



JOSÉ MANUEL ROBLES,
STEFANO DE MARCO E MIRKO ANTINO

Consumo de informação política e participação digital em blogs de conteúdo sociopolítico

Análise Social, 207, XLVIII (2.º), 2013

ISSN ONLINE 2182-2999

EDIÇÃO E PROPRIEDADE

Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Av. Professor Aníbal de Bettencourt, 9
1600-189 Lisboa Portugal — analise.social@ics.ul.pt



Consumo de informação política e participação digital em blogs de conteúdo sociopolítico. Este artigo faz parte de um conjunto de trabalhos que visam conhecer os fatores que determinam a participação digital em Espanha. Neste estudo, interessamo-nos pela forma através da qual o consumo de informação política afeta um tipo concreto de prática política digital: a participação em blogs políticos e sociais. Partindo de um inquérito do CIS (ref. 2736), reunimos um conjunto amplo e heterogéneo de formas de aceder à informação política. Aplicámos uma análise fatorial para ordenar este conjunto de variáveis e realizámos uma análise de regressão, tomando os fatores resultantes da análise anterior como variáveis independentes e, como dependente, a participação em blogs políticos e sociais. Com isto pretendíamos averiguar que tipo de informação nos permite prever melhor este tipo de comportamento político digital.

Palavras-chave: participação política; participação digital; informação política; blogs.

Consumption of political information and digital Participation in socio-political blogs. This study is one of many that seek to understand the factors that determine digital participation in Spain. We examine the ways that consumption of political information affects a specific digital political practice – participation in political and social blogs. Beginning with a CIS questionnaire (ref. 2736), we gather a large and heterogeneous sample of means for obtaining political information. We apply a factorial analysis to order the sample and run regressions, using the factors emerging from the earlier analysis as independent and dependent variables. With this we reveal the type of information that allows us to better predict digital political behavior. Keywords: political participation; digital participation; political information; blogs.

José Manuel Robles » jmrobles@ccee.ucm.es » Universidad Complutense de Madrid.

Stefano De Marco » sdemarco@cps.ucm.es » Universidad Complutense de Madrid.

Mirko Antino » m.antino@psi.ucm.es » Universidad Complutense de Madrid.

JOSÉ MANUEL ROBLES

STEFANO DE MARCO

MIRKO ANTINO

Consumo de informação política e participação digital em blogs de conteúdo sociopolítico¹

INTRODUÇÃO

O presente trabalho² tem por objetivo compreender os fatores que determinam a participação política em Espanha.³ Numa primeira fase, realizámos um estudo quantitativo, tomando como base o inquérito realizado pelo CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) com a referência 2736, dedicado à análise da relação entre a política e a internet. Numa segunda fase do projeto, poremos em marcha um trabalho de campo qualitativo para estudar um conjunto de coletivos ativistas que utilizam, em graus distintos, a internet.

A introdução recente da internet no espaço político gerou uma atenção crescente da comunidade académica em torno das possíveis transformações na participação política dos cidadãos (Castells, 2010; Hague e Loader, 1999; van Dijk, 2000). Neste artigo, definimos a participação política digital (PPD) como o conjunto de práticas participativas que os cidadãos realizam através da

1 Traduzido do castelhano por Patrícia Dias da Silva (ICS-UL/ESCS-IPL).

2 O trabalho representa parte dos resultados obtidos com o Projeto de Investigação SCO2009-17337 do Plano Nacional de Investigação do Ministério de Ciência e Inovação do Governo de Espanha.

3 Consideramos neste tipo de ações as seguintes práticas digitais: contactar algum político ou partido político através da internet, contactar a administração pública através da internet para efetuar uma queixa, comunicar através da internet com alguma associação ou organização, doar ou angariar dinheiro através da internet para uma campanha, organização, ou associação, assinar uma petição *online* e escrever comentários e/ou discutir num blog ou fórum de conteúdo social ou político (Anduiza *et al.*, 2010). Esta última prática será o objeto concreto deste estudo.

internet (Robles, 2008). Um grande número de autores começou a interessar-se por compreender que mecanismos influenciam a adoção de práticas de PPD. Tais mecanismos dizem respeito, em primeiro lugar, a questões intrínsecas ao âmbito digital, como por exemplo os recursos eletrónicos (Gibson, Lusoli e Ward, 2005) e as competências digitais dos internautas (van Deursen e van Dijk, 2009).

Foram ainda estudadas influências de fatores mais inerentes a questões políticas, como a ideologia dos internautas (van der Meer, van Deth e Scheepers, 2009) ou o facto de estes se envolverem em atividades políticas *offline* (Calenda e Mosca, 2007). Nesta pesquisa, a nossa interrogação concerne a influência de um fator concreto sobre ser ou não participante político digital: a informação política a que os internautas espanhóis têm acesso. Por outras palavras, tomamos como variáveis independentes um conjunto de indicadores que representam uma gama heterogénea de fontes de informação política utilizadas pelos internautas em Espanha, questionando qual a influência dessas fontes sobre a utilização política da internet pelos cidadãos. Em concreto, neste trabalho fazemos uma reflexão sobre como a informação política influencia um tipo específico de participação política digital, *a participação em blogs políticos*.⁴ Em trabalhos anteriores estudámos a influência sobre a participação digital de outros fatores, como ser ou não um ativista político, ter ou não determinadas capacidades no manuseamento da internet, ou ser detentor ou não de determinadas atitudes sobre a política. Assim, o presente trabalho faz parte de um primeiro conjunto de estudos que nos permite avançar na compreensão de quais os factores que determinam o nosso objeto de estudo.

