

PLATAFORMAS DIGITAIS PARA A POLÍTICA PARTICIPATIVA: ESPAÇOS DE DIÁLOGO ENTRE CIDADÃOS E REPRESENTANTES PÚBLICOS

Elizabet Castellero-Ostio

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Facultad de Ciencias de la Comunicación,
Universidad de Málaga, Málaga, Espanha
Concetualização, curadoria dos dados, análise formal, investigação, metodologia,
software, supervisão, validação, redação do rascunho original, redação – revisão e edição

Álvaro Serna-Ortega

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Facultad de Ciencias de la Comunicación,
Universidad de Málaga, Málaga, Espanha
Concetualização, curadoria dos dados, análise formal, investigação, metodologia,
software, supervisão, validação, redação do rascunho original, redação – revisão e edição

Andrea Moreno-Cabanillas

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Facultad de Ciencias de la Comunicación,
Universidad de Málaga, Málaga, Espanha
Concetualização, curadoria dos dados, análise formal, investigação, metodologia,
software, supervisão, validação, redação do rascunho original, redação – revisão e edição

RESUMO

A participação cívica na era digital transformou a dinâmica da internet, permitindo aos utilizadores não apenas consumir informação, mas também contribuir e colaborar na criação de conteúdos. As plataformas digitais online dedicadas à participação política visam fortalecer a qualidade democrática e reduzir a lacuna entre as instituições e os cidadãos, facilitando o diálogo com os representantes políticos. O objetivo geral é compreender a dinâmica da participação cidadã em Espanha através da plataforma digital Osoigo.com. A investigação adota uma abordagem quantitativa, analisando as interações para identificar padrões de comunicação, conteúdo, sentimento e a relação entre perguntas e respostas. O estudo é de caráter exploratório, abordando aspetos descritivos, correlativos e inferenciais por meio de técnicas de extração de dados e análise estatística. A amostra é selecionada intencionalmente com base na popularidade das consultas. As principais conclusões revelam a diversidade e pluralidade do panorama político espanhol refletidas na plataforma, com desigualdades de género e uma tendência de esquerda entre os destinatários das perguntas. A distribuição geográfica das perguntas sugere um equilíbrio geral, com maior atenção voltada para os representantes públicos a nível nacional, exceto no caso dos políticos de direita, que recebem mais perguntas regionais. Não se observa uma relação estatisticamente significativa entre o sentimento das perguntas e das respostas, o que sugere que os políticos não ajustam o tom emocional das suas respostas ao sentimento dos cidadãos, mas mantêm um padrão emocional consistente nas suas respostas.

PALAVRAS-CHAVE

participação cidadã, plataforma digital, política participativa, liberdade de participação, responsabilização

DIGITAL PLATFORMS FOR PARTICIPATORY POLITICS AS A SPACE FOR DIALOGUE BETWEEN CITIZENS AND PUBLIC REPRESENTATIVES

ABSTRACT

Civic participation in the digital age has changed the dynamics of the internet, allowing users not only to consume information but also to contribute and collaborate in the creation of content. Online platforms for political participation aim to strengthen the quality of democracy and bridge the gap between institutions and citizens by facilitating dialogue with political representatives. The overall objective is to understand the dynamics of citizen participation in Spain through the digital platform Osoigo.com. The research adopts a quantitative approach, analysing interactions in order to identify patterns in communication, content, sentiment and the relationship between questions and answers. The scope is exploratory, addressing descriptive, correlative and inferential aspects through the use of data mining techniques and statistical analysis. The sample is purposively selected based on the popularity of the queries. The main findings show the diversity and plurality of the Spanish political landscape reflected on the platform, with gender inequality and a leftist bias among question recipients. The geographical distribution of questions suggests a general balance, with more attention given to public representatives at the national level, with the exception of right-wing politicians, who receive more regional questions. There is no statistically significant relationship between the sentiment of questions and answers, suggesting that politicians do not adapt their emotional tone to citizens but maintain a consistent emotional response pattern.

KEYWORDS

citizen participation, digital platform, participatory politics, freedom of participation, accountability

1. INTRODUÇÃO

1.1. PARTICIPAÇÃO CIDADÃ NA ERA DIGITAL

A evolução da internet, da *web* 1.0 para a *web* 2.0, trouxe mudanças radicais na forma como os utilizadores interagem com o meio digital. Esta transição representa uma alteração significativa na dinâmica dos utilizadores da internet, permitindo-lhes não apenas consumir informação, mas também participar e colaborar na criação de conteúdos. A interatividade tornou-se uma característica fundamental neste novo panorama, possibilitando a comunicação bidirecional e o diálogo virtual (Aced Toledano, 2013; Guillory & Sundar, 2014). Com isso, os utilizadores da *web* podem contribuir de forma mais ativa e colaborativa. As tecnologias da informação e da comunicação desempenham um papel essencial na implementação e funcionamento da *web* 2.0, fornecendo infraestruturas vitais para conectividade, armazenamento de dados, gestão da informação e comunicação online. Estes avanços têm alterado significativamente as nossas interações virtuais.

As tecnologias digitais não só evoluíram, como também se tornaram recursos valiosos que promovem a colaboração, aumentam a participação e promovem a influência dos cidadãos (Cabero Almenara, 2014; Cabero-Almenara et al., 2019). Segundo a definição de Reig Hernández (2011, 2012), as tecnologias de empoderamento e participação (TEP) são ferramentas utilizadas para incentivar o envolvimento cívico em questões políticas ou

sociais facilitando o reconhecimento das circunstâncias dos indivíduos dentro das suas comunidades, conduzindo a iniciativas públicas e/ou de advocacia que promovem a sua influência (Zambrano Farias & Balladares Ponguillo, 2017). O emprego otimizado das tecnologias virtuais visa aumentar o envolvimento online, reforçando assim a identidade digital exigida pela sociedade da informação (Pinto Santos et al., 2017). As TEP são um conjunto de ferramentas e recursos tecnológicos destinados a habilitar os indivíduos e as comunidades a participar de forma ativa e significativa nos processos de tomada de decisão, defender os seus direitos, expressar opiniões e influenciar o seu ambiente. Estes recursos facilitam a participação ativa nas esferas social, política e económica, promovendo assim uma sociedade inclusiva e equitativa. Assim, as tecnologias associadas à *web 2.0* adotam uma abordagem social e não individualista, permitindo a aprendizagem coletiva e melhorando a capacidade individual de interação e colaboração, o que, em última análise, contribui para a criação de conhecimento (Cabero-Almenara et al., 2019).

A internet, a *web 2.0* e as TEP transformaram a maneira como os cidadãos expressam as suas exigências políticas e sociais, redefinindo os conceitos de “participação” e “democracia” (Burgos, 2020; Luvizotto, 2016). A participação política, um elemento crucial das democracias modernas (Torcal et al., 2006), está geralmente associada ao envolvimento cívico que visa influenciar os decisores públicos (Verba et al., 1995) ou os resultados políticos (Brady, 1999), seja direta ou indiretamente.

O envolvimento político pode manifestar-se de várias formas, tanto convencionais quanto não convencionais, como votar, assinar petições, participar em mobilizações e protestos políticos, ou contactar partidos e os seus representantes (Torcal et al., 2006; Verba et al., 1995). No contexto da sociedade em rede, estas práticas de participação política tornaram-se mais diversificadas, ocorrendo em diferentes cenários que são independentes das estruturas políticas tradicionais e das instituições públicas (Burgos, 2020). O ambiente digital tem demonstrado ter um impacto direto e significativo na criação de novas plataformas de comunicação e participação política, bem como na intensificação do envolvimento político (García Guitián, 2016). Os *prossumidores* com influência têm agora a capacidade de reformar e democratizar os atuais sistemas de comunicação, política e sociedade (Gil García, 2015). No contexto do “*prossumo* político”, o *prossumidor* na comunicação política (Hershkovitz, 2012) é capaz de participar, gerar conteúdos e expressar opiniões e ideias através da internet (Scolari, 2008).

O ambiente online facilita um envolvimento público mais aberto e acessível em assuntos de interesse, incentivando a discussão partilhada através de um processo coletivo (Schäfer, 2015). No entanto, no domínio do discurso público online, onde se divulgam várias informações políticas e ocorrem inúmeros debates, é crucial estabelecer uma ligação sistémica que associe o diálogo político entre os cidadãos às decisões políticas daí resultantes. Essas decisões são claramente influenciadas pelas reflexões desses públicos (Dahlgren, 2005) e, na ausência dessa ligação, pode surgir desinteresse e ceticismo entre a população (Masip et al., 2019).

1.2. PLATAFORMAS ONLINE PARA A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA DOS CIDADÃOS

Existem várias opções para a participação política eletrónica dos cidadãos, incluindo redes sociais, *websites* e fóruns online, bem como plataformas digitais específicas.

Estas plataformas proporcionam espaços dedicados ao diálogo entre representantes políticos e cidadãos, independentemente dos contextos institucionais (Castellanos Claramunt, 2022). O objetivo é melhorar a qualidade da democracia, reduzir a lacuna entre as instituições e a realidade vivida pelos cidadãos, e promover iniciativas com maior interatividade, diversidade e credibilidade, colocando o indivíduo no centro da conversa política (Sánchez-Villar, 2019). Essas iniciativas baseadas na internet contribuem para fomentar o discurso político, informando e promovendo a influência da comunidade de utilizadores, além de estabelecer canais de comunicação com líderes políticos e instituições (Santini & Carvalho, 2019). Promovem avaliações objetivas e utilizam uma linguagem clara e concisa, evitando jargão, coloquialismos e frases elaboradas. Os termos técnicos são introduzidos e explicados quando utilizados pela primeira vez. Os estilos das notas de rodapé e os métodos de citação seguem as normas académicas, enquanto a estrutura das frases e a terminologia são consistentes em todo o documento. O estilo de escrita utiliza a voz passiva e evita avaliações subjetivas, a menos que sejam claramente assinaladas como tal, favorecendo uma abordagem equilibrada e objetiva.

