

## Os Novos Media no Universo Político: Sociedade Civil e Participação Política

The New Media in the Political Universe: Civil Society and Political  
Participation

Ana Isabel Vale Canavarro\*

António Cardoso\*\*

### RESUMO

Com este artigo, pretende-se alcançar um contributo esclarecedor do papel dos novos media, na relação entre a sociedade civil e o universo político, em Portugal. Se há quem defenda que a internet fomenta a participação democrática dos eleitores, outros há que a vêem como potenciadora dos problemas da democracia. O certo é que se assiste a um alargamento da esfera pública, nomeadamente da sua dimensão interacional. A possibilidade de contra poder dos *mass self-communication* causa dilemas às estruturas da democracia representativa, desembocando na mobilização de grupos civis, à margem dos partidos políticos. Qual o comportamento adotado pelos cidadãos internautas, na procura de conteúdos políticos? Quais as plataformas da web mais utilizadas para aceder a informação política? A informação política veiculada na internet é suficiente ou os cidadãos sentem necessidade de consultar os meios de comunicação tradicionais? Estas constituem algumas das questões de partida da pesquisa em apreço.

**Palavras-chave:** Internet; Cidadãos; Esfera Pública Global; Novos Media; Participação Política.

\* Universidade Lusófona do Porto, Portugal. E-Mail: anacavarro@hotmail.com

\*\* Universidade Fernando Pessoa, Portugal. E-Mail: ajcaro@ufp.edu.pt

## ABSTRACT

With this article, we intend to achieve a clearer contribution to the role assumed by new media in the relationship between civil society and the political world, in Portugal. If it is argued that the internet fosters voters democratic participation, others are who see it as a booster of democracy problems. We are witnessing an expansion of the public sphere, especially of its interactional dimension. The possibility of counter-power of *mass self –communication* causes dilemmas to the structures of representative democracy, resulting in mobilizing of civil groups on the fringes of the political parties. What behavior is adopted by netizens, looking for political contents? Which web platforms are the most used to access political information? Is the political information conveyed in the internet sufficient or need the citizens to consult traditional media to? These are some of the starting questions of this research.

**Keywords:** Internet; Citizens; Global Public Sphere; New Media; Political Participation.

**Received on:** 2013.10.25

**Approved on:** 2013.11.28

Evaluated by a double blind review system

## 1. INTRODUÇÃO

Enquanto que, para alguns autores, a internet incrementa a participação democrática dos eleitores (Norris, 2001; Budge, 1996), para outros acentua os problemas da democracia (Farrel *et al*, 2001). Na primeira corrente integram-se aqueles que vêm nos atuais fóruns de discussão *online*, os modernos equivalentes das tradicionais reuniões das assembleias locais (Budge, 1996: 28-31; Dahl, 1989: 519). A internet, com a sua largura de banda exponencialmente maior, de baixo custo e de alcance rápido (e, sem mediação) é um canal facilitador da discussão pública de temas da agenda política nacional e internacional, permitindo assim a realização de uma fórmula democrática mais direta. Há um alargamento da esfera pública, nomeadamente da sua dimensão interacional (Dahlgren, 2005). Por seu turno, a segunda perspectiva

referida salienta o facto dos cidadãos se encontrarem, cada vez mais, afastados da política, para tal contribuindo a fraca adesão às iniciativas políticas, bem como o baixo nível de confiança depositado nas instituições políticas (Norris, 2000; Gibson, Resnick & Ward, 2003; Cardoso, 2006, Cardoso & Gouveia, 2006 cit. in Cardoso, 2008). A internet contribui, segundo esta corrente, para a desestabilização que se faz sentir nos sistemas de comunicação política tradicionais.

O certo é que vivemos num período de transição (Stanyer, 2003), no qual políticos e cidadãos se estão a integrar, pelo que é normal a coexistência das novas tecnologias com os tradicionais media. Qual é a relação entre o mundo *online*, esse mundo digital e invisível do *cyberspace*, e o mundo físico do *offline*? Será que a maior participação e discussão pública de temas políticos proporcionada pela internet tem repercussões no mundo *offline*? A este respeito, explorar-se-á as teses opostas na matéria: por um lado, a da equalização, por outro a da normalização. Outro assunto não menos relevante traduz-se em saber qual a relação existente entre novos media e media tradicionais: será de complementaridade ou, ao invés, de exclusão?

No sentido de procurar responder a estas questões, assumiram-se no âmbito da presente investigação, os seguintes objetivos genéricos:

- a) saber se a internet é uma efetiva ferramenta de acesso à informação política e exercício da participação política, por parte dos cidadãos; em caso afirmativo, quais as plataformas digitais mais utilizadas para tal;
- b) averiguar de que forma os elementos da sociedade civil percecionam a internet no universo político, nomeadamente como avaliam a utilização das plataformas digitais pela classe política;
- c) verificar se os novos media são já auto suficientes na ‘dieta’ mediática política dos cidadãos.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 . A emergência da cultura digital e da esfera pública global**

A partir de meados da década de noventa, a cultura digital emergente possibilitou uma maior flexibilidade, comparativamente aos conteúdos produzidos pelos media ditos tradicionais, como a imprensa, a rádio e a televisão (*mass media*). A inflexão desencadeou-se, pelo surgimento e desenvolvimento da internet, qualificada

por Poster (2000:29), como um media descentralizado e bidirecional, encerrando novas oportunidades para a reconstrução dos mecanismos de constituição do sujeito. Nos media convencionais, o sistema hierárquico de produção e distribuição da informação segue um formato mais rígido, baseado no modelo *one-to-many*. Já no *cyberspace* a relação com o outro desdobra-se no contexto *many-to-many*. A construção do sujeito, na segunda era dos media, desenrola-se através dos mecanismos de interatividade (Poster, 2000:46). A internet apresenta-se como uma utopia revolucionária da democracia participativa, possibilitando a inversão do eixo de participação na vida pública (Luz, 2010:10). Castells (2008) considera a esfera pública um elemento fundamental da organização sociopolítica, enquanto o espaço onde as pessoas se reúnem como cidadãos, para articularem as suas opiniões e pontos de vista, autonomamente, a fim de influenciarem as instituições políticas. É primordial que os Estados, a par das instituições intergovernamentais, de que é exemplo a ONU, se relacionem com a sociedade civil não só pelos mecanismos institucionais de representação política, mas também em debates públicos, organizados na esfera pública global. Atualmente, essa esfera pública global é construída em torno do sistema de media e internet, especialmente nos espaços sociais da Web 2.0, como é o caso do YouTube, MySpace, Facebook, e da crescente blogosfera. Na sociedade globalizada e interdependente em que vivemos, o espaço de (co)decisão política é necessariamente global, sendo que a escolha que enfrentamos será a de optar por duas vias: ou construir um sistema político mundial (expressão das relações de poder), sem mediação cultural ou, em alternativa, desenvolver uma esfera pública global, através das redes mundiais de comunicação. Nestas redes, o debate público encerra potencial para o surgimento de uma nova forma de governança global – ‘consensual global governance’ (Castells, 2008:91). Caso escolhamos esta última via será útil o desenvolvimento de uma ‘public diplomacy’, entendida como comunicação em rede e significado partilhado, para uma ordem mundial sustentável (Castells, idem, ibidem).