Concretamente, neste trabalho pretendemos conhecer dois aspetos. Em primeiro lugar, se o facto de se ser um cidadão informado sobre temas políticos influencia ou não a utilização da internet para discutir em blogs políticos ou sociais. As variáveis de informação política contempladas neste estudo, tanto *online* como *offline*, são muito heterogéneas. Considerámos os usos de meios tradicionais como a imprensa ou a televisão, o uso da internet como ferramenta informativa, as mensagens de correio eletrónico e outras mensagens que os internautas recebem, bem como a pertença a redes sociais⁵

4 Trata-se de um tipo de prática muito comum, dinâmica e com grande protagonismo na internet. Do mesmo modo, é um tipo de atividade específica ao mundo digital que não tem equivalente *offline*. Todas estas características tornam-na especialmente relevante para os especialistas em participação digital.

5 Neste contexto, redes sociais refere-se ao termo sociológico e não às plataformas *online* que vieram a assumir a mesma designação.

que geram e transmitem informação aos cidadãos através da internet. Em segundo lugar, queremos saber que tipo de informação tem mais peso sobre estas práticas. Esta segunda questão permite-nos avançar na compreensão de que tipo de informação é manuseado pelos ativistas digitais em Espanha, bem como, partindo deste passo, avançar para a compreensão do tipo de práticas que realizam (Bimber, 2003).

Para cumprir este objetivo apresentamos, em primeiro lugar, um estado da arte geral sobre a relação entre informação política e participação política digital. Em segundo lugar, centramo-nos em torno do debate académico sobre a nossa variável dependente: o uso de *blogs* políticos. Estes dois pontos marcam o eixo central do estudo. Em terceiro lugar, apresentamos a metodologia. Neste ponto abordamos quais as variáveis dependentes e independentes, assim como as técnicas estatísticas utilizadas para cumprir os objetivos deste trabalho. No quarto e último ponto, resumimos brevemente os resultados da análise e realizamos uma interpretação teórica desses resultados.

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Vários autores têm tratado, de um ponto de vista teórico, os efeitos do uso político da internet sobre o sistema democrático representativo. Trata-se de uma perspetiva “de cima”, que gerou reflexões sobre os possíveis modelos de *e-democracy* que possam surgir da aplicação da internet ao político. Tais modelos têm sido organizados segundo taxonomias distintas (Hagen, 2000; van Dijk, 2000). Estas estão distribuídas ao longo de um *continuum* que abarca desde modelos atuais e já implantados em muitas democracias ocidentais, como por exemplo o *e-government* ou a *e-administration*, até modelos mais normativos por implantar, como por exemplo modelos de democracia direta (Subirats, 2002). Como referido, estes últimos modelos não contam com vias institucionais que os sustentem. Ou seja, as estruturas democráticas da maioria dos países não contemplam estas formas de participação política, despojando-as assim de valor político num sentido clássico (Lane, 1959).

Ainda assim, os internautas põem em prática os mais variados tipos de atividade política através da internet. De facto, como afirmam Anduiza *et al.* (2010, p. 135): “Como é que se pode não considerar participação a escrita de comentários políticos em blogs, quando estes começam a ter um papel próprio na definição da agenda mediática e, por conseguinte, política?”. Isto é, ainda que não existam vias normativas que deem um sentido institucional a todos os modelos possíveis de *e-democracy*, a participação dos internautas tem de facto um efeito político (Gibson e Römmle, 2007). Os cidadãos utilizam a internet para participar politicamente de todas as formas que a ferramenta possibilita

e que sejam compatíveis com o seu interesse pela política, e com os seus perfis de internauta (Norris e Curtice, 2006).

Este é o motivo pelo qual é importante compreender quem participa politicamente *online*, quais são as suas atitudes, as suas crenças, a sua relação com as novas tecnologias. Ou seja, é importante entender quais são os mecanismos que facilitam condutas de participação política digital e que efeito tem esta última sobre o espaço público.⁶

Um dos terrenos mais frutíferos no estudo da participação política digital tem sido o debate sobre a normalização (Margolis e Resnik, 2000). Nesta abordagem, a discussão tem-se centrado nos últimos anos sobre se a internet é ou não uma ferramenta através da qual se reproduzem as dinâmicas participativas *offline*. Segundo esta teoria, as relações políticas *offline* repetem-se no ambiente digital. Assim, e com base nesta hipótese, não se poderá considerar que a participação digital seja um tipo de prática politicamente inovadora (Small, 2008).

