

DEPUTADAS PARLAMENTARES E REDES SOCIAIS – O MITO DAS REDES COMO FACILITADORAS DE PROXIMIDADE ENTRE OS POLÍTICOS E OS CIDADÃOS¹

PATRÍCIA CONTREIRAS²

CIMJ- CENTRO INVESTIGAÇÃO MEDIA E JORNALISMO

Resumo

Este artigo investiga a utilização das redes sociais pelas deputadas parlamentares da XII legislatura (iniciada em 2011), tentando identificar se correspondem, ou não, a estratégias de comunicação que potenciem a sua visibilidade. Partimos de uma série de perguntas, tendo em conta alguns dos principais contributos teóricos sobre as funções sociais e políticas destas redes (Pippa Norris (2000), Manuel Castells (2007), Sara Bentivega (2012), Matthew Hindman (2009), António Cardoso (2006) e Gustavo Cardoso (2006), nomeadamente: Serão as redes sociais ferramentas impulsionadoras de uma maior democracia digital? Serão mobilizadoras, incentivando a uma participação política mais ativa? De que forma as deputadas parlamentares utilizam essas ferramentas? Estarão as mulheres deputadas cientes do potencial e poder oferecido pelas redes? Ancorámos o nosso estudo na articulação de três eixos fundamentais: a caracterização do perfil sociográfico das deputadas parlamentares; a problemática da democracia digital e a sua participação nas redes sociais.

Os resultados obtidos, resultantes de um inquérito por questionário realizado às 63 deputadas da XII legislatura, apontam para a maior utilização do Facebook, percecionado como um instrumento de poder. Mas o uso das redes sociais é decalcado dos meios tradicionais de comunicação que assentam numa difusão unilateral, retirando-lhe assim parte da eficiência, nomeadamente na sua capacidade para alavancar a visibilidade das deputadas e reforçar a interação com os cidadãos.

Palavras-chave

Deputadas Parlamentares; Redes Sociais; Democracia Digital.

1 O artigo resulta de uma tese de Mestrado em *Novos Média e Práticas Web*, defendida em março de 2012 na FCSH/UNL, sob a orientação do Professor Doutor Francisco Rui Cádima.

2 Mestre em Novos Média e Práticas Web pela FCSH/UNL e bolsista do projeto *Política no Feminino* (PTDC/CCI-COM/102393/2008).

Introdução

“The Internet promises to provide new forms of horizontal and vertical communication that will facilitate and enrich engagement, deliberation and democracy in the public sphere.”

Pippa Norris, *Digital Divides*, 2000

A pergunta central do nosso estudo decorre da constatação acima expressa por Pippa Norris (2000). Reportando-se ao início da disseminação da Internet, nos meados da década de 1990, a autora defende que este não é o meio democrático que se esperava. Os meios digitais suscitaram inúmeras reflexões sobre o seu impacto na economia, na sociedade e na política. O grande debate em torno da democracia digital procura apurar se a Internet é uma ferramenta poderosa capaz de transformar padrões existentes de desigualdade social. Nesse caso, seria capaz de fortalecer os vínculos entre cidadãos e representantes, facilitar novas formas de envolvimento público, de participação e de comunicação, com vista a ampliar as oportunidades para o desenvolvimento de uma sociedade globalizada cívica e democrática. Ao invés, coloca-se também em debate saber se estes meios não serão mais uma forma de dominação e exclusão.

É justamente neste ponto que vamos ao encontro das dúvidas expressas pela investigadora americana. Será que as redes sociais podem transformar formas convencionais de ativismo democrático, ou apenas servem para reforçar as desigualdades sociais dos info-excluídos? Será que os representantes no poder utilizam as redes para estimular a interatividade com os cidadãos ou, pelo contrário, apenas as usam como meio de comunicação unilateral para veicular as suas ideias políticas?

Este estudo reporta-se ao Parlamento Português e à XII legislatura que teve início em 2011 e deverá terminar em 2014. Centramo-nos no período que medeia entre 5 de Junho de 2011, até à aprovação do Orçamento de Estado 2012 (OE2012), em 30 de Novembro de 2011. O *corpus* é constituído por todas as deputadas parlamentares eleitas e a exercer mandato, o universo de partida, para averiguar quais são as deputadas que usavam algumas das redes sociais disponíveis.

