), com base na fração estimada de não-declaran-

tes que, na realidade, possuem perfis em plataformas. O gráfico da direita está em escala logarítmica.

Para produzir as barras com preenchimento em azul, o número de candidaturas sem plataformas (apresentado na barra de rótulo “nenhuma”) foi reduzido em 30%. Para compensar essa redução, as demais barras foram incrementadas em 30% cada, mantendo a proporção entre elas. A hipótese por trás dessa metodologia é que o padrão de utilização das plataformas (i.e. as plataformas mais populares) é, aproximadamente, igual entre declarantes e não-declarantes. Lembramos que, cada candidatura pode declarar usar mais de uma plataforma.

Além da hipótese assumida poder não ser válida, é sabido que, mesmo entre as declarantes de redes sociais, existem candidaturas que possuem perfis em múltiplas plataformas mas declararam apenas uma (e.g. a candidata Tabata Amaral, que declarou apenas o Instagram mas também possui perfis no Facebook, Twitter, Youtube e Tiktok). Portanto, a declaração de uso de cada uma das plataformas também pode estar incompleta entre os que declararam alguma plataforma, o que levaria a distorções nas suas proporções de uso. Consideramos razoável supor que, qualquer distorção do tipo, não levaria a uma variação maior na estimativa de uso que a observada para não-declarantes, isto é, esse tipo de distorção não deve reduzir o número de candidaturas usuárias de uma determinada plataforma, em mais de 30%. Concluimos, que a Fig. 2 pode diferenciar a real utilização de duas plataformas, se a razão entre seus números de declarantes for superior a um fator de aproximadamente 1,3.

Figura 2. Plataformas web utilizadas pelas candidaturas de 2022.



Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

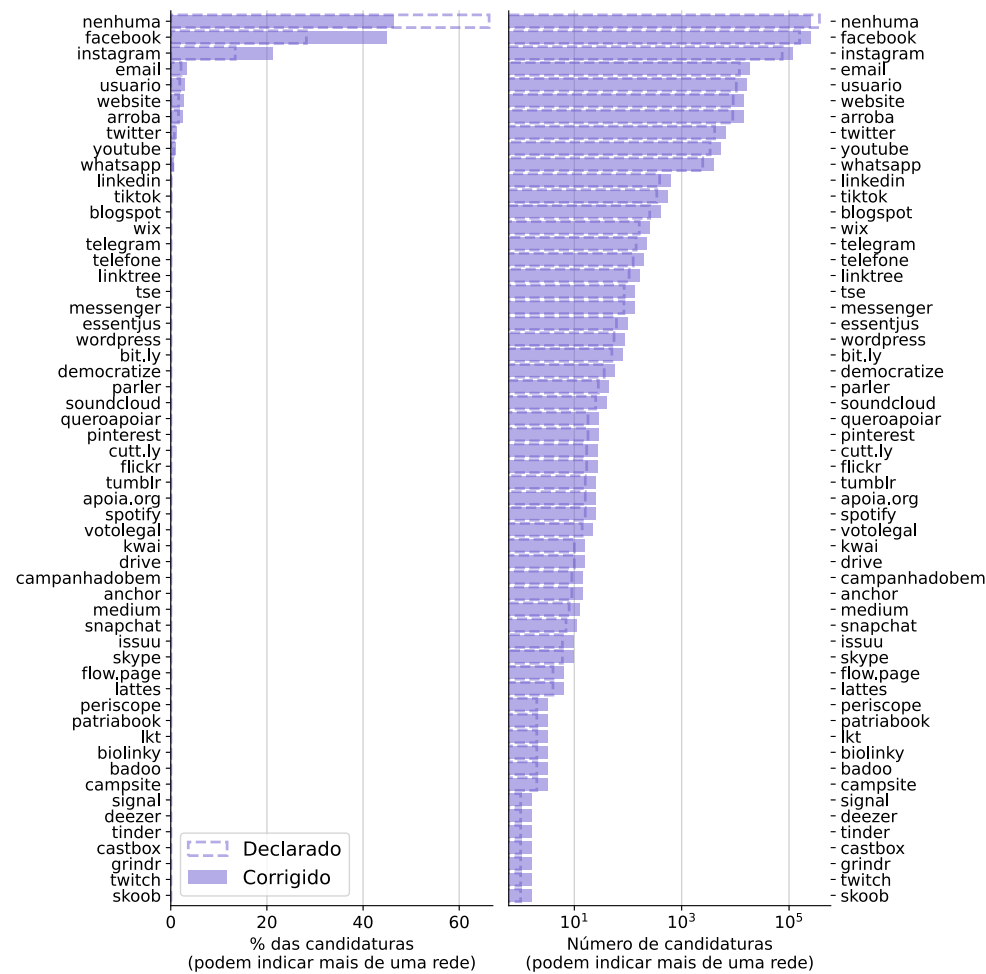
Dito isso, notamos que o número de candidaturas que, de fato, não utilizam nenhuma plataforma ainda é substancial: 36%. Numa ordem de grandeza semelhante, aparecem as redes sociais Instagram e Facebook, com uso estimado em 54% e 48% das candidaturas, respectivamente. Em seguida, em um outro “batalhão”, em nível significativamente mais baixo, aparecem as plataformas Twitter, Youtube e Tiktok e os *websites* independentes, com 13%, 8%, 8% e 13% das candidaturas, respectivamente. A taxa de declaração segue decaindo de maneira quase exponencial para as plataformas seguintes.

A mesma análise foi feita para as candidaturas municipais de 2020 (veja a Fig. 3). Nesse caso, questões práticas impediram que estimássemos a fração de não-declarantes com redes sociais, a partir de uma amostra desses mesmos dados. Portanto,

utilizamos a fração estimada pela amostra de não-declarantes de 2022. Isso torna o uso aferido menos preciso, embora provavelmente, mais próximo da realidade do que o uso declarado ao TSE.

Em comparação com 2022, as declarações de 2020 apresentam algumas similaridades: as não-declarantes também são maioria, seguidas das redes Facebook e Instagram; e a declaração de *websites* independentes e de perfis no Youtube e Twitter também superam as demais plataformas. Por outro lado, a quantidade de não-declarantes supera 60%, a declaração das plataformas Youtube, Twitter e Tiktok tem menos peso. Outras respostas também aparecem entre as mais frequentes: endereços de *email* e nomes de usuário, com ou sem arroba.

Figura 3. Plataformas web utilizadas pelas candidaturas de 2020.



Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2020a).

A maior frequência de declarações de *emails* e nomes de usuários em 2020 indicam maior confusão com o tipo de informação solicitada por esse campo, no ato de registro das candidaturas. As explicações desse fato podem ser múltiplas: candidaturas municipais, especialmente em municípios pequenos, podem ser menos dependentes de redes sociais e ter menos familiaridade com esse tipo de ferramenta; em 2022, o sistema de registro de candidaturas Candex passou a exigir que o campo de redes sociais fosse preenchido com um texto que comece com “http://”; e durante o intervalo de tempo de dois anos entre as duas eleições as candidatas e candidatos podem ter modificado seus hábitos.