Aplicada aos partidos políticos e à informação, a hipótese da normalização concebe os partidos dominantes na arena política convencional como mantendo uma posição privilegiada no ciberespaço. No terreno das estratégias da comunicação, esta teoria defende que o uso da internet pelos partidos políticos visa unicamente agilizar e diminuir os custos de transmissão das suas mensagens (Jackson, 2008). Deste modo, a criação de páginas *web* e de blogs políticos por parte dos partidos políticos e representantes políticos teria como principal objetivo oferecer, de forma mais acessível e direta, a informação que já transmitem através de outros meios (Schwitzer, 2005).⁷

6 A corrente fundamental no estudo do uso político da internet, orientada pela ciência política, tem um elemento básico comum: um enfoque analítico centrado no modo através do qual as estruturas e processos políticos influenciam a natureza e características do sistema político. Trata-se de um tipo de enfoque que Braungart (1980) designa por “as origens políticas do poder”. No entanto, a abordagem do presente estudo está marcada por uma forte matriz sociológica. Neste trabalho partimos de uma perspectiva da teoria sociológica analítica (Elster, 2010), focando-nos nos determinantes em vez das consequências da participação digital. Neste sentido, consideramos central que a explicação das ações se baseie no estabelecimento de relações entre uma dada ação e as atitudes, crenças e demais condutas apresentadas pelos agentes. Todos estes elementos adquirem uma dimensão sociológica, na medida em que, por um lado, estão relacionadas com variáveis sociodemográficas, sociopolíticas e socioeconómicas e, por outro, podem contribuir para a compreensão dos efeitos da ação sobre o sistema, neste estudo de caso político.

7 O número de trabalhos empíricos realizados dentro desta corrente de análise excede os objetivos desta breve apresentação do estado da arte. No entanto, é importante assinalar, dada a sua influência, as investigações de Ward, Gibson e Lusoli (2003) e Margolis e Resnick (2000) no terreno do uso de blogs políticos ou páginas *web* de partidos políticos.

No terreno do consumo de informação e da participação, a teoria da normalização sustenta que os cidadãos que participam politicamente através da internet eram, previamente, cidadãos politicamente ativos e informados. Neste sentido, segundo Boogersa e Voerman (2003), o uso político das páginas *web* pelos utilizadores aparenta igualmente não ter consequências sobre a participação política. Finalmente, para Schuefele e Nisbet (2002) os meios de comunicação tradicionais continuam a ser os que mais favorecem o desenvolvimento da cidadania, enquanto o uso da internet não possui efeitos observáveis sobre a disposição a participar politicamente.

Por oposição a esta perspectiva, os autores da “nova mobilização” afirmam que os usos políticos da internet podem favorecer a participação política de alguns coletivos tradicionalmente menos ativos, como por exemplo os jovens (Livingstone e Helsper, 2007). Além disso, segundo alguns autores, tanto as páginas *web* como os blogs dos representantes e partidos políticos apresentariam aspetos inovadores para o cenário político ao fomentar as discussões e debates de caráter inclusivo e deliberativo, assim como ao gerar informação e conhecimento relevante para a participação (Norris, 2003; Coleman, 2004; Delli Carpini, 2000; Krueger, 2002; Tolbert e McNeal, 2003; Quintelier e Vissers, 2008). Neste sentido, Kenski e Stroud (2006), utilizando os dados do *National Annenberg Election Survey* de 2000, revelam que o uso da internet e a exposição a informação *online* das campanhas eleitorais têm efeitos positivos, mesmo que modestos, sobre a participação política e sobre o conhecimento e a eficácia política. Também Ward, Gibson e Lusoli (2003), ao estudarem as atividades *online* de 30 organizações com base britânica, entre 2001 e 2003, mostraram como a internet favorece a mobilização de grupos e indivíduos menos implicados politicamente.

No terreno do estudo concreto da relação entre o consumo da informação e o uso de blogs políticos e sociais, uma das teses fundamentais é a de que os blogs políticos facilitam a comunicação entre o cidadão e o agente gerador de informação, seja este jornalista ou não (Coleman e Wright, 2008), melhorando, desta forma, a comunicação política entre os cidadãos.

Para outros autores, o consumo de notícias pode ter algum efeito sobre o uso dos blogs políticos. Segundo o estudo de De Zuñiga *et al.* (2007), o consumo de notícias, em conjunto com a participação em discussões públicas, fomenta diversas formas de participação digital como o uso de blogs políticos. O consumo de notícias, por exemplo, promove mais conhecimento político, favorece a reflexão e fomenta um sentido de eficácia política (Eveland, *et al.*, 2005). Hwang, *et al.* (2006) analisaram como a falta de confiança ou as condições no enquadramento informativo dos meios de comunicação ou das instituições geradoras de informação aumentam a motivação dos cidadãos para

utilizar os blogs informativos. Os autores realizaram um estudo empírico dos dissidentes durante a segunda guerra do Iraque.