Tendo em conta que hoje existem mais de 200 sistemas de redes disponíveis na Internet, o *Facebook* foi eleito visto tratar-se do mais representativo no universo das redes sociais e também o mais usado pelas deputadas. É a rede com maior fluxo de informação, com mais tráfego de acesso ao sistema em Portugal, e no resto do mundo. Um segundo critério teve em conta o maior número de funcionalidades oferecidas na plataforma correspondente, permitindo uma interação eficaz e mediática. Em suma, elegemos a rede cuja oferta disponibilizava um vasto conjunto de aplicações textuais e multimedia, em constante renovação. Consequentemente, promovia uma maior diversidade de funcionalidades facilitando a inserção de conteúdos textuais e de multimédia e a interação das deputadas parlamentares com os eleitores.

A nossa pesquisa procura responder às seguintes questões:

1. Em que medida as deputadas parlamentares usam as redes sociais, nomeadamente *o Facebook*?
2. Com que finalidade?
3. Que assuntos elegem?
4. A que públicos pretendem chegar?
5. Como interagem?

Para responder a estas questões, foram utilizadas metodologias quantitativas e qualitativas, designadamente:

- Analisámos as agendas públicas das deputadas através do site da Assembleia da República para identificar as redes sociais onde estão integradas;
- Para conhecer o perfil sociográfico das deputadas desta legislatura recorreremos à elaboração de uma base de dados desenhada para este fim.³ Esta ferramenta permite inúmeras utilizações e responde à necessidade de cruzar dados relativos às deputadas: o estatuto, a idade, a escolaridade, profissão, o círculo eleitoral, o partido político, a participação em comissões parlamentares, o mandato e a atividade parlamentar.
- Procedemos à análise de conteúdo qualitativo das redes, procurando respostas para inferir acerca dos temas abordados: se são mais centrados na sua ação política, ou na do partido a que pertencem; quando são centrados na sua ação política, que assuntos elegem; quais os procedimentos técnicos que usam para “postar”; verificar se existem interações com o público.
- Elaborámos um inquérito *online* por questionário para apurar as perceções das deputadas sobre os seus hábitos de uso das redes sociais e as suas opiniões sobre o papel destes novos meios.

A fonte primária a que recorreremos foi o site da Assembleia da República, entre outras mais pontuais, capazes de tornar mais precisas as informações requeridas⁴.

Metodologicamente, utilizámos três bases de dados: uma, já referida, que traça o perfil sociográfico das deputadas na XII legislatura; outra para analisar a atividade das deputadas na rede; a terceira sobre os dados resultantes do inquérito⁵.

3 Por uma questão de economia de recursos, e pela sua adequabilidade, optámos por usar as mesmas variáveis do projeto *Política no Feminino – políticas de género e estratégias de visibilidade das deputadas parlamentares*.

4 A título de exemplo: o site da Comissão Nacional de Eleições, o da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género, o da União Inter Parlamentar, o da Pordata, o do Governo de Portugal, o do Facebook Statistics, o do Social Media Agencies.

5 O Predictive Analytics Software (PASW) (anteriormente conhecido por SPSS Statistics) é uma poderosa ferramenta informática que permite realizar cálculos estatísticos quantitativos. Agrega uma forte componente qualitativa em função dos próprios procedimentos teóricos que se encontram na base da criação de variáveis desenvolvidas por cada investigador e adaptadas sempre à realidade das necessidades apresentadas no decorrer do próprio trabalho de investigação (Cunha, 2007).

Redes sociais e política virtual

As redes sociais, conceito que neste século têm sido alvo de grande mediatismo por parte de investigadores de diversas áreas (Raquel Recuero (2004); Alexis Gelber (2011); Danah Boyd (2010), consistem em “serviços baseados na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem compartilhar uma conexão, e (3) ver e pesquisar sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema. A natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site” (Boyd, D.M.; Ellison, N.B.; 2007)⁶.

De acordo com Raquel Recuero (2004), “são sistemas que funcionam com o primado fundamental da interação social”, com o objetivo primordial de proporcionar a comunicação que permite fortalecer os laços sociais.

Na obra “O efeito do Facebook”, Kirkpatrick (2011) conta como as redes sociais surgiram a partir de 1997, com o Six Degrees e sua posterior popularização. A partir de 2002, com o Friendster⁷, o uso do termo “rede social” começou a ser banalizado para os grupos formados na Internet.

Foi nesta altura que as redes sociais começaram a ter uma grande disseminação no ciberespaço, constituindo-se em espaços contínuos de trocas e interação de e para os atores sociais.

A disseminação pela “aldeia global” propiciou novas abordagens em vários campos de investigação científica, como a etnografia, a sociologia, a antropologia, a linguística, e a própria comunicação social, com a finalidade de compreender as suas práticas, o seu contexto cultural e o relacionamento dos sujeitos mediados pelas Redes sociais.