Além dos aspetos positivos mencionados, o ciberespaço oferece outras vantagens para a participação política. A flexibilidade é um benefício fundamental, uma vez que ultrapassa as limitações espaciotemporais (Strandberg & Grönlund, 2018). Além disso, favorece uma esfera pública mais diversificada (Leetoy et al., 2019), o que pode traduzir-se em níveis mais elevados de potencial envolvimento político. Com o auxílio das tecnologias cívicas, os atores políticos alcançam maiores níveis de transparência e responsabilização na promoção da influência dos cidadãos (Magallón Rosa, 2014). Estas plataformas cibernéticas preenchem a lacuna de informação e comunicação entre os cidadãos e a elite política (Aguirre Sala, 2013), permitindo relações diretas entre todos os intervenientes do processo político.

Por outro lado, o espaço online pode apresentar desvantagens relacionadas com a possível falta de diálogos autênticos (Annunziata et al., 2021; Coleman & Moss, 2012; Graham, 2010; Hartz-Karp & Sullivan, 2014; Manosevitch, 2014), o que pode resultar em menor envolvimento de grupos mais suscetíveis (Annunziata, 2020) e acesso dificultado às tecnologias digitais. Esse fenómeno de marginalização digital afeta aqueles que não têm condições para adquirir dispositivos eletrónicos ou para garantir ligação à internet, limitando assim a representação da participação online nas plataformas virtuais (Desouza & Bhagwatwar, 2014; Oliveira & Rodegheri, 2012; Sampaio, 2012; Sampaio et al., 2010; Santini & Carvalho, 2019; Saylan, 2009; Welp, 2008). Outro obstáculo resulta da predominância desses espaços como canais de influência política. A compreensão do seu funcionamento tende a circunscrever o acesso a um público com altos níveis de escolaridade, recursos financeiros e interesse político (Balla, 2012; Mambrey et al., 1999; Mendonça & Amaral, 2014; Ribeiro et al., 2013; Sani, 2004; Santini & Carvalho, 2019; Solop, 2001; Strandberg, 2008; Tettey, 2001; Westholm, 2002), o que pode levar a uma representação incompleta das opiniões da sociedade. Esse desequilíbrio pode gerar um problema adicional, onde opiniões influentes ou pontos de vista radicais predominam sobre perspetivas mais moderadas, ou menos expressivas.

Embora a *web 2.0* tenha facilitado os processos de diálogo (Martínez Rodríguez, 2011), muitas destas plataformas não promovem a comunicação bidirecional entre os utilizadores

e as instituições ou figuras políticas. Consequentemente, os cidadãos são muitas vezes impedidos de participar ativamente nas decisões políticas (Steinmann et al., 2005).

As plataformas digitais para a atividade política podem ser classificadas em várias tipologias. Com base nas conclusões de Santini e Carvalho (2019), que realizaram uma revisão de estudos sobre o tema, é possível distinguir seis modelos de participação política virtual, dependendo de se tratam de propostas feitas por cidadãos ou instituições e da linearidade do fluxo comunicativo. Os modelos são os seguintes:

- Pré-participativo, que abrange iniciativas governamentais com estruturas comunicativas monológicas e informativas.
- Participação descendente, a comunicação provém das instituições e caracteriza-se por uma comunicação bidirecional, mas assimétrica, centrada nos organismos públicos que solicitam a opinião pública sobre um determinado assunto.
- Participação ascendente, que se refere a espaços geridos por setores sociais destinados a reunir iniciativas populares que influenciem questões políticas específicas, como a assinatura de petições ou a angariação de fundos para projetos legislativos de iniciativa cidadã, entre outros.
- Participação deliberada descendente é uma outra forma de participação. Envolve comunicação assimétrica tanto vertical quanto horizontal, implementada através de fóruns online e orçamentos participativos geridos pelo governo.
- Participação deliberada ascendente, que é semelhante, mas supervisionada por setores sociais, permitindo que os cidadãos comuniquem horizontalmente e forneçam reações à administração pública.
- Participação colaborativa, que é também uma opção. Inclui plataformas para a criação e gestão de projetos conjuntos entre o setor social e o governo, caracterizando-se por uma comunicação bilateral próxima da simetria.

Alonso-Muñoz e Casero-Ripollés (2017) apresentam uma classificação alternativa das plataformas políticas participativas com base em critérios de transparência e monitorização de iniciativas sociais, que distingue cinco tipos:

- Plataformas de responsabilização: aqui os cidadãos monitorizam as ações políticas para garantir a responsabilização das autoridades, proporcionando espaços onde a atividade política é comunicada, esclarecida e avaliada pelo público.
- Plataformas de conectividade social e política: espaços de reunião online que incentivam a participação política dos cidadãos nos processos de tomada de decisão, incluindo os processos legislativos.
- Plataformas de jornalismo colaborativo: portais de gestão híbrida que fazem a ponte entre cidadãos e jornalistas, visando a transparência e o rigor informativo.
- Plataformas para a promoção do debate público: plataformas que promovem o debate e a reflexão inclusivos através da transparência.
- Plataformas para uma governação aberta e transparente: plataformas que envolvem os cidadãos e promovem a transparência para apresentar as iniciativas e a administração dos agentes governamentais com o intuito de prevenir a corrupção política.

1.3. O PORTAL DE ESCUTA DOS POLÍTICOS: OSOIGO.COM

Neste caso, a plataforma Osoigo.com, um portal online que promove a política participativa acessível ao público em geral, enquadra-se nas classificações propostas como um ambiente virtual que favorece o envolvimento político deliberado e a responsabilização.

A gestão da plataforma é independente e reflete o sentimento dos cidadãos, sem qualquer afiliação a partidos políticos ou instituições públicas. Patrocinada por organizações do setor terciário visando estimular a participação política, a plataforma permite o diálogo objetivo entre cidadãos, líderes políticos e associações sociais.

A plataforma apresenta uma opção representativa para estabelecer a ligação entre cidadãos e representantes políticos de seis países — Espanha, México, Chile, Colômbia, Argentina e Peru — desde 2023. Enquanto plataforma que facilita a comunicação dialógica, permite à população expressar as suas preocupações políticas e submeter os seus pedidos online. Trata-se de um mecanismo de escuta social que permite responder às exigências e questões sociais de forma transparente dirigidas aos líderes políticos. A participação é voluntária, tanto para cidadãos como para figuras políticas, sendo que as questões são formuladas pelos cidadãos aos agentes políticos. As perguntas que recebem aprovação para publicação são aquelas que atingiram um número específico de apoios, um valor definido pela plataforma. Além disso, as respostas políticas são classificadas pela comunidade de utilizadores registados e organizadas em categorias como as mais recentes, as mais apoiadas ou as mais lidas. Em novembro de 2023, a plataforma contava com 903.262 participantes, 426 políticos, 2.161 associações registadas, sete instituições, 51 partidos e 26.000 questões submetidas, das quais 11.349 estavam ativas, com 7.070 respostas.

Além disso, o *website* complementa a sua função principal de permitir que os cidadãos submetam questões às entidades políticas com a secção “Ágora”, dedicada a debates e inquéritos públicos.

O estudo de Santini e Carvalho (2019) analisou 179 iniciativas de participação cidadã online em todo o mundo, concluindo que uma proporção significativa destas plataformas foi promovida e gerida por administrações públicas. Destaca ainda a implementação de um modelo comunicativo descendente que circunscreve a participação online efetiva. O presente estudo analisa a plataforma Osoigo.com como um exemplo notável do seu papel e impacto enquanto plataforma online que promove a participação cidadã em questões sociais e políticas. A plataforma apresenta uma estrutura de comunicação bidirecional que facilita os debates entre os intervenientes políticos, com ênfase nas iniciativas dos governados e não dos administradores públicos. Embora a iniciativa esteja presente em inúmeros países, esta análise foca exclusivamente a Espanha, onde se iniciou o projeto. Este país atingiu uma fase de maturidade que permite obter dados substanciais e conclusões mais rigorosas.

2. OBJETIVOS

O principal objetivo desta investigação é compreender a dinâmica da participação cidadã em Espanha através da plataforma digital Osoigo.com. Para tal, são analisadas as interações entre cidadãos e representantes públicos, com o intuito de identificar os padrões predominantes em termos de comunicação, conteúdo, sentimento e relação entre perguntas e respostas, entre outros aspetos. Dessa forma, pretendemos obter uma perspetiva mais ampla da forma como os cidadãos se envolvem nesse contexto específico.

São propostos cinco objetivos secundários (OS) decorrentes do objetivo principal:

- OS1: analisar o perfil dos representantes públicos a quem são dirigidas as questões, identificando padrões com base na sua filiação política e ideologia.
- OS2: explorar tendências nos temas das perguntas e no seu âmbito geográfico, estabelecendo variações em função da ideologia dos destinatários.
- OS3: avaliar o conteúdo e o sentimento das perguntas colocadas pelos cidadãos.
- OS4: avaliar o conteúdo e o sentimento das respostas fornecidas pelos políticos.
- OS5: investigar se existe uma correlação entre o sentimento das perguntas e o das respostas para identificar padrões na comunicação entre cidadãos e políticos neste contexto específico.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

3.1. ABORDAGEM METODOLÓGICA E ÂMBITO

Esta pesquisa adota uma abordagem quantitativa, recorrendo a métodos e ferramentas numéricos para a recolha e análise dos dados. A opção por um quadro racionalista é motivada pela necessidade de organizar o fenómeno e pelo potencial de generalizar os resultados a uma população mais ampla. A metodologia quantitativa é adequada para submeter os dados a uma análise estatística, permitindo uma análise fundamentada no número de interações entre os cidadãos e os representantes públicos na plataforma Osoigo.com.