Na esteira da linha teórica destes últimos trabalhos, no presente artigo analisamos em que medida o uso de informação política influencia ser-se um cidadão que participa politicamente em blogs. Temos igualmente interesse por qual o tipo de informação que tem mais peso para este tipo de prática política digital. Assim, posicionamo-nos no debate académico anteriormente exposto ao discutir, para o caso espanhol, *i*) se o uso de informação afeta em alguma medida a participação digital em blogs políticos ou sociais e *ii*) se a informação que tem mais peso sobre esse tipo de atividade provém dos partidos políticos, dos meios de comunicação tradicionais, ou tem origem nas redes sociais a que pertencem os cidadãos.

METODOLOGIA

DADOS E AMOSTRA

Para cumprir os objetivos aqui propostos, utilizámos o estudo do CIS “internet e participação política” (2007, ref. 2736). Este inquérito é o primeiro em Espanha a dedicar-se a recolher informação sobre a difusão da internet neste país e sobre os seus diferentes usos, incluindo os políticos, por parte da população espanhola. O estudo 2736 recolheu ainda indicadores sobre a participação política tradicional.

O inquérito conta com uma amostra de 3716 indivíduos referentes a um universo constituído pela população espanhola de ambos os sexos maiores de 18 anos e por jovens de 18 a 44 anos.⁸

VARIÁVEIS INDEPENDENTES

No quadro n.º 1 apresentam-se as variáveis constantes do referido estudo que medem as fontes de informação política utilizadas pelos cidadãos.

Tentámos recolher uma representação o mais completa possível de fontes de informação política. Por este motivo, incluímos além do uso de meios tradicionais como jornais, rádio ou televisão, informação política que os internautas recebem através de mensagens provenientes por correio electrónico e sms. Pensamos que a informação política recebida pelos cidadãos através de

8 Amostragem multi-etapas, estratificada por *clusters* (ou conglomerados). Alocação de tipo não proporcional. A utilização da amostra completa implicou o uso de ponderadores. Para um intervalo de confiança de 95,5% (dois desvios-padrão), o erro é de $\pm 1,64\%$ para o conjunto da amostra, no pressuposto de uma amostragem aleatória simples (Fonte: Ficha Técnica do CIS, estudo 2736).

QUADRO N.º 1

Variáveis do estudo 2736 que medem os diferentes aspetos do uso de informação política dos internautas.

Ter recebido correio eletrónico a convocar uma manifestação/ <i>sit-in</i> /outra atividade de protesto
Ter recebido correio eletrónico com um manifesto ou petição electrónica
Ter recebido correio eletrónico sobre outro tema da atualidade ou convocatória
Ter recebido correio eletrónico com alguma crítica a um partido ou um político
Ter recebido correio eletrónico de apoio a um candidato ou partido
Ter consultado alguma vez uma página <i>web</i> de um partido/candidato político
Ter recebido uma SMS a convocar uma manifestação
Alguém o ter sido convencido a ir a uma manifestação
Ter assinado uma <i>newsletter</i> sobre temas de atualidade política
Uso e frequência de imprensa nacional
Uso e frequência de imprensa local
Uso e frequência de imprensa gratuita
Ouve/vê notícias na rádio ou televisão
Frequência de uso de internet para informação de atualidade política
Uso e frequência de imprensa internacional
Ouve/vê programas de aprofundamento político na rádio ou televisão

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Estudo 2736 do CIS.

canais informais é de igual forma relevante para um estudo com os objetivos aqui delineados. Também foi considerado o uso da internet como ferramenta de informação política, seja utilizando as páginas *web* dos partidos políticos, ou procurando informação através de outros canais. Do nosso ponto de vista, este tipo de informação é relevante para uma visão plural e completa de como os internautas se informam sobre questões públicas.

O primeiro objetivo desta análise empírica é averiguar se as variáveis utilizadas no questionário 2736 para medir os modos distintos de informação dos internautas espanhóis podem ser organizadas segundo dimensões subjacentes a esta construção teórica. Segue-se a apresentação detalhada das variáveis independentes.

VARIÁVEIS DEPENDENTES

O estudo 2736 contém um conjunto de *itens* dicotómicos que visam explorar os diferentes tipos de participação política digital. O quadro n.º 2 compila todos estes *itens*.

QUADRO N.º 2

Itens do estudo 2736 que medem os diferentes elementos de participação digital.

Em alguma ocasião realizou alguma destas atividades através da internet?			
	SIM	NÃO	NÃO SE RECORDA NÃO SABE
Contactar um político ou um partido político			
Contactar a administração através da internet para se queixar ou protestar			
Comunicar com uma associação ou organização			
Para doar ou angariar dinheiro para uma campanha, ou para uma organização/associação			
Para escrever comentários num blog ou fórum de conteúdo social ou político			
Para assinar uma petição			

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Estudo 2736 do CIS.

Para este trabalho centramo-nos unicamente numa destas variáveis dicotómicas: escrever comentários num blog ou fórum de conteúdo político.

ANÁLISE

Utilizaram-se duas ferramentas estatísticas distintas nesta investigação. Em primeiro lugar, todas as variáveis incluídas no estudo 2736 relativas ao consumo de informação política foram submetidas a uma análise factorial, com o objetivo de medir a construção teórica da informação política. Isto permitiu-nos, por um lado, resumir a informação acerca das variáveis que contribuem para esta construção e, por outro, compreender quais são as dimensões que a constituem.