Mais do que proporcionar o aparecimento de novos grupos, as redes sociais *online* expressam a complexificação de relações sociais já existentes, ou seja, as redes sociais *offline* (Lopes; Cunha, 2011).⁸ As redes sociais consistem na conexão de vários indivíduos, separados geograficamente mas que partilham os mesmos interesses, criando espaços públicos que podem promover a mobilização social. Algumas destas mobilizações, nascidas nos espaços online, acabaram por vir a ter cobertura noticiosa nos media tradicionais. Foi o caso do “MOVIMENTO 12 de Março”, em Portugal, que começou como um “Protesto da Geração à Rasca”⁹, unindo cerca de 500 mil pessoas nas ruas de todo o país e no estrangeiro, através das redes sociais digitais, fruto da iniciativa de quatro amigos, aos quais se juntaram outras pessoas, (M12M Facebook) com o objetivo de promover uma

6 Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article [Em linha]. [Consult. 2012-01-25]. Disponível em: <URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>

7 Rede Social fundada por Jonathan Abrams em 2002 na Califórnia.

8 LOPES, Miguel Pereira; CUNHA, Miguel Pina (2011). *O Mundo é Pequeno: o que podemos aprender sobre o networking e as redes sociais*. Lisboa, Actual Editora.

9 O Protesto da Geração à Rasca, foi a denominação dada pelo grupo M12M, aos jovens portugueses licenciados que estão desempregados, e de todos que sofrem da precariedade do sistema de empregabilidade.

cidadania cada vez mais ativa, democratizar o acesso à política e aumentar as sinergias entre movimentos e cidadãos¹⁰.

Como refere Castells (2007; pp.167), a Internet “está a converter-se num meio essencial de comunicação e organização em todas as âmbitos da atividade; é óbvio que também os movimentos sociais e o processo político a utilizam, e o utilizarão, cada vez mais, transformando-a numa ferramenta privilegiada para atuar, informar, recrutar, organizar, dominar e contradominar.”

Seja pelas múltiplas formas de incorporação com outras ferramentas de comunicação, como as fotografias, o vídeo, a conectividade móvel; pelo tema, pela causa ou interesse, pelo design, pela interface, pela conexão a outras pessoas ou pela circulação de informação as redes sociais atingiram números elevadíssimos e vieram dar ênfase a novos/outros modelos no processo de comunicação.

O processo de interação¹¹ que caracteriza a comunicação nas redes sociais é mais perceptível do que nos meios de comunicação tradicionais (rádio, televisão, jornais, cinema, teatro, etc.). Esta ferramenta de comunicação, ao possibilitar a interação entre os indivíduos e a partilha de informação, transformou os usos, hábitos e costumes dos utilizadores.

Pelas razões atrás mencionadas, e por inúmeros outros fatores como a disseminação de informação, da conversação, da participação e por serem plataformas onde a comunicação é feita no momento e de forma gratuita, também passaram a ser foco de interesse, entre outros, dos políticos, dos governos. Os parlamentares viram nas redes sociais mais uma estratégia de comunicação para angariar novos eleitores, com a primazia de poderem fazê-lo sem o intermédio dos media tradicionais. Mas, até que ponto, os políticos recorrem às potencialidades de interação destes novos media?

Sendo certo que a Internet e as novas tecnologias, ao desenharem novas formas de comunicação, vieram revolucionar a política e os políticos, não deixa de ser notado paralelamente um outro fato preocupante: como lembra Castells (2007): a possibilidade de resvalar num espaço digital “pré-formatado”. Isto significa que a seleção dos utilizadores tende a privilegiar zonas com informações com as quais estes têm maior afinidade e que resultam não tanto de escolhas verdadeiramente livres, mas de escolhas induzidas. As informações “chegam” aos utilizadores tendo por base escolhas feitas no seu “histórico”, surgindo com a aparência de uma naturalidade que não é genuína. Esta situação conduz, por isso mesmo, a caminhos previamente trilhados, ou muito semelhantes, excluindo a criatividade e o debate de ideias.

Em última análise, trata-se de um condicionamento do utilizador ao ponto de produzir um isolamento virtual em nome do chamado “marketing” dirigido e/ou intuitivo. A escolha não parece, a dado passo, ser uma opção pois já se coloca na forma de sugestão, donde se poderá equacionar se o espaço de reflexão e liberdade está verdadeiramente assegurado nestes novos mundos digitais (Castells:2007).

10 M12M Facebook, disponível em <http://www.facebook.com/movimento12m?sk=info>, acedido em 15/Nov./2011.

11 Entenda-se que processo de interação é a relação biunívoca entre emissor/recetor e recetor/emissor mediada por mensagem.