O quadro metodológico proposto inclui, em primeiro lugar, uma componente exploratória. A investigação do fenómeno dialógico entre cidadãos e representantes públicos estabelece uma base teórica e prática para as fases seguintes da pesquisa e define uma abordagem analítica para estas interações. No entanto, importa salientar que a investigação envolve múltiplas abordagens. Embora a exploração tenha precedência, a investigação também implica descrições, correlações e inferências para examinar diversos aspetos do fenómeno em análise. Isto permitirá uma compreensão mais abrangente e exaustiva da participação cidadã neste contexto específico.

3.2. AMOSTRA

O presente estudo analisa todas as consultas de participação cidadã na plataforma Osoigo.com de abril de 2014 a novembro de 2023. Assegura uma cobertura abrangente de todas as questões recebidas, permitindo uma análise global do desempenho da plataforma. A análise inclui uma componente longitudinal, realizada desde a criação da plataforma. Durante o período de estudo, foram submetidas 11.349 questões, que receberam um total de 7.070 respostas de 426 representantes públicos de 51 partidos políticos diferentes.

No entanto, dada a necessidade de medição manual em algumas dimensões da análise, não é viável abranger toda a população. Assim, é necessário definir uma amostra. Considerando um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, a investigação requer a avaliação de 371 interações.

Foi selecionado um tipo de amostragem deliberada em função da popularidade das perguntas para garantir que as perguntas da amostra refletem com precisão os interesses dos cidadãos. As métricas internas do portal permitem compreender o universo das interações, facilitando a organização das mensagens de acordo com o objetivo declarado.

3.3. TÉCNICAS E FERRAMENTAS DE RECOLHA E ANÁLISE DE DADOS

Foram utilizadas técnicas de extração de dados para obter informações sobre as interações. A extração de dados do *website* Osoigo.com é realizada por meio de ferramentas de *web scraping* que analisam o código HTML. Esta ferramenta pode automatizar e simplificar o processo, embora os investigadores tenham definido manualmente certas variáveis na análise, uma vez que, dada a sua natureza subjetiva, não podem ser determinadas pelas ferramentas.

A análise é realizada utilizando procedimentos estatísticos para processar os dados. Como todas as variáveis consideradas na pesquisa são numéricas ou podem ser convertidas para formato numérico, esta abordagem é aplicável a uma ampla gama de ferramentas de análise estatística, numérica e matemática.

- A análise estatística descritiva é utilizada ao longo da pesquisa para contextualizar secções, introduzir variáveis e fornecer descrições diretas dos fenómenos observados. Na sua maioria, esta análise é feita com o programa de folha de cálculo comum.
- Foram realizados testes de independência, designadamente o teste do qui-quadrado, para determinar possíveis relações de dependência entre a ideologia dos destinatários dos questionários e os temas abordados, bem como para identificar qualquer relação entre o sentimento das perguntas e as respostas correspondentes. Estas avaliações foram realizadas com recurso à linguagem de programação R.
- Além disso, foi feita uma análise gráfica da frequência. A frequência e a repetição de palavras foram ilustradas visualmente por nuvens de palavras, que destacaram a filiação política dos inquiridos e as palavras mais frequentemente utilizadas nas interações. Esta análise foi realizada utilizando a linguagem de programação R (biblioteca *wordcloud*).
- O grau de sentimento positivo ou negativo implícito nas perguntas e respostas foi medido através de técnicas de análise de sentimentos e de evolução de sentimentos. Estas análises foram conduzidas utilizando a linguagem de programação R (biblioteca *syuzhet*) e o programa *meaningcloud*.
- A análise de variância intergrupos avalia o comportamento de uma variável de contraste relativamente aos grupos de classificação, examinando as variações de sentimento com base no tópico da consulta. Além disso, estes métodos facilitam a compreensão da progressão do sentimento médio ao longo da composição da mensagem. Para esta análise, foram utilizados o programa *RAW Graphs* e a linguagem de programação R.
- O fluxo de dados também é analisado. O objetivo desta ferramenta é determinar a relação entre o sentimento expresso nas perguntas e as respetivas respostas dos representantes públicos. Para isso, foram utilizados diagramas aluviais e gráficos de contorno. Esta análise foi realizada com o auxílio da linguagem de programação R, do programa *SPSS* e do programa *RAW Graphs*.

3.4. ESTRUTURA DE ANÁLISE E VARIÁVEIS MEDIDAS

Os resultados são organizados em cinco fases, cada uma dedicada à análise de uma dimensão específica da interação. A primeira fase aborda a definição do perfil dos inquiridos, considerando variáveis como o nome do político, a filiação partidária, a ideologia e o género. Na segunda fase, as perguntas são classificadas com base no tema e o

âmbito, diferenciando-se entre questões de natureza económica ou social e entre contextos internacional, nacional, regional ou local. As terceira e quarta fases são dedicadas à análise de sentimentos, aplicada tanto às perguntas quanto às respostas, identificando os termos mais comuns, os valores dos sentimentos e a sua evolução. Por fim, a quinta fase estabelece uma ligação entre o sentimento expresso nas perguntas e nas respostas, utilizando variáveis de análise de sentimentos.

4. RESULTADOS

Conforme mencionado anteriormente, a análise foi estruturada em cinco fases, para apresentar uma avaliação abrangente do objeto de estudo.

4.1. PERFIL DOS DESTINATÁRIOS DAS PERGUNTAS

Num contexto global, foram analisadas 371 perguntas dirigidas a um grupo diversificado de 156 políticos nesta plataforma. Este dado destaca o vasto leque de representantes públicos envolvidos em processos de participação cidadã. Entre os políticos mais notáveis estão Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español; PSOE), Pablo Casado (Partido Popular; PP), Albert Rivera (Ciudadanos), Pablo Iglesias (Podemos) e Santiago Abascal (Vox), entre outros.

A presença de 29 partidos políticos nas perguntas da amostra destaca a diversidade política em Espanha, englobando desde partidos com alcance nacional até agrupamentos locais. O PSOE é o mais solicitado, com 77 perguntas, correspondendo a 20,75% do total. O Podemos segue de perto, recebendo 70 perguntas, representando 18,86% (consulte a Figura 1 para uma representação gráfica detalhada).



Figura 1. Diagrama em árvore dos partidos políticos aos quais são dirigidas as perguntas

Ao classificar os destinatários das perguntas com base na ideologia, observa-se uma clara predominância dos representantes da esquerda, que recebem 56,87% ($n = 211$) das perguntas. Os representantes dos partidos centristas são destinatários de 29,91% ($n = 111$) das perguntas, enquanto os representantes da direita recebem apenas 13,22% ($n = 49$).

No entanto, ao considerar o género dos destinatários, observa-se uma predominância clara de políticos do sexo masculino. Das 371 questões analisadas, 248 (66,84%) foram dirigidas a homens, enquanto 123 (33,16%) foram dirigidas a mulheres.

Uma análise mais detalhada das diferenças de género entre os destinatários revelou que a maior semelhança entre homens e mulheres ocorre nas perguntas dirigidas a

representantes de direita. Nesta categoria, das 49 perguntas, 25 foram direcionadas a homens (51,02%) e 24 a mulheres (48,98%). Em contrapartida, a maior disparidade é observada nas perguntas dirigidas a políticos centristas, onde 83,78% (93 de 111 perguntas) foram dirigidas a homens. Esta tendência prejudica a igualdade de género na política.

4.2. CLASSIFICAÇÃO DOS TEMAS E ÂMBITO GEOGRÁFICO DAS PERGUNTAS

Como mencionado na metodologia, as perguntas são classificadas conforme as pastas ministeriais do Governo espanhol, além de três categorias adicionais: “questões pessoais” para questões individuais, “política e acordos” para perguntas sobre acordos ou temas políticos, e “outros assuntos” para questões que não se enquadram nas categorias anteriores. As categorias com maior interesse entre os cidadãos incluem: a subcategoria que abrange as questões pessoais (16,98%; $n = 63$), a subcategoria que engloba as questões que não se enquadram em nenhuma outra categoria (11,32%; $n = 42$) e a subcategoria dedicada à saúde (8,89%; $n = 33$). A distribuição geral das perguntas é apresentada na última coluna da Tabela 1.

CATEGORIAS	ESQUERDA	CENTRO	DIREITA	TOTAL	% TOTAL
Assuntos económicos	3	7	1	11	2,97
Assuntos externos	11	5	0	16	4,31
Assuntos do consumidor	2	0	0	2	0,54
Cultura e desporto	2	4	1	7	1,88
Direitos sociais	12	2	3	17	4,59
Educação	8	6	4	18	4,86
Finanças públicas	1	1	1	3	0,81
Igualdade de género	2	0	1	3	0,81
Inclusão e migrações	5	3	2	10	2,69
Indústria	0	1	0	1	0,27
Assuntos internos	1	0	1	2	0,54
Justiça	10	4	1	15	4,04
Memória democrática	1	0	0	1	0,27
Outros assuntos	14	22	6	42	11,32
Questões pessoais	40	19	4	63	16,98
Política territorial	15	7	4	26	7,01
Política e acordos	16	9	2	27	7,27
Saúde pública	23	4	6	33	8,89
Segurança social	19	3	0	22	5,93
Trabalho	11	9	2	22	5,93
Transição ecológica	6	4	4	14	3,78
Transporte e mobilidade	8	1	6	15	4,04
Universidade	1	0	0	1	0,27
Total	211	111	49	371	100

Tabela 1. Distribuição do conteúdo temático das perguntas com base na ideologia do destinatário

É pertinente analisar como estas perguntas se relacionam com a tendência ideológica dos destinatários, reconhecendo o possível impacto da variação no número de

perguntas em função das ideologias dos políticos (ver as primeiras quatro colunas da Tabela 1). Após a filtragem das perguntas pessoais, as categorias que apresentam os contrastes entre ideologias mais acentuados são “segurança social” e “direitos sociais”. Nestas categorias, 86,36% ($n = 19$) e 70,58% ($n = 12$) das perguntas foram dirigidas a representantes de esquerda, respetivamente. A proporção de perguntas sobre segurança social é significativamente mais elevada do que a média de 66,84% das perguntas dirigidas a representantes de esquerda.

