

Artur Jorge Afonso de Sousa

Proposta de Utilização de Mediação Digital para a Participação Pública Direta em
Períodos Eleitorais

Universidade Fernando Pessoa
Porto, 2013

Artur Jorge Afonso de Sousa

Proposta de Utilização de Mediação Digital para a Participação Pública Direta em
Períodos Eleitorais

Universidade Fernando Pessoa
Porto, 2013

Artur Jorge Afonso de Sousa

Proposta de Utilização de Mediação Digital para a Participação Pública Direta em
Períodos Eleitorais

Tese apresentada à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção do grau de Doutor em Ciências da Informação, sob a orientação do Professor Doutor Luís Manuel Borges Gouveia.

RESUMO

ARTUR JORGE AFONSO DE SOUSA: Proposta de Utilização de Mediação Digital para a Participação Pública Direta em Períodos Eleitorais
(Sob a orientação do Professor Doutor Luís Manuel Borges Gouveia)

A massificação do acesso à Internet, juntamente com a evolução tecnológica a que temos assistido nos últimos anos e com as recentes mudanças económicas e sociais, que apelam à participação democrática, tem conduzido a um interesse crescente em soluções de mediação digital para a participação pública direta.

São cada vez mais os exemplos de políticos a utilizar a Internet para transmitir as suas mensagens eleitorais. Todavia, considera-se que as campanhas eleitorais tradicionais se baseiam, essencialmente, na comunicação unidirecional entre os candidatos e a comunidade, e não suportam um eficiente processo de comunicação escalável, que contemple os objetivos e necessidades de todas as partes interessadas.

Em consequência dessa constatação, surgiu uma pergunta de investigação preliminar: como estimular os cidadãos a envolverem-se e a participar ativamente nos debates eleitorais, através de mediação digital? Acredita-se que pode ser útil e desejável ter uma solução tecnológica que agregue num único local, neutro e regulado, os principais intervenientes num processo eleitoral e que possibilite uma comunicação multidirecional entre eles.

Assim, neste trabalho de investigação e desenvolvimento, apresenta-se uma proposta de utilização de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais. A proposta assenta num modelo conceptual e numa aplicação Web, designada *iLeger*. Sucintamente, a aplicação suporta interações de colaboração através de perguntas, respostas, sugestões, votações e comentários, e foi especificamente desenhada para

juntar, num único espaço neutro, regulado e deliberativo, os principais intervenientes numa eleição, promovendo a partilha e a comunicação multidirecional (síncrona e assíncrona) entre eles.

Pretende-se, com esta proposta, contribuir para reduzir o fosso existente na comunicação entre a comunidade e os candidatos, tornar as campanhas mais abertas e estimular os cidadãos a envolverem-se e a participarem ativamente nos debates eleitorais.

Neste texto, apresentam-se ainda os resultados obtidos a partir das experiências de utilização da plataforma *iLeger* nas campanhas eleitorais das Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal em 2009, da Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em 2010, e das Eleições Presidenciais e Legislativas de Portugal em 2011.

Entre os principais resultados, destaque-se o papel que os Media podem ter na condução de iniciativas de participação pública em períodos eleitorais, a importância da divulgação das iniciativas e dos eventos de participação, e a influência dos eventos de curta duração e em direto nas visitas e na participação ativa dos intervenientes.

Em suma, acredita-se fortemente que as ferramentas de participação baseadas na Internet, tais como as redes sociais e como a aplicação aqui apresentada, serão cada vez mais importantes em campanhas eleitorais, e que, se forem convenientemente usadas, têm potencial para contribuir significativamente para reverter o atual afastamento dos cidadãos dos debates eleitorais. Todavia, o foco tem que estar essencialmente na participação e nas pessoas (cidadãos e candidatos) e não tanto na tecnologia.

Palavras-chaves: participação pública, *e-participação*, mediação digital, campanhas eleitorais, *iLeger*.

ABSTRACT

ARTUR JORGE AFONSO DE SOUSA: Proposal for the Use of Digital Mediation for Direct Public Participation during Electoral Periods
(Under supervision of PhD Luís Manuel Borges Gouveia)

The widespread access to the Internet, together with the technological evolution witnessed in the last years and the recent social and economic developments, which more than ever call to democratic participation, has lead to an increased interest in solutions based on digital mediation for direct public participation.

An increasingly number of politicians are using the Internet to transmit their electoral messages. However, it is considered that traditional electoral campaigns are essentially based on unidirectional communication between candidates and the community, and do not support an efficient and scalable communication process, which takes into account the objectives and needs of all stakeholders.

Consequently, a preliminary research question emerged: how to engage citizens and actively participate in electoral debates through digital mediation? It is believed that it would be useful to develop an application that unites, in a single, neutral and regulated place, the stakeholders in the electoral process, so as to allow structured and multidirectional communication between them.

Therefore, this work of research and development seeks to present a proposal for the use of digital mediation for direct public participation during electoral periods. The proposal is based on a conceptual model and on a web application, *iLeger*. In summary, this application supports collaborative interactions based on questions, answers, suggestions, ratings and comments, and was specifically designed to gather, in a single neutral deliberative and regulated space, the main actors in an election, fostering

multidirectional communication (synchronous and asynchronous) and sharing between them.

This work aims to contribute to narrow the existing communication gap between candidates and the community, make electoral campaigns more open and encourage citizens to become involved and actively participate in electoral debates.

This work also includes the results obtained from the use of the *iLeger* platform in the electoral campaign for the Portuguese parliamentary and local elections held in 2009, the 2010 election of the Head of the Portuguese Medical Association and the presidential and parliamentary elections held in 2011 in Portugal.

Among the main results, it should be highlighted the role of the Media as a driving force for initiatives of public participation during electoral periods, the importance of advertisement and awareness to events involving public participation, and the influence of events of short duration and live coverage in the number of participants and in the active participation of the stakeholders.

In summary, it is strongly believed that participation tools based on the Internet, such as social networks and the application presented here, will be increasingly important during electoral campaigns, and that, if properly used, have the potential to contribute significantly to reverse the current widening citizen distancing from electoral debates. Nevertheless, the main focus must be on participation and the people (citizens and candidates) and not so much on the technology.

Keywords: public participation, *e-participation*, digital mediation, electoral campaigns, *iLeger*.

RÉSUMÉ

ARTUR JORGE AFONSO DE SOUSA: proposition d'utilisation de médiation digitale pour la participation publique directe pendant les périodes électorales
(Sous l'orientation du Professeur Luís Manuel Borges Gouveia)

La massification de l'accès à l'Internet, en même temps que l'évolution technologique à laquelle nous avons assisté les dernières années et les récents changements économiques et sociaux, qui en appellent à la participation démocratique, ont abouti à un intérêt croissant à des solutions de médiation digitale pour la participation publique directe.

Les exemples de politiques qui utilisent l'Internet pour transmettre leurs messages électoraux se multiplient de plus en plus. Toutefois, on considère que les campagnes électorales traditionnelles se fondent, essentiellement, dans la communication unidirectionnelle parmi les candidats et la communauté, et elles ne supportent pas un procès efficient de communication escalable, qui contemple les objectifs et nécessités de toutes les parties intéressées.

De cette constatation, une question de recherche préliminaire se pose: comment encourager les citoyens à s'engager et à participer activement aux débats électoraux par la médiation digitale? Nous croyons qu'il serait utile d'avoir une solution technologique qui joigne d'ans une seule place, neutre et régulée, les principaux acteurs du processus électoral et qui permette une communication multidirectionnelle parmi eux.

De cette façon, dans ce travail d'enquête et développement, nous faisons une proposition de médiation digitale pour la participation publique directe à des périodes électorales. La proposition se place sur un modèle conceptuel et sur une application Web dénommé *iLeger*. Succinctement, l'application supporte des interactions de collaboration à travers les questions, réponses, suggestions, votations et commentaires et elle a été spécifiquement dessinée à joindre, dans un seul espace neutre, réglé et

délibératif, les principaux intervenants à une élection, en promouvant le partage et la communication multidirectionnelle (synchrone et asynchrone) parmi eux.

Nous prétendons, par cette proposition, contribuer à réduire le fossé existant dans la communication entre la communauté et les candidats, rendre les campagnes plus ouvertes et stimuler les citoyens à s'engager et à participer activement aux débats électoraux.

Dans ce texte, nous présentons encore les résultats obtenus en partant des expériences d'utilisation de la plateforme *iLeger* dans les campagnes électorales des Élections Législatives et Municipales de Portugal en 2009, de l'Élection du Bâtonnier de l'Ordre des Médecins de Portugal en 2010, et des Élections Présidentielles et Législatives de Portugal en 2011.

Parmi les principaux résultats, se détache le rôle que les Media peuvent avoir dans la conduite d'initiatives de participation publique pendant les périodes électorales, l'importance de la divulgation des initiatives et des événements de participation, et l'influence des événements de brève durée et en direct dans les visites et dans la participation active des intervenants.

Somme toute, nous croyons fortement que les outils de participation fondés sur internet, tels que les réseaux sociaux et l'application ici présentée, seront chaque fois plus importants dans les campagnes électorales, et que, s'ils sont usés convenablement, ont le potentiel pour contribuer significativement à faire revenir les citoyens vers les débats électoraux. Toutefois, l'essentiel doit être la participation et la population (citoyens et candidats) et pas tant la technologie.

Mots-clés: participation publique, *e-participation*, médiation digitale, campagnes électorales, *iLeger*.

DEDICATÓRIA

*Não é por as coisas serem difíceis que não temos ousadia. É por não termos ousadia
que as coisas são difíceis*
(Séneca)

Aos meus pais, Artur e Maria Leonor.
À Tucha e aos meus filhos, Artur e Maria.
Ao meu compadre, Pedro Agante.

AGRADECIMENTOS

Muitos foram os que contribuíram, de forma direta ou indireta, para a elaboração deste projeto. Pretende-se, deste modo, expressar o reconhecimento e a gratidão às pessoas e instituições, cuja colaboração foi determinante para a sua concretização.

Um agradecimento especial ao meu orientador, Professor Doutor Luís Borges Gouveia, pelas valiosas sugestões e críticas pertinentes, pela constante motivação e pelo exemplo dado.

Ao Reitor da Universidade Fernando Pessoa, Professor Doutor Salvato Trigo, pelas suas sábias palavras.

Ao Pedro Agante, grande parceiro no projeto *Liberopinion*, por conseguir retirar das pessoas o que elas têm de melhor. Um exemplo a seguir!

Ao Mário Rodrigues, Júlio Amaral, Marco Martins e ao Rafael Gomes, pela sua dedicação ao projeto *Liberopinion*.

À Universidade Fernando Pessoa, ao Instituto Politécnico de Viseu, ao Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), e ao Portal SAPO, em particular, à Rute Vasco, ao Benjamin Mendes Júnior, ao Tiago Silva Lopes, e ao João Sil, por terem assegurado as condições e os recursos necessários para a execução deste projeto.

Aos cidadãos, movimentos sociais e políticos, e aos políticos que participaram nas várias iniciativas levadas a cabo na plataforma *iLeger*.

Aos meus colegas do Departamento de Informática, em particular, ao Steven Abrantes e ao Carlos Quental, pela compreensão e pelo estímulo que manifestaram.

À minha família, em especial, aos meus queridos pais e irmã Margarida, pelo encorajamento patenteado, e por terem compreendido os (muitos) momentos em que não estive presente.

À Tucha e aos meus filhos, Artur e Maria, pelo apoio e dedicação constantes, e por me darem um motivo para todo este trabalho.



Com o apoio do Instituto Politécnico de Viseu

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS.....	XXII
------------------------	------

ÍNDICE DE TABELAS.....	XXXII
------------------------	-------

LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS.....	XXXVI
---------------------------------------	-------

INTRODUÇÃO.....	1
1 – Contextualização da questão em estudo.....	4
2 – Objetivos.....	6
3 – Justificação da escolha.....	7
4 – Organização da tese.....	11

CAPÍTULO I – DEMOCRACIA E PARTICIPAÇÃO PÚBLICA.....	15
---	----

1.1 – Introdução.....	17
1.2 – A democracia.....	17
1.3 – Participação pública e cidadania.....	22
1.3.1 – Conceito de participação pública e cidadania.....	22
1.3.2 – Níveis de participação.....	24
1.3.3 – Métodos de participação pública.....	29
1.4 – O sistema político português.....	29
1.5 – Democracia eletrónica.....	33
1.5.1 – A sociedade da informação e do conhecimento.....	35
1.5.2. - Potencialidades e desafios do digital.....	37
1.5.2.1 – Potencialidades.....	38
1.5.2.2 – Desafios.....	39
1.6 – Resumo do capítulo.....	44

CAPÍTULO II – PARTICIPAÇÃO ELETRÓNICA	45
2.1 – Introdução.....	47
2.2 – Conceito de e-participação.....	47
2.3 – Iniciativas legislativas europeias	51
2.4 – Caracterização do campo da e-participação.....	53
2.4.1 – Níveis de e-participação	53
2.4.2 – Intervenientes em iniciativas de e-participação	56
2.4.3 – Áreas de e-participação	58
2.4.4. – Ferramentas de e-participação	60
2.4.5 – Tecnologias de e-participação	75
2.4.6 – Modelos de caracterização da e-participação	76
2.4.7 – Modelos de implementação de iniciativas de e-participação.....	79
2.4.8 – Modelos de avaliação de iniciativas de e-participação.....	80
2.5 – A e-participação no contexto do e-government	85
2.5.1 - A e-participação no contexto do local e-government	89
2.6 – Resumo do capítulo	94
CAPÍTULO III – MEDIAÇÃO DIGITAL E CAMPANHAS ELEITORAIS	95
3.1 – Introdução.....	97
3.2. – Iniciativas de participação eletrónica	97
3.2.1 - Iniciativas nacionais de participação eletrónica	98
3.2.2 - Iniciativas internacionais de participação eletrónica	104
3.3 – A mediação digital e as campanhas eleitorais.....	107
3.3.1 – O advento dos Media Sociais	112
3.4 – Resumo do capítulo	122
CAPÍTULO IV – METODOLOGIA	123
4.1 – Introdução.....	125
4.2 – Metodologia.....	125
4.2.1 – Modelos de investigação-ação	127
4.2.2 – Características da investigação-ação.....	129