As novas formas de comunicação acarretam vantagens e desvantagens, potencialidades e constrangimentos, mas a possibilidade acrescida de formatação e condicionamento no mundo digital tornou-se um problema de cidadania. Contudo, uma das potencialidades destas tecnologias está ligada (entre outras, como a velocidade, redução de custos, economia de acesso) à gestão do espaço temporal, pois reduz a distância entre os indivíduos, ou num contexto político, entre os representantes e representados, permitindo que o outrora cidadão passivo se torne protagonista no processo de decisões políticas. De inativo pode passar a interveniente.

Seguindo Cardoso (2008), esse mesmo desenvolvimento poderá potenciar a “crise representativa das instituições e da política”. Esta “crise representativa” traduz-se num baixíssimo nível de participação, na perda de credibilidade dos políticos, na redução dos cidadãos em atividades e iniciativas políticas, no aumento da taxa de abstenção, na falta de confiança. Cardoso (2008) refere que, para se compreenderem as consequências da Internet na comunicação política, há que ter em conta duas hipóteses;

- a primeira, dita revolucionária, segundo a qual a Internet irá mudar completamente as regras do jogo, afetando todos os atores ;
- uma outra, deixando antever uma esfera de normalização, na qual os partidos políticos continuam a utilizar a Internet como mais um espaço de competição interpartidária.

Quanto às redes sociais, importa salientar o fato de que a sua mais-valia tecnológica está na potencialidade de colocar diversos interlocutores em interação. Para os representantes de organismos, organizações políticas, movimentos, torna-se fundamental esse contato direto (ainda que virtual). Acontece do mesmo modo, como naturalmente se compreenderá, para os políticos.

Assegurar presença num canal em que o contato direto é viável simultaneamente para grandes massas, a baixo custo, embora não isentos do confronto, oferece matéria muito atrativa para os políticos poderem promover as suas causas. Ora o contacto em discurso direto por parte dos políticos e seus eleitores, por exemplo, sem outro tipo de mediação é, em suma, uma grande mais-valia, que outrora os meios de comunicação tradicionais não garantiam.

Trata-se do que Bentivega (2000) e Cardoso (2008) denominam de efeito de participação/ interação mais direto e transparente assegurado pela triangulação entre representantes-representados-informação¹².

A comunicação anteriormente concebida num modelo vertical no qual a informação era veiculada de cima para baixo, dos representantes (emissores) para os Eleitores (recetores), passa a ser efetivada num desenho horizontal. Não só há passagem de informação, nesse sentido, de um para dois, do emissor para o recetor, e/ou vice-versa, mas de todos/as aqueles/as que pretendam interpelar outrem, podendo inclusivamente atingir o pata-

12 BENTIVEGNA, Sara. Política in Rete. La e-democracy esiste?

mar da interatividade. Uma comunicação horizontal/interativa entre os representantes e os representados.

A Internet e as redes virtuais podem tornar mais democráticos os sistemas políticos se houver participação dos cidadãos e interação entre estes e os representantes, ou seja, se os cidadãos puderem integrar e participar, aos diversos níveis, problemas e temas do país/mundo. Caso contrário, o risco de serem dominadas pelos representantes é manifesto. Foi Cardoso (2008) quem a este respeito sinalizou a problemática, alertando para os seguintes aspetos: as redes sociais promovem a participação cívica dos cidadãos – afastando a ideia que só são necessários para sufragar o ato eleitoral – e acentuando que, ainda que virtual, o contacto com o eleitorado, confere um sentido de maior pertença, proporcionando aquilatar do interesse pela política e a ideia de que os seus problemas são ouvidos e podem até ser resolvidos.

Mas estarão as deputadas e deputados, enquanto representantes dos cidadãos, conscientes destes benefícios? Existirá, na prática política, uma verdadeira integração destas tecnologias no sentido da transformação do modelo comunicativo de massas para um modelo mais interativo e participativo?

Estas foram as questões estruturantes do estudo, a propósito da utilização do *Facebook* entre as deputadas parlamentares.

O mito das redes sociais como facilitadoras de proximidades entre as políticas e os cidadãos

Apesar da XII legislatura ser aquela onde a representatividade feminina (63 deputadas e 167 deputados) atingiu o valor mais alto da história da vida parlamentar portuguesa, ainda é dominada pelos homens, como podemos verificar no quadro seguinte, onde é notória a desproporção entre a representação masculina e a feminina.

De um total de 230 mandatos no plenário da Assembleia, notamos que o PPD/PSD surge com 78 (33,91%) de deputados para uma representação de 30 (13%) deputadas, sendo o partido com maior representação feminina. Segue-se o PS com 54 (23,48%) deputados e com 20 (8,7%) deputadas. PCP e PEV surgem respetivamente com 12 deputados (5,22%) e 2 deputadas (0,87%) e o PEV com 2 deputadas (0,43%).