Para avaliar estatisticamente a correlação entre a ideologia dos destinatários e os temas abordados nas perguntas, foi utilizado o teste de independência do qui-quadrado entre essas duas variáveis categóricas. As quatro colunas iniciais da Tabela 1 formam a tabela de contingência utilizada para a análise.

Os procedimentos estatísticos realizados produziram os seguintes resultados: qui-quadrado = 71,439; $df = 44$; $p = 0,005532 < 0,05$. À medida que o valor do qui-quadrado aumenta, a potência da prova contra a hipótese nula, que propõe a não correlação entre as variáveis, também se intensifica. Portanto, a distribuição de frequências observada na tabela de contingência varia relativamente à distribuição prevista sob a suposição de que as variáveis são independentes. Como o *valor de p* é significativamente inferior a 0,05, há evidências estatísticas robustas e significativas para rejeitar a hipótese nula e suportar a proposta de que existe uma dependência entre as variáveis.

Além da classificação temática das perguntas, estas também foram categorizadas com base e no facto de se referirem a tópicos económicos ou sociais. É importante notar que algumas perguntas ($n = 94$) não puderam ser classificadas em nenhuma das categorias. Das 277 perguntas categorizadas, 59 estão relacionadas com assuntos económicos. Não foram observadas diferenças significativas relativamente à ideologia do destinatário, como evidenciado pelas percentagens próximas da média. Nenhum valor se desvia mais de 5,73% (esquerda: 19,87%, $n = 32$; centro: 27,02%, $n = 20$; direita: 16,66%, $n = 7$). Além disso, as questões sociais são objeto de 69,38% dos inquéritos categorizáveis, demonstrando uma tendência semelhante de uniformidade entre ideologias (ver Figura 2, gráfico à esquerda).

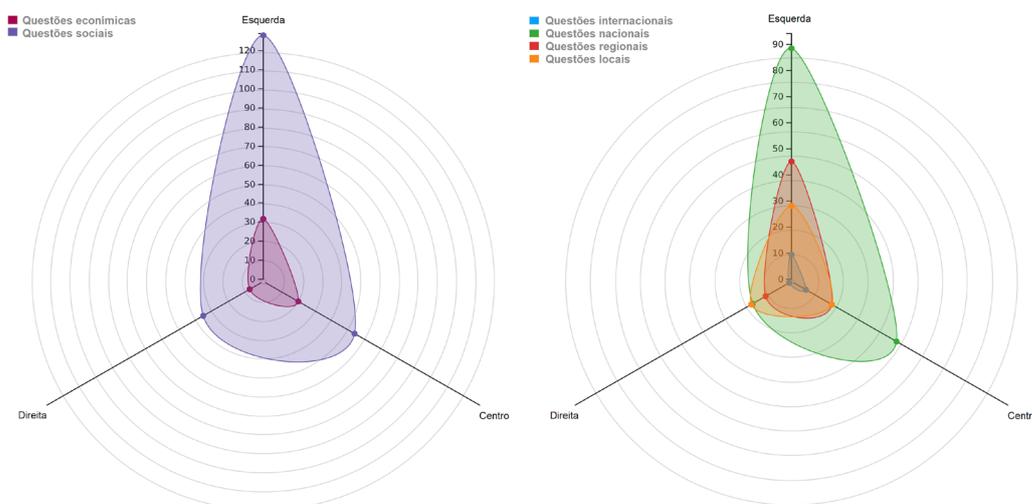


Figura 2. Gráfico de radar sobre a natureza dos inquéritos e o seu âmbito geográfico

A extensão geográfica dos inquiridos exige uma avaliação cuidadosa. Após excluir as consultas sem um contexto geográfico definido, observa-se que uma parte significativa das questões se refere a temas de âmbito nacional (50%; $n = 159$). A seguir, temos temas de âmbito regional (24,21%; $n = 77$), temas locais (20,75%; $n = 66$), e, por último, temas internacionais (5,04%; $n = 16$). Tal como acontece com as diferenças nas questões de natureza económica ou social, verifica-se uma distribuição equilibrada entre destinatários de diferentes ideologias. No entanto, a única exceção a esta tendência reside nas perguntas de carácter regional dirigidas aos políticos de direita, que ultrapassam em 106,29% a média esperada com base na distribuição global das perguntas (ver Figura 2, gráfico da direita).

4.3. CONTEÚDO E SENTIMENTO DAS PERGUNTAS

Assim que é estabelecido o contexto estrutural, é crucial explorar a dimensão específica associada à formulação das perguntas.

O primeiro passo neste processo é identificar as palavras mais frequentes nas mensagens de participação cidadã analisadas. Após analisar o conteúdo das perguntas, a análise descritiva revela que as palavras mais frequentes são “partido” (127 ocorrências em 371 perguntas), seguidas por “ciudadanos” (cidadãos; 83 ocorrências), “gracias” (obrigado; 77 ocorrências) e “España” (Espanha; 73 ocorrências). A representação gráfica da frequência destas palavras está ilustrada na Figura 3.



Figura 3. Nuvem de palavras das perguntas formuladas

O estudo dos sentimentos revela que as perguntas foram, na sua maioria, formuladas de maneira positiva. Entre as 371 perguntas analisadas, 179 (48,24%) foram expressas de forma muito positiva ou positiva, enquanto apenas 96 (25,88%) foram formuladas de maneira negativa ou muito negativa. As restantes 96 perguntas (25,88%) apresentaram um sentimento neutro. Com base na escala de sentimentos que varia de -100 (muito negativo) a 100 (muito positivo), a polaridade média das perguntas é de 13,25.

Quando a análise do sentimento é categorizada conforme os tópicos abordados pelas perguntas, surgem diferenças notáveis entre os grupos. De um lado, identificam-se dois blocos de perguntas com um sentimento médio inferior a -20: “finanças públicas” e “memória democrática”. De outro lado, as perguntas sobre “universidade”, “consumo” e “cultura e desporto” apresentam sentimentos altamente favoráveis. A distribuição detalhada da análise individualizada pode ser consultada na Figura 4. Além disso, é importante observar que a maioria das perguntas é formulada em linguagem subjetiva (64,69%; $n = 240$) e não é irônica (95,41%; $n = 354$). As perguntas objetivas são menos frequentes (35,31%; $n = 131$) e o uso de ironia é quase insignificante (4,59%; $n = 17$).

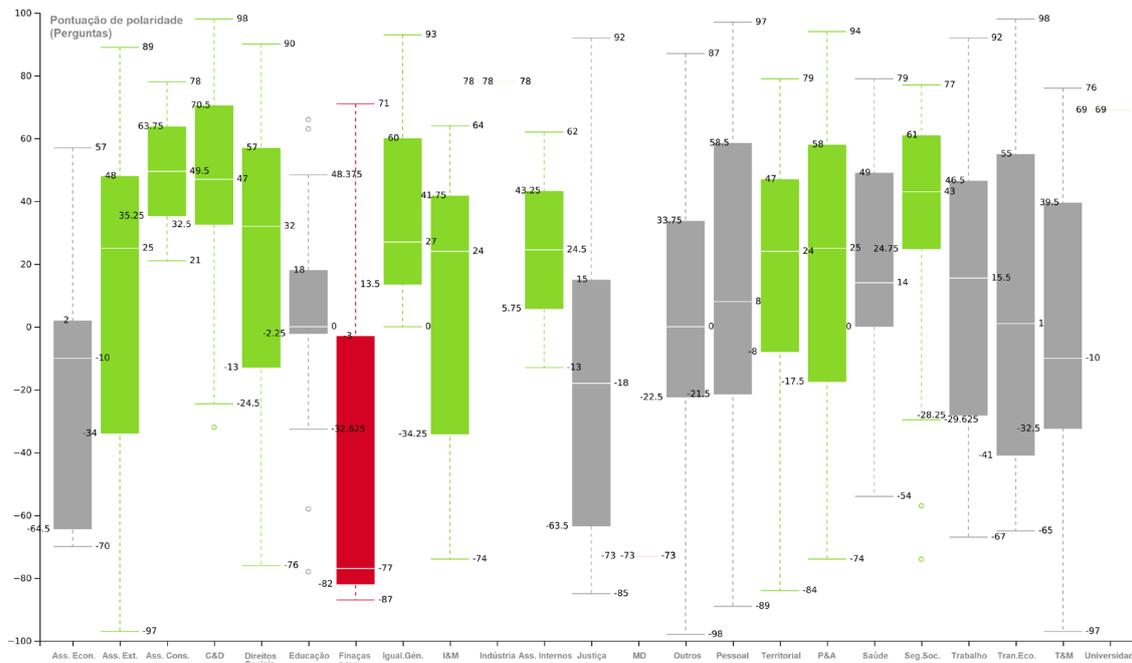


Figura 4. Diagrama de caixa sobre os sentimentos das perguntas por domínios

Na sequência da análise da redação das perguntas, mede-se a tendência da progressão dos sentimentos no conjunto das perguntas formuladas. Assim, é efetuada uma análise evolutiva para visualizar a alteração média do tom emocional das mensagens à medida que estas surgem. Como demonstrado na Figura 5, observa-se uma clara tendência na evolução emocional das mensagens. Inicialmente, as mensagens apresentam um tom predominantemente neutro. À medida que os cidadãos desenvolvem os seus argumentos, verifica-se uma transição para um tom mais negativo. No final, há um retorno a um tom positivo, geralmente visando manter uma relação cordial ou expressar otimismo no encerramento da pergunta.