4.3 – Procedimento	131
4.4 – Resumo do capítulo	137
CAPÍTULO V – MODELO DE MEDIAÇÃO DIGITAL PARA A PARTICIPAÇÃO PÚBLICA DIRETA EM PERÍODOS ELEITORAIS	139
5.1 – Introdução	141
5.2 – Modelo Conceptual	141
5.3 – Modelo Funcional	146
5.3.1 – Casos de uso do ator cidadão	152
5.3.2 – Casos de uso do ator candidato e representante	153
5.3.3 – Casos de uso dos atores movimentos sociais e políticos, associações e partidos políticos	154
5.3.4 – Casos de uso do ator editor da plataforma	155
5.4 – Resumo do capítulo	156
CAPÍTULO VI – PROVA DE CONCEITO “A PLATAFORMA <i>ILEGER</i> ”	159
6.1 – Introdução	161
6.2 – Áreas funcionais da plataforma <i>iLeger</i>	161
6.2.1 – Perguntas da comunidade	163
6.2.2 – Sugestões e ideias da comunidade	180
6.2.3 – Opinião da comunidade	184
6.2.4 – Debates em direto	186
6.2.5 – Programas eleitorais	190
6.2.6 – Área pessoal	198
6.3 – Gestão editorial da plataforma – <i>BACKOFFICE</i>	201
6.4 - Resumo do capítulo	212
CAPÍTULO VII – EVOLUÇÃO DA PLATAFORMA <i>ILEGER</i>	215
7.1 – Introdução	217
7.2 – Evolução da plataforma	217
7.2.1 – Primeira versão da plataforma	221
7.2.2 – Segunda versão da plataforma	227

7.2.3 – Terceira versão da plataforma.....	230
7.2.4 - Quarta versão da plataforma.....	234
7.3 – Resumo do capítulo.....	239
CAPÍTULO VIII – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	241
8.1 – Introdução.....	243
8.2 – Experiências de utilização	243
8.2.1 – Experiência I: Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal de 2009	245
8.2.2 - Experiência II: Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010.....	255
8.2.3 - Experiência III: Eleições Presidenciais de Portugal de 2011	266
8.2.4 - Experiência IV: Eleições Legislativas de Portugal de 2011.....	289
8.3 – Análise, comparação e discussão dos resultados	313
8.4 – Resumo do capítulo.....	325
CAPÍTULO IX – CONCLUSÕES E TRABALHO FUTURO.....	327
9.1 – Introdução.....	329
9.2 – Revisitar os objetivos	329
9.3 – Comentários finais	330
9.4 – Contributos	336
9.5 – Recomendações.....	343
9.6 – Trabalho futuro	345
9.6.1 – Funcionalidades a melhorar ou a implementar e desenvolvimento de novas aplicações	346
9.6.2 – Questões e estudos para futura investigação.....	352
REFERÊNCIAS	355
ANEXO 1- TERMOS DE UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA <i>ILEGER</i>	375
ANEXO 2 – LISTA DE DEBATES EM DIRETO REALIZADOS NA PLATAFORMA <i>ILEGER</i>	379

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Comunicação unidirecional entre candidatos e cidadãos numa campanha eleitoral...5	5
Figura 2- Estudo que analisou os comentários inseridos na página do <i>Facebook</i> do Primeiro-Ministro, após a mensagem aos portugueses no dia 8 de Setembro. Fonte: Jornal Público.....21	21
Figura 3 – Escada da participação dos cidadãos. Fonte: (Arnstein, 1969)25	25
Figura 4 – Níveis de participação: Informação, consulta e participação ativa. Fonte (OECD, 2001)27	27
Figura 5 – Visão do Observatório da Sociedade da Informação e do Conhecimento sobre Democracia Eletrónica. Fonte: (UMIC, 2004)34	34
Figura 6 – Níveis de <i>e-participação</i> . Fonte: (Islam, 2008) adaptado de Macintosh (2004)55	55
Figura 7 – Ciclo do Orçamento Participativo de Lisboa. Fonte: Câmara Municipal de Lisboa, http://www.lisboaparticipa.pt 74	74
Figura 8 - Ferramentas e funcionalidade de <i>e-participação</i> correspondente. Fonte: (Macintosh & White, 2008)75	75
Figura 9 – Modelo de domínio para a <i>e-participação</i> . Fonte: (Kalampokis et al., 2008)77	77
Figura 10 – Modelo descritivo do campo da <i>e-participação</i> . Fonte: (Saebo, Rose & Flak, 2008)77	77
Figura 11 - Modelo de implementação em 7 passos de projetos de <i>e-participação</i> . Fonte: (Islam, 2008)79	79
Figura 12 – Três níveis de análise de projetos e ferramentas de <i>e-participação</i> , segundo o instrumento de avaliação proposto em (Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007).81	81
Figura 13 – Fases do processo político. Fonte: (Macintosh, Coleman & Lalljee, 2005)83	83
Figura 14 – Critérios de avaliação de projetos de participação eletrónica. Fonte: (Macintosh & Whyte, 2008)84	84
Figura 15 – Ranking de países relativo ao índice de <i>e-participação</i> definido pelas Nações Unidas para o ano de 2012. Fonte: (UNDESA, 2012)88	88
Figura 16 – Níveis de maturidade usados no modelo que avalia a presença na Internet das câmaras municipais portuguesas. Fonte: (Santos & Amaral, 2012).90	90
Figura 17 - Resultados por níveis de maturidade do estudo de avaliação da presença na Internet das câmaras municipais portuguesas em 2009. Fonte: (Santos & Amaral, 2012).91	91
Figura 18 – Nível de participação das iniciativas de <i>e-participação</i> levadas a cabo por câmaras municipais portuguesas. Fonte: (Ferreira, 2011).....92	92
Figura 19 – Principais grupos de iniciativas de <i>e-participação</i> . Fonte: (Ferreira, 2011).92	92

Figura 20 – Projeto de participação cívica “A minha rua”. Fonte: http://www.portaldocidadao.pt	99
Figura 21 – Iniciativa de <i>e-participação</i> “O Meu Movimento”. Fonte: http://www.portugal.gov.pt/	100
Figura 22 – Iniciativa “Estado da Nação” – submissão de perguntas. Fonte: Partido Socialista	103
Figura 23 – Iniciativa “Estado da Nação” – Consulta de perguntas. Fonte: Partido Socialista..	104
Figura 24 – Página de acesso aos debates em direto realizados na plataforma <i>euparticipo</i> ...	110
Figura 25 – Twitómetro. Fonte: Portal SAPO (http://legislativas.sapo.pt/2011/twitometro/)	115
Figura 26 – Debate entre os candidatos presidenciais do Partido Republicano (Grand Old Party - GOP) realizado em 8 de Janeiro de 2012. Fonte: http://www.facebook.com/uspolitics	116
Figura 27 – Divulgação de resultados do <i>Twitter</i> relacionados com as Eleições Presidenciais dos Estados Unidos em 2012	117
Figura 28 – Mensagem do Presidente Obama no <i>Twitter</i> . Fonte: https://twitter.com/BarackObama/status/266031293945503744/photo/1 . Acedido em 9 de Novembro de 2012	118
Figura 29 – Parabéns do Presidente da Comissão Europeia ao Presidente Barack Obama. Fonte: https://twitter.com/BarrosoEU/status/266059325590601728 . Acedido em 9 de Novembro de 2012	118
Figura 30 – Estatísticas sobre as Eleições Presidenciais Norte-Americanas no <i>Facebook</i> . Fonte: <i>Socialbakers</i> . Disponível em: http://www.socialbakers.com/elections/?ref=left-menu . Acedido em 11 de Novembro de 2012.....	119
Figura 31 – Incentivo do <i>Facebook</i> para os seus utilizadores americanos acima dos 18 anos irem votar.....	120
Figura 32 – Impacto dos Media Sociais no processo eleitoral das Eleições Presidenciais Norte-Americanas de 6 de Novembro de 2012. Fonte: (Rainie, 2012).....	121
Figura 33 - Modelo de investigação-ação proposto por Kemmis e McTaggart. Fonte: (Kemmis and McTaggart, 2000)	127
Figura 34 - Modelo de investigação-ação proposto por O’Leary. Fonte: (O’Leary, 2004)	128
Figura 35 – Comunicação multidirecional entre os principais atores numa campanha eleitoral realizada na plataforma <i>iLeger</i>	143
Figura 36 – Modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais.....	144
Figura 37 – Diagrama de classes UML simplificado da plataforma <i>iLeger</i>	146
Figura 38 - Arquitetura funcional do <i>iLeger</i>	147
Figura 39 - Diagrama de casos de uso simplificado do ator cidadão	153
Figura 40 - Diagrama de casos de uso simplificado do ator candidato.....	154
Figura 41 - Diagrama de casos de uso simplificado dos atores Movimentos Sociais e Políticos, Associações e Partidos Políticos	155
Figura 42 - Diagrama de casos de uso simplificado do ator editor.....	156
Figura 43 – Áreas funcionais e utilizadores da plataforma <i>iLeger</i>	161

Figura 44 – Perguntas da comunidade destinadas a todas as candidaturas em simultâneo ou para entrevistas e debates em direto com cada candidatura.....	164
Figura 45 – Grelha de perguntas na perspetiva de um utilizador eleitor (médico). Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/).....	165
Figura 46 – Página para submeter uma pergunta. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	166
Figura 47 – Pergunta com contexto e resposta. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	168
Figura 48 – Rede social de uma pergunta. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	169
Figura 49 – Zona de comentários às respostas dos candidatos. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	171
Figura 50 – Perfil público de um utilizador com o papel de candidato. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	172
Figura 51 – Página de acesso ao TOP 10 da área destinada à submissão de perguntas aos candidatos. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/).....	173
Figura 52 – Comparação de respostas de candidatos (lado a lado). Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	174
Figura 53 – Comparação de respostas dos candidatos a uma pergunta de um utilizador. Fonte: Maqueta da versão do <i>iLeger</i> usada nas Eleições Legislativas de Portugal em 2011.....	175
Figura 54 - Grelha de perguntas na perspetiva de um candidato. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	176
Figura 55 – Página onde um candidato pode inserir a sua resposta a uma pergunta de um utilizador eleitor. Fonte: versão usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	177
Figura 56 – Passos para a angariação de perguntas destinadas a usar em entrevistas aos candidatos, aos seus representantes ou a personalidades convidadas	178
Figura 57 – Exemplo de angariação de perguntas para uma entrevista com um candidato. Fonte: Maqueta da versão do <i>iLeger</i> usada nas Eleições Legislativas de Portugal em 2011	179
Figura 58 - Passos para a angariação de perguntas destinadas a usar posteriormente em debates em direto com os candidatos, os seus representantes, ou com personalidades convidadas.....	180
Figura 59 – Sugestões e ideias da comunidade	180

Figura 60 – Área de angariação de sugestões (o que eu faria se fosse...). Fonte: versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Junho de 2011 (http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/sef.php . Acedido em 12 de Junho de 2012)	181
Figura 61 – Exemplo de iniciativa para angariação de sugestões (o que eu faria se fosse... o Presidente da União Europeia) realizada nas Eleições Legislativas de Junho de 2011. (http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/seEuFosse.php?id=1&t=arc . Acedido em 12 de Junho de 2012)	182
Figura 62 – Exemplo de uma iniciativa de participação a convidar os cidadãos a expor o que fariam se fossem o Ministro da Economia para fomentar o crescimento da Economia	183
Figura 63 – A opinião da comunidade	185
Figura 64 – Área de auscultação da opinião dos cidadãos. Fonte: versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Junho de 2011 (http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/voxPopuli.php . Acedido em 12 de Junho de 2012)	185
Figura 65 – Debates em direto com candidatos, seus representantes e com personalidades convidadas	186
Figura 66 - Exemplo de área de debates em direto	187
Figura 67 – Debate em direto com o Dr. Pedro Mota Soares, candidato do CDS-PP pelo círculo de Lisboa às Eleições Legislativas de 2011. Fonte: versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Junho de 2011 (http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/liveconfArquivo.php?id=2 . Acedido em 12 de Junho de 2012)	188
Figura 68 – Debate em direto, transmitido via <i>streaming</i> de vídeo, no <i>iLeger</i> nas Eleições Legislativas 2011	190
Figura 69 – Maqueta da página de entrada na área de Programas Eleitorais	192
Figura 70 – Maqueta da página de apresentação das secções do manifesto eleitoral de uma candidatura	194
Figura 71 – Maqueta da página de apresentação do texto com as medidas propostas numa secção de um manifesto eleitoral	195
Figura 72 – Maqueta da matriz de comparação das várias áreas dos programas eleitorais de diferentes candidaturas	197
Figura 73 – Área pessoal, zona de dados pessoais. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	198
Figura 74 – Área Pessoal, configuração de notificações. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	199
Figura 75 – Área pessoal, dados sobre hiperligações do utilizador. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	200
Figura 76 – Área de gestão da plataforma <i>iLeger</i>	201
Figura 77 - Gestão editorial de um evento de participação (angariação de perguntas). Fonte: <i>Backoffice</i> da versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011	202

Figura 78 – Gestão de destaques de iniciativas de participação para cada secção do <i>iLeger</i> – exemplos de configurações. Fonte: versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011.....	203
Figura 79 – Área para a gestão de destaques – <i>drag and drop</i>	204
Figura 80– Exemplo de página de destaques sem manchete. Fonte: versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011.....	205
Figura 81 – Gestão de Destaques da área de perguntas. Fonte: <i>Backoffice</i> da versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011.....	206
Figura 82 – Configuração de destaques de eventos de participação. Fonte: <i>Backoffice</i> da versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011.....	207
Figura 83 - Rotação automática e configurável de destaques de eventos de participação.....	208
Figura 84 – Destaques para páginas externas ao <i>iLeger</i>	208
Figura 85 - Área de moderação de conteúdos de eventos de participação. Fonte: <i>Backoffice</i> da versão do <i>iLeger</i> utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011.....	209
Figura 86 – Editor introduz na plataforma as respostas dos convidados a uma pergunta. Fonte: Maqueta da versão do <i>iLeger</i> usada nas Eleições Legislativas de 2011.....	210
Figura 87 – Gestão de utilizadores. Fonte: <i>Backoffice</i> da versão do <i>iLeger</i> usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (http://om.ileger.sapo.pt/ . Acedido em 9 de Junho de 2012).	211
Figura 88 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Página de entrada.....	221
Figura 89 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Grelha de perguntas.....	222
Figura 90 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Zona de gestão de rascunhos de respostas.....	223
Figura 91 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Zona onde os utilizadores podem analisar, avaliar, comparar e comentar as respostas dos candidatos.....	224
Figura 92 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Zona onde os candidatos podem trocar comentários entre si, tendo por base as suas respostas a uma determinada pergunta.....	225
Figura 93 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Zona de submissão de perguntas.....	226
Figura 94 – Versão da plataforma utilizada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos – Grelha de perguntas (http://om.ileger.sapo.pt/perguntas.php).....	228
Figura 95 – Grelha de perguntas. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada nas Eleições Presidenciais de Portugal em Janeiro de 2011 (http://presidenciais.ileger.sapo.pt/perguntas.php . Acedido em 6 de Julho de 2012).....	230
Figura 96 – Página com o detalhe de uma pergunta. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada nas Eleições Presidenciais de Portugal de 2011 (http://presidenciais.ileger.sapo.pt/respostaPergunta.php?id=17 . Acedido em 6 de Julho de 2012).....	232
Figura 97 – Inquéritos à comunidade. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada nas Eleições Presidenciais de Portugal de 2011 (http://presidenciais.ileger.sapo.pt/voxPopuli.php . Acedido em 6 de Julho de 2012).....	233