## **2.2. A ‘ciberguerra’ entre o Estado e a sociedade civil internauta: uma nova era democrática?**

A ciberguerra entre o Estado e a sociedade civil internauta instalou-se (Castells, 2010). A tecnologia atual permite aos cidadãos desafiar a autoridade. Nas palavras de Castells (2010): “nunca mais os governos poderão estar seguros de manter os seus cidadãos na ignorância das suas manobras. Porque enquanto houver pessoas dispostas a

fazer *leaks* e uma internet povoada por *wikis* surgirão novas gerações de *wikileaks*. Castells (2007b:248) salienta a emergência dos ‘mass self-communication’ e o potencial de contra poder dos mesmos. Estes novos meios tecnológicos constituem uma oportunidade para a afirmação da autonomia de movimentos sociais e indivíduos rebeldes e, posterior confrontação das instituições societárias, de acordo com os seus fins e projetos. Os partidos já não são mais os únicos atores políticos. A internet proporciona a abertura do leque de organizações que procuram influenciar a decisão. As normas mediáticas não estão mais nas mãos dos tradicionais emissores, que centralizaram o processo durante muito tempo (Cunha: 2006: 146). Castells (2012) aponta o facto das redes de solidariedade mundiais serem em maior número, apoiando ações reivindicativas por onde quer que elas surjam. Na sua opinião, este é um fenómeno de transformação mental e de mudanças no quotidiano, as quais poderão assumir uma dimensão mais alargada no futuro e reinventar-se para quebrar a normalidade. Os cidadãos por todo o mundo continuam num processo contínuo e consciente de indignação, perante factos como a recessão da economia europeia e a diluição dos mecanismos de proteção social.

Há quem veja esta nova era democrática como substituta da democracia representativa, em que há lugar à produção de uma fórmula democrática mais direta (Catinat & Vedel, 2000).

### **2.3 . Tese da equalização vs. Tese da normalização**

Foi percebido que a internet funcionaria como um canal direto e rápido de comunicação bilateral (‘two-way-communication’), entre os partidos e os seus eleitores (Gibson & Ward, 1998; Margolis *et al.*, 1997; Margolis *et al.*, 1999; Norris, 2001b cit. in Djupsund&Carlson, 2003). A partir da II Guerra Mundial existe uma tendência à profissionalização das campanhas eleitorais, culminando no ‘spin doctoring’. A internet emergente, sem mediação e com potencial de comunicação ilimitado, veio traduzir-se numa janela de oportunidade para indivíduos que não encontravam voz nos canais de media *mainstream*. O *cyberspace* parecia permitir uma igualdade na utilização das ferramentas de comunicação, facilitando aos pequenos partidos e aos grupos de interesses marginalizados uma hipótese de promoção direta junto dos cidadãos, conquistando novos apoiantes (a denominada ‘hipótese da equalização’ na competição inter-partidária- in Gibson &McAllister, 2011). A internet, com a sua largura de banda

exponencialmente maior, de baixo custo e de alcance rápido (e, sem mediação), veio traduzir-se numa oportunidade de ouro para aqueles que não se encontravam abrangidos pelos media tradicionais, podendo assim veicular as suas mensagens (Corrado & Firestone, 1996; Gibson & Ward, 1998; Rash, 1996 in Gibson & McAllister, 2011). Estudos posteriores questionaram esta teoria das ‘vozes marginalizadas’ preconizando que, a maioria dos utilizadores da internet era constituída por cidadãos ativos no *offline* e bem informados (Bimber, 1999; Norris, 2001; 2003 in Gibson & McAllister, 2011). Este tipo de argumentos serve de base à ‘hipótese da normalização’ que sustenta que o impacto da internet na comunicação política dos partidos menores seria pouco significativo, de tal modo que o mundo virtual tende a refletir as mesmas clivagens existentes na comunicação político-partidária do mundo real (in Gibson & McAllister, 2011). Hoje, há um fosso entre a comunicação na esfera pública e a adoção de decisões vinculativas pelas estruturas institucionais. Os fóruns transnacionais, o *networking* global e a mobilização da sociedade civil são muito evidentes na internet, contudo os mecanismos de transformação dessa opinião global em efetivas decisões e políticas são ainda muito limitados (Dahlgren, 2005).

### 3. METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

Recolheu-se a opinião de elementos da sociedade civil, sobre temas relacionados com o acesso à informação política e exercício da participação política em sentido lato, através da internet. As questões orientadoras foram as seguintes: (1) Será que os cidadãos utilizam a internet, para procurar informação sobre os acontecimentos do país e do mundo e, concretamente, políticos? (2) Quantas vezes por semana acedem os cidadãos à internet, com o objetivo de consultar informação política? (3) Quais as plataformas da web mais utilizadas para aceder a informação política? (4) Quais as razões que justificam a consulta de informação política na internet? (5) A informação política veiculada na internet é suficiente ou os indivíduos sentem necessidade de consultar os meios de comunicação tradicionais? (6) Os cidadãos entendem que as ferramentas da internet aproximam a classe política do eleitorado? (7) Quais os meios de informação através dos quais tomaram conhecimento dos programas e ideias dos candidatos, nas últimas eleições legislativas portuguesas? (8) Qual a avaliação que fazem da utilização das redes sociais, pelos políticos? Aplicou-se uma abordagem quantitativa, para garantir-se a objetividade e evitar-se a própria interpretação do

investigador (Silvestre & Araújo, 2012: 178). Efetuou-se a colheita de dados através da aplicação de inquéritos (questionário auto administrado- idem, ibidem: 161) a uma amostra de duzentos cidadãos, com análise quantitativa e tratamento estatístico, em SPSS. A informação foi recolhida através do envio, via e-mail, dos questionários, entre Janeiro e Agosto de 2013.

### 3.1. A amostra

Optou-se por uma amostra não probabilística por quotas (Freixo, 2010:185), constituída por duzentos indivíduos, residentes em Portugal continental e ilhas, maiores de 15 anos de idade. As quotas foram estratificadas, procedendo-se a uma alocação proporcional ao número de residentes em cada Região NUT.123 (tabela nº 1).

**TABELA Nº 1: População residente por NUTe amostra**

NUT's	População residente %	Amostra
Norte	34,93	70
Centro	22,04	44
Lisboa	26,72	53
Alentejo	7,14	14
Algarve	4,27	9
Açores	2,34	5
Madeira	2,54	5
TOTAL	100	200

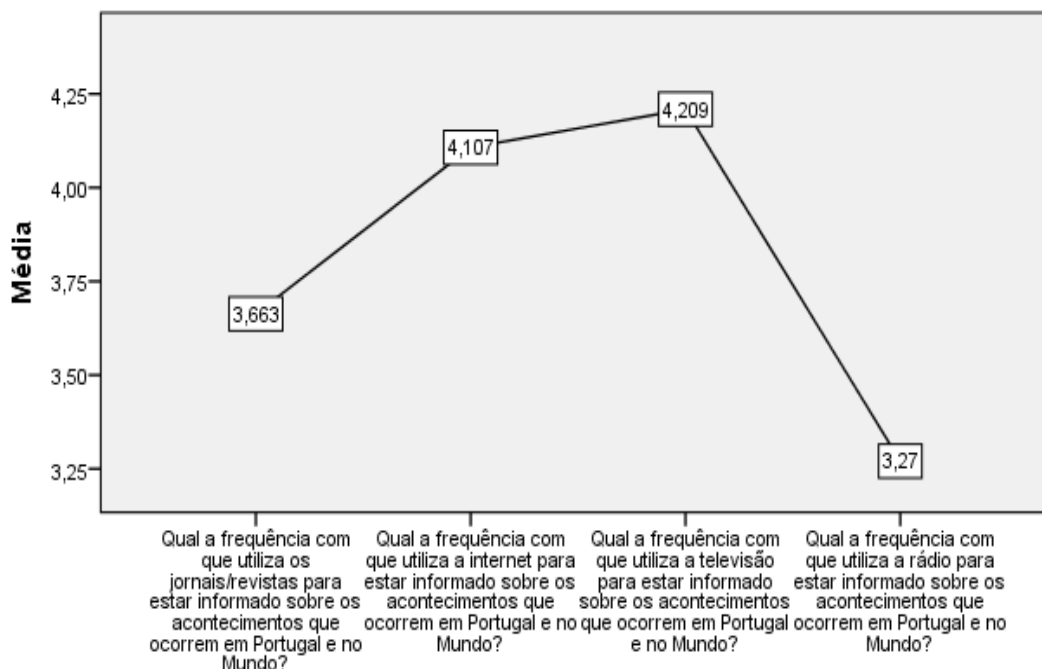
Os respondentes foram selecionados, com base numa matriz que cruzou as variáveis: Sexo (Género Feminino = 51,76%; Género Masculino =48,24%), Idade (< 18 = 2%; 18 – 24 = 19,1%; 25 – 34 = 24,6%; 35 – 49= 31,2%; 50 – 64 anos= 19,6%, acima de 65 anos = 3,5%) , Níveis de Instrução (Licenciatura = 44,4%; 10º - 12º ano escolaridade = 30,1%; Mestrado = 10,2%; 7º ao 9º ano= 8,7%; 1º e 4º classe= 2,6%; Bacharelato = 2%; Doutoramento = 1,5%; 5º e 6º ano = 0,5%).