Dada a natureza dos fenómenos que são objeto de estudo, algumas das perguntas incluídas foram construídas para averiguar quer a presença ou ausência de uma determinada conduta, quer a forma apresentada por um determinado fenómeno. Isto implica o uso ou de variáveis dicotómicas ou de variáveis categóricas para a medição de muitas características dos sujeitos. Efetivamente, através do teste de Kolmogorov Smirnov, verificou-se que todas as variáveis tinham uma distribuição significativamente distinta da distribuição normal. Portanto, durante a escolha do tipo de análise factorial (Lewis-Beck, 1994), descartaram-se os métodos de extração dos fatores que requerem a multinormalidade dos dados, como o da máxima verosimilhança. Consequentemente, optou-se por um método de extração de componentes principais (Lawley, Maxwell, 1971). O método de rotação escolhido é o Varimax.

Num segundo momento, procedeu-se a uma análise de regressão logística que incluía, como variáveis independentes, os fatores extraídos pela análise anterior e, como variável dependente, a participação em blogs políticos. Isto permitiu-nos explorar qual a influência da informação política sobre este último comportamento e os distintos fatores que contribuem para a sua composição.

RESULTADOS

ANÁLISE FACTORIAL

Apresenta-se de seguida o quadro n.º 3 com os componentes submetidos a rotação que serviram para a interpretação dos fatores. Encontramos a azul as variáveis correspondentes ao primeiro fator e a verde as correspondentes ao segundo fator:

QUADRO N.º 3

Matriz de componentes submetidos a rotação.

VARIÁVEIS	Componentes	
	1	2
Ter recebido correio eletrónico a convocar uma manifestação/ <i>sit-in</i> / outra atividade de protesto	0,78	-0,034
Ter recebido correio eletrónico com um manifesto ou petição electrónica	0,777	0,062
Ter recebido correio eletrónico sobre outro tema da atualidade ou convocatória	0,744	0,034
Ter recebido correio eletrónico com alguma crítica a um partido ou um político	0,738	0,021
Ter recebido correio eletrónico de apoio a um candidato ou partido	0,612	0,011
Ter consultado alguma vez uma página <i>web</i> de um partido/candidato político	0,514	0,293
Ter recebido um SMS a convocar uma manifestação	0,417	0,09
Alguém o ter sido convencido a ir a uma manifestação	0,397	0,076
Ter assinado uma <i>newsletter</i> sobre temas de atualidade política	0,379	0,13
Uso e frequência de imprensa nacional	0,202	0,723
Uso e frequência de imprensa local	-0,02	0,692
Uso e frequência de imprensa gratuita	0,089	0,62
Ouve/vê notícias na rádio ou televisão	0,108	0,556
Uso e frequência de imprensa internacional	0,08	0,471
Ouve/vê programas de aprofundamento político na rádio ou televisão	-0,057	0,431

Todas as variáveis que incidem no primeiro fator são variáveis relacionadas com a informação política que os internautas recebem de grupos sociais ou de indivíduos interessados ou motivados por questões políticas através de correio eletrónico, SMS, etc. Dado o caráter institucional deste tipo de informação, designaremos este fator por “fontes informais de informação política”. Por seu lado, o segundo fator agrupa os hábitos informativos que implicam uma disposição ativa em relação à informação e ao uso de canais tradicionais de informação: a imprensa nacional, local, internacional ou gratuita, a televisão e a rádio. Chamaremos a este fator, por oposição ao anterior, “fontes formais de informação política”. Entre os diferentes canais de informação que constam deste fator, incluem-se igualmente as páginas *web* dos jornais tradicionais.

Em síntese, os resultados da análise fatorial mostram que é possível agrupar todas as variáveis contempladas em duas dimensões subjacentes que permitem explicar a estrutura de covariância das mesmas variáveis.

REGRESSÃO

Esta análise foi implementada para verificar, em primeiro lugar, se o modelo representado pelos dois fatores que contribuem para a formação da construção “informação política” possui influência sobre a participação política através dos blogs e, em segundo lugar, qual dos fatores tem maior influência.

Consequentemente, implementou-se uma regressão logística cujas variáveis independentes estão representadas pelos fatores e cuja variável dependente é o uso de blogs políticos. Também foram introduzidas as variáveis políticas e sociodemográficas de controlo.

Apresentam-se em seguida os valores de resumo do modelo de regressão (quadro n.º 4), seguidos dos coeficientes (quadro n.º 5).

As duas variáveis independentes são significativas. Sendo os dois fatores variáveis estandardizadas, é possível fazer uma comparação direta entre os coeficientes *B*. Observando os valores Beta é possível destacar que a maior influência no modelo é a da variável “fontes informais de informação política”, mais do que da variável “fontes formais de informação política”.

QUADRO N.º 4

Resumo do modelo de regressão.

Passo	-2 log verossimilhança	R ² (Cox e Snell)	R ² (Nagelkerke)
1	1475,299 ^a	,190	,301

QUADRO N.º 5

Coeficientes do modelo de regressão.