Figura 98 – Debates em direto. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada nas Eleições Presidenciais de Portugal de 2011 (http://presidenciais.ileger.sapo.pt/liveconfArquivo.php?id=3 . Acedido em 6 de Julho de 2012).....	234
Figura 99 – Exemplo de página de destaques da área de recolha de perguntas com quatro eventos de participação em destaque	236
Figura 100 – Extrato da tabela de línguas que permite traduzir o <i>iLeger</i> para várias línguas ..	236
Figura 101 – Evento de participação de angariação de perguntas. Fonte: versão do <i>iLeger</i> usada nas Eleições Legislativas de Portugal de 2011 (http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/pergA.php?id=6&t=arc . Acedido em 6 de Julho de 2012)	237
Figura 102 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009	247
Figura 103 – Percentagem de Visitantes Únicos que efetuaram <i>login</i> na plataforma – Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009	247
Figura 104 – Resultados globais das Eleições Legislativas de Portugal de 2009. Fonte: Direção Geral da Administração Interna e Ministério da Justiça http://www.eleicoes.mj.pt/legislativas2009/ . Acedido em 14 de Agosto de 2012	248
Figura 105 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas – Eleições Legislativas 2009.....	249
Figura 106 – Taxa de rejeição de perguntas – Eleições Legislativas 2009	250
Figura 107 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Legislativas 2009	251
Figura 108 – Taxa de rejeição de sugestões – Eleições Legislativas 2009.....	251
Figura 109 – Resultados globais das Eleições Autárquicas de Portugal de 2009 no concelho de Viseu. Fonte: Direção Geral da Administração Interna e Ministério da Justiça http://www.eleicoes.mj.pt/autarquicas2009/ . Acedido em 14 de Agosto de 2012	252
Figura 110 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas. Eleições Autárquicas 2009 – Município de Viseu.....	253
Figura 111 – Taxa de rejeição de perguntas. Eleições Autárquicas 2009 – Município de Viseu	254
Figura 112 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010.....	257
Figura 113 – Percentagem de Visitantes Únicos que efetuaram Login no <i>iLeger</i> – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010	258
Figura 114 – Perguntas aceites Vs perguntas rejeitadas pelo moderador – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010	259
Figura 115 – Taxa de aceitação de perguntas - Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010.....	259
Figura 116 – Ações de participação dos médicos registados no <i>iLeger</i> – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010	260
Figura 117 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no <i>iLeger</i> - Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010.....	260

Figura 118 – Percentagem de participação dos utilizadores que efetuaram <i>login</i> – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010	261
Figura 119 – Descrição geral dos visitantes da plataforma <i>iLeger</i> utilizada, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010, na campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010. Fonte: <i>Google Analytics</i>	261
Figura 120 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010 – Frequência das visitas. Fonte: <i>Google Analytics</i>	262
Figura 121 – Relatório que mostra a duração das visitas realizadas ao <i>iLeger</i> , entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010. Fonte: <i>Google Analytics</i>	263
Figura 122 – Relatório que mostra o número de páginas por cada sessão realizada no <i>iLeger</i> entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010. Fonte: <i>Google Analytics</i>	265
Figura 123 – Distribuição demográfica dos acessos ao <i>iLeger</i> a partir de Portugal entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010, na campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da OM de 2010. Fonte: <i>Google Analytics</i>	266
Figura 124 – Resultados globais das Eleições Presidenciais de Portugal de 2011. Fonte: Direção Geral da Administração Interna e Ministério da Justiça http://www.eleicoes.mj.pt/presidenciais2011/ . Acedido em 7 de Agosto de 2012	267
Figura 125 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Presidenciais de 2011	268
Figura 126 – Percentagem de Visitantes Únicos que efetuaram Login no <i>iLeger</i> – Eleições Presidenciais de 2011	269
Figura 127 – Perguntas aceites Vs perguntas rejeitadas pelo moderador – Eleições Presidenciais 2011	270
Figura 128 – Taxa de rejeição de perguntas – Eleições Presidenciais 2011.	270
Figura 129 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas por candidatura – Eleições Presidenciais 2011	271
Figura 130 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas – Eleições Presidenciais 2011.	272
Figura 131 – Percentagem de entradas dos cidadãos, durante a realização dos seis debates em direto, que tiveram resposta dos candidatos – Eleições Presidenciais 2011	272
Figura 132 – Descrição geral dos visitantes da plataforma <i>iLeger</i> utilizada, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011, na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	273
Figura 133 – Exemplo de destaques na <i>home page</i> do portal SAPO às áreas de inquéritos e de sugestões da plataforma <i>iLeger</i> durante o dia 20 de Janeiro de 2011	275
Figura 134 – Descrição geral das visitas ao <i>iLeger</i> , de hora a hora, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	276
Figura 135 – Visitas à plataforma <i>iLeger</i> entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Fonte <i>Google Analytics</i>	277
Figura 136 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Presidenciais 2011	278
Figura 137 – Taxa de rejeição de sugestões – Eleições Presidenciais 2011	278

Figura 138 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Presidenciais 2011	279
Figura 139 – Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Presidenciais 2011.....	280
Figura 140 – Número de votos nas áreas de perguntas, sugestões e de inquéritos – Eleições Presidenciais 2011.	281
Figura 141 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no <i>iLeger</i> – Eleições Presidenciais 2011.....	282
Figura 142 – Percentagem de participação dos utilizadores que efetuaram <i>login</i> (não contabilizando os debates em direto) – Eleições Presidenciais 2011.....	282
Figura 143 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011 – Novas visitas Vs Visitas de regresso. Fonte: <i>Google Analytics</i>	283
Figura 144 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011 – Frequência das visitas. Fonte: <i>Google Analytics</i>	283
Figura 145 – Relatório que mostra a duração das visitas realizadas ao <i>iLeger</i> , entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	284
Figura 146 – Relatório que mostra o número de páginas por cada sessão realizada no <i>iLeger</i> entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	286
Figura 147 – Relatório sobre a cobertura geográfica mundial das visitas ao <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	287
Figura 148 – Relatório sobre a cobertura geográfica em Portugal das visitas ao <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	288
Figura 149 – Resultados globais das Eleições Legislativas de Portugal de 2011. Fonte: Direção Geral da Administração Interna e Ministério da Justiça http://www.eleicoes.mj.pt/legislativas2011/ (acedido em 7 de Agosto de 2012)	290
Figura 150 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Legislativas de 2011.....	291
Figura 151 – Percentagem de Visitantes Únicos que efetuaram Login no <i>iLeger</i> – Eleições Legislativas de 2011	291
Figura 152 – Perguntas aceites Vs perguntas rejeitadas pelo moderador – Eleições Legislativas 2011	292
Figura 153 – Taxa de rejeição de perguntas – Eleições Legislativas 2011.	293
Figura 154 – Debate em direto transmitido via <i>streaming</i> de vídeo no <i>iLeger</i> nas Eleições Legislativas 2011.....	293
Figura 155 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas – Eleições Legislativas 2011.....	294
Figura 156 – Percentagem de entradas dos cidadãos, durante a realização dos cinco debates em direto, que tiveram resposta dos candidatos – Eleições Legislativas 2011.....	295
Figura 157 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas por candidatura – Eleições Legislativas 2011	296

Figura 158– Descrição geral dos visitantes da plataforma <i>iLeger</i> utilizada, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011, na campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i> .	297
Figura 159 – Número de visitas dos 5 debates em direto – Eleições Legislativas 2011	298
Figura 160 – Número de Visitas ao <i>iLeger</i> entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011 Vs Número de visitas durante os dias dos 5 debates em direto – Eleições Legislativas 2011	298
Figura 161 – Percentagem de visitas durante os dias dos 5 debates em direto – Eleições Legislativas de 2011	299
Figura 162 – Descrição geral das visitas ao <i>iLeger</i> , de hora a hora, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i> .	300
Figura 163 – Exemplo de destaques na <i>Home Page</i> do portal SAPO a debates em direto realizados no <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011	301
Figura 164 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Legislativas 2011	302
Figura 165 – Taxa de rejeição de sugestões – Eleições Legislativas 2011	302
Figura 166 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Legislativas 2011	303
Figura 167 – Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Legislativas 2011	304
Figura 168 – Número de votos nas áreas de perguntas, sugestões e de inquéritos – Eleições Legislativas 2011	305
Figura 169 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no <i>iLeger</i> – Eleições Legislativas 2011	306
Figura 170 – Percentagem de utilizadores que efetuaram <i>login</i> e que participaram ativamente (não contabilizando os debates em direto) – Eleições Legislativas 2011	306
Figura 171 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011 – Novas visitas Vs Visitas de regresso. Fonte: <i>Google Analytics</i>	307
Figura 172 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011 – Frequência das visitas. Fonte: <i>Google Analytics</i>	307
Figura 173 – Relatório que mostra a duração das visitas realizadas ao <i>iLeger</i> , entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	308
Figura 174 – Relatório que mostra o número de páginas por cada sessão realizada no <i>iLeger</i> entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	310
Figura 175 – Relatório sobre a cobertura geográfica mundial das visitas ao <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	311
Figura 176 – Relatório sobre a cobertura geográfica em Portugal das visitas ao <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	312
Figura 177 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) realizados na iniciativa do CNJ – Eleições Legislativas 2011	320

Figura 178 – Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) realizados na iniciativa do CNJ – Eleições Legislativas 2011	321
Figura 179 – Elementos básicos da SADT. Fonte: (Ross, 1977)	337
Figura 180 – Modelo funcional de alto nível do sistema <i>iLeger</i> . Plataforma de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais.....	338
Figura 181 – Notícia que divulga um evento transmitido na plataforma <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral das Eleições Legislativas de Portugal de 2011	340
Figura 182 – Comunicação multidirecional entre os vários intervenientes numa campanha eleitoral	341
Figura 183 – Notícia criada pelo canal de notícias do SAPO com base em informação gerada pelos cidadãos que participaram na plataforma <i>iLeger</i> utilizada na campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de Portugal de 2011	342

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Resumo dos dados sobre os debates em direto realizados pelo CNJ.	112
Tabela 2 – Evolução da plataforma <i>iLeger</i>	218
Tabela 3 – Evolução da plataforma <i>iLeger</i> em relação aos requisitos funcionais dos atores: cidadãos, movimentos sociais e políticos, associações e partidos políticos	219
Tabela 4– Evolução da plataforma <i>iLeger</i> em relação aos requisitos funcionais dos candidatos	219
Tabela 5 – Evolução da plataforma <i>iLeger</i> em relação aos requisitos funcionais do editor da plataforma.....	220
Tabela 6 – Definições de métricas do <i>Google Analytics</i> . Fonte: Informação de Suporte do <i>Google Analytics</i> http://support.google.com/googleanalytics/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=99118 (acedido em 6 de Agosto de 2012).....	244
Tabela 7 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009	246
Tabela 8 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas – Eleições Legislativas 2009.....	249
Tabela 9 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Legislativas 2009	250
Tabela 10 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas. Eleições Autárquicas 2009 – Município de Viseu.....	253
Tabela 11 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010.....	257
Tabela 12 – Perguntas aceites Vs perguntas rejeitadas pelo moderador – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010	258
Tabela 13 – Ações de participação dos médicos registados no <i>iLeger</i> – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010.....	259
Tabela 14 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no <i>iLeger</i> – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010.....	260
Tabela 15 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Presidenciais de 2011	268
Tabela 16 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas – Eleições Presidenciais 2011	269
Tabela 17 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas por candidatura – Eleições Presidenciais 2011	271
Tabela 18 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas – Eleições Presidenciais 2011.	272

Tabela 19 – Picos de visitas à plataforma <i>iLeger</i> utilizada, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011, na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. Fonte: <i>Google Analytics</i>	274
Tabela 20 – Data e horário dos 6 debates em direto realizados no <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais 2011. Fonte: http://presidenciais.ileger.sapo.pt/liveconf.php . Acedido em 11 de Agosto de 2012	274
Tabela 21 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Presidenciais 2011	278
Tabela 22 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Presidenciais 2011	279
Tabela 23 – Número de votos nas áreas de perguntas, sugestões e de inquéritos – Eleições Presidenciais 2011.	281
Tabela 24 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no <i>iLeger</i> – Eleições Presidenciais 2011.....	281
Tabela 25 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Legislativas de 2011	291
Tabela 26 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas – Eleições Legislativas 2011	292
Tabela 27 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas – Eleições Legislativas 2011.	294
Tabela 28 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas por candidatura – Eleições Legislativas 2011	296
Tabela 29 – Número de visitas e datas dos 5 debates em direto – Eleições Legislativas 2011.	298
Tabela 30 – Data e horário dos 5 debates em direto realizados no <i>iLeger</i> durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas 2011. Fonte: http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/liveconf.php (acedido em 25 de Julho de 2012)	299
Tabela 31 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas – Eleições Legislativas 2011.....	302
Tabela 32 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Legislativas 2011.....	303
Tabela 33 – Número de votos nas áreas de perguntas, sugestões e de inquéritos – Eleições Legislativas 2011.....	305
Tabela 34 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no <i>iLeger</i> - Eleições Legislativas 2011	305
Tabela 35 – Resumo dos principais resultados relacionados com as visitas à plataforma <i>iLeger</i> ocorridas durante as experiências de utilização.....	313
Tabela 36 – Dados estatísticos dos projetos <i>OpenParlamento</i> e <i>NosDéputés</i> . Fonte: (Ostling, 2011)	317
Tabela 37 – Número de visitas, visualizações de páginas e número de páginas por visita ocorridos na plataforma <i>iLeger</i> e no <i>Parlamento Global</i> durante as campanhas eleitorais para as Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011.....	318
Tabela 38 – Resumo dos principais resultados relacionados com as ações de participação na plataforma <i>iLeger</i> ocorridas durante as experiências de utilização	319
Tabela 39 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) realizados na iniciativa do CNJ – Eleições Legislativas 2011	320

Tabela 40 – Número de votos e de entradas escritas submetidas fora dos debates em direto por utilizadores únicos nas iniciativas de participação <i>iLeger</i> em momentos eleitorais.....	321
Tabela 41 – Percentagem de utilizadores que efetuaram <i>login</i> na plataforma <i>iLeger</i> e que participaram ativamente nas iniciativas levadas a cabo nas campanhas eleitorais da Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos, nas Eleições Presidenciais e nas Eleições Legislativas de 2011	323
Tabela 42 – Dados estatísticos do projeto <i>WAVE</i> . Fonte (Gatautis et al., 2011).....	323
Tabela 43 – Número de comentários por número de entradas (escritas) publicadas e por número de visitantes únicos que efetuaram <i>login</i> (NVUL) na plataforma <i>iLeger</i> durante as experiências de utilização	324

LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS

AJAX – Asynchronous Javascript and XML

ANACOM – Autoridade nacional de Comunicações

ANSOL – Associação Nacional de Software Livre

APDSI – Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação

BE – Bloco de Esquerda

CDS-PP – Centro Democrático Social – Partido Popular

CDU – Coligação Democrática Unitária

CGTP-IN – Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses – Intersindical Nacional

C2C – Citizen-to-Citizen

CMS – Content Management System

CNJ – Conselho Nacional da Juventude

CRM – Customer Relationship Management

CSCW – Computer Supported Cooperative Work

CZRM – Citizen Relationship Management

e-democracia – Democracia eletrónica

e-government – Governo eletrónico

e-participação – Participação electrónica

FAQ – Frequently asked questions

FCCN – Fundação para a Computação Científica Nacional

FEH – Frente Ecologista e Humanismo

FMI – Fundo Monetário Internacional

FTP – File Transfer Protocol

GA – Google Analytics

HTML – Hypertext Markup Language

IAP2 – International Association for Public Participation

ISCSP – Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas

MEP – Movimento Esperança Portugal

MIL – Movimento Internacional Lusófono

MMS – Movimento Mérito e Sociedade

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OM – Ordem dos Médicos

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

OP – Orçamento Participativo

PAN – Partido pelos Animais e pela Natureza

PCP – Partido Comunista Português

PCTP/MRPP – Partido Comunista dos Trabalhadores Portugueses

PDM – Plano Diretor Municipal

PEV – Partido Ecologista “Os Verdes”

PND – Partido Nova Democracia

PS – Partido Socialista

PSD – Partido Social Democrata

RIA – Rich Internet Application

RSS – Really Simple Syndication

SADT – Structured Analysis and Design Technique

SMS – Short Message Service

SQL – Structured Query Language

SSO – Single Sign On

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

TSU – Taxa Social Única

UE – União Europeia

UML – Unified Modeling Language

URL – Uniform Resource Locator

XML – Extensible Markup Language

W3C – World Wide Web Consortium

INTRODUÇÃO

A Internet é hoje uma ferramenta que molda a nossa vida em muitos aspetos. Para alguns, é uma fonte inesgotável de informação e, para outros, é um meio para gerir contas bancárias, fazer compras e utilizar os serviços públicos. Grande parte das atividades da vida real tem já uma equivalente em linha. Seguindo essa tendência, também no campo da participação pública se tem verificado uma integração crescente das Tecnologias de Informação e Comunicação e da Internet, levando ao conceito de participação eletrónica – *e-participação* (Sanford & Rose, 2007).