### 3.2. Análise de dados

Questionados acerca da frequência com que utilizam alguns meios de informação sobre os acontecimentos de Portugal e do Mundo e, apresentada uma escala entre 1 (nunca) e 5 (com muita frequência), os inquiridos demonstraram que a televisão é a mais privilegiada, embora a distância para a internet seja pouco significativa (vd.gráfico nº1). O meio de informação menos utilizado é a Rádio, ainda que a média

das respostas ultrapasse em mais de dois pontos percentuais a mediana da escala.

GRÁFICO Nº1: Média de utilização dos meios de informação na procura de notícias



Equacionou-se a possibilidade de haver diferenças, estatisticamente significativas, entre homens e mulheres, recorrendo-se ao ‘teste t’ para amostras independentes. Contudo, os resultados ( $\alpha = 0,607$ ) indicam que as diferenças observadas não são significativas. Apurou-se a existência de diferenças entre a utilização dos meios de informação na procura de notícias e a idade. Recorreu-se ao teste ‘One-Way Anova’, mas o facto de não estar garantida a normalidade de todos os escalões etários, nem a homogeneidade de variâncias, conduziu à aplicação do teste não paramétrico ‘Kruskal-Wallis’<sup>1</sup>. Conforme é possível observar (tabela nº.2), através do nível de significância estatística ( $\alpha = 0,005$ ), o teste indica a existência de grandes diferenças. Há pelo menos um escalão etário com média de utilização dos meios diferente dos demais.

<sup>1</sup> O teste Kruskal-Wallis parte de duas hipóteses teóricas: hipótese nula ( $H_0$ ): as distribuições são iguais em tendência central; hipótese alternativa ( $H_1$ ): Pelo menos uma distribuição difere em tendência central em relação às restantes.



**TABELA Nº.2: Diferença da média de utilização dos meios de informação na procura de notícias segundo a idade dos inquiridos**

	<b>Idade</b>	<b>Teste Kruskal-Wallis</b>
Utilização de meios de informação na procura de notícias	Menos de 18 anos	<b>Qui-Quadrado: 18,805</b> <b>Graus de liberdade: 5</b> <b>Nível de significância: 0,005</b>
	Entre 18 e 24 anos	
	Entre 25 e 34 anos	
	Entre 35 e 49 anos	
	Entre 50 e 64 anos	
	65 ou mais anos	

O teste *post-hoc* de ‘Tamhane’ para comparações múltiplas permite concluir que a única diferença com significado estatístico está entre os indivíduos entre 18 e 24 anos, e os que têm entre 35 e 49 anos de idade, cuja diferença entre as médias de utilização dos meios é de 0,4826<sup>2</sup>. Esta evidência é certificada pelo nível de significância obtido (0,001) e pelos limites definidos no intervalo de confiança, que não contemplam o zero – situação em que se estaria perante uma potencial igualdade de médias. Através do teste ‘Kruskal-Wallis’<sup>3</sup> (tabela nº3) pode afirmar-se que os inquiridos pertencentes a, pelo menos a um dos níveis de instrução, têm uma utilização média dos meios de informação na procura de notícias diferente dos restantes grupos ( $p = 0,001$ ).

<sup>2</sup> O teste de Tamhane parte de duas hipóteses teóricas para as múltiplas comparações que realiza: hipótese nula ( $H_0$ ): a média do grupo 1 (i) é igual à média do grupo 2 (j); hipótese alternativa ( $H_1$ ): a média do grupo 1 (i) é diferente da média do grupo 2 (j). As diferenças estatisticamente significativas são enunciadas com um asterisco.

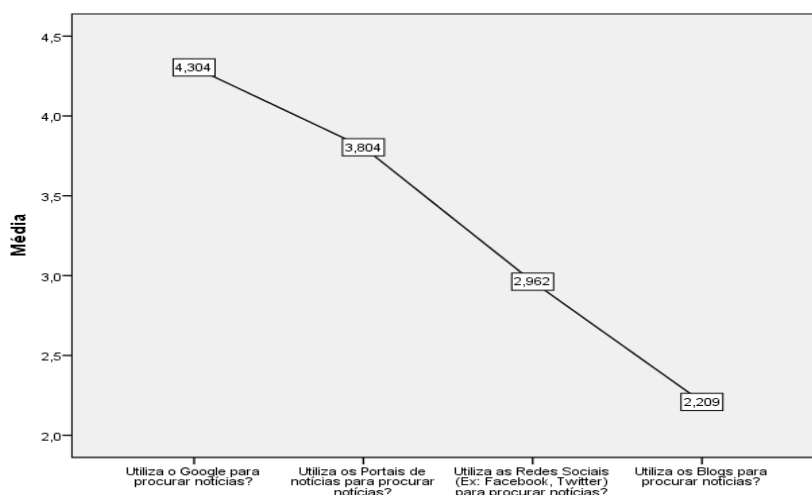
<sup>3</sup> Também neste caso não se obtiveram as condições de aplicabilidade do teste One-Way Anova, recorrendo-se ao teste não paramétrico alternativo.

TABELA N.º 3 - Teste não paramétrico kruskal-wallis

	Nível de instrução	Teste Kruskal-Wallis
Utilização de meios de informação na procura de notícias	Entre o 1.º e o 4.º ano de escolaridade	<b>Qui-Quadrado:</b> <b>24,833</b>  <b>Graus de liberdade:</b> <b>7</b>  <b>Nível de significância:</b> <b>0,001</b>
	Entre o 5.º e o 6.º ano de escolaridade	
	Entre o 7.º e o 9.º ano de escolaridade	
	Entre 10.º e o 12.º ano de escolaridade	
	Bacharelato	
	Licenciatura	
	Mestrado	
	Doutoramento	

Questionados sobre a utilização da internet na procura de informação sobre os acontecimentos do país e do mundo, 80% dos respondentes pronunciou-se afirmativamente, contra cerca de 20% que rejeitou esta utilização. A partir da questão seguinte, relativa ao número de vezes que os inquiridos acediam à internet, a fim de consultar informação sobre os acontecimentos do país e do mundo, conseguiu apurar-se uma média de 6,13 acessos semanais. Daqui resulta um acesso, praticamente, diário na maioria dos inquiridos, sendo importante referir que se reporta a 123 respostas válidas. A consulta *online* de informação aponta ainda para a existência de pessoas que nunca consultam a internet para esse fim, do mesmo modo que foram observados indivíduos com 16 acessos semanais. Na maior parte dos casos, porém, a moda cifra-se nos sete acessos, que correspondem ainda à mediana da distribuição. Os dados permitem concluir que o Google é plataformas da web mais utilizada, sendo mesmo um recurso preferido dos inquiridos face a portais de notícias (gráfico nº2). Os blogs, raramente, são utilizados na procura de informação.