DECLARAÇÃO DE PLATAFORMAS POR SEGMENTO DE CANDIDATURAS

Nesta seção, verificamos como que a fração de candidaturas que declaram possuir perfil em cada plataforma varia de acordo com características da candidatura. Nessa análise, a correção aplicada na seção anterior, referente às redes sociais não declaradas, não foi utilizada, uma vez que ela não alteraria a dependência inferida com características das candidaturas. Nas relações apresentadas, é importante lembrar que elas podem ser devidas tanto ao uso quanto a declarações diferenciadas. Pela forma típica de registro das candidaturas, declarações diferenciadas podem decorrer tanto por ação da candidatura em si quanto por ação do partido.

Para termos uma ideia, se diferenças observadas nas frações de declarações são significativas, adotamos a seguinte metodologia:

1. Assumimos que o número de declarações de uso n_{uso} de uma dada plataforma por um subgrupo de N_{grupo} candidaturas segue uma distribuição binomial de N_{grupo} tentativas, n_{uso} sucessos e uma probabilidade de sucesso f_{uso} , que representa a fração de candidaturas, que declarariam usar a plataforma em questão, no caso de uma hipotética amostragem infinita de candidaturas com as mesmas características do sub-grupo.

2. Utilizamos essa distribuição e um *prior* triangular de moda dada pela taxa de declaração da plataforma, no conjunto completo de candidaturas, para calcular a distribuição de probabilidade *a posteriori* para f_{uso} . A utilização do mesmo *prior* para todos os subgrupos é uma abordagem conservadora, pois dificulta o surgimento de diferenças entre eles.

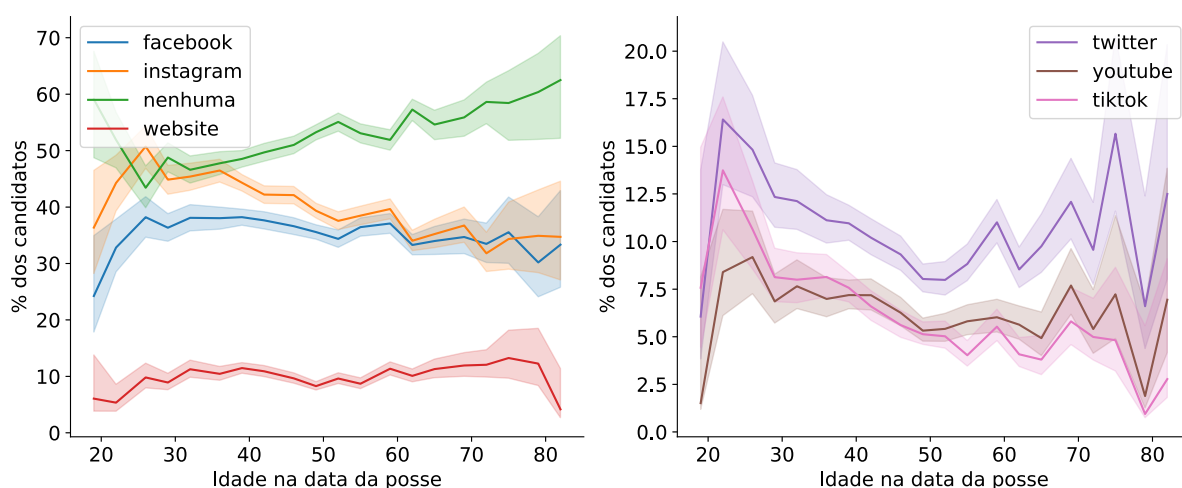
3. A margem de incerteza para a fração do subgrupo que declara usar uma dada plataforma foi definida como o intervalo entre o 5º e o 95º percentil da distribuição a posteriori.

Os resultados obtidos para as candidaturas de 2020 e de 2022 seguem, basicamente, os mesmos padrões. Por esse motivo, os apresentados a seguir são apenas os de 2022, a menos que explicitados de outra forma. De qualquer maneira, os resultados completos encontram-se em nosso repositório.

Por Idade

A Fig. 4 mostra a relação entre a idade dos candidatos e candidatas e o uso das seis primeiras plataformas apresentadas na Fig. 2, além da fração que não declarou nenhuma rede social. O painel esquerdo apresenta os dados para as plataformas Facebook e Instagram, além das candidaturas que não declararam nenhuma plataforma e que declararam *websites* independentes. O painel direito mostra os dados para o Twitter, Youtube e Tiktok. As bandas claras ao redor das linhas indicam a margem de incerteza descrita anteriormente. As candidaturas foram divididas em 20 subgrupos de faixa etária de igual largura, sendo que as faixas mais jovens e mais velhas incluem idades das poucas candidaturas que extrapolaram o intervalo de 18 a 84 anos. As pontas direita e esquerda das linhas são, tipicamente, mais ruidosas, além de apresentarem margens de incerteza maiores. Isso reflete o menor número de candidaturas presentes nesses subgrupos.

Figura 4. Fração das candidaturas que declaram cada plataforma, de acordo com a faixa etária.



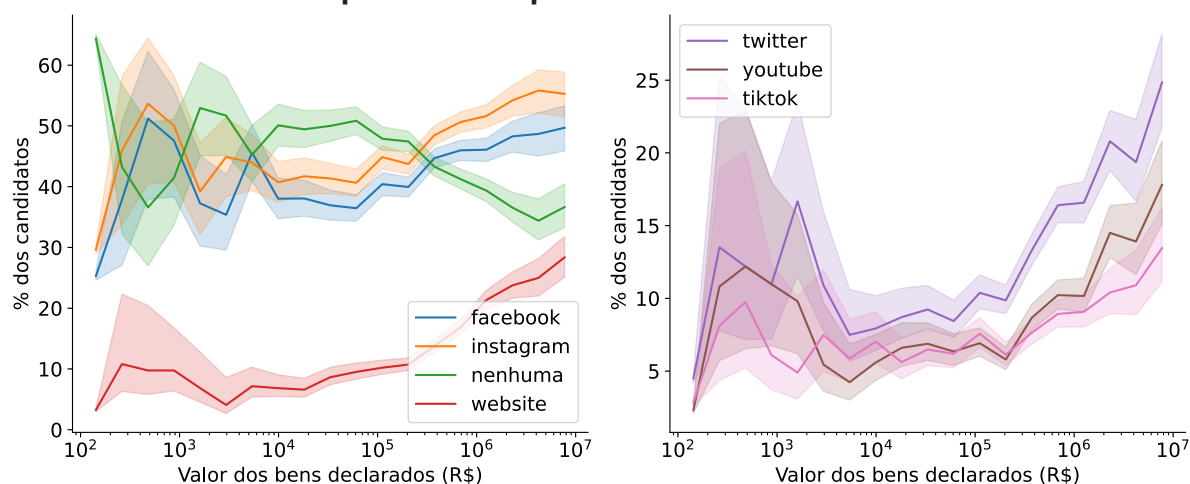
Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

De maneira geral, notamos uma maior taxa de declaração de plataformas entre os mais jovens. Essa diferença, evidenciada pela inclinação das curvas, aparece mais forte para as plataformas Instagram e Tiktok, justamente as plataformas mais recentes. O Instagram foi lançado em 2010 e o Tiktok, em 2016. Por outro lado, o uso de *websites* independentes, que são a primeira forma de publicação de conteúdo na Web, quase apresenta uma tendência oposta. Essas observações são condizentes com o maior letramento digital das gerações mais novas e de sua maior familiaridade com plataformas recentes. Mesmo que as tendências não reflitam diferenças no uso das plataformas, elas devem refletir a importância relativa das plataformas para as candidaturas, que podem escolher declarar uma em detrimento de outra. Consideramos improvável que ações do partido possam gerar as diferenças apresentadas na Fig. 4.