O Potencial da tecnologia na participação pública tem sido tema de debate nos últimos anos. Apesar de existirem céticos (Putnam, 2000; Sunstein, 2001; Morozov, 2011), acredita-se, tal como (Macintosh, 2004; Coleman & Blumer, 2009; Chadwick & Howard, 2010; Medaglia, 2012), que as tecnologias baseadas na Internet têm potencial para alterar e melhorar o modo como os intervenientes interagem uns com os outros no processo democrático.

A utilização da Internet tem vindo a tornar-se relativamente mais interativa e orientada para o utilizador. A Web 2.0 e, mais recentemente, o surgimento dos Media Sociais, não só criaram novas possibilidades para a comunicação, mas também novas formas de comportamento e envolvimento social e político (Kes-Erkul & Erdem-Erkul, 2009; Petrik, 2009; Saebo et al., 2009; Tumasjan et al., 2010; Susa & Gronlund, 2012).

Hoje, os *sites* de redes sociais como o *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Wikipedia* e *Flickr* têm milhões de utilizadores ativos. Com os exemplos de mobilização de massas, como a Primavera Árabe e os movimentos de protesto contra a crise económica global, como o *Occupy Wall Street* (<http://occupywallst.org/>) e o *We Are the 99 Percent* (<http://wearethe99percent.tumblr.com/>), é seguro afirmar que os Media Sociais estão a transformar a sociedade e o jogo da política.

Na revisão da literatura sobre Media Sociais e participação, Effing e os seus colegas alegam que a utilização da Internet pelos cidadãos é cada vez mais social e participativa (Effing, Hillegersberg & Huibers, 2011). Eles ainda argumentam que, além da partilha e da colaboração, um fator-chave da Web 2.0 e dos Media Sociais é a participação.

Neste capítulo, descreve-se, de forma sucinta, o conceito de participação eletrónica (*e-participação*). Contextualiza-se a questão em estudo. Expõem-se os objetivos operacionais e salientam-se os aspetos mais relevantes e diferenciadores deste projeto de investigação e desenvolvimento. Finalmente, descreve-se a organização da tese.

1. Contextualização da questão em estudo

A atual conjuntura económica, social e democrática apela à intervenção cívica. Os políticos europeus estão a enfrentar uma crescente indiferença e inércia por parte dos cidadãos, relativamente ao processo político. O decréscimo da percentagem de votantes nas eleições e a concentração de poder na tomada de decisão estão a revelar-se como preocupações comuns na Europa (Matilla, 2003). Além disso, temos vindo a assistir, nos países ocidentais, a um declínio da confiança dos cidadãos no modelo de democracia representativa e na classe política (Nye, Zelikow, & King, 1997; Kampen and Snijkers, 2003; Castells, 2007b). Neste contexto, os políticos procuram recuperar a confiança dos cidadãos e fomentar a participação, de modo a melhorar a eficiência, a aceitação e a legitimidade dos processos políticos (European Commission, 2009).

O acréscimo de interatividade torna a utilização da Internet num ambiente importante de comunicação em disputas eleitorais e acaba por diferenciar as campanhas *on-line* das campanhas empreendidas nos Media tradicionais. De acordo com (Bimber & Davis, 2003), a real contribuição democrática das campanhas em linha estaria na apropriação do potencial interativo da Internet para tirar os cidadãos eleitores da função de meros espetadores.

Recentemente tem-se vindo a assistir a uma crescente massificação do acesso à Internet a nível internacional (Web Index, 2012) e nacional (ANACOM, 2012; Web Index Portugal, 2012; INE 2012), bem como à sua utilização crescente pelos agentes políticos para divulgar as suas mensagens (Dutton & Peltu, 2010; Livne et al., 2011). Os partidos e os respetivos candidatos têm feito grandes investimentos em ferramentas de comunicação baseadas na Web para fins eleitorais, quer nas redes sociais como o *Facebook*, *Twitter* e *Myspace*, quer em sítios Web dedicados, através dos quais os candidatos apresentam as suas posições e o seu programa eleitoral. Isto, combinado com

os tradicionais debates na televisão, anúncios e comícios, constitui a parte mais expressiva das campanhas eleitorais tradicionais.

Se considerarmos a perspetiva do cidadão e o processo de compilação de informação que precede a decisão de voto, temos duas grandes abordagens. A primeira, que pode ser denominada passiva, consiste em assistir a notícias, debates e discursos dos candidatos na televisão ou na rádio, assim como às análises dos comentadores políticos. Na segunda, a ativa, o cidadão consulta o programa eleitoral dos diferentes candidatos, tipicamente nos correspondentes sítios Web, ou eventualmente consulta outros sítios Web que agregam esta informação e providenciam uma comparação entre as posições dos diferentes candidatos sobre vários assuntos chave.

No entanto, considerando, em campanhas eleitorais, ferramentas como blogues, *sites* de campanha dos partidos políticos, *e-mail*, boletins informativos, ou abordagens mais tradicionais que cobrem as transmissões de TV, debates, SMS (*Short Message Service*), contactos porta-a-porta ou discursos públicos, elas estão mais concentradas na comunicação unidirecional, como ilustra a Figura 1, e não suportam um eficiente processo de comunicação escalável baseado nos objetivos e necessidades de todas as partes interessadas.



Figura 1 - Comunicação unidirecional entre candidatos e cidadãos numa campanha eleitoral.

Depois de observar o tipo de comunicação política e de cobertura das campanhas eleitorais operado pelos órgãos de comunicação social tradicionais, surgiu uma pergunta de investigação preliminar importante: como estimular os cidadãos a envolverem-se e a participar ativamente nos debates eleitorais, através de mediação digital?

Acredita-se que pode ser útil e desejável ter uma solução tecnológica que agregue num único local, neutro e regulado, os principais intervenientes num processo eleitoral e que possibilite uma comunicação multidirecional (horizontal e vertical), síncrona e assíncrona, entre eles.

Neste texto, aceita-se a definição de mediação digital proposta por Manuel Castells, como sendo a comunicação mediada por computador (Castells, 2007a). O desenrolar da investigação e desenvolvimento conduziu a uma segunda pergunta de investigação: qual o papel dos Media em iniciativas de *e-participação* em períodos eleitorais?

Neste contexto, é muito importante perceber como integrar convenientemente as Tecnologias de Informação e Comunicação com os métodos tradicionais de participação, de modo a desenvolver um novo modelo abrangente de envolvimento, interação e colaboração entre os vários intervenientes nas campanhas eleitorais.

2. Objetivos

Procurando responder às questões colocadas na secção anterior, definiu-se um projeto de investigação e desenvolvimento. A esse projeto foram impostos cinco objetivos operacionais, que traduzem as suas grandes motivações e que orientam as atividades em que se decompôs, nomeadamente:

O1 - Identificar os principais intervenientes em campanhas eleitorais políticas e as respetivas funções.

O2 - Propor um modelo holístico, agregador, interativo e flexível de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais.

O3 - Validar a prova de conceito com uma solução tecnológica¹, baseada nos princípios dos Media Sociais e da *e-participação*, que tenha subjacente o modelo proposto.

O4 - Realizar experiências de utilização com a ferramenta desenvolvida em campanhas eleitorais institucionais e políticas de âmbito local e nacional.

O5 - Propor um conjunto de recomendações de boas práticas a considerar em iniciativas de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais, tendo por base os conhecimentos adquiridos ao longo das experiências de utilização da solução tecnológica desenvolvida.

Sucintamente, almeja-se, assim, contribuir para aproximar mais os vários atores em campanhas eleitorais, para colmatar uma lacuna de comunicação identificada (essencialmente unidirecional), para tornar as campanhas mais abertas (através de uma comunicação multidirecional), e para estimular a comunidade, em especial os cidadãos, a envolver-se e a participar ativamente nos debates eleitorais, convertendo-os em agentes com capacidade de intervir e de produzir informação – ao invés de exercerem a função de meros consumidores de informação eleitoral.

3. Justificação da escolha

Não obstante já existir trabalho na década de 90, nomeadamente em Portugal (<http://www.citidep.pt/>), alguns autores consideram que o domínio de investigação da participação eletrónica está ainda na sua infância, revelando, portanto, alguma imaturidade (Macintosh et al., 2009; Panopoulou et al., 2009; Susha & Gronlund, 2012). Por outro lado, verifica-se que os cidadãos de alguns países procuram desempenhar papéis mais ativos nos processos democráticos e que não ficam satisfeitos em serem apenas uma parte do processo de votação. Por exemplo, em (Smith, 2010) refere-se que 23% dos utilizadores de Internet americanos já participaram em debates *online* sobre

¹ A solução tecnológica tomou a forma de uma plataforma Web de participação designada *iLeger*. Foi desenvolvida pela empresa *Libertrium* (<http://www.libertrium.com/>), criada especificamente para abraçar o projeto de *e-participação Liberopinion* (<http://www.liberopinion.com/>), do qual o autor desta tese é cofundador, e que foi contemplado pelo QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional) Inovação e Empreendedorismo Qualificado (Nº contrato: 2009/4978) em Abril de 2009.

assuntos relacionados com a governação, normalmente em canais não oficiais do governo.

Outro estudo conduzido pelo *Pew Research Center* revela que 74% dos utilizadores de Internet americanos estiveram *online* durante as eleições presidenciais de 2008, para participarem em debates ou para recolherem informação sobre a campanha eleitoral, representando mais de metade (55%) da população adulta dos Estados Unidos da América (Smith, 2009). Estes números mostram que a Internet emerge como um meio ubíquo usado pelos cidadãos para clarificarem e exporem a sua opinião em períodos eleitorais. Por outro lado, são cada vez mais os exemplos de políticos a participar ativamente em eventos na Internet com os cidadãos, em períodos eleitorais (Trammell et al., 2006; Talbot, 2008; Greengard, 2009; Darren et al., 2010; Aggio et al., 2011; Brown, 2012).

Um dos objetivos operacionais deste projeto visa a conceção de uma solução tecnológica, no âmbito dos Media Sociais, com ênfase na interação entre utilizadores, para usar durante períodos eleitorais. Sucintamente, a solução proposta junta num único local (uma plataforma Web, designada *iLeger*) os vários intervenientes numa campanha eleitoral e permite a criação e gestão de múltiplos eventos de participação pública direta, tais como a auscultação da opinião da comunidade (através de inquéritos), a discussão e avaliação dos programas eleitorais, a recolha de perguntas e de ideias da comunidade e a realização de debates em direto com os candidatos e com outras personalidades convidadas, tendo por base a atualidade de uma campanha eleitoral.

Até ao momento, não são conhecidas pelo autor propostas tecnológicas semelhantes à apresentada nesta tese, que agreguem num único local os principais intervenientes em campanhas eleitorais e que permitam uma comunicação estruturada e multidirecional entre eles, em torno de perguntas, respostas, sugestões, comentários, votações, inquéritos e debates em direto.

Assim, abordando as características inovadoras do projeto aqui proposto, merecem destaque três aspetos principais. O primeiro diz respeito à possibilidade de agregar, num único local neutro e regulado, os intervenientes no debate eleitoral, permitindo uma

comunicação direta e multidirecional entre todos eles. Concretizando, por um lado temos a sociedade civil representada pelos cidadãos e por outros *stakeholders* e, por outro lado, temos os candidatos às eleições. A título de exemplo, através desta aplicação é possível que qualquer elemento da sociedade civil possa questionar simultaneamente os vários candidatos a uma determinada eleição (por exemplo, legislativa, autárquica, presidencial, institucional, etc.) sobre um assunto associado a um qualquer tema de governação. Depois, terá a oportunidade de visualizar, comparar e classificar as respostas dos vários candidatos. Neste caso, existe uma comunicação direta e bidirecional entre elementos da sociedade civil e os vários candidatos a uma eleição, permitindo esclarecer os cidadãos e, eventualmente, ajudá-los a decidir, de forma fundamentada, o seu sentido de voto. Note-se que todos os intervenientes da aplicação também podem visualizar a interação anteriormente referida, o que lhes permite fazer os seus próprios juízos de valor e, se desejarem, emitir a sua opinião, através de comentários. Dado que os comentários podem ser submetidos, quer por membros da sociedade civil, quer por candidatos, e podem ser alvo de resposta, fomenta-se, deste modo, a comunicação multidirecional entre estes atores, bem como o espírito deliberativo.