GRÁFICO N°2 - Média de utilização das plataformas web na procura de notícias



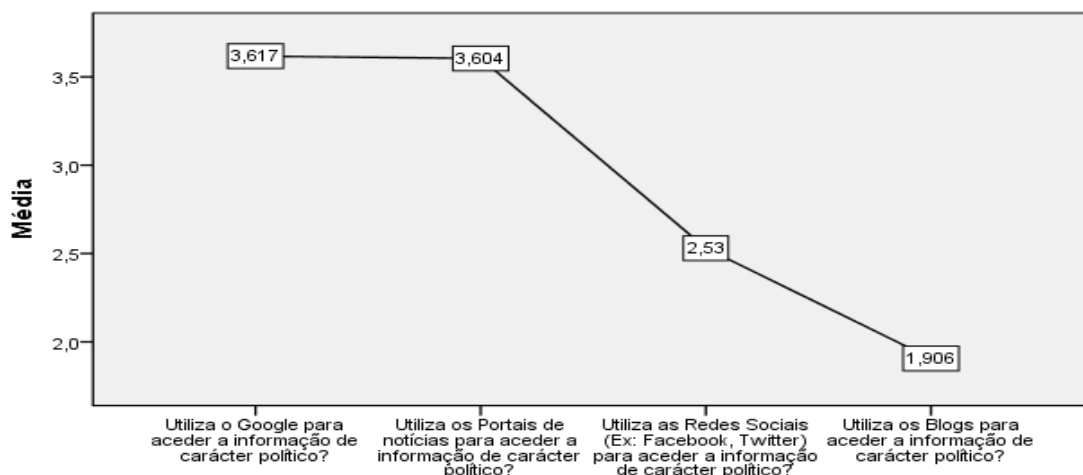
Esta posição é idêntica entre o sexo masculino e o sexo feminino, tendo sido essa a evidência do ‘teste t’ para amostras independentes ( $\alpha = 0,922$ ). O mesmo se verifica na comparação dos resultados médios entre os diferentes escalões etários (teste ‘Kruskal-Wallis’,  $\alpha = 0,134$ ) nos quais, pelo menos um grupo de inquiridos, se distingue dos restantes ( $p=0,011$ ). Verificou-se ainda a existência de diferenças nos diferentes níveis de instrução (pelo menos um grupo de inquiridos que se distingue dos restantes-tabela n°4).

TABELA N°4: Média de utilização das plataformas web na procura de notícias segundo o nível de instrução dos inquiridos

	Nível de instrução	Teste Kruskal-Wallis
Utilização das plataformas web na procura de notícias	Entre o 1.º e o 4.º ano de escolaridade	<b>Qui-Quadrado:</b> <b>18,242</b>  <b>Graus de liberdade:</b> <b>7</b>  <b>Nível de significância:</b> <b>0,011</b>
	Entre o 5.º e o 6.º ano de escolaridade	
	Entre o 7.º e o 9.º ano de escolaridade	
	Entre 10.º e o 12.º ano de escolaridade	
	Bacharelato	
	Licenciatura	
	Mestrado	
	Doutoramento	

Na procura de informação política, a maioria dos inquiridos (85,3%) utiliza a ‘internet’. Apesar do seu pouco peso (as respostas observadas não chegaram, sequer, ao ponto 4 da escala ‘frequentemente’), o Google e os portais de notícias posicionam-se ao mesmo nível. Já no que respeita à base das médias observadas, os ‘blogs’ continuam a ser os menos recorrentes (gráfico nº 3).

**GRÁFICO Nº.3: Média de utilização das plataformas web na procura de informação política**



O ‘teste t’ permitiu concluir que não existem, nesta matéria, diferenças entre o género do respondente ( $\alpha = 0,990$ ). Todavia, verificou-se que, pelo menos, um escalão etário difere dos restantes, no que respeita à utilização média das plataformas web ( $\alpha = 0,001$ )- vd. tabela nº5.

**TABELA Nº.5: Diferença da média de utilização das plataformas web na procura de informação política segundo a idade dos inquiridos**

Idade	Teste Kruskal-Wallis
Menos de 18 anos	<b>Qui-Quadrado:</b> <b>20,076</b>  <b>Graus de liberdade:</b> <b>5</b>  <b>Nível de significância:</b> <b>0,001</b>
Entre 18 e 24 anos	
Entre 25 e 34 anos	
Entre 35 e 49 anos	
Entre 50 e 64 anos	
65 ou mais anos	

O recurso ao teste *post-hoc* de ‘Tamhane’ para comparações múltiplas, permite verificar que a única diferença estatisticamente significativa está entre os indivíduos que têm entre 18 e 24 anos e os que têm entre 35 e 49 anos de idade, cuja média de utilização dos meios de informação é de 0,7370 ( $p=0,002$ ). Há uma clara sobreposição da faixa 35-49 anos, comparativamente à faixa 18-24 anos (vd. tabela nº6).

**TABELA Nº.6: Comparação múltipla entre a média de utilização das plataformas web na procura de informação política segundo a idade dos inquiridos**

Idade (i)	Idade (j)	Diferença entre médias (i-j)	Erro padrão	Significância	Intervalo de confiança de 95%	
					Limite mínimo	Limite máximo
Menos de 18 anos	Entre 18 e 24 anos	-0,0750	0,17038	1,000	-0,8012	0,6512
	Entre 25 e 34 anos	-0,5189	0,13811	0,308	-1,4768	0,4390
	Entre 35 e 49 anos	-0,8120	0,14669	0,053	-1,6357	0,0117
	Entre 50 e 64 anos	-0,3800	0,18762	0,668	-1,0996	0,3396
	65 anos ou mais	0,0200	0,27641	1,000	-1,4520	1,4920
Entre 18 e 24 anos	Menos de 18 anos	0,0750	0,17038	1,000	-0,6512	0,8012
	Entre 25 e 34 anos	-0,4439	0,16764	0,155	-0,9623	0,0745
	Entre 35 e 49 anos	-0,7370*	0,17478	0,002	-1,2738	-0,2003
	Entre 50 e 64 anos	-0,3050	0,21031	0,918	-0,9541	0,3441
	65 anos ou mais	0,0950	0,29229	1,000	-1,2139	1,4039
Entre 25 e 34 anos	Menos de 18 anos	0,5189	0,13811	0,308	-0,4390	1,4768
	Entre 18 e 24 anos	0,4439	0,16764	0,155	-0,0745	0,9623
	Entre 35 e 49 anos	-0,2931	0,14350	0,489	-0,7239	0,1376
	Entre 50 e 64 anos	0,1389	0,18513	1,000	-0,4362	0,7139
	65 anos ou mais	0,5389	0,27473	0,812	-0,8653	1,9431
Entre 35 e 49 anos	Menos de 18 anos	0,8120	0,14669	0,053	-0,0117	1,6357
	Entre 18 e 24 anos	0,7370*	0,17478	0,002	0,2003	1,2738
	Entre 25 e 34 anos	0,2931	0,14350	0,489	-0,1376	0,7239
	Entre 50 e 64 anos	0,4320	0,19162	0,356	-0,1592	1,0233
	65 anos ou mais	0,8320	0,27914	0,341	-0,5396	2,2037
Entre 50 e 64 anos	Menos de 18 anos	0,3800	0,18762	0,668	-0,3396	1,0996
	Entre 18 e 24 anos	0,3050	0,21031	0,918	-0,3441	0,9541
	Entre 25 e 34 anos	-0,1389	0,18513	1,000	-0,7139	0,4362
	Entre 35 e 49 anos	-0,4320	0,19162	0,356	-1,0233	0,1592
	65 anos ou mais	0,4000	0,30265	0,978	-0,8789	1,6789
65 anos ou mais	Menos de 18 anos	-0,0200	0,27641	1,000	-1,4920	1,4520
	Entre 18 e 24 anos	-0,0950	0,29229	1,000	-1,4039	1,2139
	Entre 25 e 34 anos	-0,5389	0,27473	0,812	-1,9431	0,8653
	Entre 35 e 49 anos	-0,8320	0,27914	0,341	-2,2037	0,5396
	Entre 50 e 64 anos	-0,4000	0,30265	0,978	-1,6789	0,8789