A concentração do léxico utilizado nas respostas reflete-se também no sentimento com que os textos são formulados. As mensagens fornecidas pelos políticos são significativamente menos polarizadas do que as perguntas e tendem a concentrar-se em sentimentos positivos (55,79%; $n = 207$) e neutros (28,03%; $n = 104$). A presença de respostas com sentimentos muito positivos ou muito negativos é muito menor. Enquanto as respostas altamente polarizadas representam 6,46% ($n = 11+13$) das perguntas, representam apenas 1,61% ($n = 3+3$) das respostas.

A pontuação média de polaridade resultante da análise de sentimentos para as respostas é de 20,29 (numa escala de -100 a 100), ou seja, 7,04 pontos mais alta do que a média das perguntas. Esta componente positiva da redação pode ser observada na distribuição dos sentimentos com base na área a que a pergunta pertence. Não há nenhuma categoria com média negativa (inferior a -20 na escala). Os temas com pontuações mais baixas são “justiça” e “igualdade de género”. Por outro lado, os sentimentos mais positivos são encontrados nas respostas a perguntas sobre “educação”, “universidade” e “assuntos internos” (ver Figura 7).

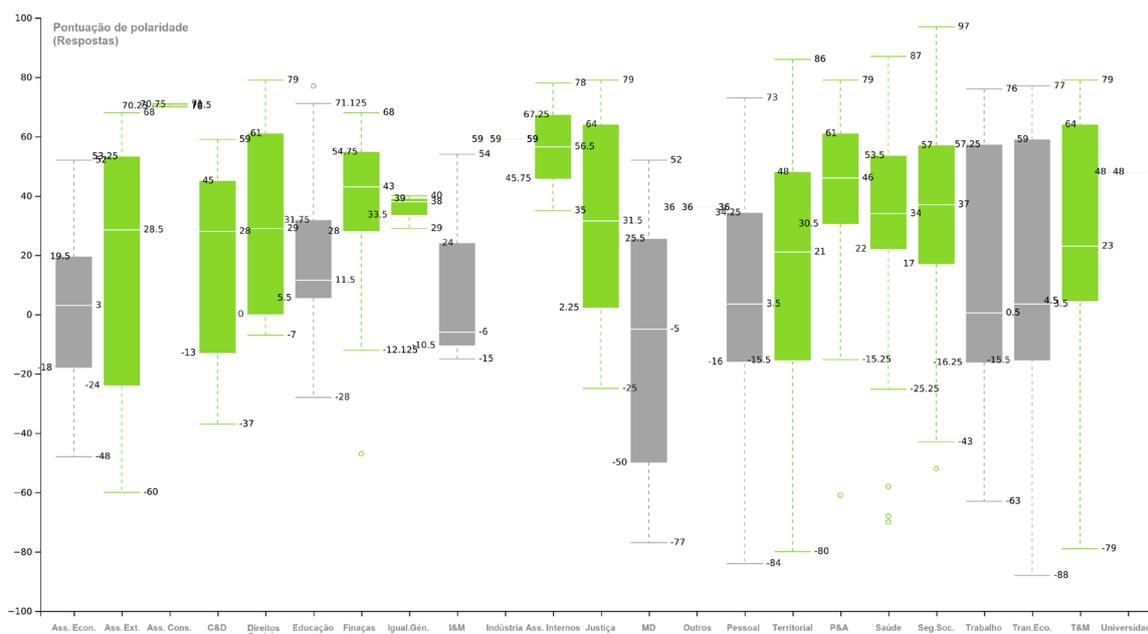


Figura 7. Diagrama de caixa dos sentimentos das respostas por domínio

A distribuição da subjetividade ou objetividade na redação da mensagem é muito mais acentuada do que nas perguntas. A quase totalidade das respostas é redigida num tom subjetivo (90,56%; $n = 336$). Por outro lado, é também notório que a grande maioria das mensagens utiliza uma linguagem não irónica (93,53%; $n = 347$), sendo muito raro o recurso à ironia. Adicionalmente, é possível avaliar se o representante público concorda ou discorda do que o cidadão expressou. Na maioria das vezes (84,36%; $n = 313$), o político discorda da argumentação apresentada na solicitação.

Em suma, as respostas apresentam, em geral, menos variação interna, falta de polarização e uma notável concentração de mensagens subjetivas e não irónicas. A análise do sentimento das mensagens dos políticos revela uma tendência estável, consistentemente inclinada para valores positivos, como mostra a Figura 8.

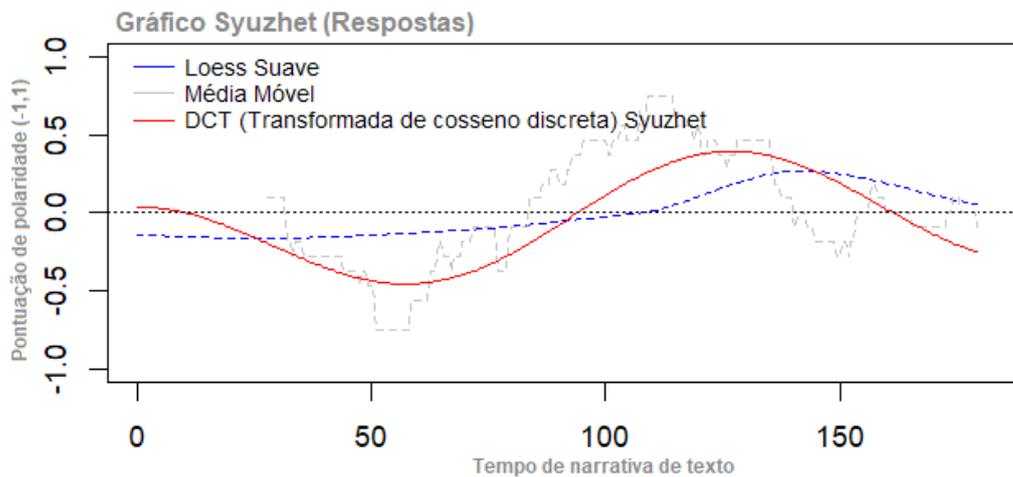


Figura 8. Gráfico da evolução do sentimento na formulação de respostas

4.5. RELAÇÃO DO SENTIMENTO ENTRE PERGUNTAS E RESPOSTAS

De modo a explorar potenciais ligações entre perguntas e respostas, é introduzida uma secção para avaliar o sentimento dos diálogos individualmente. O passo inicial envolve uma análise geral para representar visualmente a distribuição dos sentimentos nas interações entre cidadãos e políticos, conforme ilustrado na Figura 9. Os agrupamentos predominantes encontram-se no quadrante superior direito, indicando valores de sentimento positivos tanto para as perguntas como para as respostas.

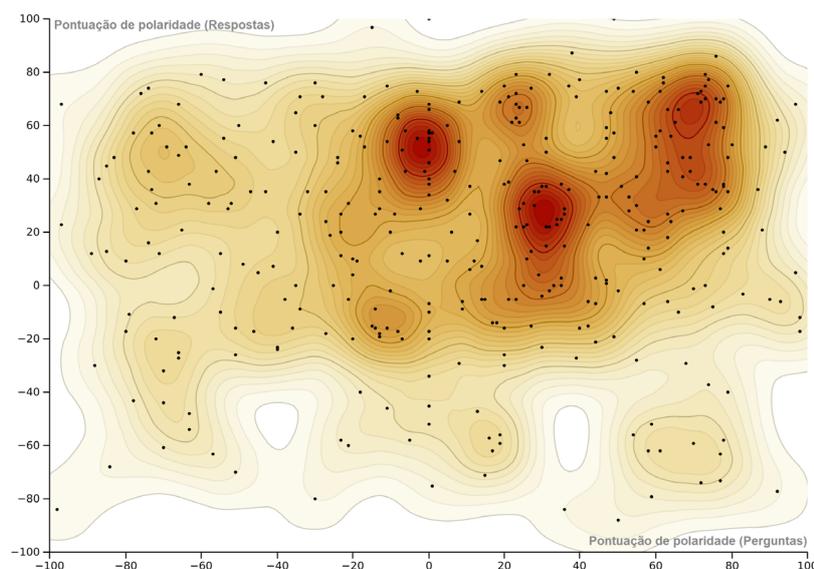


Figura 9. Diagrama de contorno do sentimento das interações

O segundo passo envolve uma exploração numérica detalhada da relação entre as duas mensagens para identificar padrões de análise de sentimento nas respostas com base na redação da pergunta. Os resultados, sintetizados na Tabela 2, indicam não haver conexão significativa entre a polaridade das respostas e o conteúdo específico das perguntas. Os políticos mantêm um padrão consistente de sentimento positivo nas suas respostas em todas as categorias de perguntas (variando de 45,45% a 64,45%). Embora as respostas positivas sejam mais frequentes quando o sentimento da pergunta é positivo, a diferença é insuficiente para estabelecer a causalidade. A Figura 10 ilustra visualmente este fenómeno observado. Finalmente, ao usar a Tabela 2 como uma tabela de contingência detalhada, realiza-se um teste de independência entre o sentimento das perguntas e o das respostas. À partida, espera-se que as variáveis sejam independentes com base nas observações. Os resultados do teste são: qui-quadrado = 33,379; $df = 25$; $p = 0,1219 > 0,05$. Assim, não há evidências suficientes para rejeitar a hipótese nula, o que indica que as variáveis são independentes. Para visualizar as relações individualmente, ver o Apêndice e a Figura A1.