O segundo aspeto relaciona-se com a estrutura adotada e com a organização da informação. A plataforma está dividida em várias áreas de participação, nomeadamente perguntas da comunidade, sugestões e ideias da comunidade, inquéritos para conhecer a opinião da comunidade acerca dos principais temas da campanha, programas eleitorais, e debates em direto. Por sua vez, em cada área são iniciados eventos de participação, que têm normalmente um tema associado. Podem ser criados vários eventos de participação para tentar abordar os temas mais quentes de cada campanha eleitoral. Os eventos de participação também podem ter como temas subjacentes as áreas de governação, tentando refletir a estrutura governativa, isto é, os ministérios, se o âmbito for nacional, ou os pelouros, caso o âmbito seja municipal. Deste modo, a submissão e a pesquisa de conteúdos, bem como a “navegação” na plataforma, fica muito facilitada e organizada. Por exemplo, um utilizador pode pesquisar fácil e rapidamente as sugestões já colocadas, relativamente a um determinado tema de governação ou da campanha eleitoral. Para o efeito, basta selecionar a área de angariação de sugestões e depois procurar os eventos de participação que tenham esse tema subjacente. Para facilitar a

pesquisa, é ainda possível aplicar filtros aos conteúdos, por exemplo, para pesquisar as sugestões mais votadas, com mais comentários, as mais recentes, as dos utilizadores seguidos, etc. Note-se que, segundo (Moreno-Jimenez & Polasek, 2003), as fontes bem organizadas são um requisito importante para obter informação e, assim, incentivar a participação dos utilizadores.

Finalmente, o terceiro aspeto diz respeito às funcionalidades disponibilizadas. Sucintamente, a solução tecnológica proposta permite concentrar num único local os vários intervenientes de um processo eleitoral. Por um lado, os elementos da sociedade civil podem colocar questões e propor sugestões de medidas adequadas para os vários temas de governação. Podem expressar a sua opinião nos inquéritos sobre temas chave da campanha. Podem analisar, comentar e avaliar as propostas eleitorais dos vários candidatos e podem participar em debates em direto com os candidatos, com os seus representantes e com personalidades convidadas. Por outro lado, os candidatos a uma eleição podem responder às questões e comentar as sugestões colocadas pelos elementos da sociedade civil. Além disso, os candidatos podem apresentar as medidas do seu programa eleitoral, devidamente estruturadas por temas e também podem participar em debates em direto com os membros da sociedade civil. Acresce ainda que todas as intervenções dos utilizadores podem ser escrutinadas e comentadas pelos outros utilizadores.

Estas características permitem distinguir a solução apresentada neste trabalho de outras propostas para abordar processos eleitorais (e.g. <http://www.abgeordnetenetwatch.de>, <http://www.smartvote.ch>, <http://www.euprofiler.eu>, <http://www.euparticipo.org>), bem como dos tradicionais fóruns de discussão, das redes sociais e dos blogues políticos, que comumente reúnem à volta dos seus autores um conjunto de utilizadores que normalmente comungam de uma identidade de ideias e interesses, não promovendo, assim, a deliberação. Para reforçar esta ideia, note-se que Cass Sunstein patenteia reservas quanto ao carácter deliberativo da blogosfera (Sunstein, 2008). Concretamente, refere que parece evidente que a blogosfera política se encontra dividida em ilhas ideológicas e que os leitores de blogues procuram acima de tudo a “sua ilha”, escudando-se do confronto de ideias. Por outro lado, o principal problema das redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter*, é a falta de organização e estrutura. Por sua vez,

os fóruns de discussão não disponibilizam todas as funcionalidades que a solução aqui apresentada oferece (por exemplo, a realização de debates em direto). No capítulo 3 aborda-se mais detalhadamente a explanação e a comparação de diferentes abordagens de mediação digital em períodos eleitorais.

4. Organização da tese

Nesta secção descreve-se a estrutura da tese. Assim, neste primeiro capítulo, começa-se por introduzir, de forma sucinta, o conceito de participação eletrónica (*e-participação*). Contextualiza-se a questão em estudo. Depois, expõem-se os objetivos operacionais que traduzem as grandes motivações e que orientam as atividades deste projeto de investigação e desenvolvimento. Seguidamente, são salientados os seus aspetos mais relevantes e diferenciadores. Finalmente, a descrição da organização da tese, aqui a ser realizada, encerra este primeiro capítulo.

No capítulo 1, apresentam-se algumas interpretações para o conceito de democracia. Aborda-se a aparente crise da democracia no mundo ocidental. Apresentam-se e descrevem-se sumariamente os principais níveis e métodos de participação pública enunciados na literatura. Faz-se um breve resumo do sistema político português. Seguidamente, aborda-se o conceito da democracia eletrónica (*e-democracia*) no contexto da sociedade da informação e do conhecimento. Apresentam-se algumas potencialidades da tecnologia para impulsionar a revitalização das democracias contemporâneas, assim como alguns desafios que podem surgir com a adoção da tecnologia nos processos democráticos de participação.

No capítulo 2, discute-se o conceito de *e-participação*. Apresentam-se as principais iniciativas legislativas europeias da última década no domínio da *e-participação*. Seguidamente faz-se uma caracterização da área da participação eletrónica. Designadamente descrevem-se os níveis de *e-participação*, os intervenientes em iniciativas de *e-participação*, as áreas, ferramentas e tecnologias de *e-participação* mais referidas na literatura. Apresentam-se alguns modelos de caracterização, implementação e avaliação de iniciativas de *e-participação*. Finalmente, aborda-se a *e-participação* no contexto do *e-government* e do *local e-government*. São ainda apresentados estudos

sobre a presença, na Internet, das câmaras municipais portuguesas em 2009 e sobre a caracterização da oferta de *e-participação* ao nível local em Portugal.

No capítulo 3, apresentam-se iniciativas nacionais e internacionais de participação eletrónica, em diferentes contextos. Na parte final do capítulo, apresentam-se iniciativas de mediação digital em campanhas eleitorais. Destaca-se ainda o advento dos Media Sociais em contextos eleitorais.

No capítulo 4, apresenta-se a metodologia usada ao longo deste trabalho, a investigação-ação, e fundamenta-se a razão da escolha desta metodologia. Posteriormente, expõem-se os procedimentos e instrumentos utilizados no estudo.

No capítulo 5, começa-se por identificar os principais intervenientes em campanhas eleitorais, para depois se apresentar uma proposta conceptual de modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais. Apresenta-se a arquitetura funcional e os principais requisitos funcionais da solução tecnológica proposta, uma aplicação Web, designada *iLeger*, que tem por base o modelo proposto.

No capítulo 6, apresenta-se a prova de conceito do modelo proposto no capítulo 5, a aplicação *iLeger*, e descrevem-se detalhadamente as suas principais áreas funcionais, nomeadamente perguntas da comunidade, sugestões e ideias da comunidade, inquéritos para conhecer a opinião da comunidade acerca dos principais temas da campanha, programas eleitorais, debates em direto e área pessoal. A gestão da plataforma é feita numa área dedicada, o *backoffice*.

No capítulo 7, abordam-se, de forma resumida, as alterações que a aplicação *iLeger* foi sofrendo ao longo do tempo, como resultado da adoção de um processo de desenvolvimento contínuo, ágil e incremental, que, por sua vez, refletiu a própria metodologia de investigação utilizada, a investigação-ação. Até ao momento, foram já desenvolvidas quatro diferentes versões da plataforma. Apresentam-se as principais características e os aspetos diferenciadores de cada uma das versões da plataforma e identificam-se os principais motivos que levaram ao desenvolvimento de novas funcionalidades ou à melhoria de outras.

No capítulo 8, começa-se por apresentar os resultados obtidos a partir das experiências de utilização da plataforma *iLeger* em campanhas eleitorais decorridas em Portugal entre 2009 e 2011. Depois, analisam-se, comparam-se e discutem-se, sucintamente, os principais resultados obtidos nessas experiências, essencialmente na perspetiva das visitas à plataforma e das ações de participação dos intervenientes. Apresentam-se também os resultados de outras iniciativas de participação pública e, sempre que possível, fazem-se comparações.

Finalmente, no capítulo 9, sintetiza-se o trabalho realizado, revisitam-se os objetivos iniciais, delineados na introdução da tese, e apresentam-se as considerações finais sobre este projeto. Em seguida, abordam-se os principais contributos deste trabalho de investigação e desenvolvimento, e recomenda-se um conjunto de boas práticas, identificadas ao longo das experiências realizadas, a considerar em iniciativas de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais. Para terminar o capítulo, apresentam-se algumas melhorias possíveis e novas direções para futura investigação e desenvolvimento.

CAPÍTULO I - DEMOCRACIA E PARTICIPAÇÃO PÚBLICA

1.1 Introdução

Neste capítulo, começa-se por apresentar algumas interpretações para o conceito de democracia, essencialmente numa perspetiva de participação, deliberação e representatividade. Aborda-se a necessidade de criar novas formas de fomentar a participação dos cidadãos na vida pública como tentativa de reforçar a democracia representativa, que para alguns autores aparenta estar em crise no mundo ocidental. Assim, apresentam-se e descrevem-se sumariamente os principais níveis e métodos de participação pública enunciados na literatura. Faz-se um breve resumo do sistema político vigente em Portugal. Seguidamente, aborda-se o conceito da democracia eletrónica (*e-democracia*) no contexto da sociedade da informação e do conhecimento. Apresentam-se algumas potencialidades da tecnologia para impulsionar a revitalização das democracias contemporâneas, assim como alguns desafios que podem surgir com a adoção da tecnologia nos processos democráticos de participação.

1.2 A democracia

Vivemos na era democrática. No seu sentido etimológico, que data dos gregos, «democracia» significa o «governo do povo» (Zakari, 2003). Zakari utiliza o termo «democratização» para designar o processo de deslocação descendente do poder a que estamos a assistir, numa grande parte do mundo, ao longo das últimas décadas.

No início do século XXI, num mundo globalmente interdependente, a democracia é comumente interpretada como a forma de governo resultante do desejo das pessoas em escolher entre candidatos, em eleições relativamente livres, realizadas em intervalos de tempo predeterminados, sob o controlo judicial (Castells, 2009). Note-se que Castells utiliza intencionalmente a palavra “relativamente” para assinalar a grande variedade de interpretações da noção de eleições livres.

Luís Borges Gouveia argumenta que a democracia é um conceito em evolução e que os princípios e a prática dos ideais democráticos variam de jurisdição para jurisdição, e aplicam-se a aspetos culturais próprios. Refere que entre os tipos de democracia podem

ser considerados: a democracia representativa (que tipicamente recorre a eleições), a democracia participada (que está aberta a possível contribuição de todos para a tomada de decisão) e a democracia direta (que, por exemplo, recorre aos referendos). Alega que existem muitas interpretações alternativas do que constitui a democracia como, por exemplo, ser um meio de participação política, representação, e proporcionar aos cidadãos a capacidade de decidirem de forma livre (Gouveia, 2004).

No relatório elaborado por um grupo de trabalho no âmbito da Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação (APDSI), define-se democracia de uma forma relativamente lata, correspondendo a um sistema político onde os cidadãos têm o direito e a capacidade de tomar diretamente as decisões que dizem respeito à comunidade e que a afetam, ou de designar os seus representantes políticos, a quem transmitem essa capacidade (Lourenço et al., 2008). Note-se, contudo, que não é defendida uma visão radical de democracia direta, mas uma perspetiva de democracia representativa revigorada em que os cidadãos, através de instrumentos inovadores, são estimulados a participar ativamente na tomada de decisão. Neste texto também se partilha desta perspetiva.

Ainda segundo o relatório da APDSI, os mecanismos habitualmente considerados essenciais para o modelo de democracia representativa tradicional correspondem à existência de um corpo eleitoral, que vota, com determinada regularidade, de forma a escolher, de acordo com uma série de normas, um conjunto de representantes. Deste modo, os representantes recebem legitimidade para tomar decisões pelo corpo eleitoral que representam, exercendo essa capacidade até uma nova eleição, onde é transmitida legitimidade a novos representantes. Note-se, no entanto, que, além dos aspetos relacionados com a escolha dos representantes, é essencial considerar também as questões que têm a ver com a sua responsabilização e com a avaliação das suas ações, e a forma como a sua atuação é influenciada, após a eleição, pelos cidadãos que são representados.

Jurgen Habermas, segundo (Lourenço, 2009), foi um dos investigadores que mais se dedicou ao estudo da esfera pública (Habermas, 1989). Com o intuito de revitalizar a democracia, propôs uma conceção teórica onde os cidadãos tenham a garantia de

liberdade de associação e expressão, o debate decorra através da razão crítica e a opinião pública e a vontade política se formem após exposição a informação suficiente e a diferentes pontos de vista (Witschge, 2002; Susen, 2011). O processo que envolve a ponderação de argumentos a favor e contra (Fearon, 1998), pelo qual os participantes numa discussão estão dispostos a alterar as suas preferências e pontos de vista (Dryzek, 2000), devido apenas à “força do melhor argumento”, isto é, sem coação, é designado por deliberação (Kemp, 1998).

Em (Gutman & Thompson, 2004) define-se democracia deliberativa como uma forma de governo em que os cidadãos (e os seus representantes) fundamentam, livremente e em igualdade de circunstâncias, as decisões, através de um processo onde trocam entre si argumentos reciprocamente aceitáveis e acessíveis a todos, com o intuito de alcançar conclusões que sejam vinculativas para todos e que, ao mesmo tempo, estejam abertas a objeções no futuro. Em (Ferreira, 2010) entende-se a democracia deliberativa como uma conceção de democracia que considera os indivíduos como agentes autónomos capazes de formar juízos razoáveis acerca da assimilação de diferentes pontos de vista, e que institucionaliza um conjunto de mecanismos para incorporar os juízos individuais num processo coletivo de tomada de decisão. Os indivíduos são chamados a considerar alternativas e diferentes pontos de vista, que avaliam criticamente, formando a partir deles juízos de valor, sendo que a legitimidade de uma decisão deriva do facto de ela ser o resultado de um processo de deliberação generalizada.

Tem-se vindo a assistir, nos países do hemisfério ocidental, a um declínio da confiança dos cidadãos no modelo de democracia representativa e na classe política (Nye, Zelikow, & King, 1997; Kampen & Snijkers, 2003; Panopoulou, Tamburis & Tarabanis, 2008). O crescente descontentamento e alheamento na Europa traduziu-se no decréscimo da percentagem de votantes nas eleições e de militância partidária (Matilla, 2003), e nos Estados Unidos da América refletiu-se no declínio da participação cívica (Putman, 2000).

Manuel Castells refere que “*a opinião pública demonstra uma profunda e crescente rejeição, individual e coletiva, dos partidos, dos políticos e da política profissional*”. O autor apresenta estudos estatísticos que revelam o nível e a evolução das atitudes do

público face à governação e ao sistema político, em 12 países importantes no panorama mundial, e conclui que “*em todos os países estudados, cerca de dois terços da população tem pouca ou nenhuma confiança nos partidos políticos*”, e que “*entre 53% e 72,5% da população inquirida tem a opinião que o seu país é governado por alguns grandes interesses a tratarem de si próprios*” (Castells, 2007b).