Relativamente aos níveis de instrução, o teste ‘Kruskal-Wallis’ (tabela nº8) demonstra que a utilização da plataformas web varia em, pelo menos, um dos níveis de

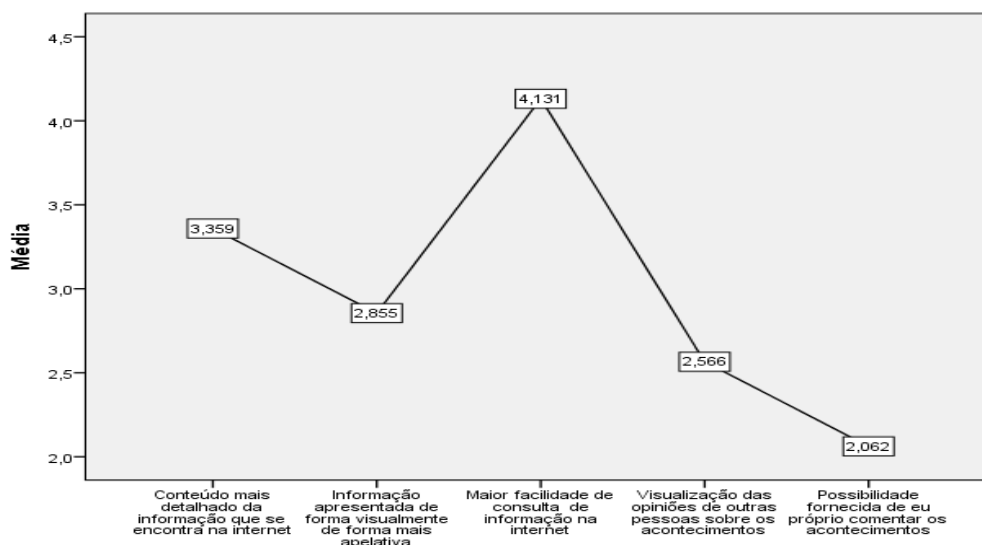
instrução face aos restantes ( $\alpha = 0,017$ - vd. tabela n.º.7).

**TABELA N.º.7 - Teste não paramétrico 'Kruskal-Wallis' para a diferença da média de utilização das plataformas web na procura de informação política segundo o nível de instrução**

	Nível de instrução	Teste Kruskal-Wallis
Utilização das plataformas web na procura de informação política	Entre o 1.º e o 4.º ano de escolaridade	<b>Qui-Quadrado:</b> <b>17,096</b>  <b>Graus de liberdade:</b> <b>7</b>  <b>Nível de significância:</b> <b>0,017</b>
	Entre o 5.º e o 6.º ano de escolaridade	
	Entre o 7.º e o 9.º ano de escolaridade	
	Entre 10.º e o 12.º ano de escolaridade	
	Bacharelato	
	Licenciatura	
	Mestrado	
	Doutoramento	

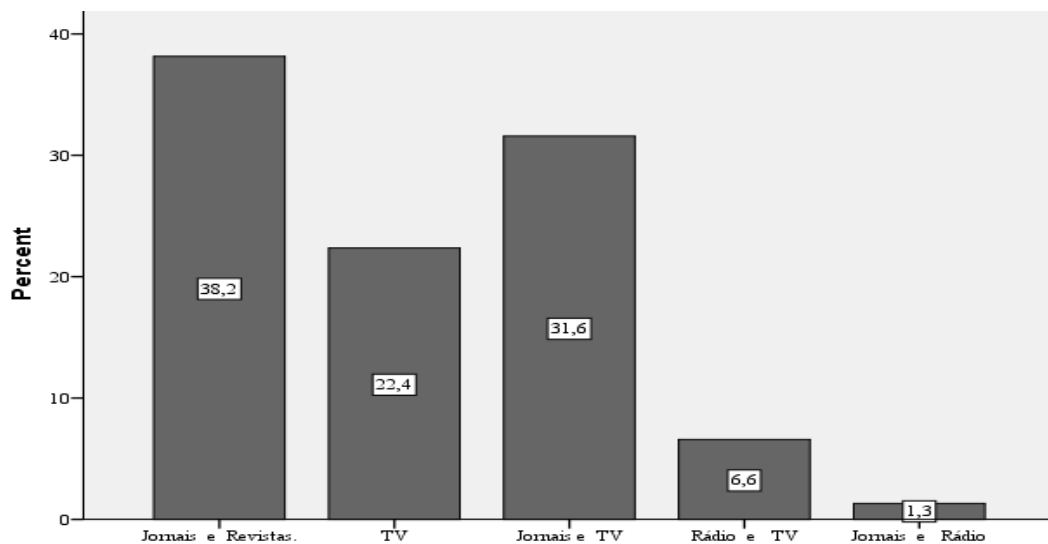
A razão mais importante apontada, em média, para a consulta de informação política na 'internet' é a maior facilidade de consulta que a mesma permite (M= 4,131). Do lado contrário, o motivo qualificado como menos importante remete-nos para a possibilidade do próprio comentar os acontecimentos (M=2,062)- vd.gráfico n.º4.

**GRÁFICO N.º.4 - Razões que justificam a consulta de informação de carácter político na internet**



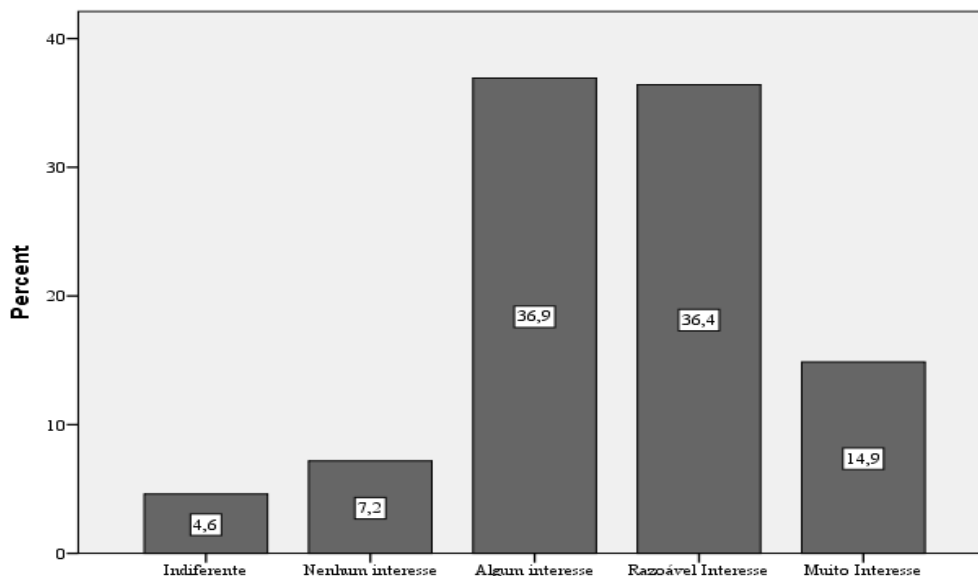
O teste t ( $\alpha = 0,809$ ) revelou que não existem diferenças entre géneros nesta matéria. Do mesmo modo, o teste de Kruskal-Wallis permitiu concluir que não existem diferenças ao nível etário ( $p= 0,191$ ), nem ao nível da instrução do inquirido ( $p=0,126$ ). Os respondentes consideram que a informação política disponibilizada pela internet é suficiente (56,6%), contra 43,4% dos respondentes que a consideram insuficiente. Os meios que preferem para complementar a informação lida na internet (Gráfico n.º.5) são os Jornais e as Revistas (38,2%), a combinação Jornais e TV (31,6%), a TV (22,4%), a Rádio e a TV e, por último a combinação Jornais e Rádio (1,3%).