Valor dos bens declarados

A Fig. 5 mostra a fração de declarações de uso das plataformas pelas candidaturas em diferentes faixas de valores de bens declarados (o eixo horizontal está em escala logarítmica). A faixa mais baixa inclui uma grande quantidade de candidaturas que não declararam bem algum. Com exceção dessa faixa, que apresenta menos declarações de redes sociais, notamos uma certa estabilidade, dentro das margens de incerteza dessa fração, até um patrimônio declarado de, aproximadamente, R\$ 50 mil (embora pareça existir uma ligeira alta de declaração de algumas redes sociais para patrimônios declarados baixos). Do valor de R\$ 50 mil em diante, vemos um crescimento na declaração de uso de todas as plataformas.

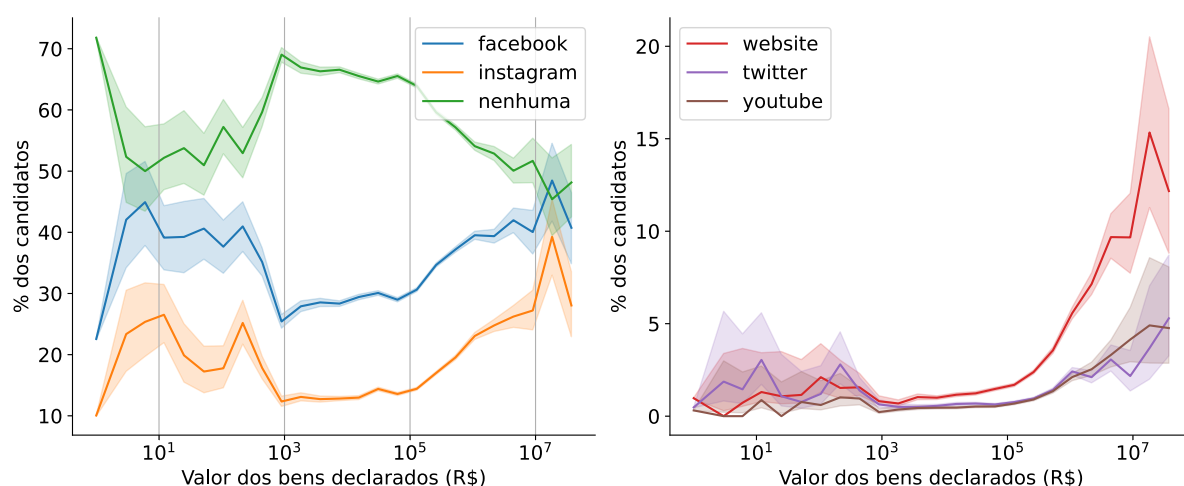
Figura 5. Fração das candidaturas que declaram cada plataforma, por faixa de patrimônio declarado.



Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

A alta na declaração de redes sociais para candidaturas com pouco (mas algum) patrimônio declarado é bem mais evidente entre as candidaturas municipais de 2020 (veja a Fig. 6). A explicação desse fenômeno parece ser a diligência do candidato ou candidata no ato de registro da candidatura, que pode se empenhar mais ou menos no fornecimento de informações opcionais e abertas, que são o caso de suas redes sociais e de seus bens.

Figura 6. Mesmo que Figura 5, mas para candidaturas de 2020.



Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2020a).

O painel esquerdo da Fig. 6 mostra que candidatos que não declararam nenhum patrimônio⁷ (ponta esquerda das linhas do gráfico) têm um nível de declaração de plataformas semelhante ao de candidatos com declarações próximas a mil reais, que conjecturamos ser, em grande parte, declarações *pro forma*. Candidaturas com patrimônio entre essas duas se preocuparam em declarar patrimônios muito baixos, e isso pode indicar uma tendência dessas candidaturas ao fornecimento de informações mais detalhadas em geral, o que explicaria a maior frequência de redes sociais declaradas entre elas. Notamos que a diferença de cerca de 20 pontos percentuais (p.p.) na declaração de redes, observada entre candidatos sem bens declarados e com bens declarados de baixo valor, é coerente com nossa estimativa de omissão de plataformas, de 30%.

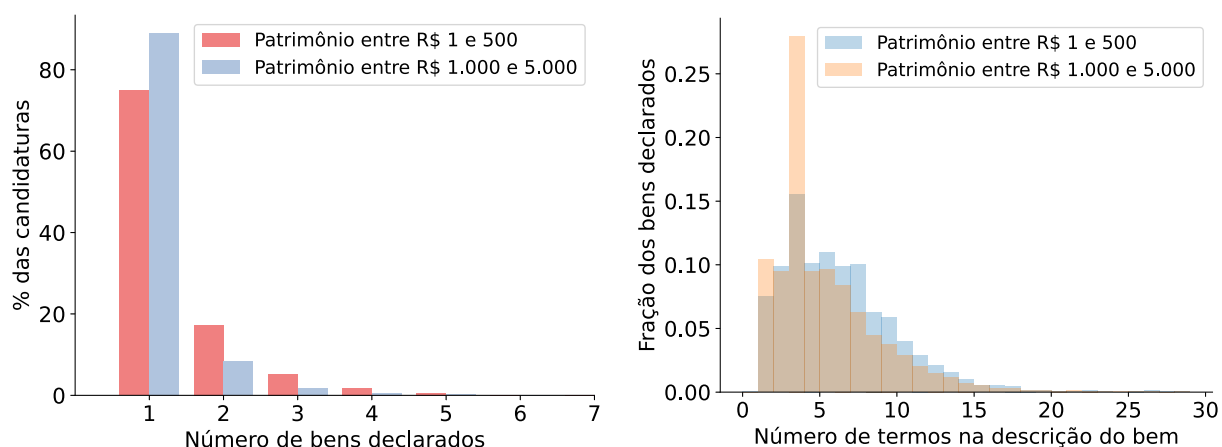
⁷ A falta de declaração de patrimônio pode significar, além de poucas posses, menor preocupação com o fornecimento de informações ao TSE. Esta última é, provavelmente, o grande diferencial entre essas candidaturas e as que declaram baixos patrimônios, de menos de mil reais.

Nossa hipótese de que candidaturas que declaram patrimônios inferiores a mil reais são mais cuidadosas com a burocracia do TSE, pode ser testada através das descrições fornecidas dos bens. O grau de detalhe dessas descrições (indicativo de maior zelo) pode ser quantificado a partir: da quantidade de bens declarados (quanto mais bens declarados, maior o detalhe); da quantidade de palavras utilizadas em cada descrição (quanto mais palavras, maior o detalhe); e da variedade do vocabulário empregado (quanto maior o vocabulário, mais detalhada a descrição é).

A Fig. 7 compara as declarações de bens de candidaturas com patrimônio informado na faixa de R\$ 1 a 500 e na faixa de R\$ 1.000 a 5.000. No painel esquerdo, a comparação é feita entre as distribuições de candidaturas por número de bens declarados. Já no painel direito, a comparação é feita entre as distribuições dos bens por número de palavras utilizadas na sua descrição. Neste último painel, os dois histogramas são translúcidos e estão sobrepostos.