QUADRO Nº. 1 - DEPUTADOS/AS PARLAMENTARES
POR GRUPO PARLAMENTAR E GÉNERO NA XII LEGISLATURA (2011 / -)

Grupos Parlamentares	Deputadas	%	Deputados	%	Total	%
BE	4	1,74%	4	1,74%	8	3,48%
CDS/PP	6	2,61%	18	7,83%	24	10,43%
PCP	2	0,87%	12	5,22%	14	6,09%
PEV	1	0,43%	1	0,43%	2	0,87%
PS	20	8,70%	54	23,48%	74	32,17%
PPD/PSD	30	13,04%	78	33,91%	108	46,96%
Total	63	27,39%	167	72,61%	230	100%

Fonte: Assembleia da República

O resultado do inquérito¹³ permitiu constatar que as deputadas privilegiam a rede *Facebook*. Paralelamente, algumas também usam o *Twitter*. Das 63 deputadas parlamentares que exercem mandato, apenas 32 têm conta na plataforma do *Facebook*, o que significa que 58,7% aderem a esta rede social. Apenas 5 deputadas utilizam o Facebook como página¹⁴.

Ao cruzarmos estes dados com os grupos parlamentares, obtém-se os seguintes resultados: o PCP é o único partido que não tem deputadas no *Facebook*; o PSD contabiliza 12 deputadas com conta no *Facebook*, das quais 3 estão referenciadas como páginas, e 15 não tem conta nesta rede. Em relação ao PS, verificamos que das 20 deputadas, 7 deputadas não têm conta e 1 deputada está referenciada como página. O Bloco de Esquerda é o único partido em que todas as mulheres têm conta no *Facebook*, tal como a única deputada do PEV. Das 32 deputadas com perfil, observámos que 25% (8) têm uma participação “Muito Ativa”¹⁵; 9,4% (3) uma participação “Ativa”; 18,8% (6) uma participação “Média”;

13 O inquérito foi realizado no Google *Docs*, podendo desta forma ser preenchido e submetido *online*. A sua constituição baseia-se num total 82 perguntas e a sua aplicação foi feita durante os meses de novembro, dezembro de 2001 e janeiro, fevereiro de 2012 um total de 256 inquéritos às 63 deputadas através dos e-mail’s disponíveis no *site* da Assembleia da República. Paralelamente entrámos em contato com os Grupos Parlamentares a expor o assunto e fomos diversas vezes ao Parlamento, no sentido de poder falar diretamente com as deputadas. Das respostas, apenas foram contabilizadas 10, apesar de termos tido o *feedback* de muitas antigas deputadas que estavam mencionadas na base de dados da Assembleia da República.

14 O Facebook permite criar contas de perfil e de páginas. No nosso estudo, considerou-se uma página do Facebook, uma página estática, i.e. onde estão referenciadas informações como a que vigora na Wikipédia que poderá ser produzida pela própria ou por outra(o). Do total das deputadas com página verificámos que apesar de estáticas, existem 2 onde as deputadas têm alguma atividade.

15 O critério estabelecido para classificar a categoria “Muito Ativa” era verificar se as titulares femininas colocavam diariamente vários “posts” no seu mural e interagissem com os seus “amigo/as”; “Ativa” se colocavam alguns; “Média” de vez em quando; “Passiva” raramente; “Fraca” só uma vez, Nenhuma” nunca.

28,1% (9) uma participação “Fraca”; 3,1% (1) “Passiva” e 15,6% (5) das deputadas não têm “Nenhuma” participação.

A grande maioria das deputadas 81,3%, correspondente a 26, não permitem que uma pessoa que não integre o seu círculos de amigos(as) publique no mural do seu perfil. Todas as 32 mulheres permitem a opção de adicionar amigos(as). Já em relação ao envio de mensagens, existem 2 titulares que não permitem o envio de mensagens privadas.

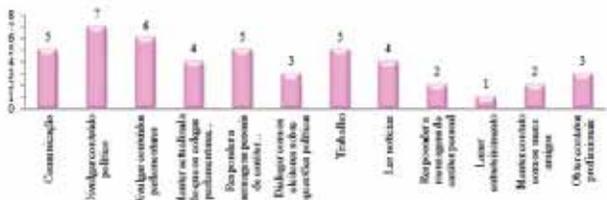
A privacidade padrão acionada varia entre as deputadas, sendo que 59,31%, (19) têm o perfil público, i.e. permitem ver o seu mural, fotografias, total de amigos(as), e informação; 31,25% (10) é privada, i.e., a informação de caráter pessoal, fotos e total de amigos(as) é reservada e 9,38% (3) é média, i.e., deixam ver algumas publicações do mural, informação pessoal, amigos ou fotos.