PONTUAÇÃO DE POLARIDADE (PERGUNTAS)	TOTAL	% TOTAL	PONTUAÇÃO DE POLARIDADE (RESPOSTAS)	TOTAL	% TOTAL
(-) NEG (-100, -80)	11	2,97	(-) NEG (-100, -80)	1	9,09
			NEG (-80, -20)	2	18,18
			NEU (-20, 20)	3	27,27
			POS (20, 80)	5	45,45
			POS (+) (80, 100)	0	0,00
NEG (-80, -20)	85	22,91	(-) NEG (-100, -80)	0	0,00
			NEG (-80, -20)	17	20,00
			NEU (-20, 20)	24	28,24
			POS (20, 80)	44	51,76
			POS (+) (80, 100)	0	0,00
NEU (-20, 20)	96	25,88	(-) NEG (-100, -80)	0	0,00
			NEG (-80, -20)	17	17,71
			NEU (-20, 20)	33	34,37
			POS (20, 80)	45	46,87
			POS (+) (80, 100)	1	1,05
POS (+) (20, 80)	166	44,74	(-) NEG (-100, -80)	2	1,21
			NEG (-80, -20)	17	10,24
			NEU (-20, 20)	38	22,89
			POS (20, 80)	107	64,45
			POS (+) (80, 100)	2	1,21
POS (80, 100)	13	3,5	(-) NEG (-100, -80)	0	0,00
			NEG (-80, -20)	1	7,70
			NEU (-20, 20)	6	46,15
			POS (20, 80)	6	46,15
			POS (+) (80, 100)	0	0,00

Tabela 2. Distribuição dos sentimentos nas interações

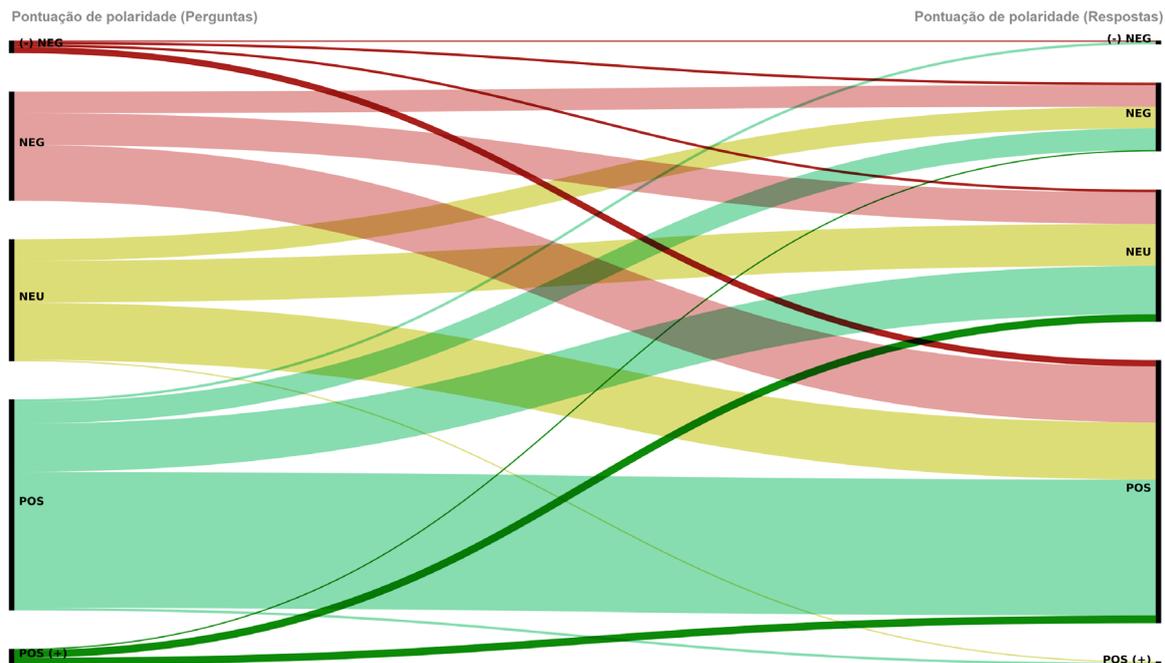


Figura 10. Diagrama de Sankey sobre o sentimento das interações

5. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

Confirmando os contributos de estudos anteriores (Alonso-Muñoz & Casero-Ripollés, 2017; Santini & Carvalho, 2019), a participação cidadã em plataformas online surgiu como um fenómeno crucial para a interação entre políticos e o público. Este estudo, que se debruça sobre a dinâmica de perguntas e respostas entre cidadãos e gestores públicos numa plataforma específica dedicada à promoção do debate e da discussão pública, apresentou uma visão abrangente do fenómeno estudado. Identificou também padrões e tendências que podem contribuir para uma melhor compreensão da dinâmica comunicativa entre os intervenientes no processo político em tais espaços virtuais, uma área que ainda não foi suficientemente explorada.

Primeiramente, constatou-se que esta plataforma de participação cidadã reflete a diversidade e pluralidade do panorama político espanhol, tanto a nível nacional quanto regional. Este facto corresponde a um dos objetivos destes portais de participação (Leetoy et al., 2019; Sánchez-Villar, 2019). As perguntas foram dirigidas a um conjunto de 156 políticos de 29 partidos políticos, cobrindo todo o espectro ideológico e evidenciando uma ampla representação. Os partidos que receberam o maior número de perguntas foram o PSOE e o Podemos, seguidos de perto pela Unión, Progreso y Democracia, Partido Popular e Ciudadanos. Houve também um número considerável de perguntas dirigidas aos representantes dos partidos regionais do País Basco, como o Euzko Alderdi Jeltzalea-Partido Nacionalista Vasco e o Euskal Herria Bildu.

Por outro lado, verifica-se uma diferença de género entre os destinatários das perguntas, com uma predominância clara de políticos do sexo masculino. Essa disparidade

é particularmente notória entre os partidos centristas, onde apenas 16,22% dos destinatários são mulheres. Esse padrão pode refletir uma falta de visibilidade ou reconhecimento das mulheres na esfera política, além de sugerir um possível preconceito de género por parte dos cidadãos.

É evidente uma tendência de esquerda nas questões formuladas, o que pode refletir um interesse maioritário por este setor político ou uma maior exigência de responsabilização dos seus representantes públicos. Além disso, há uma relação estatisticamente significativa entre a ideologia dos destinatários e os temas abordados nas perguntas. Isso sugere que os cidadãos tendem a direcionar as suas perguntas para políticos cujas posições ideológicas se alinham com as suas próprias preocupações e interesses. Os temas que apresentam uma maior diferença proporcional entre as perguntas dirigidas aos políticos de esquerda e de direita incluem a segurança social e os direitos sociais, o que pode indicar uma maior sensibilidade ou procura de representantes de esquerda nestas áreas por parte do público. A classificação temática global das perguntas revela um forte interesse em questões pessoais, seguido por perguntas que não se encaixam em categorias específicas e questões relacionadas com a saúde.

Relativamente ao conteúdo, as perguntas podem ser divididas em duas grandes categorias: económicas e sociais. A maioria das perguntas enquadra-se na categoria social, indicando um maior interesse ou preocupação dos cidadãos com questões relacionadas com a coexistência, a justiça, a igualdade ou a cultura. Não foi identificada uma relação estatisticamente significativa entre a ideologia do destinatário e o tipo de pergunta (económica ou social), o que sugere que os internautas escolhem os políticos com base noutros fatores além do seu perfil económico ou social, como questões específicas, personalidade ou popularidade.

A distribuição geográfica das perguntas revela um padrão pertinente para a análise das interações. Observa-se um equilíbrio geral, com a maioria das perguntas relacionadas com questões nacionais. Isso sugere que a população tem um maior interesse ou indaga mais os representantes públicos com competências ou responsabilidades a nível nacional. No entanto, observa-se uma presença significativa de perguntas de âmbito regional e local, destacando a diversidade e pluralidade do panorama político espanhol. Há uma exceção notável na distribuição das perguntas dirigidas a políticos de diferentes ideologias: os representantes da direita recebem um maior número de perguntas regionais. Isso pode estar relacionado com a influência dos partidos nacionalistas ou regionalistas no espectro político da direita.

No que respeita à redação das perguntas, estas caracterizam-se pela utilização frequente de palavras que refletem o interesse ou a preocupação dos cidadãos com o contexto político e social do país. A maioria das perguntas expressa sentimentos positivos ou neutros, sugerindo uma atitude de respeito, cordialidade ou esperança dos cidadãos relativamente aos representantes públicos. No entanto, alguns temas, como “finanças públicas” e “memória democrática”, geram sentimentos negativos, refletindo insatisfação com a gestão desses assuntos. As perguntas apresentam uma estrutura emocional

dinâmica: iniciam com um tom neutro, passam para um tom negativo ao apresentar argumentos e terminam com um tom positivo ao concluir. Isto pode indicar a intenção dos utilizadores de estabelecer uma ligação formal, expressar as suas opiniões ou exigências, e manter uma relação cordial com os políticos. As perguntas são predominantemente redigidas num tom subjetivo e não irónico, sugerindo que os cidadãos preferem expressar as suas opiniões ou argumentos de forma direta e pessoal. Este padrão emocional na formulação das perguntas fornece informações valiosas sobre a dinâmica comunicativa nestas plataformas de participação cidadã.

Quanto às respostas dos políticos, estas destacam-se pelo uso frequente de palavras que, além de refletirem um interesse pelo contexto sociopolítico de Espanha — semelhante ao demonstrado pelos cidadãos —, também visam promover a imagem pessoal ou da sua organização. As respostas expressam predominantemente sentimentos positivos ou neutros e apresentam uma estrutura emocional mais estável e menos dinâmica do que as perguntas. Esse padrão pode indicar uma intenção de manter um tom moderado, equilibrado e coerente ao longo de toda a mensagem. Observa-se uma tendência para iniciar e concluir com um tom positivo, mantendo uma continuidade positiva ao longo da resposta. A utilização de ironia é muito rara nas respostas dos políticos, possivelmente como uma estratégia para evitar equívocos ou antagonismos com os cidadãos. As respostas demonstram um elevado nível de desacordo com as perguntas, refletindo uma divergência de opiniões ou interesses entre os cidadãos e os seus representantes públicos. Esse padrão pode gerar sentimentos de frustração ou desilusão entre os cidadãos participantes da plataforma, contribuindo para um possível desinteresse ou cinismo, conforme discutido por Dahlgren (2005) e Masip et al. (2019).