O painel esquerdo da Fig. 7 revela que candidaturas com declaração total entre R\$ 1.000 e 5.000 tendem a informar menos bens que candidaturas com total entre R\$ 1 e 500. Já o painel direito aponta que as descrições de bens das primeiras candidaturas tendem a utilizar menos palavras que as descrições das últimas. Além disso, os 3.162 bens comunicados pelas candidaturas na faixa patrimonial mais baixa utilizam um vocabulário de 3.456 termos distintos nas suas descrições, enquanto que amostras de mesmo número de bens, sorteadas das candidaturas na outra faixa, utilizam, no máximo, 2.872 termos distintos. Assim, concluímos que o zelo com o fornecimento de informações explica o fenômeno em questão. Como veremos, esse fenômeno também aparece relacionado a outras informações de caráter voluntário.

Figura 7. Comparação entre declarações de bens nas faixas de R\$ 1 a 500 e R\$ 1.000 a 5.000.



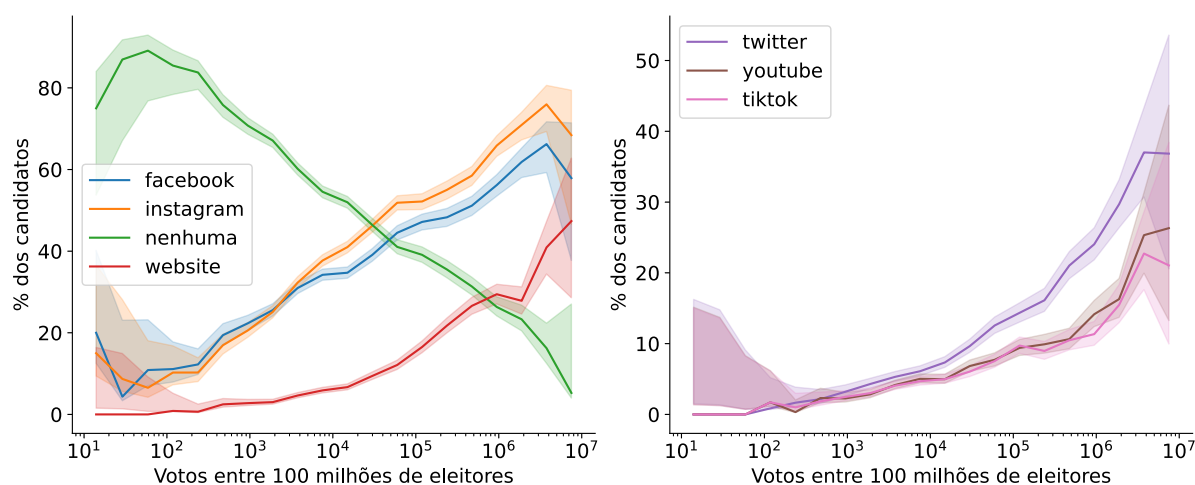
Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2020a).

Já em relação ao patrimônio real (e não apenas em relação ao patrimônio tal qual declarado), entendemos que os bens dos candidatos, diretamente, não afetam a probabilidade deles usarem ou declararem o uso de redes sociais ou *websites*. Portanto, consideramos mais plausível que os bens sejam um *proxy* para características passíveis de afetar o uso de plataformas, como a classe social e a capacidade de construir uma estrutura de campanha.

Quantidade de Votos Obtidos

A relação entre a declaração de uso das redes sociais e a quantidade de votos posteriormente obtidos é a mais bem definida, conforme vemos na Fig. 8. Para diminuirmos a interferência de outros fatores na apreciação dessa relação, normalizamos a quantidade de votos obtidos para um mesmo tamanho de colégio eleitoral e consideramos apenas as candidaturas a cargos proporcionais (deputados federais, estaduais e distritais), para que a distribuição de votos seja mais parecida entre as diversas candidaturas, uma vez que candidaturas majoritárias tendem a receber uma fração muito maior dos votos do que as proporcionais. De qualquer maneira, os resultados obtidos sem a aplicação dessas técnicas é bastante similar.

Figura 8. Fração das candidaturas que declaram cada plataforma, por quantidade normalizada de votos.



Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

Candidaturas que receberam mais votos tenderam a declarar mais o uso de redes sociais do que as candidaturas que receberam menos votos, assim como no caso das variáveis anteriores. Isso acontece com todas as plataformas. Essa relação pode ser consequência de um efeito direto das redes sociais no resultado do pleito, o que mostraria a sua importância para a obtenção de votos, mas também pode ser consequência de variáveis de confusão, ou seja, variáveis que afetam diretamente tanto o uso de redes sociais, quanto a quantidade de votos obtidos, como, por exemplo, a estrutura de campanha.

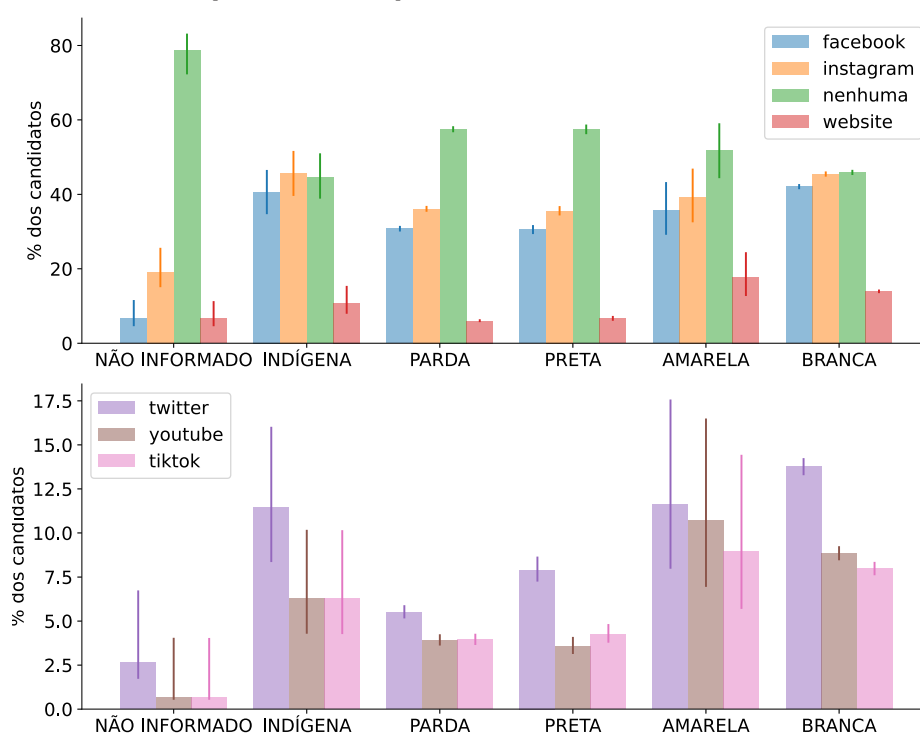
A Fig. 8 também parece indicar que a quantidade de votos obtidos têm uma relação mais forte com a declaração de *websites* independentes do que com outras plataformas. Observamos um cenário semelhante quando comparamos o Instagram com o Facebook e o Twitter com o Youtube: a primeira plataforma de cada comparação apresenta uma relação mais forte com a quantidade de votos obtidos do que a segunda.