Castells divulga ainda um estudo semelhante apoiado pelo Fórum Económico Mundial² (Gallup, 1999), em que foram inquiridas cerca de 36 mil pessoas de 47 países em 6 continentes, considerado representativo de 1,4 mil milhões de pessoas. Mais uma vez, conclui-se que “*acima de dois terços dos cidadãos acreditam que os seus países não são governados pela vontade do povo*”, e destaca-se que “*esse ponto de vista é partilhado por 52% dos cidadãos norte-americanos e por 61% dos cidadãos da União Europeia*”. O mesmo estudo também refere que “*51% dos cidadãos de todo o mundo e 59% das pessoas europeias inquiridas tem muito pouca, ou nenhuma, confiança na capacidade dos parlamentos para agir no interesse das sociedades*”.

O jornal Público divulgou, em 3 de Novembro de 2012, uma notícia sobre um estudo realizado por uma equipa de investigadores portugueses, onde foram analisados mais de 51 mil comentários deixados na página do *Facebook* do Primeiro-Ministro, após a mensagem que Passos Coelho escreveu aos portugueses na noite de 8 de Setembro de 2012. A mensagem surgiu no seguimento do anúncio da intenção do governo em aumentar as contribuições dos trabalhadores para a Segurança Social (TSU – Taxa Social Única), devido à grave crise económica que o país atravessa. Como se pode observar na Figura 2, a palavra mais escrita, durante os nove dias da análise (entre o dia da publicação da mensagem e 17 de Setembro, dois dias depois das manifestações de dia 15 de Setembro), foi “vergonha”.

² Em <http://www.voice-of-the-people.net/> pode aceder-se a uma versão mais atual (do ano 2006) de um inquérito, também conduzido pela Gallup International e pelo Fórum Económico Mundial, designada *Voice of the People*. No entanto, os resultados continuam a apontar na direção de um nível significativo de desconfiança dos cidadãos em relação aos políticos, aos partidos políticos e aos parlamentos. Todavia, essa desconfiança é expressa em menor grau relativamente aos governos.

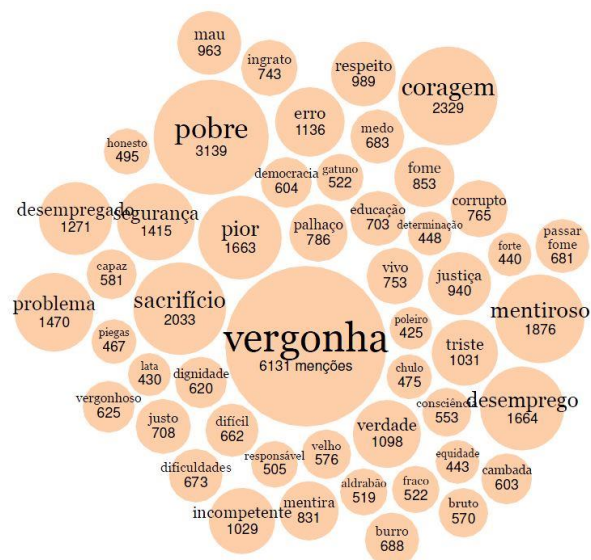


Figura 2- Estudo que analisou os comentários inseridos na página do *Facebook* do Primeiro-Ministro, após a mensagem aos portugueses no dia 8 de Setembro. Fonte: Jornal Público³

De acordo com a notícia, há quem veja os comentários como uma “manifestação *online*” ou como “uma catarse”, e também quem considere que pode representar um retrato da sociedade de hoje.

Note-se que, apesar dos números apresentados, Manuel Castells afirma que “*quando o povo se apercebe da oportunidade de participar numa ação política importante, mobiliza-se com entusiasmo, como ocorreu durante a eleição de Lula da Silva para a Presidência do Brasil, em 2002*” (Castells, 2007b). Para Benjamin Barber, a conversação política é uma componente essencial do exercício de uma democracia forte (*strong democracy*) e constitui a ferramenta básica para envolver os cidadãos na participação política (Barber, 2004). Note-se que um dos aspetos centrais da abordagem proposta nesta tese assenta precisamente na disponibilização de um espaço neutro e regulado, com o intuito de permitir e fomentar a conversação multidirecional e a deliberação entre os principais atores em campanhas eleitorais, especialmente entre cidadãos e candidatos.

Em (Lourenço et al., 2008), destaca-se a importância da participação como um valor essencial para a democracia. Fischer afirma que as instituições democráticas, bem como

³ <http://www.publico.pt/Pol%C3%ADtica/vergonha-foi-a-palavra-mais-escrita-no-facebook-de-passos-coelho-1569883>. Acedido em 4 de Novembro de 2012.

os processos democráticos, devem ser revigorados, uma vez que a experiência tem mostrado que uma abordagem participativa para a resolução de problemas pode levar a resultados positivos, mesmo nos problemas mais complexos da comunidade (Fischer, 1993).

Smith e Dalakiouridou referem que a participação é uma característica essencial da democracia, embora defendam que a participação não leva deterministicamente a qualquer tipo particular de democracia, tal como por exemplo, a democracia direta (com a qual é muitas vezes equiparada). Defendem ainda que é concebível, e empiricamente demonstrável, que os métodos participativos tanto podem reforçar a democracia representativa, como debilitar a democracia direta. Por outro lado advogam que a preocupação com a crise da democracia é claramente um fator contextual importante para a discussão da participação (Smith & Dalakiouridou, 2009;).

1.3 Participação pública e cidadania

Nas próximas três secções, abordam-se os conceitos de participação pública e de cidadania, descrevem-se três propostas de conceptualização de níveis de participação, e apresentam-se alguns métodos de participação pública.

1.3.1 Conceito de participação pública e cidadania

Na literatura, existe um grande número de definições para participação pública. Contudo, uma definição amplamente utilizada sugere que a participação pública “*é o processo pelo qual as preocupações, necessidades e valores do público são incorporados na tomada de decisão governamental e corporativa*” (Creighton, 2005). Neste contexto, a participação do público é vista como uma interação entre os governantes e os cidadãos, tendo o objetivo global de alcançar decisões melhores para os problemas que afetam a vida quotidiana dos cidadãos (Tambouris, Liotas, & Tarabanis, 2007).

O termo participação pública é comumente utilizado como sinónimo de envolvimento e de empoderamento⁴ (*empowerment*) dos cidadãos. De acordo com (Smith & Dalakiouridou, 2009), a participação tornou-se numa espécie de mantra nas sociedades modernas e pode ter diferentes formas, de acordo com o contexto em que ocorre. Os autores argumentam que os benefícios reivindicados para a participação estão habitualmente relacionados com a eficácia e eficiência de serviço (por exemplo, ter um conhecimento mais detalhado das necessidades e expectativas do público para o planeamento dos serviços prestados), com a qualidade e legitimidade da tomada de decisão (por exemplo, gerar uma consciencialização, aceitação e compromisso com as políticas), ou com a cidadania ativa (por exemplo, gerar capital social e contribuir para a mobilização de trabalho voluntário das pessoas, incluindo o seu trabalho intelectual, visando a resolução de problemas).

Em (Jessop, 2003) alega-se que a participação se tornou num discurso moralizador (isto é, defende que os cidadãos responsáveis devem ser ativos), num requisito funcional do estado (necessário para explorar o conhecimento especializado, porque a avaliação das necessidades é cada vez mais realizada pelos próprios utentes dos serviços, em vez de pelos burocratas), e num discurso normativo (isto é, numa forma de superar a divisão entre governantes e governados que se verifica habitualmente nos regimes representativos).

Giddens refere que a participação pode também ser entendida como uma forma específica de integração social, de acordo com os locais em que ocorre (Giddens, 1984). Porém, Smith e Dalakiouridou argumentam que se os locais estão distantes dos centros de poder, no sentido de estarem isolados das relações de poder dominantes, governamentais e comerciais, então está-se perante um cenário semelhante ao da esfera pública de Habermas (Habermas, 1989; Benson, 2009; Susen, 2011). Nesse contexto, a

⁴ A utilização da palavra *empoderamento*, adaptação do inglês *empowerment*, é já bastante generalizada, razão que pode ter estado na origem da inclusão do termo no *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea* (Lisboa: Academia das Ciências/Verbo, 2001), onde é definido como “*obtenção, alargamento ou reforço de poder*”. Este neologismo, cuja formação respeita as regras morfológicas da língua portuguesa, refere-se maioritariamente ao aumento da força política, social ou económica de grupos alvo de discriminação (étnica, religiosa, sexual ou outra). Na esfera individual, refere-se ao desenvolvimento das capacidades de um indivíduo, à sua realização pessoal. Retirado de <http://www.flip.pt/Duvidas-Linguisticas/Duvida-Linguistica.aspx?DID=1175>, em 29 de Outubro de 2012

participação pode ser motivada por uma busca de afirmação cognitiva, em vez da procura de satisfação de interesses (Smith & Dalakiouridou, 2009).

Para Sebastião, Pacheco e Santos, a cidadania, associada ao ideal democrático, é entendida como sentido de pertença, investimento e envolvimento com determinado território e inclui os deveres, responsabilidades e direitos do indivíduo enquanto membro de uma nação ou de um estado (Sebastião, Pacheco & Santos, 2012). A cidadania tem quatro dimensões fundamentais: a legal, consagrada no diploma fundamental (Constituição); a política, pois o cidadão tem uma palavra a dizer no governo do Estado; a cívica, uma vez que pressupõe o envolvimento do cidadão nos assuntos cívicos; e a económica, dado que confere autorização ao seu titular para trabalhar em determinado território (Sebastião, 2012).

1.3.2 Níveis de participação

Para Arnstein, a participação pública é a redistribuição do poder que permite aos cidadãos participar na determinação de como a informação é compartilhada, os objetivos e as políticas são definidas, os fundos provenientes dos impostos são alocados, os programas são operacionalizados. Em suma, é o meio pelo qual os cidadãos podem provocar reformas sociais significativas que lhes permitam compartilhar os benefícios da sociedade (Arnstein, 1969).

No entanto, Arnstein alega que a participação sem redistribuição genuína de poder pode ser nefasta, pois, por um lado, pode transformar-se rapidamente num processo vazio e frustrante para os impotentes e, por outro lado, permite aos detentores do poder afirmar que todas as partes foram consideradas, embora apenas algumas dessas partes beneficiem. Arnstein propõe uma tipologia de oito níveis de participação que, para fins ilustrativos, são organizados em escada, onde cada degrau corresponde à amplitude do poder dos cidadãos no processo político (ver Figura 3).

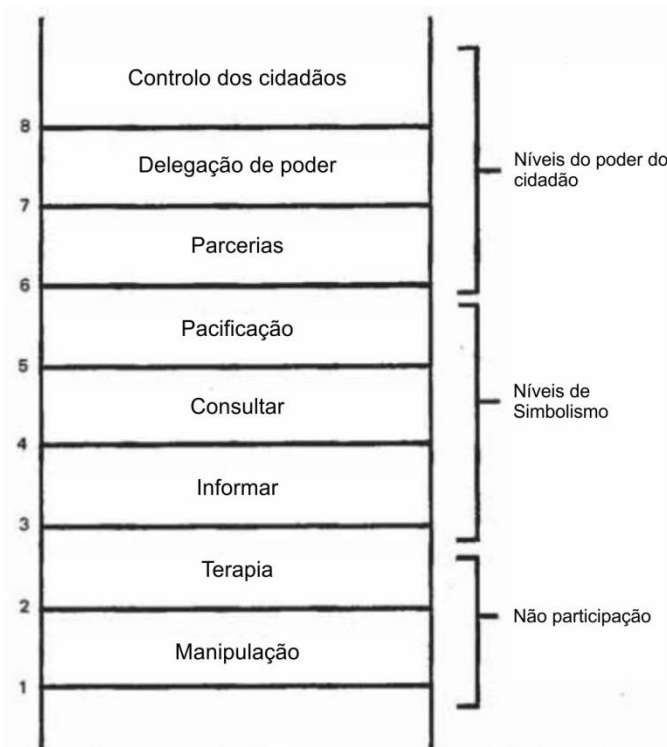


Figura 3 – Escada da participação dos cidadãos. Fonte: (Arnstein, 1969)

Sucintamente, para Arnstein os degraus do fundo da escada (1) Manipulação e (2) Terapia descrevem níveis de “não participação” que foram artificialmente inventados para substituir a participação genuína. De acordo com a autora, nestes dois níveis o objetivo real dos detentores do poder não é permitir que as pessoas participem no planeamento ou na realização de programas, mas “educar”, “curar”, ou mesmo “usar” os participantes para legitimar as suas opções, representando, assim, a distorção da participação num veículo de relações públicas.

Os degraus 3 e 4 progridem para níveis de “simbolismo”, que permitem aos cidadãos ouvir e ter uma voz: (3) Informar e (4) Consultar. Todavia, apesar de os cidadãos poderem realmente ouvir e ser ouvidos nestes níveis, não têm poder para garantir que as suas opiniões são atendidas pelos detentores do poder. Concretamente, segundo Arnstein, informar os cidadãos dos seus direitos, responsabilidades e opções pode ser o primeiro passo importante para a participação legítima dos cidadãos. No entanto, alega que frequentemente a ênfase é colocada num fluxo unidirecional de informação – dos políticos para os cidadãos – sem prever nenhum canal de *feedback* e nenhum poder de negociação. Nesse contexto, os cidadãos têm poucas oportunidades de “influenciar” a

tomada de decisão. Por outro lado, auscultar as opiniões dos cidadãos, assim como informá-los, pode ser um passo em direção à sua participação plena. Todavia, de acordo com Arnstein, se a consulta não for combinada com outros modos de participação, este nível ainda é uma ilusão, uma vez que não oferece nenhuma garantia de que as preocupações e ideias dos cidadãos serão tidas em conta.

Por sua vez, segundo Arnstein, o nível (5) representa simplesmente um simbolismo, porque as regras do jogo permitem aos cidadãos emitir conselhos, mas continuam a guardar para os detentores do poder o direito de decidir.

No topo da escada estão os níveis de poder com graus crescentes de influência na tomada de decisão. De acordo com Arnstein, nestes níveis o poder é na verdade redistribuído por meio de negociação entre os cidadãos e os detentores do poder. Os cidadãos podem entrar numa parceria (6) que lhes permite negociar e participar em soluções de compromisso com os detentores do poder. Nos degraus superiores (7) Delegação de Poder e (8) Controlo dos Cidadãos, os cidadãos obtêm a maioria dos assentos de tomada de decisão ou pleno poder de gestão.

A *Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE)* refere, num dos seus relatórios, que a participação política democrática deve envolver os meios para ser informado, os mecanismos para tomar parte na tomada de decisão e a capacidade de contribuir e influenciar a agenda política. Especificamente, o relatório define os seguintes três níveis de participação (OECD, 2001):

- i) Informação – um relacionamento unidirecional em que o governo produz e fornece informações para os cidadãos. Abrange tanto o acesso “passivo” dos cidadãos à informação, como as medidas “ativas” do governo para divulgar informações aos cidadãos. Exemplos incluem o acesso a registos públicos, diários oficiais, sítios Web ou portais governamentais, entre outros.
- ii) Consulta – um relacionamento bidirecional em que os cidadãos fornecem *feedback* ao governo. Neste nível, os governantes estabelecem previamente os assuntos sobre os quais as opiniões dos cidadãos vão ser auscultadas, e facultam informações relevantes

para a discussão. Exemplos incluem sondagens de opinião pública, comentários sobre os projetos legislativos, entre outros.

iii) Participação ativa – um relacionamento baseado numa parceria com o governo, em que os cidadãos participam ativamente no processo de elaboração de políticas. Neste nível, os governantes reconhecem o papel dos cidadãos para propor opções políticas e moldar o diálogo político, embora a responsabilidade da decisão final ou da formulação de políticas caiba ao governo. Exemplos incluem grupos comunitários envolvidos na tomada de decisão de âmbito local, petições públicas, entre outros.