Com o intuito de distinguir as percepções individuais das deputadas quanto às potencialidades destas redes, foi perguntado o que consideravam ser pertinente estar visível, de acesso público, ao eleitorado. As respostas revelam uma grande prudência quanto à revelação pública de dados pessoais. 100% (10) consideram que a “Informação de contatos gerais (E-mail partido, Email do Grupo Parlamentar, Site do partido)” e a referência de “Participação em Comissões parlamentares/Subcomissões/Grupos de Trabalho” são as informações que um deputado(a) deve conter. 90% (9) consideram dever revelar informações relacionadas com as “Intervenções parlamentares” e “Informação de caráter parlamentar (resumo da atividade como deputada)”. As informações de caráter pessoal (Email pessoal, TM), e de referência a outras redes (blog pessoal, página pessoal) têm, respetivamente, 30% e 40%. Estamos pois perante uma amostra que não considera o contato das Redes sociais um fator importante para integrar no site do Parlamento.

As deputadas parlamentares usam o *Facebook substancialmente para promover eventos, propostas do partido, críticas ao seu partido adversário, Interprelações, Intervenções* no hemiciclo, suas e dos seus colegas partidários, visitas de caráter parlamentar e divulgar as audiências das comissões a que pertencem. Na ótica de Castells (2007), as redes são usadas maioritariamente como difusoras de informação ao invés de potencializarem a interação com o público.

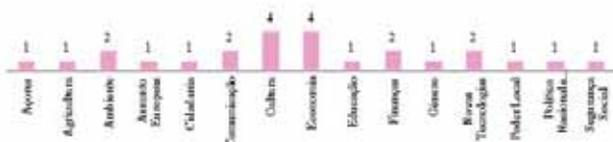
As finalidades estão expressas no Gráfico no.1 Segundo os dados, “divulgar conteúdos políticos” foi a categoria que mais foi focada com 70% (7) de respostas pelas deputadas, seguindo-lhe a “divulgação de conteúdos parlamentares”, com 60% (6). Comunicar foi apontada por 50% das deputadas e Dialogar com o eleitorado, 30%. O “Lazer e entretenimento” é a categoria menos utilizada, apenas referida por uma das deputadas.

GRÁFICO Nº 1 - FINALIDADES COM QUE AS DEPUTADAS UTILIZAM AS REDES SOCIAIS



A natureza dos temas eleitos pelas deputadas pode ser consultada nos Gráfico no. 2. Os valores mostram que os predomínios dos assuntos eleitos estão correlacionadas com as áreas das comissões a pertencem. Verificamos que a “Economia” e a “Cultura” são os temas que as deputadas parlamentares elegem na interação com os públicos, ou na inserção de *post*'s individuais.

GRÁFICO Nº 2 - TEMAS ELEITOS PELAS DEPUTADAS PARLAMENTARES



Também se verifica que apenas 1 das 10 deputadas publica “post’s” com variadíssimos temas desde o Género, Cidadania, Cultura, Comunicação, Agricultura, Assuntos Europeus, Açores.

No que respeita aos públicos e tendo em conta que a grande maioria só às vezes costuma interagir com o público em geral, verificamos que a interação das deputadas efetua-se maioritariamente entre os amigos(as).

Política e Democracia Digital

A ausência de participação e o desinteresse dos cidadãos e cidadãs espelha um défice democrático, na medida em que à própria ideia de democracia subjaz o direito e a prática de uma cidadania ativa e plena em que os sujeitos individuais se sintam representados e sejam intervenientes nas esferas institucionais, para esse efeito criadas (Norris, 2000; Cardoso, 2006).

O afastamento dos cidadãos e cidadãs traduz uma relação de desigualdade em que o poder é exercido independentemente da intervenção dos atores sobre os quais recaem as medidas legislativas; mostrando-se incapazes de contemplar uma arbitragem assegurando a vivência em liberdade harmoniosa, visto existir um grupo que é alvo de exclusão. Se uma democracia não valoriza a opinião das pessoas deixa de poder ser, de facto, uma democracia.