Cor/Raça

A declaração de uso de redes sociais também foi analisada em subgrupos categóricos, como cor/raça da candidatura. A Fig. 9 apresenta as frações das candidaturas que declararam usar cada plataforma/serviço (cor da barra) em função da cor/raça do candidato declarada ao TSE. As barras de erro (linhas verticais na ponta superior

de cada barra) representam as margens de incerteza calculadas com a metodologia apresentada no início desta seção. A figura mostra que a categoria que menos declara redes sociais é a que também não informa a cor/raça. Esse tipo de padrão é o mesmo da declaração de bens (Fig. 5 e Fig. 6), o que indica uma certa displicência geral com o registro de informações por parte de algumas candidaturas.

Figura 9. Fração das candidaturas que declaram cada plataforma, por cor/raça declarada.



Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

Dentre as candidaturas que declararam cor/raça, notamos que as brancas apresentam uma fração maior que as pardas e pretas, em todas as plataformas. Interessantemente, o mesmo não ocorre com as candidaturas declaradas indígenas⁸. Essas apresentam um nível de declaração semelhante às candidaturas brancas, dentro da margem de incerteza. No Brasil, o atributo cor/raça está bastante ligado à classe social dos indivíduos. Esta, por sua vez, pode ter influência sobre a estrutura e organização da campanha, que pode afetar tanto o uso das redes quanto a sua adequada declaração ao TSE.

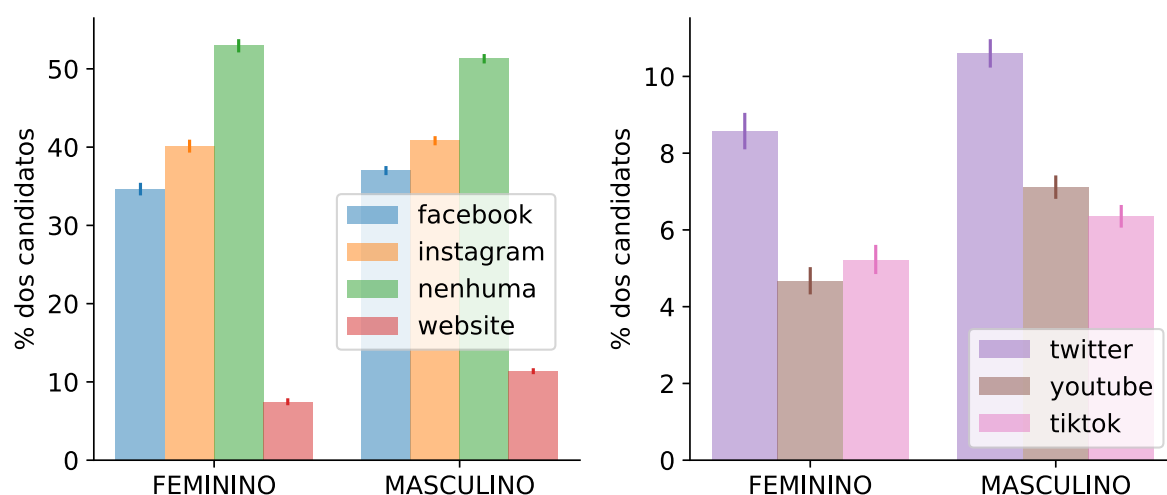
⁸ Isso não é verdade para os dados de 2020. Naquelas eleições, as candidaturas indígenas foram, entre as que declaram cor/raça, as que menos declararam redes sociais.

Outro aspecto interessante da Fig. 9 é que, embora próximo da margem de incerteza, a preferência entre as plataformas Youtube e Tiktok parece se inverter para as candidaturas brancas em relação às candidaturas pretas. Entre as primeiras, o Youtube aparece ligeiramente à frente, enquanto que, entre as últimas, é o Tiktok. Esse tipo de mudança de comportamento é raro nos dados analisados. Tipicamente, a ordem de frequência de declaração das plataformas não se altera entre os diferentes subgrupos de candidaturas.

Gênero

A Fig. 10 mostra como a declaração de uso das redes sociais depende do gênero da candidatura. As diferenças, embora estatisticamente significativas, são bem menores que as observadas para as outras dimensões: a declaração de plataformas, em geral, é apenas 1,7 p.p. maior entre candidaturas masculinas. Apesar disso, podemos ressaltar que as candidaturas masculinas se destacam na declaração de *websites* independentes, com 3,9 p.p. a mais (11,4% contra 7,4%), e de perfis no Youtube, com 2,5 p.p. a mais (7,1% contra 4,6%). Aqui, a ordem de preferência entre Youtube e Tiktok chega a se inverter.

Figura 10. Fração das candidaturas que declaram cada plataforma, por gênero.



Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

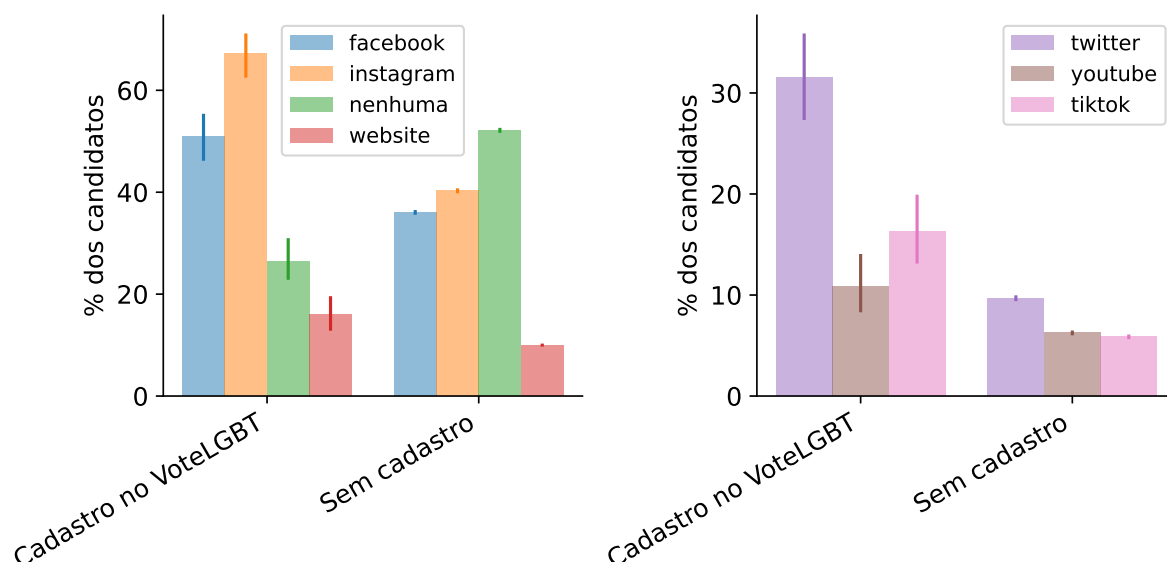
Embora possam existir fatores sociais que produzam uma vinculação direta entre gênero e uso ou declaração de redes sociais, as diferenças observadas também podem ser causadas por condicionantes que fazem uma intermediação entre essas duas variáveis. Por exemplo, candidaturas do gênero feminino podem ser direcionadas

a cargos com menos estrutura (e.g. não majoritários), conforme veremos adiante. Também observamos uma relação entre uso de redes e cargos pretendidos.