A Figura 4 ilustra os três níveis de participação propostos pela OCDE, bem como o impacto no nível de envolvimento e influência dos cidadãos no processo político.



Figura 4 – Níveis de participação: Informação, consulta e participação ativa. Fonte (OECD, 2001)

Sucintamente, no nível “Informação” os cidadãos acedem passivamente à informação que lhes é disponibilizada de forma unidirecional, normalmente via sítios Web e documentos digitais. Na dimensão “Consulta”, o governo, ou as agências governamentais, define as questões e gere o processo e os cidadãos são estimulados a envolver-se e a contribuir com os seus pontos de vista sobre assuntos da governação. No nível “Participação Ativa” os cidadãos veem o seu poder fortalecido ao participar de forma ativa e independente nos processos de tomada de decisão da governação. Assim, as dimensões “Consulta” e “Participação Ativa” proporcionam uma comunicação bidirecional, enquanto na dimensão “Informação” a comunicação é feita de forma unidirecional.

Mais recentemente, a Associação Internacional para a Participação Pública (*International Association for Public Participation – IAP2*) divulgou um espectro onde define cinco níveis de participação pública, designadamente (IAP2, 2007):

- i) Informar – disponibilizar informação equilibrada e objetiva, de modo a auxiliar os cidadãos na compreensão do tema, de alternativas, oportunidades e/ou soluções.
- ii) Consultar – auscultar a comunidade para obter o *feedback* dos cidadãos sobre a análise e a identificação de alternativas e/ou decisões.
- iii) Envolver – trabalhar com o público durante todo o processo, de modo a garantir que as preocupações e aspirações dos cidadãos são consistentemente entendidas e consideradas.
- iv) Colaborar – estabelecer parcerias com os cidadãos em cada aspeto da decisão, incluindo o desenvolvimento de alternativas e a identificação de soluções.
- v) Empoderar (*Empower*) – colocar a decisão final nas mãos do público.

No espectro da IAP2 refere-se ainda que no primeiro nível, “Informar”, os governantes anunciam aos cidadãos que os vão manter informados. No segundo nível, “Consultar”, declaram que, além de os informar, vão ouvir as suas preocupações e aspirações, e que vão fornecer *feedback* sobre a forma como as contribuições dos cidadãos influenciaram a decisão. No terceiro nível, “Envolver”, os governantes anunciam ainda que vão trabalhar com os cidadãos para garantir que as suas preocupações e aspirações são refletidas diretamente nas alternativas desenvolvidas e que vão fornecer *feedback* sobre a forma como as contribuições dos cidadãos influenciaram a decisão. No quarto nível, “Colaborar”, os governantes declaram aos cidadãos que vão procurar os seus conselhos e inovações para a formulação de soluções e que vão, dentro do possível, integrar esses conselhos e recomendações nas decisões. Finalmente, no quinto nível, “Empoderar”, os governantes anunciam que vão implementar o que os cidadãos decidirem.

É, no entanto, importante notar que a participação deve ter por base o interesse, o conhecimento e a capacidade efetiva dos cidadãos para a consideração das questões políticas. Segundo Henrik Bang, capacitar os cidadãos para cogovernar (*empower*) tornou-se uma estratégia-chave de governança, porque “*a menos que eles estejam preparados para assumir a responsabilidade e participar ativamente na resolução dos*

seus próprios problemas quotidianos, o sistema fica com poucas hipóteses de ser capaz de satisfazer as suas necessidades e interesses” (Bang, 2003). De acordo com (Lourenço et al., 2008), citando Giovanni Sartori, cada aumento do poder atribuído ao povo deve ser acompanhado de um incremento da competência cognitiva política do povo. Caso contrário, a atribuição de uma maior capacidade de participação e de influência ao povo poderá revelar-se mais prejudicial à democracia do que, propriamente, benéfica (Sartori, 2000). Uma vez que também se partilha desta opinião, considera-se que um requisito essencial de qualquer iniciativa de participação pública (eletrónica ou face-a-face) passa pela disponibilização prévia, aos vários atores, de um conjunto de informação relacionada com os temas em discussão, e, preferencialmente, abrangendo diferentes perspetivas.

1.3.3 Métodos de participação pública

Em (IAP2, 2004; Creighton, 2005) apresenta-se uma lista extensa de métodos tradicionais de participação, que permitem obter diferentes níveis de comunicação e interação, dos quais se destacam: *charrettes*⁵, júris e assembleias populares, referendos, painéis de cidadãos, grupos de discussão, conferências (que visam a obtenção de consenso), consultas públicas, comités consultivos públicos, votações deliberativas, petições, entre outros.

1.4 O sistema político português

Em Portugal a democracia moderna começou em 1975 (Matos, 1992). Nos termos da atual Constituição, a República Portuguesa é um Estado de direito democrático, baseado na soberania popular, no pluralismo de expressão e organização política democráticas, no respeito e na garantia de efetivação dos direitos e liberdades fundamentais e na separação e interdependência de poderes, visando a realização da democracia económica, social e cultural e o aprofundamento da democracia participativa (Parlamento, 2005).

⁵ Segundo (Creighton, 2005) trata-se de eventos de participação com a duração de 3 a 4 dias, em que os participantes são divididos em grupos de pequena dimensão, e onde se discute normalmente apenas um assunto.

A Constituição da República foi Aprovada em 2 de Abril de 1976, em sessão plenária dos Deputados da Assembleia Constituinte. Entrou em vigor no dia 25 de Abril de 1976, e foi, posteriormente, revista sete vezes, a última das quais em Agosto de 2005⁶. Segundo o artigo n.º 110 da Constituição, a soberania é exercida por quatro órgãos, de acordo com os princípios da divisão de poderes: o Presidente da República, a Assembleia da República, o Governo e os Tribunais. Os órgãos de soberania são independentes uns dos outros, embora tenham o dever de colaborar entre si, e a sua função é exercer o poder em nome do povo, a quem devem prestar contas (Teixeira, 2003).

O Presidente da República tem como principais funções representar a República Portuguesa e garantir a independência nacional, a unidade do Estado e o regular funcionamento das instituições democráticas. É, por inerência, o Comandante Supremo das Forças Armadas. A eleição do Presidente da República é feita por sufrágio universal, direto e secreto e o seu mandato tem a duração de cinco anos. De acordo com os artigos n.º 133 a 136 da Constituição, estão ainda reservadas ao Presidente da República algumas competências de grande impacto, passíveis de utilização, sobretudo em condições excecionais, como a dissolução da Assembleia da República, a nomeação do Primeiro-Ministro e a demissão do Governo, a promulgação das leis, decretos-leis e decretos regulamentares e a assinatura dos restantes decretos do Governo, a fiscalização preventiva da constitucionalidade, a declaração da guerra e feitura da paz, entre outras.

A Assembleia da República, segundo o texto constitucional, é a assembleia representativa de todos os cidadãos portugueses. É, por excelência, o órgão de soberania que exerce o poder legislativo, competindo-lhe, ainda, fiscalizar os atos do Governo e da Administração Pública. Nos termos da atual lei eleitoral, a Assembleia da República é composta por um mínimo de 230 deputados⁷, eleitos por círculos eleitorais geograficamente definidos na lei, para um mandato com uma duração de 4 anos. De acordo com (Lourenço et al., 2008), a Assembleia da República conta, ainda, com

⁶ Comissão Nacional de Eleições: <http://www.cne.pt/content/constituicao-da-republica-portuguesa>. Acedido em 13 de Novembro de 2012.

⁷ Ver artigo 13 da Lei Eleitoral da Assembleia da República (Lei n.º 14/79, de 16 de Maio): http://www.cne.pt/sites/default/files/dl/legis_lear_2012.pdf. Em http://www.cne.pt/sites/default/files/dl/legis_lear_2005_annotada.pdf está disponível uma versão anotada e comentada (edição de 2005). Acedido em 13 de Novembro de 2012.

alguns órgãos auxiliares, tais como a Presidência da Assembleia da República, a Mesa da Assembleia da República, os Grupos Parlamentares e as Comissões (especializadas, permanentes, facultativas, parlamentares de inquérito e *ad hoc*).

No artigo n.º 182 da Constituição, o Governo surge como o órgão responsável pela condução da política geral do país e entidade superior da Administração Pública. De acordo com o n.º 183 da Constituição, o Governo é constituído pelo Primeiro-Ministro e por um número variável de Ministros, Secretários e Subsecretários de Estado. O Primeiro-Ministro é nomeado pelo Presidente da República, tendo em conta os resultados das eleições para a Assembleia da República e o seu nome é indicado pelo partido mais votado nesse escrutínio. Durante o processo de formação do governo, o Primeiro-Ministro convida as pessoas que entende para Ministros. Depois, o Presidente da República dá posse ao Primeiro-Ministro e ao Governo que, seguidamente elabora o respetivo Programa para apresentar à Assembleia da República. Segundo o artigo n.º 184 da Constituição, o Conselho de Ministros é constituído pelo Primeiro-Ministro, pelos Vice-Primeiros-Ministros, se os houver, e pelos Ministros. O Primeiro-Ministro tem como principais funções dirigir o Governo e coordenar a ação dos ministros, representar o Governo junto dos outros órgãos de soberania, prestar contas à Assembleia da República, e manter o Presidente da República informado. Por sua vez, ao Governo cabe propor e implementar políticas legislativas e administrativas. Em (Teixeira, 2003) refere-se que a verificação do cumprimento do programa do governo é feita pelo povo, designadamente nas eleições, pelo Presidente da República e pelos deputados, que podem, na Assembleia da República, interpelar o Governo, recusar as suas propostas, recusar um voto de confiança ou aprovar uma moção de censura.

De acordo com o artigo n.º 202 da Constituição, os Tribunais são os órgãos de soberania com competência para administrar a justiça em nome do povo, estando apenas sujeitos à lei. Deles emanam decisões vinculativas para todas as entidades públicas e privadas, prevalecendo sobre as de quaisquer outras autoridades. Os Tribunais repartem-se em tribunais comuns (Tribunais de Primeira Instância, ou de Comarca, Tribunais de Segunda Instância, ou da Relação e Supremo Tribunal de Justiça, ou Tribunal de Última Instância) e em tribunais especiais (Tribunal Constitucional, Tribunal de contas, Tribunais Militares, Tribunais Administrativos e Fiscais).

De acordo com o artigo n.º 266 da Constituição, a Administração Pública visa a prossecução do interesse público, no respeito pelos direitos e interesses legalmente protegidos dos cidadãos. Isto é, pretende-se que dê resposta eficaz aos problemas complexos que, cada vez mais, caracterizam as sociedades contemporâneas, pelo que nela decorrem processos de decisão com um impacto importante na vida dos cidadãos (Lourenço et al., 2008).

A Administração local portuguesa é exercida no âmbito das autarquias locais pelas Câmaras Municipais e pelas Juntas de Freguesias. Órgãos autónomos representativos e eleitos democraticamente por sufrágio universal direto e secreto dos cidadãos residentes, e visam prosseguir os interesses coletivos da população residente numa determinada área de circunscrição territorial. Por outro lado, as Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional foram criadas em 2003 (decreto-lei 104/2003⁸), existem apenas no continente e são órgãos eminentemente administrativos, mas cujas direções são nomeadas pelo Governo Central.

As Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira são dotadas de estatuto político-administrativo próprio (artigo n.º 225 da Constituição), possuindo Assembleia Regional e Governo Regional (artigo n.º 231 da Constituição). A Assembleia Regional é eleita por sufrágio universal direto e secreto, pelo método da representação proporcional⁹. De acordo com o artigo n.º 230 da Constituição, para cada uma das regiões autónomas há um Representante da República, nomeado e exonerado pelo Presidente da República, sob proposta do Governo. O Presidente do Governo Regional é nomeado pelo Representante da República, de acordo com os resultados eleitorais para a Assembleia Regional (artigo n.º 231 da Constituição).

Os partidos políticos surgem como intermediários entre os cidadãos e os processos de decisão política, atuando como um mecanismo de aproximação à representação e

⁸ Disponível em <http://dre.pt/pdf1sdip/2003/05/119A00/32223229.pdf>. Acedido em 13 de Novembro de 2012.

⁹ Lei eleitoral para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores: <http://www.portaldoeleitor.pt/Documents/DecretosLei/LERAA%20Atualizada.pdf>
Lei eleitoral para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira: http://www.portaldoeleitor.pt/Documents/Separata%20Madeira_2011.pdf. Acedido em 13 de Novembro de 2012.

concretização perfeitas do “poder do povo” (Lourenço et al., 2008). No entanto, Manin advoga a necessidade de os partidos políticos serem abertos a todos os cidadãos, selecionando os assuntos relevantes, deliberando sobre eles com transparência e submetendo os resultados dessa deliberação a uma discussão alargada à totalidade da sociedade (Manin, 1987). Nesse contexto, parece, pois, evidente que os partidos políticos assumem um papel fundamental nos sistemas democráticos contemporâneos. Lourenço e os seus colegas afirmam que, de certo modo, o carácter democrático e transparente dos sistemas políticos contemporâneos depende do carácter democrático e transparente dos partidos políticos (Lourenço et al., 2008).

1.5 Democracia eletrónica

Em (Hacker & van Dijk, 2000) definiu-se uma agenda teórica para o campo da democracia digital (eletrónica, cibernética), que focava a discussão em questões de investigação, tais como o conceito de democracia em geral, definições de democratização eletrónica, o papel das Tecnologias de Informação e Comunicação no sistema político, a transformação estrutural da esfera pública, para citar apenas algumas. Resumindo, para os autores da agenda, o cerne do domínio da *e-democracia* está em explorar o modo como os processos de comunicação apoiados pelas Tecnologias de Informação e Comunicação podem facilitar o alcance dos objetivos da democracia. No entanto, Paivarinta e Saebo argumentam que a relação entre tecnologia e democracia, que está na base da expressão *e-democracia*, é normalmente debatida na literatura, tendo em conta a conceção de democracia que é valorizada – seja representativa, deliberativa, participativa, liberal ou direta (Paivarinta & Saebo, 2006)

De acordo com um documento preparado para o Parlamento Europeu, a democracia eletrónica (*e-democracia*) consiste na utilização de todos os meios de comunicação que capacitem os cidadãos nos seus esforços de responsabilização pelas ações no domínio público dos governantes/políticos, aumentando a transparência do processo político, reforçando a participação e o envolvimento diretos dos cidadãos, e melhorando a qualidade da formação de opinião, ao abrir novos espaços de informação e deliberação (Kies, Mendes & Schmitter, 2003).