**GRÁFICO N.º.5: Meios de comunicação que prefere para complementar a informação lida na internet?**



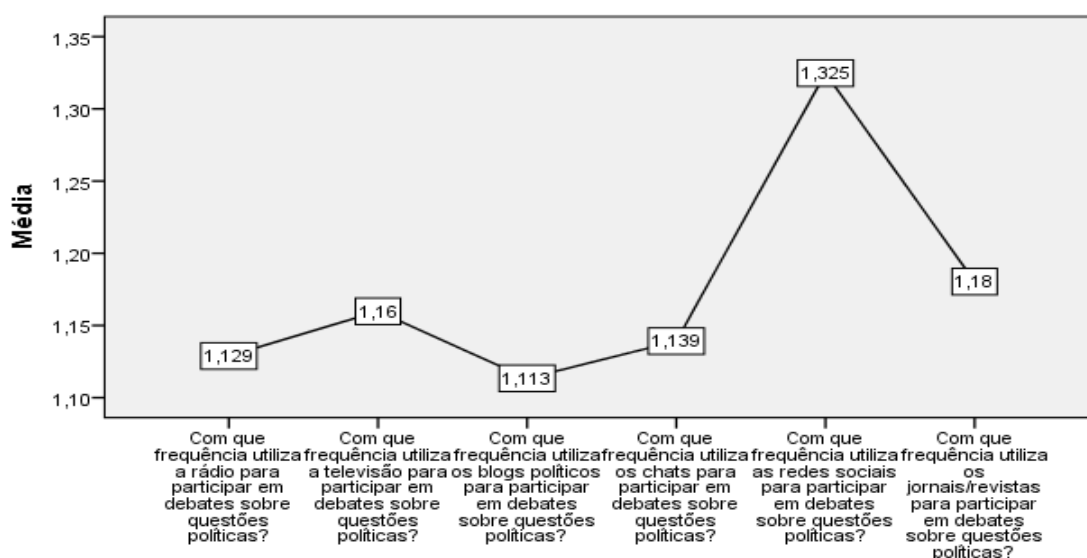
Interrogados sobre o grau de interesse que nutrem pela Política, 36,9% afirma possuir ‘Algum Interesse’ e 36,4% ‘Razoável Interesse’. Uma percentagem de apenas 14,9% admitiu ter ‘Muito interesse’ (vd. gráfico n.º.6).

GRÁFICO N.º.6: Qual o seu grau de interesse pela política?



A participação em debates políticos constituiu também motivo de inquirição. Os inquiridos demonstraram que, quase nunca, utilizam os meios apontados para participarem em debates políticos, ainda que as redes sociais se destaquem ligeiramente (gráfico n.º.7).

GRÁFICO N.º.7: Média dos meios utilizados para participar em debates políticos

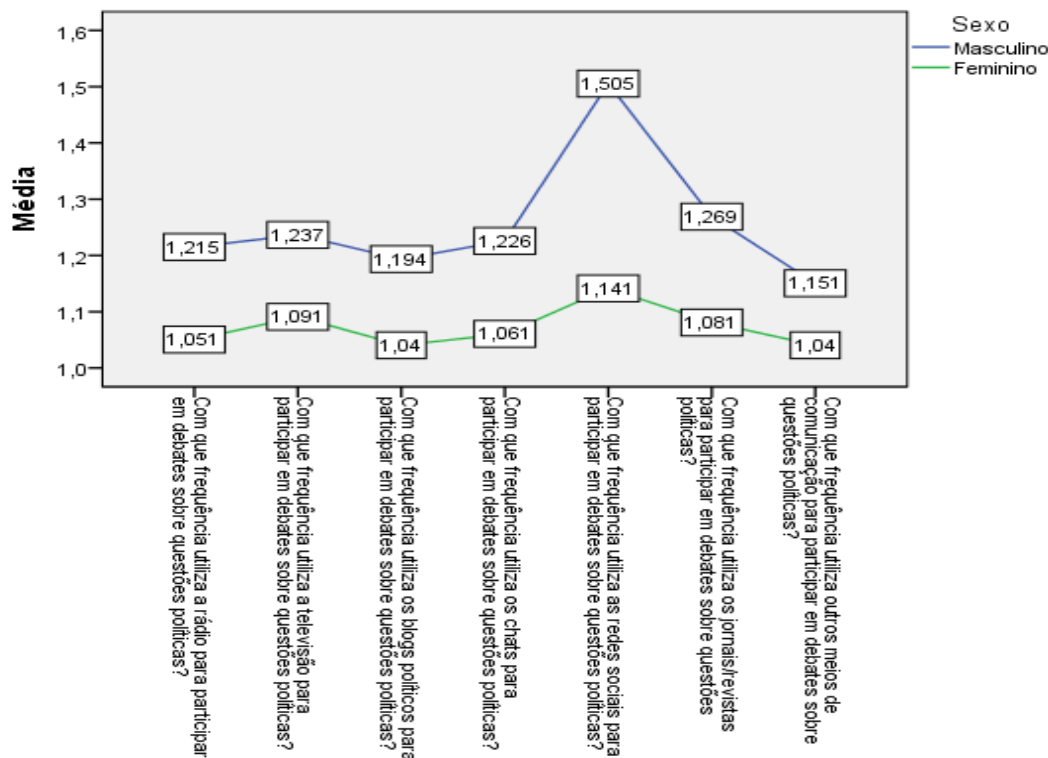


O ‘teste t’ para amostras independentes provou que existem diferenças no que respeita a homens e mulheres. Embora não estejam em causa valores médios que se



distanciam severamente uns dos outros, não é menos verdade que os homens confessam uma maior utilização face às mulheres, qualquer que seja o meio em causa. Esta diferença parece ser maior, porém, quando se observam as redes sociais (gráfico nº8).

GRÁFICO Nº8: Média dos meios utilizados para participar em debates políticos segundo o género



Verifica-se que o valor médio (tabela nº.8) de utilização dos meios apontados por parte dos homens se cifra nos 1,2713 contra o valor de 1,0833 nas mulheres ( $p=0,000$ ).

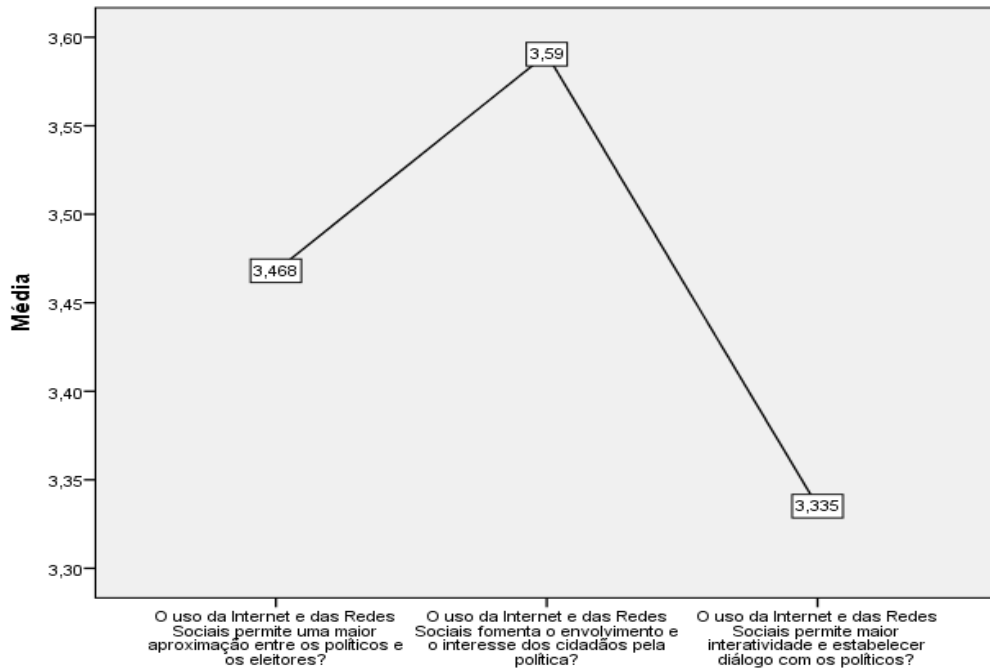
TABELA Nº.8 - Médias das estratégias em análise, segundo o género

	Género	n	Média	Desvio padrão	Erro médio padrão
Utilização de meios para participar em debates sobre questões políticas	Feminino	100	1,0833	0,28377	0,02838
	Masculino	94	1,2713	0,48205	0,04972

Não se encontraram diferenças significativas nos escalões etários ( $\alpha = 0,051$ ), bem como nos diferentes graus de instrução ( $\alpha = 0,427$ ). Quanto ao uso da 'internet' e das redes sociais (gráfico nº. 9), as médias obtidas entre as 192 respostas válidas estão

próximas umas das outras, mas revelam que aquelas fomentam o envolvimento e o interesse dos cidadão pela política (M=3,59) e que “permitem uma maior aproximação entre os políticos e os eleitores” (M=3,468).