É precisamente nesta constatação que Robert Entman postula o seu “paradoxo de de-

mocracia sem cidadãos” (Entman, 1990)¹⁶. A ideia de que se uma sociedade não acolhe a expressão dos indivíduos, o sistema democrático capitula na sua essência; deixa de ser efetiva a vivência em democracia ao ser (direta ou indiretamente) afastado um dos seus pilares fundacionais. Assim, se atendermos à aceção de “democracia digital”, tal como foi formulada por Gustavo Cardoso (2003), ou Barry Hague e Brian Loader (2009), define-se como:

“ um conjunto de experiências de prática democrática sem limites de tempo, espaço ou outras condições físicas, recorrendo às TIC (tecnologias da informação e comunicação), como um complemento e não como uma substituição de práticas políticas ‘análogas’” (Cardoso, 2001).

Matthew Hindman (2009) emprega a expressão dilatando-lhe o sentido, referindo-se ao “mito da democracia digital”. É justamente desta ideia que se aproximam os resultados deste estudo. Declinamos a possibilidade de existir tal democracia na prática. Se, por um lado, os cidadãos têm a virtualidade de poder usar uma plataforma muito amigável para expressarem as suas vontades e opiniões, intervindo e participando mais ativamente e como consequência afastando o alheamento que se vinha fazendo sentir (quando os novos media não eram tão acessíveis); por outro lado, existe a constatação de que, apesar de estarem mais “próximos” do(a) cidadão(ã), estes meios não são, ainda assim, capazes de contrariar a tendência para a ausência de participação equitativa. Os índices de participação não são transversais. Esses índices implicam que:

1. Existam disponíveis os meios - e a divisão por grupos sociais diferenciados é também ela muito diferente entre regiões, grupos etários e géneros;
2. Sejam os indivíduos capazes de manusear as ferramentas ao seu dispor – atendendo aos níveis elevadíssimos registados no comumente designado por “fosso digital”, ainda sentido por grande parte da população de meios sociais mais desfavorecidos.

Essa grande assimetria compromete a própria ideia de democracia digital, considerando nós também ser correta a forma como Hindman (2009) a ela se refere enquanto “mito” – portanto, longe de consubstanciar a vivência de uma expressão livre e igualitária dos diferentes atores sociais.

Consideramos a situação presente como um ponto de charneira em que o caminho para a “democratização” dos meios digitais é já efetivo mas tem por diante novos desafios a serem colocados caso se pretenda ampliar as possibilidades de participação a um desejável cada vez maior número de indivíduos. Poderiam ser ampliados os instrumentos de acesso à via digital, quer em termos individuais, quer coletivos, através de políticas dirigidas a associações, escolas, clubes, organizações cívicas, etc.

16 ENTMAN, Robert M. (1990). *Democracy without Citizens Media and the Decay of American Politics*, Oxford University Press, USA.

Notas finais

Embora as deputadas utilizadoras das redes sociais reconheçam a sua importância, usam este novo meio segundo as mesmas estratégias comunicacionais que já mobilizavam para as formas tradicionais de comunicação de massas assentes numa difusão unilateral. Estas não representam, por isso, uma mais valia face aos usos tradicionais eleitos pelos estrategas da comunicação partidária

Nota-se uma migração da estratégia dos “velhos” media para os “novos” media. Este efeito está relacionado com as rotinas do sistema político, com os hábitos dos partidos políticos e com o agendamento político que é feito ao nível da direção das bancadas.

O exercício da atividade política é vítima de uma rotinização que dificulta a abertura à novidade. As deputadas não percebem como óbvias as vantagens ligadas a um uso mais intenso e democrático das redes sociais.

Na nossa opinião estas podem, desejavelmente, serem utilizadas como uma ferramenta impulsionadora de uma maior democracia digital, contribuindo para aumentar a influência e visibilidade da intervenção das mulheres na política. As redes sociais têm potencialidades para serem usadas como um instrumento de poder. No entanto, tudo depende dos usos e apropriações que delas se fizeram, fatores muito relacionados com as tradições e hábitos dos cidadãos e com a própria cultura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASSEMBLEIA da República [Em linha]. [Consult. 2011-12-20]. Disponível em: <URL: <http://www.parlamento.pt/Paginas/default.aspx>>
- BENTIVEGNE, Sara. “Politica in Rete. La e-democracy esiste?” [Em linha]. [Consult. 2012- 01-25]. Vídeo disponível em: <URL:http://www.treccani.it/webtv/videos/Int_Sara_Bentivegna_politica_in_rete_la_e-democracy_esiste.html#>>
- BENTIVEGNA, S. (1999). *La politica in rete*. Roma, Meltemi.
- BENTIVEGNA, S. (2002). *Politica e nuove tecnologie della comunicazione*, Roma-Bari, Laterza.
- BOYD, Danah (2008). “Facebook’s Privacy Trainwreck Exposure, Invasion, and Social Convergence.” *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* – London, Sage Publications.
- BOYD, Danah (2010). “Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications”. *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* Ed. Zizi Papacharissi, p. 39-58.
- BOYD, D. M.; Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. [Em linha]. [Consult. 2012-01-25]. Disponível em: <URL:<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>
- BROPHY, Jessica E. (2010). “Developing a corporeal cyberfeminism: beyond cyberutopia” *New Media Society* 2010 12, Sage Publications.
- CARDOSO, António (2006). “A comunicação política digital na corrida às eleições presidenciais 2006 -Internet, blogs e multimédia móvel.” *Comunicação Política, Cadernos de Estudos Mediáticos* 04, Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.