	B	E.T.	Exp(B)
Idade	-,044	,007	,957*
Nível de educação	,020	,055	1,021
Status sócio-econômico	,028	,058	1,028
Interesse na política	,193	,149	1,213
Confiança em nas pessoas	,082	,033	1,086**
Fontes informais de informação política	,936	,066	2,549*
Fontes formais de informação política	,348	,067	1,416*
Constante	-,942	,330	,390

* <0,001.

** <0,05.

Os coeficientes R^2 de Cox e Snell, assim como o de Nagelkerke, informam-nos do facto de, apesar de não muito elevada, existir uma influência dos dois fatores sobre a variável dependente. Cabe recordar que estes dois índices não se comportam como o R^2 da regressão logística. Por último, destaca-se que 82,6% dos casos prognosticados são classificados corretamente por este modelo.

DISCUSSÃO

Neste trabalho temo-nos dedicado a responder às seguintes perguntas: Tem influência ser-se detentor de informação política para se ser um cidadão que participa digitalmente através de blogs políticos ou sociais? Que tipo de informação política tem maior peso para esta atividade? Que conclusões podemos extrair desta análise?

CONTRIBUTOS EMPÍRICOS

A nossa análise factorial permitiu-nos organizar o diversificado conjunto de variáveis informativas utilizadas no estudo em dois grupos básicos. Em primeiro lugar, observámos um primeiro conjunto de variáveis informativas cuja característica comum é serem geradas por indivíduos ou grupos de indivíduos à margem dos canais tradicionais de informação, como jornais, televisão, etc. Trata-se, do nosso ponto de vista, de fontes sócio-organizacionais

de informação que não são geradas por instituições formais informativas. No segundo fator, são agrupadas diversas práticas informativas relacionadas com os meios tradicionais de informação ou fontes mediáticas de informação.

Uma nota relevante diz respeito ao facto de a polarização entre fontes sociais e mediáticas se produzir independentemente de ser digital ou não. Em ambos os fatores encontramos variáveis informativas *offline* e *online*. Este resultado reforça a nossa tese segundo a qual a questão não é tanto o meio (internet ou tradicional), mas sim a fonte da informação (formal ou informal).

A análise de regressão informa-nos sobre dois aspectos. Em primeiro lugar, o uso da informação política permite prever o facto de se ser um cidadão que participa politicamente através da internet, utilizando para isso blogs políticos e sociais. Isto é, a nossa análise mostra que existe uma relação significativa entre todas as variáveis informativas tomadas no seu conjunto e a utilização de blogs políticos e sociais.

Em segundo lugar, e a um nível mais concreto, podemos dizer que as fontes informais de informação têm um peso maior do que as fontes formais sobre este tipo de participação digital. Por outras palavras, estar exposto à receção de mensagens políticas através da internet, telemóvel, ou mediante relação presencial com conhecidos determina em maior medida a apetência para se ser um utilizador de blogs políticos e sociais do que ler jornais, ou aceder a notícias políticas, através ou não da internet.

CONTRIBUTOS TEÓRICOS

Estes resultados permitem-nos intervir no debate que apresentámos na segunda secção do artigo. Em primeiro lugar, os nossos resultados relativizam, pelo menos no caso de Espanha, a tese da normalização, segundo a qual a informação política não tem efeitos sobre a participação digital (Boogersa e Voerman, 2003). Tal como mostrámos na nossa análise, os dois fatores extraídos do nosso estudo empírico permitem prever o uso de blogs políticos por parte dos internautas espanhóis. Igualmente, esses resultados questionam a tese, novamente só para o caso espanhol, de que são os meios tradicionais a determinar em maior medida as práticas políticas participativas, neste caso as digitais. Segundo o que mostrámos, para o uso dos blogs políticos e sociais, a informação que provém de redes informais de informação tem maior peso do que a informação proveniente dos meios tradicionais. Deste modo, posicionamo-nos com autores como De Zuñiga *et al.* (2007), para quem a partilha de informação entre pares, neste caso através da internet, além do consumo de notícias, fomenta diversas formas de participação digital como o uso de blogs políticos.

Estes resultados têm ainda, do nosso ponto de vista, outra leitura de relevância teórica. A participação através de blogs faz-se, em grande medida, a

partir de fontes informais de informação. Isto é, a informação alternativa aos meios tradicionais é muito relevante para este tipo de prática política. Neste sentido, os participantes em blogs políticos são cidadãos que não são apenas influenciados pelos fluxos de informação produzidos a partir “de cima”, mas estão também abertos a uma informação gerada por canais com uma fisionomia horizontal.