Orientação Sexual

A análise da relação entre orientação sexual e o uso de redes sociais nas campanhas eleitorais fica, infelizmente, severamente comprometida pela forma como essas informações foram coletadas. Conforme observado nos casos dos bens declarados e da cor/raça, a omissão de informações opcionais em diversos campos parece estar correlacionada entre si pelo cuidado que as candidaturas têm com tarefas burocráticas. Logo, pelo fato do registro das candidaturas na plataforma VoteLGBT ser opcional, esperamos que as candidaturas registradas tenham declarado, em média, mais uso de redes sociais que as não registradas. A Fig. 11 confirma essa expectativa ao expor que todas as redes sociais (e os *websites* independentes) aparecem com mais frequência nas declarações de candidaturas cadastradas no VoteLGBT.

Figura 11. Fração das candidaturas que declaram cada plataforma, por presença na plataforma VoteLGBT.



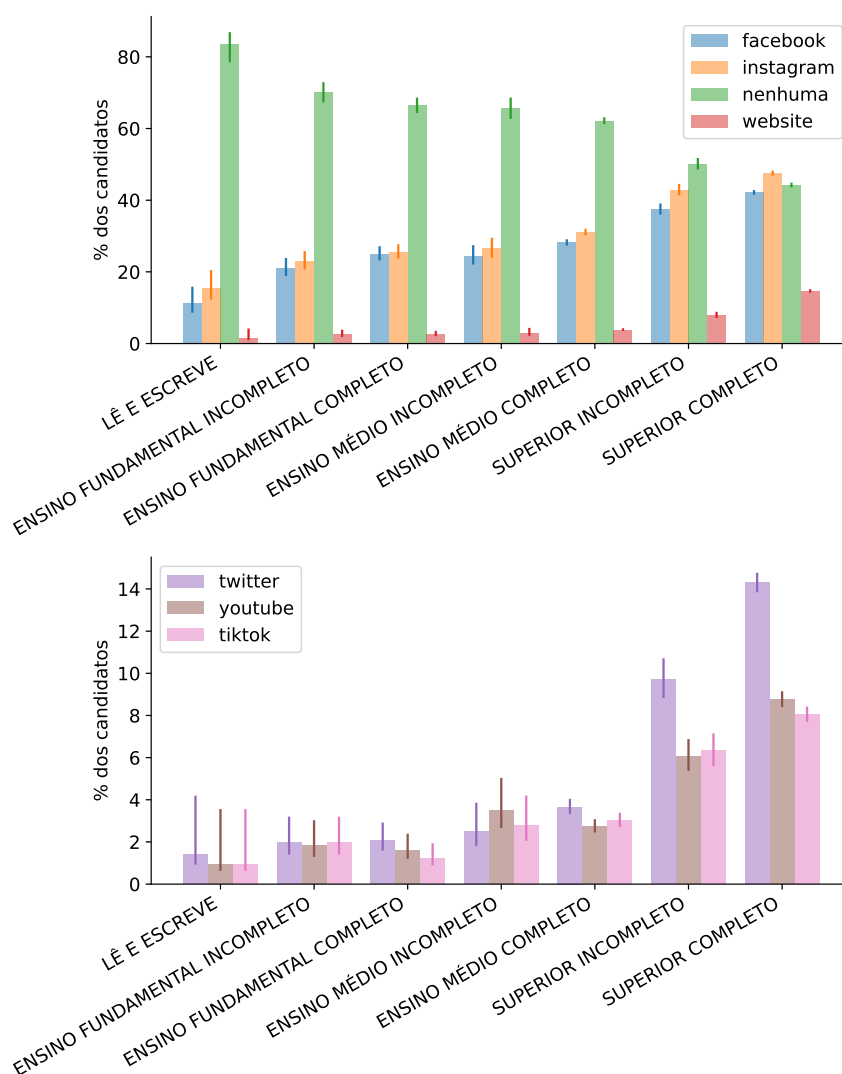
Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

Um outro aspecto notável é que, assim como com candidaturas pretas e femininas, o TikTok ultrapassa o Youtube em frequência de declaração entre as candidaturas cadastradas no VoteLGBT. Essa recorrência de padrão pode indicar uma sobreposição desses grupos sociais ou, de maneira mais interessante, uma preferência de grupos minorizados pelo TikTok em relação ao Youtube.

Escolaridade

Embora categórica, a escolaridade do candidato ou candidata é uma variável ordenada. De maneira condizente, ela exibe uma relação monotônica com a declaração de uso das redes sociais: quanto maior a escolaridade, maior a fração de candidaturas que declaram usar redes sociais (veja a Fig. 12).

Figura 12. Fração das candidaturas que declaram cada plataforma, por escolaridade.



Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

Assim, como na maioria das tendências anteriores, o crescimento na declaração com a escolaridade, tipicamente, mantém a estratificação entre as diferentes plataformas. Dentro das margens de incerteza, a ordem de preferência não se altera quando analisamos níveis de escolaridade diferentes. Um caso interessante que não

se adequa perfeitamente a essa regra é a do Twitter, que parte de uma igualdade com o Youtube e Tiktok para uma significativa predominância entre as candidaturas com ensino superior completo.

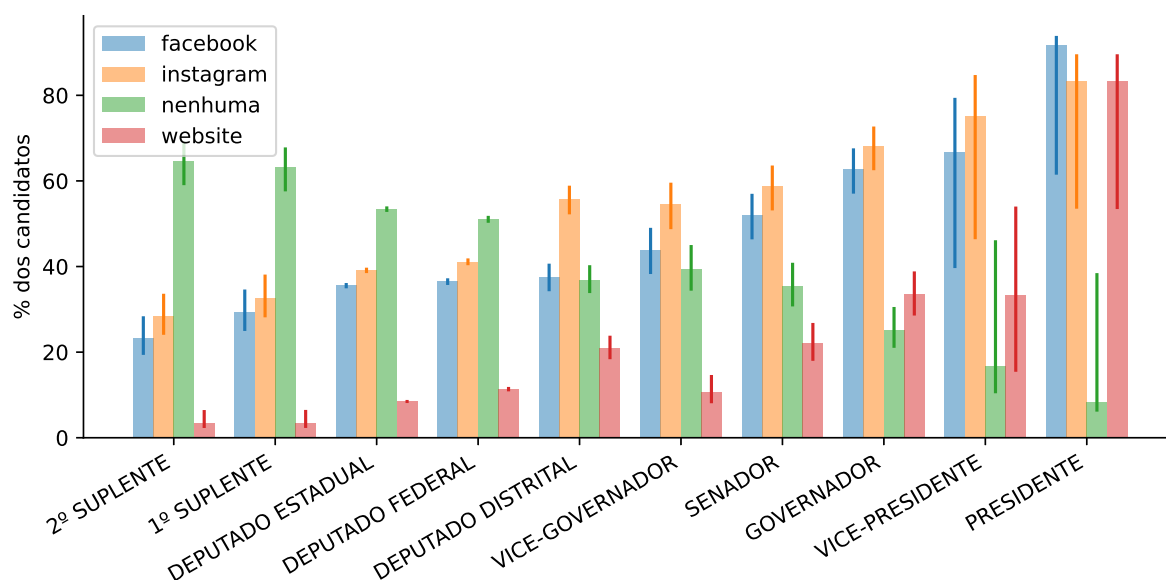
Assim, como na relação entre valor dos bens e uso de redes sociais, consideramos a possibilidade do nível de escolaridade não ser a causa direta da declaração de uso, mas um *proxy* da classe social do candidato ou candidata, que poderia ter efeitos diretos na declaração de uso das plataformas.