**GRÁFICO Nº.9: Uso da internet e das redes sociais**



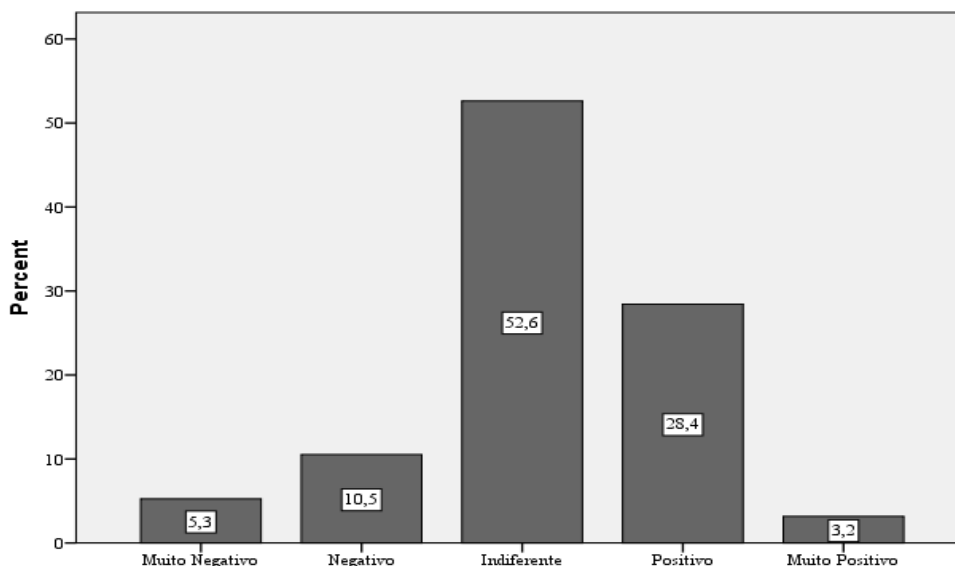
Não se verificaram diferenças significativas ao nível do género ( $p=0,328$ ), conduzindo à rejeição dessa possibilidade. Da mesma forma, através do teste ‘Kruskal-Wallis’ ( $p=0,735$ ) pode afirmar-se que a idade das pessoas não tem qualquer influência na posição face às afirmações apresentadas. Todavia, há diferenças significativas em função do grau de instrução (tabela nº.9) ( $p=0,012$ ), mas dada a existência de grupos com menos do que duas observações, não foi possível recorrer ao teste *post-hoc* de ‘Tamhane’ para, através de comparações múltiplas, perceber-se onde estão essas diferenças.

**TABELA Nº.9: Diferença da média de opiniões relativas ao uso da internet e das redes sociais segundo o nível de instrução dos inquiridos**

	Nível de instrução	Teste Kruskal-Wallis
Utilização das plataformas web na procura de informação política	Entre o 1.º e o 4.º ano de escolaridade	<b>Qui-Quadrado:</b> 18,077  <b>Graus de liberdade:</b> 7  <b>Nível de significância:</b> 0,012
	Entre o 5.º e o 6.º ano de escolaridade	
	Entre o 7.º e o 9.º ano de escolaridade	
	Entre 10.º e o 12.º ano de escolaridade	
	Bacharelato	
	Licenciatura	
	Mestrado	
Doutoramento		

Colocada a questão de saber qual a avaliação que fazem do uso das redes sociais, pelos políticos, 15,8% afirma considerar como ‘Muito Negativa’ ou ‘Negativa’ essa utilização, contra 31,6% que a consideram ‘Muito Positiva’ ou ‘Positiva’. Nesta questão, constata-se uma elevada percentagem de ‘Indiferentes’ (52,6%) - (vd. gráfico nº10).

**GRÁFICO Nº.10: Como avalia o uso das redes sociais, por parte dos políticos?**



#### 4. CONCLUSÕES

O facto de ter sido utilizada uma amostra não probabilística, não permite que as conclusões possam ser extrapoladas para o universo da totalidade dos portugueses residentes em Portugal. As considerações estarão limitadas ao âmbito da amostra. Sobre a questão de saber se os cidadãos utilizam a internet, para procurar informação sobre os acontecimentos políticos do País e do Mundo, concluiu-se em sentido positivo, quanto a cerca de 85% dos respondentes. Comparativamente, a utilização destinada a fins de informação política sobe, em 5,5 pontos percentuais, em relação à utilização destinada a fins gerais noticiosos. Feita uma análise geral comparativa, constata-se uma elevada penetração da internet junto dos inquiridos. Para tal conclusão contribuíram uma série de resultados, nomeadamente: **(1)** confirmação de um acesso, no mínimo, diário à internet; **(2)** uma distância pouco significativa entre a internet e a televisão, na análise da frequência média de utilização dos meios na procura de notícias; **(3)** o facto de cerca de 56% dos inquiridos considerarem a informação que encontram na internet sobre os acontecimentos políticos suficiente, dispensando a consulta em meios adicionais; **(4)** a afirmação da eficácia comunicacional da internet, no seio das últimas eleições

legislativas, junto da amostra, dado que a mesma surge em terceiro lugar, com uma ligeira diferença de meio ponto percentual em relação aos jornais e revistas.

A manutenção do poder que o ‘supermedia’ televisão desempenha na comunicação é visível. Este meio lidera como o preferido para a consulta de informação geral. Ao mesmo tempo, foi a primeira opção elencada, sobre como tomaram conhecimento dos programas dos candidatos, nas últimas eleições legislativas. No que concerne a saber quais as plataformas da web mais utilizadas no acesso à informação política, o Google e os portais de notícias situam-se ao mesmo nível. Tal não constitui para nós surpresa, atendendo ao destaque que os motores de busca, como o Google e o Yahoo têm vindo a assumir no contexto da web 2.0. Na procura de informação política, o facto da média mais alta das respostas não alcançar o ponto 4 da escala (‘frequentemente’), revela, no nosso entender, uma menor predisposição dos respondentes, para a ‘busca’ ativa de conteúdos políticos. Por outro lado, observou-se uma diferença comportamental, quanto à frequência média de utilização dos meios de informação (tanto na procura de notícias de carácter geral, como nas de carácter político), entre duas faixas etárias: a dos 35-49 anos e a dos 18-24 anos. A clara supremacia da primeira faixa etária em relação à segunda revela que o fator idade influencia o interesse pela procura de informação. A propósito da motivação para a consulta de informação política na internet, a razão maioritariamente selecionada foi a da ‘maior facilidade de consulta’ que a internet parece apresentar. O motivo cotado como o menos importante traduz-se na ‘possibilidade do próprio comentar os acontecimentos’. Os baixos níveis de frequência registados, quanto à participação em debates políticos, surpreenderam-nos, dada a potencialidade de participação da ‘Web social’. Registaram-se médias de frequência que não chegam aos 2 pontos da escala, ficando-se mesmo abaixo dos 1,4 pontos. Os inquiridos referiram quase nunca utilizarem os meios apontados, para participarem em debates políticos, ainda que as redes sociais se tenham destacado ligeiramente. Mesmo assim, foi possível constatar-se, junto da amostra, a existência de diferenças significativas entre os sexos, com os inquiridos do sexo masculino a admitirem recorrer com mais frequência a esses meios. Quanto à hipótese das redes sociais fomentarem a aproximação e a interação entre eleitores e cidadãos e o envolvimento e o interesse destes pela política, a média acerca das afirmações apresentadas, estão próximas umas das outras variando entre os 3,3 e os 3,6 pontos. Os respondentes não estão em total desacordo com as afirmações, mas também não estão em total sintonia. Tais dados