Em *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power* (2003), Bimber defende a tese de que as formas adotadas pela participação política são fortemente influenciadas pela fisionomia da informação que esses participantes consomem. Segundo o autor, “um contexto sociopolítico no qual a informação tem uma forma menos hierarquizada implica um ambiente participativo mais rico, diverso e inovador” (Bimber, 2003, p. 25). Desta perspectiva, podemos propor a seguinte tese especulativa. Para compreender a relação entre o consumo de informação política procedente de fontes sociais não formais e a participação em blogs políticos e sociais, deveríamos considerar a semelhança morfológica desse tipo de informação e a formação de participação neste tipo de espaços digitais. Em ambos os casos, estamos perante processos sociais pouco hierarquizados e, portanto, sujeitos a um controlo débil. Na nossa perspectiva, é nesta circunstância que se encontra a explicação especulativa qualitativa sobre a relação quantitativa que apresentámos neste artigo, nomeadamente entre o consumo de informação procedente de fontes não formais e a participação em blogs políticos e sociais.

Na conclusão deste artigo, gostaríamos de enfatizar a importância de considerar, de forma contextualizada, o fenómeno da participação política digital. Em trabalhos recentes demonstrámos que a participação digital está muito relacionada com novas práticas de participação *offline*, como as ligadas à esfera do consumo ou aos movimentos sociais alternativos (Robles, De Marco e Antino, 2011). Com vista a compreender as características da participação digital devemos, do nosso ponto de vista, fixar-nos nos diferentes elementos “inovadores” que encontramos nas nossas análises. Neste artigo mostrámos a importante relação entre o uso de blogs políticos e o consumo de informação gerada em redes sociais horizontais, em anteriores trabalhos mostrámos a influência de novas práticas políticas sobre a participação digital. Assim, e vista no seu contexto, concluímos que a análise da participação digital oferece pistas que nos permitem pensar que se trata de um fenómeno pleno de características particulares e distintas da participação *offline*.

LIMITAÇÕES E FUTURAS INVESTIGAÇÕES

A principal limitação que enfrentamos neste trabalho está relacionada com a data de recolha dos dados: 2007. É razoável pensar que, desde esta data até

ao momento presente, algumas coisas mudaram na forma como os cidadãos utilizam a internet em Espanha. No entanto, para Espanha, mas também para o resto dos países da nossa área, não contamos com outra fonte de informação para estudar este fenómeno social. Do mesmo modo, e da nossa perspectiva, tendências como as apontadas aqui não são muito sensíveis às transformações que se possam ter produzido nos últimos cinco anos. Portanto, estamos convencidos de que as conclusões aqui oferecidas ainda são válidas.

Gostaríamos de poder contribuir com informação em relação ao conceito de “nova mobilização”. Isto é, teria sido interessante poder discutir se o consumo de informação política faz com que os cidadãos que não são politicamente ativos se envolvam em discussões e deliberações através de blogs políticos e sociais. No entanto, a amostra utilizada, os utilizadores de internet, não nos permite analisar em que medida novos cidadãos se somam à realização desta atividade.

No futuro, pretendemos levar a cabo um conjunto de investigações de carácter qualitativo que nos permita aprofundar os discursos dos cidadãos que participam e não participam politicamente através da internet. Queremos conhecer as suas motivações e objetivos para, desta forma, dar vida aos dados frios mostrados neste artigo.

BIBLIOGRAFIA

- ANDUIZA, E., *et al.* (2010), “Los usos políticos de Internet en España”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 129 (1), pp. 133-146.
- BIMBER, B. (2003), *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*, USA, Cambridge University Press.
- BOOGERSA, M., VOERMAN, G. (2003), “Surfing citizens and floating voters: Results of an digital survey of visitors to political web sites during the Dutch 2002 General Elections”. *Information Polity*, 8 (1), pp. 17-27.
- BRAUNGART, R. (1980), “Political sociology. A proposed agendum for theory construction”. In G. Kouvertaris e B. Dobratz (eds.), *Political Sociology. Readings in Research and Theory*, New Brunswick, Transaction Books, pp. 345-351.
- CALENDA, D., MOSCA, L. (2007), “The political use of internet: Some insights from two surveys of Italian students”. *Information, Communication and Society*, 10 (1), pp. 29-47.
- CASTELLS, M. (2010), *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Londres, Wiley-Blackwell.
- COLEMAN, S. (2004), “Connecting Parliament to the public via the Internet”. *Information, Communication & Society*, 7 (1), pp. 1-22.
- COLEMAN, S., WRIGHT, S. (2008), “Political blogs and representative democracy”. *Information Polity*, 13 (1), pp. 1-6.