- CARDOSO, António, Gouveia, Vera (2006). Comunicação Política na Internet: Análise dos Web Sites dos Candidatos às Eleições Presidenciais 2006 em Portugal". XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes. Investigadores en Comunicación Nuevos Retos de la Comunicación: Economía, Empresa y Sociedad, Universidad San Jorge, Zaragoza (Espanha), 27 – 28 Octubre.
- CARDOSO, António Magalhães (2008). "A Comunicação Política na Internet. Análise dos websites dos Partidos Políticos em Itália" Observatório (OBS) Journal, 7 (2008) 180-204.
- CARDOSO, Gustavo; CUNHA, Carlos; NASCIMENTO, Susana. "O Parlamento Português na Construção de uma Democracia Digital". Sociologia, Problemas e Práticas, nº.42, 2003, PP.113-140.
- CARDOSO, Gustavo (2006). Os Media na Sociedade em Rede, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTELLS, Manuel (2007). A Galáxia Internet. Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade, Lisboa Fundação Calouste Gulbenkian.
- CORCORAN, Farrel, PRESTON, Paschal (ed.) (1995). Democracy and Communication in the New Europe: Change and Continuity in East and West, New Jersey, Hampton Press.
- ENTMAN, Robert M. (1990). Democracy without Citizens Media and the Decay of American Politics. Oxford University Press, USA.
- GELBER, Alexis (2011). "Digital Divas: Women, Politics and the Social Network" Shorenstein Center Goldsmith Fellow, Spring. Formerly, Newsweek magazine.
- HAGUE, Barry N.; LOADER, Brian D. (2000). Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the information Age. Londres e Nova Iorque, Routledge.
- HINDMAN, Matthew (2009). The Myth of Digital Democracy. New Jersey: Princeton University Press.
- KEANE, John (1991). The Media and Democracy. Cambridge, Polity Press.
- KIRKPATRICK, David (2011). O efeito facebook. Lisboa Arcádia.
- LOPES, Miguel Pereira; CUNHA, Miguel Pina (2011). O Mundo é Pequeno: o que podemos aprender sobre o networking e as redes sociais. Lisboa, Atual Editora.
- LOVENDUSKI, Joni; KARAM Azza (2002). Women in Parliament: Making a Difference. International IDEA, Stockholm.
- MCCULLOCH, John E.S. (2009). "Women in Parliament: Attaining the Ideal Australasian Parliamentary Review", Autumn 2009, Vol. 24(1), 122–36.
- NEGRINE, Ralph (2011). "Parliaments and the Media: A Changing Relationship?" European Journal of Communication 14 (3):325-52.
- NORRIS, Pippa (1997). Passages to power: legislative recruitment in advanced democracies. Cambridge University Press.
- NORRIS, Pippa (1997). Women, Media and Politics. Oxford University Press. New York.
- NORRIS, Pippa (2000). A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies, Cambridge, University Press.
- NORRIS, Pippa (2000). 'The Internet in Europe: A New North-South Divide?' Volume 5 SAGE – Publications
- NORRIS, Pippa (2000). "Breaking the Barriers: Positive Discrimination Policies for Women". In Has Liberalism Failed Women? Parity, Quotas and Political Representation. KLAUSEN, Jyette; MAIER, Charles S.. NY: St Martin's Press.
- NORRIS, Pippa (2003). "Preaching to the converted? Pluralism, participation and party websites", Press Politics, Vol. 6, 60-8.

- NORRIS, Pippa and LOVENDUSKI, Jony, (1986). "Women candidates for Parliament: transforming the Agenda?" *British Journal of Political Science*, Vol 19, n°. 1 (Jan. 1989), 106-115.
- SHES CONNECTED MULTIMEDIA CORP. (2009). "The Power of Social Networking For Women Research Study" July 2009.
- SREBERNY, Annabelle (2000). *Gender, Politics and Communication*, University of Leicester liesbet van Zoonen, University of Amsterdam Hampton Press.