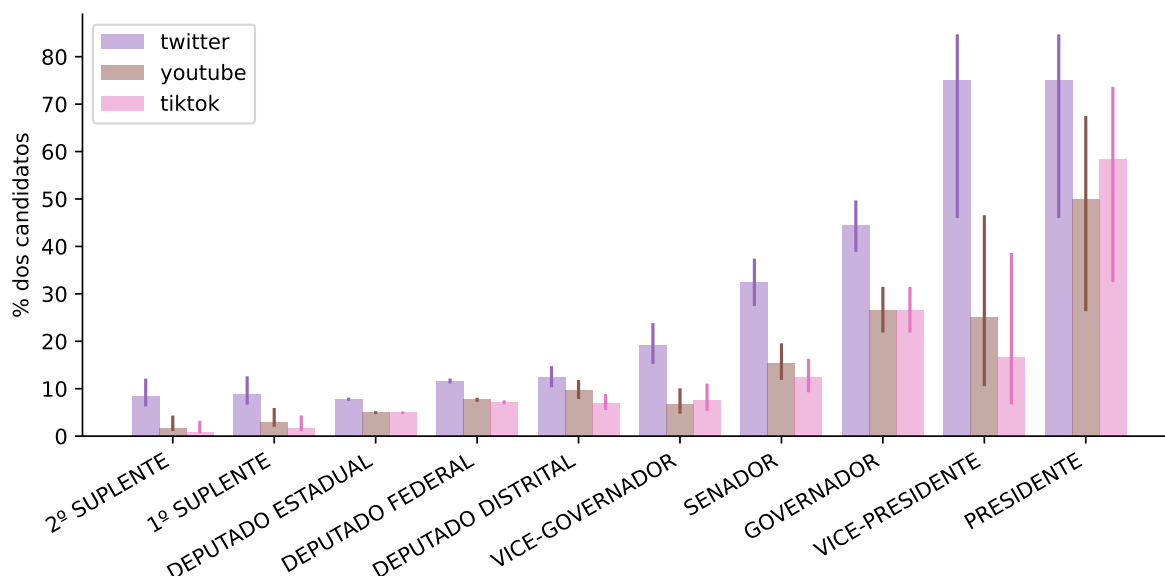
Cargo Pretendido

Embora não seja exatamente ordenado como a escolaridade, o cargo pretendido pela candidatura pode ser organizado em alguns eixos que, individualmente, apresentam algum caráter ordinal. Por exemplo, podemos colocar em ordem de importância, da menor a maior: cargos estaduais e federais; cargos suplentes e titulares; cargos proporcionais e majoritários; cargos legislativos e executivos.

A Fig. 13 mostra a fração de candidaturas que declararam usar as redes sociais, divididas pelo cargo pretendido. A ordem dos cargos no gráfico foi definida pela fração de candidaturas que declararam ao menos uma plataforma. É interessante notar um padrão de ordenamento por importância dos cargos, com suplentes apresentando menor declaração de redes sociais que seus titulares, com cargos estaduais, tipicamente, atrás de federais, com cargos executivos à frente do legislativo e com cargos majoritários à frente dos proporcionais.

Figura 13. Fração das candidaturas que declaram





Fonte: elaboração própria a partir de dados abertos eleitorais (TSE, 2022a).

CONCLUSÕES

A importância da Web para a política e para as eleições aparece de maneira evidente nos dados, através de significativas correlações entre o uso de plataformas e serviços web e diversas outras variáveis, inclusive (e de maneira mais forte) com a quantidade de votos obtidos. Embora o presente estudo não possa estabelecer que o uso das redes sociais contribui para a obtenção de votos, ele comprova um forte vínculo entre os dois, que pode ser devido a uma relação causal direta e/ou a uma outra variável de confusão, tal qual a qualidade da estrutura de campanha.

Em relação à representatividade dos dados do TSE acerca do efetivo uso das redes sociais pelas campanhas eleitorais – nossa primeira pergunta de pesquisa –, concluímos que eles servem como uma fotografia grosseira, na qual diferenças de declaração maiores que cerca de 30%, realmente indicam diferenças no uso, enquanto diferenças menores podem ser causadas por omissões durante o ato de registro das candidaturas. Ainda assim, devido à grande concentração das declarações em poucas plataformas, pudemos identificar um primeiro bloco dominante, formado por Facebook e Instagram, seguido de um segundo bloco, composto por *websites* independentes, Youtube, Twitter, e, em 2022, TikTok; respondendo assim, nossa segunda pergunta de pesquisa.

Em relação à nossa terceira pergunta, a análise em conjunto das relações apresentadas na seção anterior apontam para duas sínteses principais. Primeiro, vemos

evidências de que algo como um grau de cuidado ou zelo com o registro das candidaturas parece impactar substancialmente não apenas os dados de utilização de plataformas, quanto outros dados de fornecimento voluntário, tal qual a declaração de bens, a informação da cor/raça e o registro no VoteLGBT. Em outras palavras, a correlação entre essas variáveis indica a existência de uma contribuição causal comum a todas elas, a qual chamamos de grau de zelo, com o registro das candidaturas, que, tipicamente, afeta todos os dados opcionais de maneira semelhante.

Segundo, observamos a existência de um padrão recorrente onde grupos minorizados e características associadas a um menor status social aparecem vinculados a uma menor taxa de declaração de uso das redes sociais. Esse padrão está alinhado ao descoberto em estudos com outros recortes (WILLIAMS; GULATI, 2009; BARBOSA, 2019; MARIOTO; SAMPAIO, 2022). Pessoas mais pobres, negras, mulheres, com menor escolaridade, aspirantes a cargos suplentes ou não-majoritários e que obtiveram um número menor de votos apresentam menor uso das plataformas web que pessoas ricas, brancas, homens, com ensino superior, concorrendo a cargos do poder executivo ou federais e que receberam mais votos. Talvez a única exceção relevante a esse padrão seja na relação com a idade do candidato, na qual, tipicamente, os mais jovens declaram maior uso das redes sociais.

Essa recorrência aponta para a existência de poucas variáveis latentes, quiçá, uma de maior potencial explicativo da declaração ou não das plataformas do que as variáveis observadas diretamente. A título de exemplo desse tipo de variável latente, podemos citar a classe social do candidato e o tamanho da sua estrutura de campanha. A classe social, por exemplo, está correlacionada com cor/raça (AGUIAR, 2007; ALMEIDA, 2019; IBGE, 2019), escolaridade (OLIVEIRA; RAMOS; FRIAS, 2018; SOUZA, 2018a) e patrimônio (SOUZA, 2017), e pode ter influência sobre hábitos (BOURDIEU, 2011; SOUZA, 2018b) e garantir acesso a contatos e instrumentos que fortaleçam a estrutura de campanha e o uso das plataformas web. Dessa forma, as características observáveis das candidaturas, isto é, as características utilizadas neste estudo, devem ser *proxies* ou influenciadoras das variáveis latentes, que afetam de forma direta, a utilização das redes sociais.

Verificar as relações de causalidade entre as diversas variáveis estudadas aqui é possível, a menos até certo grau, através de testes estatísticos (PEARL; JEWELL; GLYMOUR, 2016). Esse estudo, que deve ser feito em profundidade num próximo trabalho,

pode nos ajudar a identificar formas através das quais as variáveis aqui descritas se interconectam, nos ajudando a selecionar e eliminar algumas das hipóteses explicativas sugeridas para as relações entre as múltiplas características das candidaturas. Análises futuras também podem abarcar a relação entre o uso de redes sociais e o grau de conectividade e acesso à internet do colégio eleitoral, e focar em candidaturas com maior potencial de votos (denominadas competitivas), excluindo candidaturas pró-forma, que podem servir apenas para cumprir exigências legais como a cota de gênero.