Por último, confirmou-se que não existe uma relação estatisticamente significativa entre o sentimento das perguntas e o das respostas. Este resultado sugere que os políticos não adaptam o seu tom emocional ao dos cidadãos, mas mantêm um padrão emocional consistente e independente nas suas respostas. De modo geral, observa-se uma predominância de um tom positivo e, sobretudo, neutro, tanto nas perguntas quanto nas respostas. O estilo comunicativo dos cidadãos tende a apresentar uma gama mais ampla de tons emocionais, que se reflete no padrão emocional das perguntas. Isso pode gerar um sentimento de desconexão ou falta de empatia entre os cidadãos e os representantes públicos, uma vez que os políticos não ajustam as suas respostas aos sentimentos expressos pelos cidadãos nas suas solicitações.

O envolvimento político significativo observado nesta plataforma evidencia que estes espaços digitais facilitam a participação ativa dos cidadãos, conforme sugerido por Eisenberg (2006) e Orozco e Ayala (2014). A ciberpolítica (Baggiolini & Castro-Rojas, 2016) não só moldou a estrutura das mensagens na era digital em que vivemos, mas também provocou alterações na forma como as emoções dos cidadãos em questões políticas são expressas e avaliadas (Cazorla et al., 2022). Assim, os estudos de natureza comunicativa que se centram na análise de sentimentos — uma ferramenta essencial para medir as emoções, atitudes e opiniões dos cidadãos no contexto político — são fundamentais para compreender o nível de participação política em cada país na atualidade.

Espera-se que esta pesquisa contribua para o avanço do conhecimento sobre a participação cidadã e a comunicação política no ambiente digital, além de ajudar a melhorar a qualidade e a eficácia dos espaços de interação política que promovem o diálogo direto entre cidadãos e representantes públicos.

Tradução: Anabela Delgado

REFERÊNCIAS

- Aced Toledano, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. UOC.
- Aguirre Sala, J. (2013). Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales. *Culturales*, 1(2), 119–150.
- Alonso-Muñoz, L., & Casero-Ripollés, A. (2017). Transparencia y monitorización en el entorno digital. Hacia una tipología de las plataformas impulsadas por la ciudadanía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72(8), 1351–1366.
- Annunziata, R. (2020). El impacto de los presupuestos participativos online en el tipo de proyectos. Un análisis de la experiencia de BAElige. *Revista del CLAD. Reforma y Democracia*, (77), 157–186.
- Annunziata, R., Arena, E., & Basualdo Franchino, U. (2021). ¿Giro digital? Desafíos de los presupuestos participativos argentinos frente a la pandemia de COVID-19. *Política. Revista de Ciencia Política*, 59(1), 59–80. <https://doi.org/10.5354/0719-5338.2021.61609>
- Baggiolini, L., & Castro-Rojas, S. (2016). Las redes de la política: Universo narrativo, campañas y microrrelato en Twitter. *Inmediaciones de la Comunicación*, 11, 159–180. <https://doi.org/10.18861/ic.2016.11.11.2621>
- Balla, S. (2012). Information technology, political participation and the evolution of Chinese policymaking. *Journal of Contemporary China*, 21(76), 655–673. <https://doi.org/10.1080/10670564.2012.666835>
- Brady, H. (1999). Political participation. In J. P. Robinson, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of political attitudes* (pp. 737–801). Academic Press.
- Burgos, E. (2020). *Ciberactivismo, ejercicio de la ciudadanía y participación política en internet*. Abediciones.
- Cabero Almenara, J. (2014). Nuevas miradas sobre las TIC aplicadas en la educación. *Andalucía Educativa*, 81, 1–6.
- Cabero-Almenara, J., Torres-Barzabal, L., & Hermosilla-Rodríguez, J. (2019). Las TIC y la creación de una ciudadanía crítica e-digital. *Education in the Knowledge Society*, 20, 1–10. https://doi.org/10.14201/eks2019_20_a22
- Castellanos Claramunt, J. (2022). Transparencia y participación ciudadana: La lucha contra la corrupción como eje vertebrador del proceso democrático. *Revista Española de Transparencia*, (15), 107–129. <https://doi.org/10.51915/ret.220>
- Cazorla, A., Montabes, J., & López-López, P. (2022). Medios de comunicación, información política y emociones hacia partidos políticos en España. *Revista Española de Ciencia Política*, (58), 83–109. <https://doi.org/10.21308/recp.58.03>
- Coleman, S., & Moss, G. (2012). Under construction: The field of online deliberation research. *Journal of Information Technology & Politics*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/19331681.2011.635957>

- Dahlgren, P. (2005). The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Desouza, K. C., & Bhagwatwar, A. (2014). Technology-enabled participatory platforms for civic engagement: The case of U.S. cities. *Journal of Urban Technology*, 21(4), 25–50. <https://doi.org/10.1080/10630732.2014.954898>
- Eisenberg, J. (2006). Internet, democracia y república. *Revista Interamericana de Educación de Adultos*, 28(1), 175–192.
- García Guitián, E. (2016). Democracia digital. Discursos sobre participación ciudadana y TIC. *Revista de Estudios Políticos*, (173), 169–193. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.173.05>
- Gil García, J. (2015). Cuando el 15M envejeció a los medios de comunicación: Emergencia de prosumidores y desarrollo de nuevos modelos mediáticos. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (66), 9–37.
- Graham, T. (2010). The use of expressives in online political talk: Impeding or facilitating the normative goals of deliberation? In E. Tambouris, A. Macintosh, & O. Glassey (Eds.), *Electronic participation, lecture notes in computer science* (pp. 26–41). Springer.
- Guillory, J., & Sundar, S. (2014). How does web site interactivity affect our perceptions of an organization? *Journal of Public Relations Research*, 26(1), 44–61. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2013.795866>
- Hartz-Karp, J., & Sullivan, B. (2014). The unfulfilled promise of online deliberation. *Journal of Deliberative Democracy*, 10(1), 1–5. <https://doi.org/10.16997/jdd.191>
- Hershkovitz, S. (2012). Masbirim Israel: Israel's PR campaign as glocalized and globalized political presumption. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 511–530. <https://doi.org/10.1177/000276421142936>
- Leetoy, S., Zavala Scherer, D., & Sierra Caballero, F. (2019). Tecnopolítica y ciudadanía digital. *Comunicación y Sociedad*, 16, 1–8. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7462>
- Luvizotto, C. K. (2016). Cidadania, ativismo e participação na internet: Experiências brasileiras. *Comunicação e Sociedade*, 30, 297–312. [https://doi.org/10.17231/comsoc.30\(2016\).2499](https://doi.org/10.17231/comsoc.30(2016).2499)
- Magallón Rosa, R. (2014). Tecnologías cívicas y participación ciudadana. *Revista de Estudios de la Juventud*, (105), 53–79.
- Mambrey, P., Neumann, H., & Sieverdingbeck, K. (1999). Bridging the gap between Parliament and citizen – The internet services of the German Bundestag. *Parliamentary Affairs*, 52(3), 480–492. <https://doi.org/10.1093/pa/52.3.480>
- Manosevitch, I. (2014). The design of online deliberation: Implications for practice, theory and democratic citizenship. *Journal of Public Deliberation*, 10(1), 1–4. <https://doi.org/10.16997/jdd.197>
- Martínez Rodríguez, J. B. (2011). Participación política, democracia digital y e-ciudadanía para el protagonismo de adolescentes y jóvenes. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14(2), 19–33.
- Masip, P., Ruiz-Caballero, C., & Suau, J. (2019). Active audiences and social discussion on the digital public sphere. Review article. *El Profesional de la Información*, 28(2), e280204. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.04>
- Mendonça, R. F., & Amaral, F. de L. (2014). Deliberação online em consultas públicas? O caso da Assembleia Legislativa de Minas Gerais. *Revista de Sociologia Política*, 22(49), 177–203. <https://doi.org/10.1590/S0104-44782014000100010>

- Oliveira, R. S. de, & Rodegheri, L. B. (2012). Ciberdemocracia: Análise dos desafios e possibilidades de iniciativa popular via internet no Brasil. *Sociedade e Cultura*, 15(1), 121–133. <https://doi.org/10.5216/sec.v15i1.20678>
- Orozco, M., & Ortiz-Ayala, A. (2014). Deliberación: Actividad política en internet y redes sociales en Colombia. *Panorama*, 8(15), 91–100.
- Pinto Santos, A. R., Cortés Peña, O., & Alfaro Camargo, C. (2017). Hacia la transformación de la práctica docente: Modelo espiral de competencias TICTACTEP. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (51), 37–51. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2017.i51.03>
- Reig Hernández, D. (2011, 11 de outubro). *TIC, TAC, TEP y el 15 de octubre*. El Caparazón (2007). <https://dreig.eu/caparazon/tic-tac-tep/>
- Reig Hernández, D. (2012). *Socionomía: ¿Vas a perderte la revolución social?* Deusto.
- Ribeiro, L., Costa, A., Costa, L., & Ribeiro, M. (2013). Desigualdades digitais: Acesso e uso da internet, posição socioeconómica e segmentação espacial nas metrópoles brasileiras. *Análise Social*, 48(207), 288–320. <https://doi.org/10.31447/AS00032573.2013207.02>
- Sampaio, R. C. (2012). Quão deliberativas são discussões na rede? Um modelo de apreensão da discussão online. *Revista Sociologia Política*, 20(42), 121–139. <https://doi.org/10.1590/S0104-44782012000200010>
- Sampaio, R. C., Maia, R. C. M., & Marques, P. J. A. (2010). Participação e deliberação na internet: Um estudo de caso do orçamento participativo digital de Belo Horizonte. *Opinião Pública*, 16(2), 446–477. <https://doi.org/10.1590/S0104-62762010000200007>
- Sánchez-Villar, J. M. (2019). Los blogs como herramientas sociales de comunicación política: Periodismo ciudadano y opinión pública 2.0. *Communication & Society*, 32(1), 39–55. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.39-55>
- Sani, G. (2004). Verbete “participação política”. In N. Bobbio, N. Matteucci, & G. Pasquino (Eds.), *Dicionário de política* (p. 954). Editora UNB.
- Santini, R. M., & Carvalho, H. (2019). Plataformas online de participação cidadã: Meta-síntese e avaliação crítica de seus impactos sociais e políticos. *Comunicação e Sociedade*, 36, 163–182. [https://doi.org/10.17231/comsoc.36\(2019\).2350](https://doi.org/10.17231/comsoc.36(2019).2350)
- Saylan, I. (2009). Internet: “A gateway to democracy? A comparative analysis of Turkish and Italian e-government experiences”. *AmmelidaresiDergisi*, 42(3), 141–162.
- Schäfer, M. S. (2015). Digital public sphere. *The International Encyclopedia of Political Communication*, 15, 1–7.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Solop, F. I. (2001). Digital democracy comes of age: Internet voting and the 2000 Arizona democratic primary election. *PS: Political Science & Politics*, 34(2), 289–293. <https://doi.org/10.1017/S104909650100052X>
- Steinmann, R., Krek, A., & Blaschke, T. (2005). Can online map-based applications improve citizen participation? In M. Böhlen, J. Gamper, W. Polasek, & M. A. Wimmer (Eds.), *E-Government: Towards electronic democracy. TCGOV 2005. Lecture notes in computer science* (pp. 25–35). Springer.
- Strandberg, K. (2008). Public deliberation goes on-line? An analysis of citizens’ political discussions on the internet prior to the Finnish parliamentary elections in 2007. *Javnost – The Public*, 15(1), 71–89. <https://doi.org/10.1080/13183222.2008.11008965>