- DELLI CARPINI, M. (2000), "Gen.com: Youth, civic engagement, and the new information environment". *Political Communication*, 17 (4), pp. 341-349.
- DE ZUÑIGA, H. *et al.* (2007), "Online and offline activism: Communication mediation and political messaging among blog readers". In *Annual Convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Washington, DC, pp. 9-12.
- ELSTER, J. (2010), *La Explicación del Comportamiento Social: Mas Tuerkas y Tornillos para las Ciencias Sociales*, Barcelona, Gedisa.
- EVELAND, W. *et al.* (2005), "Understanding the relationship between communication and political knowledge: A model comparison approach using panel data". *Political Communication*, 22 (4), pp. 423-446.
- GIBSON, R., WARD, S. (2002), "Virtual campaigning: Australian parties and the impact of the Internet". *Australian Journal of Political Science*, 37 (1), pp. 99-129.
- GIBSON, R., LUSOLI, W. e WARD, S. (2005), "Online participation in the UK: Testing a 'contextualised' model of Internet effects". *The British Journal of Politics & International Relations*, 7, pp. 561-583.
- GIBSON, R., RÖMMELE, A. (2007), "Political Communicatio". In D. Caramani (ed.), *Comparative Politics*, Oxford, Oxford University Press, pp. 473-491.
- HAGEN, M. (2000), "Digital democracy and political systems". In K. Hacker e J. van Dijk (eds.), *Digital Democracy: Issues of Theory and Practice*, Londres, Sage Publications Ltd., pp. 54-70.
- HAGUE, B., LOADER, B. (1999), *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*, Nova Iorque, Routledge.
- HWANG, H., *et al.* (2006), "Media dissociation, internet use, and antiwar political participation: A case study of political dissent and action against the war in Iraq". *Mass Communication and Society*, 9 (4), pp. 461-483.
- JACKSON, N. (2008), "'Scattergun' or 'rifle' approach to communication: MPs in the blogosphere". *Information Polity*, 13 (1), pp. 57-69.
- KENSKI, K., STROUD, N. (2006), "Connections between Internet use and political efficacy, knowledge, and participation". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (2), pp. 173-192.
- KRUEGER, B. (2002), "Assessing the potential of Internet political participation in the United States". *American Politics Research*, 30 (5), pp. 476-498.
- LANE, R. (1959), *Political Life. Why and How the People Get Involved in Politics*, Nova Iorque, Free Press.
- LAWLEY, D.N., MAXWELL, A.E. (1971), *Factor Analysis as a Statistical Method*, 2.^a ed., Londres, Butterworth.
- LEWIS-BECK, M. (1994), *Factor Analysis and Related Techniques*, Londres, Sage.
- LIVINGSTONE, S., HELSPER, E. (2007), "Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide". *New Media & Society*, 9 (4), pp. 671-696.
- MARGOLIS, M., RESNICK, D. (2000), *Politics as Usual: The Cyberspace "Revolution"*, Londres, Sage.
- NORRIS, P. (2003), "Preaching to the converted? Pluralism, Participation and Party Websites". *Party Politics*, 9 (1), pp. 21-45.
- NORRIS, P., CURTICE, J. (2006), "If you build a political web site, will they come?". *International Journal of Electronic Government Research*, 2, pp. 1-21.
- QUINTELIER, E., VISSERS, S. (2008), "The effect of Internet use on political participation: An analysis of survey results for 16-year-olds in Belgium". *Social Science Computer Review*, 26 (4), pp. 411-427.

- ROBLES, J. M. (2008), *Ciudadanía Digital: Una Introducción a un Nuevo Concepto de Ciudadano*, Barcelona, Editorial UOC.
- ROBLES, J. M., DE MARCO, S. e ANTINO, M. (2011), "The relationship between activism and digital activism in Spain". In *6th General Conference of the European Consortium for Political Research (ECPR)*, Reiquiavique, University of Iceland.
- SCHUEFELE, D. A., NISBET, M. C. (2002), "Being a citizen on-line: New opportunities and dead ends". *Harvard International Journal of Press Politics*, 7 (3), pp. 53-73.
- SCHWEITZER, E. (2005), "Election campaigning online: German party websites in the 2002 national elections". *European Journal of Communication*, 20 (3), pp. 327-351.
- SMALL, T. (2008), "Equal access, unequal success - Major and minor Canadian parties on the net". *Party Politics January*, 14 (1), pp. 51-70.
- SUBIRATS, J. (2002), "Los dilemas de una relación inevitable. Innovación democrática y tecnologías de la información y de la comunicación". In H. Cairo Carou (ed.), *Democracia Digital. Límites y Oportunidades*, Madrid, Trotta, pp. 89-114.
- TOLBERT, C., MCNEAL, R. (2003), "Unraveling the effects of the Internet on political participation?". *Political Research Quarterly*, 56 (2), pp. 175-185.
- VAN DER MEER, T., VAN DETH, J., SCHEEPERS, P. (2009), "The politicized participant". *Comparative Political Studies*, 4, pp. 1426-1457.
- VAN DEURSEN, A., VAN DIJK, J. (2009), "Using the Internet: Skill related problems in users' online behavior". *Interacting with Computers*, 21, pp. 393-402.
- VAN DIJK, J. (2000), "Models of democracy and concepts of communication". In K. L. Hacker e J. van Dijk (eds.) *Digital Democracy: Issues of Theory & Practice*, Thousand Oaks, Sage Publications, pp. 30-53.
- WARD, S.; GIBSON, R., LUSOLI, W. (2003), "Digital participation and mobilisation in Britain: hype, hope and reality". *Parliamentary Affairs*, 56 (4), pp. 652- 668.

Recebido a 03-03-2011. Aceite para publicação a 13-12-2011.

ROBLES, J. M., DE MARCO, S. e ANTINO, M. (2013), "Consumo de informação política e participação digital em blogs de conteúdo sociopolítico". *Análise Social*, 207, XLVIII (2.º), pp. 322-338.