Por fim, nossa análise indica que podemos aprimorar os dados de uso de redes sociais através de mudanças no processo de registro e divulgação dos dados das candidaturas, feito pelo TSE. Para esclarecer que websites e plataformas de conteúdo também podem ser informados, a pergunta feita pelo Candex pode não se limitar exclusivamente a redes sociais e fazer menção a sites, plataformas, redes sociais e outras formas de divulgação da candidatura na Web. Uma maior exposição das redes sociais declaradas pelas candidaturas pode servir de estímulo para reduzir a alta taxa de omissão observada.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Márcio M. A construção das hierarquias sociais: classe, raça, gênero e etnicidade. **Cadernos de Pesquisa do CDHIS**, ano 20, n. 36/37, p. 83–88. 2007. Disponível em: <https://files.ufgd.edu.br/arquivos/arquivos/78/NEAB/AGUIAR-%20MARCIO.%20A%20construcao%20das%20hierarquias%20sociais%20classe-%20raca-%20gengero%20e%20etnicidade.pdf>

ALMEIDA, Silvio. **Racismo estrutural**, São Paulo, Jandaíra, 2019.

ANDERSON, John W. French Socialist Using Web to Win Over Voters With Dean-Style Campaign, Segolene Royal Hopes to Become Nation's 1st Female President. **The Washington Post**, 21 jul. 2006. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2006/07/21/french-socialist-using-web-to-win-over-voters-span-clas-sbankheadwith-dean-style-campaign-segolene-royal-hopes-to-become-nations-1st-female-presidentspan/a390ad93-eda9-4b64-ab74-a9f4cb9f0862/> Acesso em: 9 nov. 2023.

BARBOSA, Saulo V. S. **Internet, política e representação: o uso de redes sociais por candidatos a deputado estadual em Sergipe**. 2018. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, Sergipe, Brasil. Disponível em: <http://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/11788>

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**, Porto Alegre, Zouk, 2011.

GOLDSTEIN, Ariel A. The New Far-Right in Brazil and the Construction of a Right-Wing Order. **Latin American Perspectives**, v. 46, n. 4, p. 245–262. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0094582X19846900>

HINDMAN, Matthew. The Real Lessons of Howard Dean: Reflections on the First Digital Campaign. **Perspectives on Politics**, v. 3, n. 1, pp. 121–128. 2005. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/3688116>

IBGE. Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil. **Educa Jovens – IBGE**. 2019. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/21039-desigualdades-sociais-por-cor-ou-raca-no-brasil.html> Acesso em: 09 nov. 2023.

LIMA, Cristiano. Gettr, Parler, Gab find a fanbase with Brazil's far-right. **The Washington Post**, 09 nov. 2021. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/politics/2021/11/09/gettr-parler-gab-find-fanbase-with-brazils-far-right/> Acesso em: 01 dez. 2022.

MARIOTO, Djiovanni J. F.; SAMPAIO, Rafael C. Minoria sim, mas político profissional também: perfil e presença dos deputados federais brasileiros autodeclarados pretos nas redes sociais digitais da 56ª legislatura (2019-2023). **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 13, n. 1, p. 84–106. 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/recp.v13i1.83105>

MUNDIM, Pedro S.; VASCONCELLOS, Fábio; OKADO, Lucas. Social Networks and Mobile Instant Messaging Services in the Election of Jair Bolsonaro as President of Brazil in 2018. **Dados - Revista de Ciências Sociais**, v. 66, n. 2, p. 1–37. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.291>

OLIVEIRA, Leda G.; RAMOS, Patrícia S.; FRIAS, Lincoln. A escolaridade em 1991 permite prever a renda em 2010? Uma análise de regressão usando dados municipais dos censos demográficos do IBGE. **Caderno de Estudos Interdisciplinares**, v. 3, n. 1, p. 06–20. 2018. Disponível em: <https://publicacoes.unifal-mg.edu.br/revistas/index.php/cei/article/view/524>

PEARL, Judea; GLYMOUR, Madelyn; JEWELL, Nicholas P. **Causal Inference in Statistics: A Primer**, West Sussex, Wiley, 2016.

REHMAN, Ikhtlaq. Facebook-Cambridge Analytica data harvesting: What you need to know. **Library Philosophy and Practice**, v. 1, n. 1, p. 2497. 2019. Disponível em: <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2497/>

RUEDIGER, Marco A.; GRASSI, Amaro; PIAIA, Victor; CARVALHO, Danilo; BARBOZA, Polyana. The Global Far Right: Brazil Establishes Own Ecosystem on Parler and Mimics American Far-Right Wing, Rio de Janeiro, FGV DAPP. 2021. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/30616>

SAAD-FILHO, Alfredo; BOFFO, Marco. The corruption of democracy: Corruption scandals, class alliances, and political authoritarianism in Brazil. **Geoforum**, v. 124, n. 1, p. 300–309. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.02.003>

SMITH, Aaron. The Internet's Role in Campaign 2008, Washington D. C., Pew Research Center. 2009. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso: da escravidão à Lava Jato**, Lisboa, Leya, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/nep.v4i1.60232>

SOUZA, Jessé. **A classe média no espelho: sua história, seus sonhos e ilusões, sua realidade**, Rio de Janeiro, Estação Brasil, 2018a. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22201/cialc.24486914e.2020.71.57214>

SOUZA, Jessé. **A ralé brasileira: quem é e como vive**, São Paulo, Contracorrente, 2018b.

SPAGNUOLO, Sérgio; MARTINS, Laís; LAGO, Lucas; MENEZES, Samira. Pátria, a rede social feita por defensores da bomba atômica. **Núcleo Jornalismo**, 21 out. 2021. Disponível em: <https://nucleo.jor.br/reportagem/2021-10-21-patria-rede-social-brasileira-bomba-atmica/> Acesso em: 09 nov. 2023.

TSE. Dados Abertos de Candidatos - 2020. 2020a. Disponível em: <https://dadosabertos.tse.jus.br/dataset/candidatos-2020-subtemas> Acesso em: 9 nov. 2023.

TSE. Manual CANDex – Módulo Externo de Sistema de Candidaturas Versão 1.4. 2020b. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2020/arquivos/manual-candex-2020> Acesso em: 10 nov. 2023.

TSE. (2022a), Dados Abertos de Candidatos - 2022. 2022a. Disponível em: <https://dadosabertos.tse.jus.br/dataset/candidatos-2022> Acesso em: 09 nov. 2023.

TSE. Sistema de Candidaturas – Módulo Externo (CANDex) 2022. 2022b. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2022/sistema-de-candidaturas-modulo-externo-candex-2022> Acesso em: 09 nov. 2023.

VoteLGBT. Eleites 2022. 2022. Disponível em: <https://www.votelgbt.org/2022> Acesso em: 01 dez. 2022.

WILLIAMS, Christine B.; GULATI, Jeff. Social Networks in Political Campaigns: Facebook and Congressional Elections 2006, 2008. In: American Political Science Association Annual Meeting, Toronto, APSA, 2009. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1451451>