- Strandberg, K., & Grönlund, K. (2018). Online deliberation. In A. Bächtiger, J. Dryzek, J. Mansbridge, & M. Warren (Eds.), *The Oxford handbook of deliberative democracy* (pp. 93–113). Oxford University Press.
- Tettey, W. J. (2001). Information technology and democratic participation in Africa. *Journal of Asian and African Studies*, 36(1), 133–153. <https://doi.org/10.1163/156852101300143127>
- Torcá, M., Montero, J. R., & Teorell, J. (2006). La participación política en España: Modos y niveles en perspectiva comparada. *Revista de Estudios Políticos*, (132), 7–41. <https://doi.org/10.18042/45507>
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- Welp, Y. (2008). América Latina en la era del gobierno electrónico. Análisis de la introducción de nuevas tecnologías para la mejora de la democracia y el gobierno. *Revista del CLAD. Reforma y Democracia*, (41), 173–192.
- Westholm, H. (2002). e-Democracy Goes Ahead. The internet as a tool for improving deliberative policies? In R. Traunmüller & K. Lenk (Eds.), *Electronic government. EGOV 2002*, 2456 (pp. 240–247). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-46138-8_39
- Zambrano Farias, F. J., & Balladares Ponguillo, K. A. (2017). Sociedad del conocimiento y las TEPs. *INNOVA Research Journal*, 2(10), 169–177. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n10.2017.534>

APÊNDICE

Abaixo, a Figura A1 apresenta uma análise pormenorizada das ligações individuais no diagrama aluvial.

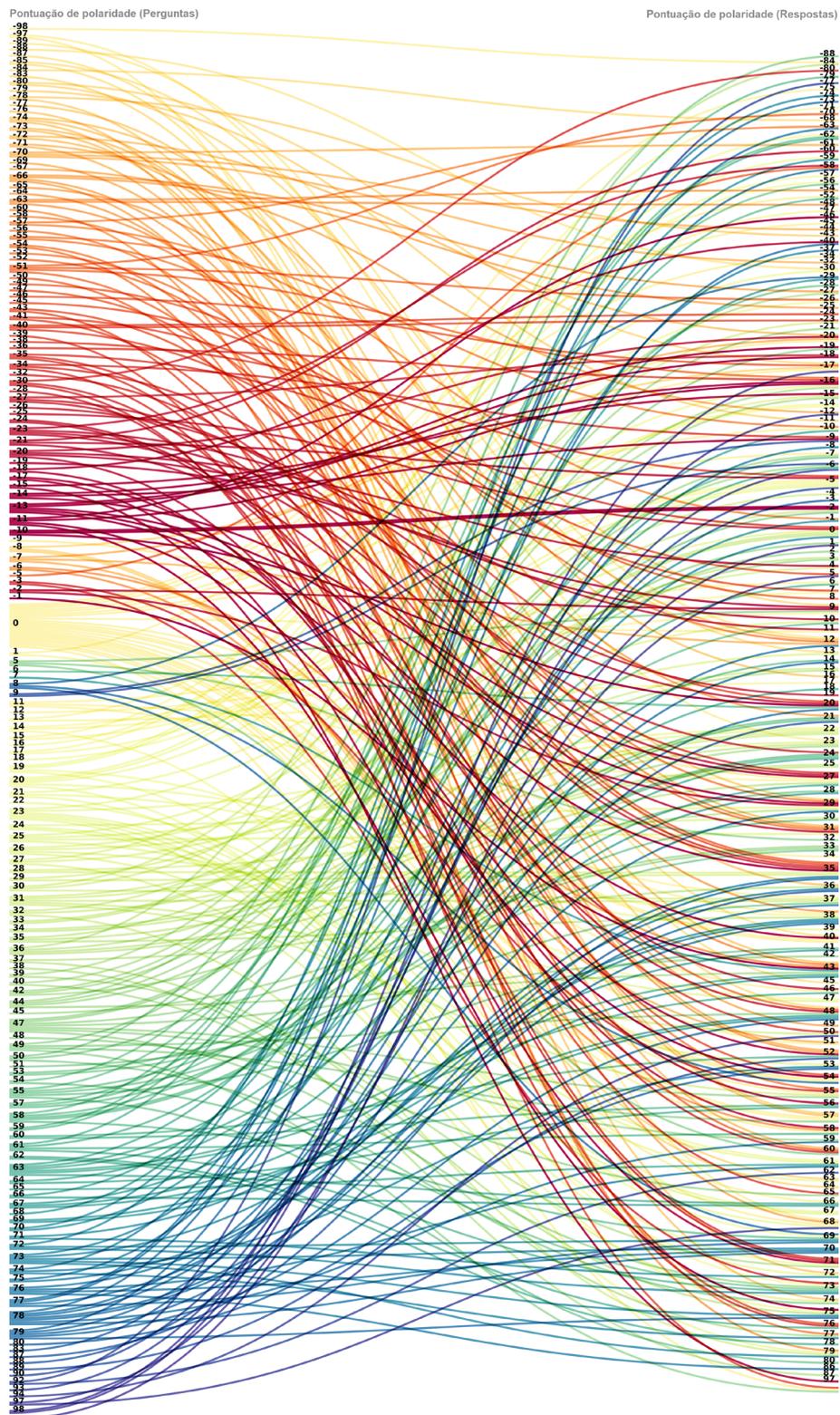


Figura A1. Diagrama aluvial pormenorizado

NOTAS BIOGRÁFICAS

Elizabet Castellero-Ostio é professora e investigadora no Departamento de Comunicação Audiovisual e Publicidade da Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade de Málaga. É doutorada em Gestão Estratégica em Comunicação pela Universidade de Málaga, licenciada em Publicidade e Relações Públicas e mestre em Gestão Estratégica e Inovação em Comunicação. Atualmente, participa em projetos de pesquisa competitivos como o *Observatorio de los Gabinetes de Comunicación de Andalucía, Lobby y Comunicación en la Unión Europea. Análisis de Sus Estrategias de Comunicación e Comunicación y Grupos de Interés en Andalucía. Estrategias de Comunicación Para la Participación Ciudadana en Sociedades Inclusivas*. As suas principais linhas de investigação atualmente incluem as relações públicas e a comunicação política e institucional. É autora de mais de 30 publicações académicas e investigadora em dois projetos de educação inovadora.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0546-7262>

Email: ecastillero@uma.es

Morada: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga, Campus de Teatinos, c/ León Tolstoi, nº 4, 29010 Málaga (España)

Álvaro Serna-Ortega é professor no Departamento de Comunicação Audiovisual e Publicidade da Faculdade de Ciências da Comunicação. É investigador contratado no projeto de investigação *Lobby y Comunicación* financiado pelo Programa Estatal de I&D&I (CSO2016-79357-R). É também doutorando do Programa de Doutoramento Interuniversitário em Comunicação das Universidades de Cádiz, Huelva, Málaga e Sevilha, com especialização em Publicidade e Relações Públicas. É licenciado em Publicidade e Relações Públicas e mestre em Gestão Estratégica e Inovação em Comunicação. Os seus interesses de investigação incluem a comunicação política, as relações internacionais e a comunicação organizacional.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5374-4722>

Email: amso@uma.es

Morada: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga, Campus de Teatinos, c/ León Tolstoi, nº 4, 29010 Málaga (España)

Andrea Moreno-Cabanillas é investigadora contratada em formação (FPU 2019) no Departamento de Publicidade e Comunicação Audiovisual da Universidade de Málaga. É doutorada em Comunicação pelas Universidades de Cádiz, Huelva, Málaga e Sevilha, com especialização em Publicidade e Relações Públicas. É licenciada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade de Málaga e mestre em Formação de Professores do Ensino Secundário e Formação Profissional pela Universidade de Murcia. Autora de mais de 50 artigos, apresentados em conferências e publicados em vários meios de comunicação social, a sua investigação centra-se nos grupos de interesse e grupos de

pressão na União Europeia, tendo realizado estágios de investigação financiados na Universidade de São Paulo (Brasil) e na RMIT University (Austrália).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1169-1607>

Email: amorenoc@uma.es

Morada: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga, Campus de Teatinos, c/ León Tolstoi, nº 4, 29010 Málaga (España)

Submetido: 15/11/2023 | Aceite: 29/07/2024



Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.