poderão constituir indícios de estados de desinteresse, indiferença perante o assunto ou mesmo indecisão. De tal forma que, novamente, uma elevada percentagem de ‘Indiferentes’ (52,6%) foi observada na questão ‘Qual a avaliação que faz da utilização das Redes Sociais pelos políticos?’, o que revelará a inexistência de uma opinião formada sobre o tema. Estes fatores sociais de indiferença e indecisão dos indivíduos recordam-nos as teses do ‘desalinhamento partidário’ de Dalton, Mcallister & Wattenberg (2003). Parece-nos existir um certo grau de indiferença partidária, junto dos indivíduos deste estudo, não se vislumbrando laços de identificação política, *lato sensu*.

## REFERÊNCIAS

- Amaral, I. (2012). *Redes Sociais na ‘internet’: Sociabilidades Emergentes*. Universidade do Minho; Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/19731>. Acesso em 25.07.012;
- Budge, I. (1996). *The new challenge of direct democracy*. Oxford. Blackwell Publishers Ltd.
- Carinat, M. & Vedel T. (2000). *Public policies for digital democracy*. In K. Hacker, & J. van Dijk (Eds.), *Digital democracy: Issues of theory and practice* (pp. 184-209). London. Sage Publications Ltd.
- Cardoso, A. (2008). *A Comunicação Política na internet. Análise dos websites dos Partidos Políticos em Itália*. Observatório (OBS\*) Journal, 7, 180-204.  
Disponível em <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/download/173/212>. Acesso em 03.05.010;
- Castells, M. (2007b). *Communication, Power and Counter-power in the Network Society* International Journal of Communication 1, 238-266.  
Disponível em <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46/35>. Acesso em 03.05.012;
- Castells, Manuel (2008). *The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance*. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, pp.78-93.  
Disponível em <http://ann.sagepub.com/content/616/1/78>. Acesso em 05.06.011;
- Castells, Manuel (2010). *A Ciberguerra do Wikileaks*. Observatório de imprensa nº620, 15/12. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=620IMQ020>. Acesso em 04.01.011;
- Castells, Manuel (2012). *¿Adónde van los ‘indignados’?*  
Disponível em <http://www.lavanguardia.com/opinion/articulos/20120121/54244670405/manuel-castells-adonde-val-los-indignados.html>. Acesso em 03.02.012;
- Cunha, Magda R. (2006). *Campanhas políticas e tecnologias digitais*. Revista Comunicação & Cultura, nº2, outono-inverno, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Quimera, pp. 146-156.  
Disponível em [http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/2010/07/02\\_00\\_Indice\\_Editorial.pdf](http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/2010/07/02_00_Indice_Editorial.pdf). Acesso em 08.08.011;
- Farrel, D. M., Kolodny, R. & Medvic, S. (2001). *Parties and Campaign Professionals in a Digital Age: Political Consultants in the United States and their Counterparts Overseas*, The Harvard International Journal of Press/Politics September 2001, 6: 11-30, Press/Politics 6(4):11-30. Disponível em <http://hij.sagepub.com/content/6/4/11.abstract>. Acesso em 03.05.011;
- Dahl, Robert (1989). *Democracy and its Critics*. Yale University.
- Dahlgren, P. (2005). *The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation*, Political Communication, 22:2, 147-162, DOI: 10.1080/10584600590933160;

**Os Novos Media no Universo Político: Sociedade Civil e Participação Política.**  
**Ana Isabel Vale Canavarro**

- Dalton, M. & Wattenberg (2003). *Democracia e identificação partidária nas sociedades industriais avançadas. Análise Social, vol. XXXVIII (167), 2003, 295-320.* Disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1218738858V5xST4bl7Mk14EP6.pdf>. Acesso em 03.06.011;
- Djupsund & Carlson (2003). *Catching the 'wired voters'? Campaigning on the internet.* Nordicom Information nr.1, 2003, pp.39-50;
- Disponível em: [http://www.nordicom.gu.se/common/publ\\_pdf/22\\_039-050.pdf](http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/22_039-050.pdf). Acesso a 14 .12.011;
- Freixo, M. (2010), *Metodologia Científica – Fundamentos, Métodos e Técnicas* (2ª edição). Lisboa: Instituto Piaget;
- Gibson R. & McAllister I. (2011) *A Net Gain? 'Web 2.0' Campaigning in the Australian 2010 Election*, Paper prepared for presentation at the 2011 Annual Meeting of the American Political Science Association, Seattle, WA., 24 pgs.
- Disponível em: <http://drupals.humanities.manchester.ac.uk/ipol/sites/default/files/newdocs/McAllister-Gibson-apsa2011.pdf>. Acesso em 26.05.012;
- Gibson, Rachel & Ward (1998). *UK political parties and the 'internet': political as usual in the new media?* Harvard International Journal of Press/Politics 3 (3): 14-38. Disponível em <http://hij.sagepub.com/content/3/3/14.full.pdf>. Acesso em 03.03.012;
- Luz, E. (2010). *Novas redes sociais, novas sociabilidades políticas e novos rumos à concretização da ciberdemocracia brasileira.*
- Disponível em <[http://www.abciber2010.pontaodaeco.org/sites/default/files/ARTIGOS/1\\_REDES\\_SOCIAIS/EdwardMLuz\\_REDESSOCIAIS.pdf](http://www.abciber2010.pontaodaeco.org/sites/default/files/ARTIGOS/1_REDES_SOCIAIS/EdwardMLuz_REDESSOCIAIS.pdf)>. Acesso em 03.11.010;
- Margolis, M., D. Resnick and C. Tu (1997) *Campaigning on the Internet: Parties and Candidates on the World Wide Web in the 1996 Primary Season, Press/Politics* 2(1): 59–78. doi: 10.1177/1081180X97002001006. Disponível em <http://hij.sagepub.com/content/2/1/59.short>. Acesso em 02.06.011;
- Norris, P. (2001). *A Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the 'internet' in Democratic Societies.* New York: Cambridge University Press; Disponível em <http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Books/Digital%20Divide.htm>. Acesso em 02.06.011;
- O'Shaughnessy, N. (2001), *The Marketing of Political Marketing.* European Journal of Marketing, Vol. 35, Nº9/10:1047-1057; <http://www.marketplanet.ru/filestore/0045/0008/909/p1047.pdf>. Acesso a 03.03.011;
- Poster, Mark (2000). *A Segunda Era dos Media. (Título Original: The Second Media Age, 1995).* Oeiras. Celta Editora.
- Silvestre&Araujo (2012). *Metodologia para a Investigação Social.* Lisboa: Escolar Editora;
- Stanyer (2003). *Political Communication in transition: Conceptualising Change and Understanding its Consequences, European Journal of Communication* 18 (3), pp.385-394;
- Xavier, A. (2010). *A internet como variável de comunicação no Universo Político Eleitoral - Uma abordagem seguindo uma ótica relacional.* ISCTE Business School. Instituto Universitário de Lisboa. Disponível em <https://repositorio.iscte.pt/handle/10071/3274>. Acesso em 02.03.012.

**How to cite this article:**

Canavarro, A. (2013). *Os Novos Media no Universo Político: Sociedade Civil e Participação Política.* International Journal of Marketing, Communication and New Media. Online, Vol.1, nº 1, p.5-27. Disponível em <http://u3isjournal.isvoug.pt/index.php/ijmcm>