Macintosh define simplesmente *e-democracia* como a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação para apoiar a tomada de decisão nos processos democráticos (Macintosh, 2004).

Para a Unidade de Missão Inovação e Conhecimento (atualmente designada Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP), as Tecnologias de Informação e Comunicação apresentam-se como instrumentos de aprofundamento e enriquecimento das democracias representativas contemporâneas, isto é, como ferramentas potenciadoras de sistemas democráticos mais transparentes e permeáveis ao envolvimento e consequente participação dos cidadãos nos assuntos políticos. Deste modo, a democracia representativa pode encontrar, no âmbito da Sociedade da Informação e do Conhecimento, novas formas de relacionamento com a democracia participativa (UMIC, 2004). A Figura 5 ilustra a visão do Observatório da Sociedade da Informação e do Conhecimento sobre Democracia Eletrónica.

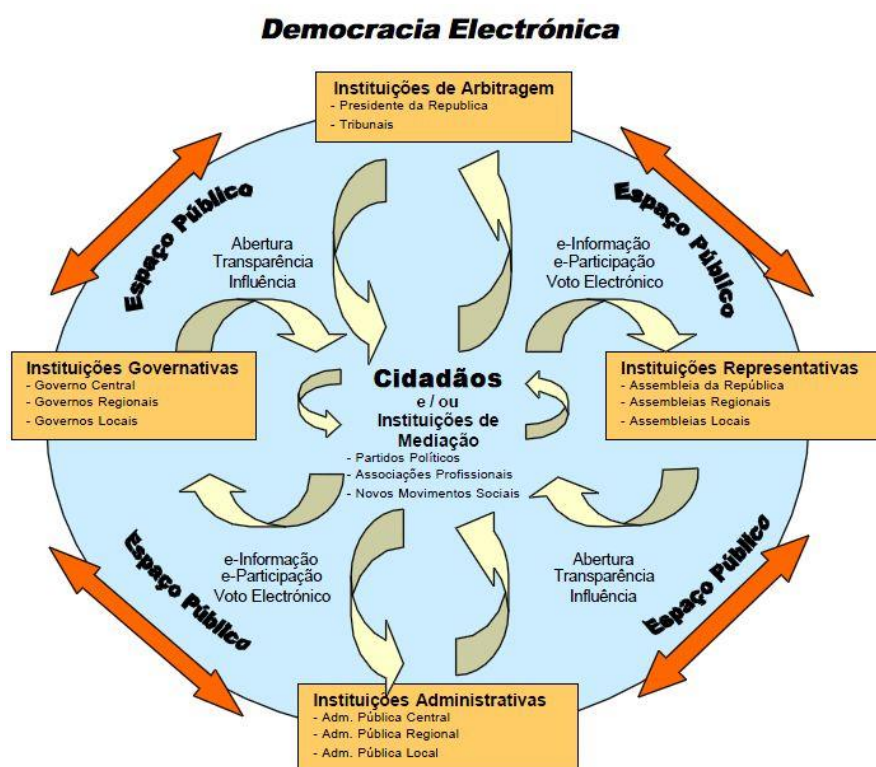


Figura 5 – Visão do Observatório da Sociedade da Informação e do Conhecimento sobre Democracia Eletrónica. Fonte: (UMIC, 2004)

Bobbio, quando escreve sobre a relação entre democracia representativa e democracia direta, refere que as novas tecnologias não têm necessariamente de ser utilizadas com o intuito de implantar uma democracia direta, em substituição de uma democracia representativa (Bobbio, 1984). Podem também ser usadas, no âmbito de uma democracia representativa, para criar meios de participação inovadores e para reforçar e complementar os mecanismos de participação e representação existentes. Convém referir que nesta tese também se assume esta perspetiva.

Num documento elaborado por um grupo de trabalho sobre o desenvolvimento da democracia eletrónica em Portugal, no âmbito da Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação, refere-se que a democracia eletrónica vai muito além da votação e disponibilização de informação sobre os candidatos, através da Internet. Trata-se de uma nova forma de promover, através do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação, a participação do cidadão comum em discussões e interações com os poderes políticos, fazendo chegar a sua voz, não apenas durante as campanhas eleitorais, mas também nos períodos intercalares a propósito dos problemas da sua vida quotidiana (Lourenço et al., 2008).

1.5.1 Sociedade da Informação e do Conhecimento

A expressão “Sociedade da Informação”, segundo o Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal, refere-se a um modo de desenvolvimento social e económico em que a aquisição, armazenamento, processamento, valorização, transmissão, distribuição e disseminação de informação conducente à criação de conhecimento e à satisfação das necessidades dos cidadãos e das empresas, desempenham um papel central na atividade económica, na criação de riqueza, na definição da qualidade de vida dos cidadãos e das suas práticas culturais (MSI, 1997).

Luís Borges Gouveia e Sofia Gaio apontam como principais características da Sociedade de Informação a utilização intensiva das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), o uso da informação como um recurso estratégico, e a interação entre indivíduos e instituições de forma predominantemente digital (Gouveia e Gaio, 2004). Definem as Tecnologias de Informação e Comunicação como um conjunto de

tecnologias associadas ao digital e que permitem o armazenamento, o tratamento e a comunicação de informação, no formato digital, mas também a sua conversão para efeitos de entendimento humano. Alegam que, além dos tradicionais computadores e redes de comunicação de dados, fazem parte deste grupo a Internet, os telemóveis e os novos *media* que recorrem ao digital.

Renato Ruggieri considera que “*no século XXI o conhecimento, como a água, é um recurso fundamental*” (Ruggieri, 1996), e Nye, Jr. defende que “*o conhecimento, mais do que nunca, é poder*” (Nye, 2010). Alvin e Heidi Toffler afirmam que “*o conhecimento é o recurso central da terceira vaga*” (Toffler & Toffler, 1996), a última e mais recente das três vagas conceptualizadas por Alvin Toffler para dividir a história civilizacional (Toffler, 1984).

Por outro lado, Victor Marques dos Santos considera que os conceitos de espaço e conhecimento são recursos que, no contexto da “sociedade da informação” e da “era do conhecimento”, permitem à sociedade civil adquirir capacidades de participação expressas através de formas de intervenção social ativa (Santos, 2010b). Segundo o autor, será, no entanto, o conhecimento que, a par das Tecnologias de Informação e Comunicação, se evidenciará como o recurso decisivo para o desenvolvimento da consciencialização e aumento das capacidades de intervenção participativa da sociedade civil, pois a participação ativa dos indivíduos, dos grupos e dos movimentos sociais, aos vários níveis dos processos de tomada de decisão, torna-se mais conseqüente à medida que o acesso ao conhecimento e à informação esclarecida sobre as problemáticas aumenta progressivamente.

A importância do conhecimento é também reconhecida pela Comissão Europeia. A estratégia Europa 2020¹⁰ estabelece três prioridades, que se reforçam mutuamente:

– Crescimento inteligente: desenvolver uma economia baseada no conhecimento e na inovação;

¹⁰ http://www.umic.pt/images/stories/publicacoes3/UE2020_COM_final.pdf. Acedido em 15 de Novembro de 2012.

- Crescimento sustentável: promover uma economia mais eficiente em termos de utilização dos recursos, mais ecológica e mais competitiva;
- Crescimento inclusivo: fomentar uma economia com níveis elevados de emprego que assegura a coesão social e territorial.

A análise de documentos programáticos para o desenvolvimento da Sociedade da Informação e do Conhecimento em Portugal revela que a democracia eletrónica é um tema recorrente. Do Livro Verde, em 1997, ao Plano de Ação para a Sociedade da Informação (UMIC, 2003), ao Dossier Cidadania e Governo na Sociedade da Informação 2004/2006 (UMIC, 2004), e ao Dossier Sociedade da Informação e do Conhecimento (UMIC, 2011), têm sido evidenciadas as vantagens do recurso às Tecnologias de Informação e Comunicação no envolvimento e participação dos cidadãos no espaço público e no estreitamento de relações entre cidadãos e os poderes políticos.

1.5.2 Potencialidades e desafios do digital

A importância do fenómeno da Internet no emergir de uma nova economia de informação e conhecimento articulada em rede tem sido destacada por diversos autores (Castells, 2001; Surowiecki, 2007; Benkler, 2006; Friedman, 2006). Esse fenómeno traduz-se em transformações que assentam em novas formas de sociabilidade, de participação e intervenção política *on-line*. Por outro lado, levanta também questões relacionadas com a liberdade e a privacidade na rede, e com a temática da desigualdade e da exclusão social. Castells realça o enorme potencial da Internet para emancipar, mas também a sua capacidade para marginalizar e excluir aqueles que não têm acesso a ela.

No Livro Verde refere-se que o desenvolvimento acelerado da sociedade da informação tem seguramente implicações sobre a participação política dos cidadãos. Advoga-se que não vale a pena fugir ao problema com argumentos de desigualdade de acesso ou outros, e que é preciso proporcionar meios para os cidadãos retirarem benefícios da utilização das tecnologias no exercício dos seus direitos políticos. Reconhece-se, assim, que há desafios a vencer, oportunidades a explorar e benefícios a colher. Alega-se, no entanto, que se deve garantir que a inevitável emergência da participação por via

eletrónica não colida com os princípios fundamentais da democracia representativa. Note-se que neste texto também se comunga esta perspetiva.

1.5.2.1 Potencialidades

No Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal, refere-se que as novas Tecnologias de Informação e Comunicação facilitam o acesso direto à informação e a novas modalidades de diálogo social, tanto à escala nacional como regional e local; melhoram as condições de participação dos cidadãos na tomada de decisões, abrindo novas dimensões à liberdade de expressão e a todos os direitos de intervenção democrática; e oferecem aos órgãos de poder novos instrumentos de relacionamento direto com os cidadãos, reforçando a transparência, prestando novos serviços, e contrariando discriminações sociais e regionais (MSI, 1997). No entanto, para que essas potencialidades possam ser efetivas, é necessária uma atitude e cultura de utilização dos instrumentos da sociedade da informação. É crucial realizar ações de mobilização da participação pública e de formação dos cidadãos.

Assim, a Internet e as Tecnologias de Informação e Comunicação devem ser encaradas como meios para fomentar o processo democrático e possibilitar um relacionamento bidirecional entre os cidadãos e as instituições democráticas de forma transparente, direta e personalizada (UMIC, 2003).

Os efeitos da contração espaço-temporal associados à difusão da Internet, podendo proporcionar ao cidadão maior e mais fácil acesso à informação pública, são encarados em (Lourenço et al., 2008) como importantes mecanismos impulsionadores de revitalização das democracias contemporâneas. Por outro lado, as faculdades de interatividade proporcionadas pela Internet são entendidas como possíveis instrumentos privilegiados de relacionamento entre os cidadãos e as instituições políticas e administrativas, proporcionando condições para um maior envolvimento dos primeiros nos processos de tomada de decisão.

Manuel Castells argumenta que *“é na esfera da política simbólica e na organização de mobilizações temáticas por grupos e indivíduos, fora do sistema político principal, que*

as ferramentas de comunicação eletrónica poderão produzir efeitos mais espetaculares”, criando autênticos processos de empoderamento (*empowerment*) nas bases de movimentos sociais, de Organizações Não Governamentais (ONGs) e de grupos de ativistas (Castells, 2007b). De acordo com Castells, o desenvolvimento da política simbólica, bem como a mobilização política em torno de causas “não políticas”, por via eletrónica, poderia contribuir para um processo de reconstrução da democracia na sociedade em rede, que designa por Democracia Informacional. O autor reforça que *“estas formas de mobilização política, que podem ser definidas como política não partidária, com causas voltadas para temas específicos, parecem estar a ganhar legitimidade em todas as sociedades”*. Por outro lado, Castells argumenta que *“enquanto os processos políticos forem controlados por partidos e por campanhas organizadas, no que diz respeito a eleições formais e à tomada de decisão, a participação dos cidadãos via eletrónica será relegada para segundo plano na política informacional”*.

Acredita-se que a tecnologia pode ter um papel importante no domínio da participação pública. As aplicações da Web 2.0, cujos pilares assentam na partilha, colaboração e participação, e os Media Sociais permitem aos utilizadores criar os seus próprios conteúdos e manipular os conteúdos de outras pessoas, facilitando, assim, a deliberação e o debate público. As tecnologias digitais são cada vez mais utilizadas para organizar a informação política na esfera pública e, ao contrário dos meios de comunicação tradicionais, permitem maior interatividade entre o cidadão e o destinatário, procedendo-se a uma descentralização da informação (Howard, 2005).

1.5.2.2 Desafios

As Tecnologias de Informação e Comunicação estão a tornar-se num instrumento importante no reforço da democracia. O grande desafio está em garantir o acesso universal e em aumentar a literacia digital, de modo a que todos beneficiem deste potencial (Lourenço et al., 2008). É imperativo evitar que as tecnologias contribuam para reforçar o poder dos mais fortes e enfraquecer aqueles que já se encontram numa posição debilitada.

Coleman e Gotze referem que alguns políticos e investigadores receiam que o envolvimento *on-line* do público pode representar uma ameaça para a elaboração eficiente de políticas e para a boa governação (Coleman & Gotze, 2001). Apesar de reconhecerem que estas preocupações não devem ser menosprezadas, na sua famosa obra, descrevem e apresentam soluções para sete desafios, dos quais se destacam os seguintes:

- Seleção e representatividade. Como são selecionados os participantes? Se não houver um processo de seleção visível e qualquer pessoa estiver autorizada a participar num exercício *on-line* de elaboração de políticas, é provável que a amostra compreenda os cidadãos que estão mais confiantes, articulados, envolvidos e politicamente motivados, podendo não representar os interesses de toda a comunidade. Por outro lado, se a amostra de participantes for controlada, quem vai realizar a seleção e com que critérios? Os políticos estão particularmente preocupados com os participantes que tentam comprometer a governação representativa, alegando legitimidade para falar em nome dos cidadãos. No entanto, numa tentativa de dar resposta a esta apreensão, Coleman e Gotze argumentam que, como o objetivo da deliberação *on-line* é informar os representantes eleitos, o foco deve estar fundamentalmente em recrutar participantes com conhecimentos e experiência sobre os temas em discussão, em vez de assentar na representatividade.
- Público desinformado. Alguns estudos descritos na literatura sugerem que os membros do público são desinformados, mesmo sobre os aspetos mais elementares do conhecimento cívico e político. Os políticos temem que o público mal informado – ou desinformado – não esteja preparado para tarefas de deliberação política. No entanto, Coleman e Gotze argumentam que, apesar de os políticos estarem certos em relação a essa matéria, é com essa impreparação que atualmente os cidadãos respondem às solicitações dos governantes via referendos, consultas e de outros instrumentos não deliberativos. Os autores reconhecem que nem todos os participantes em exercícios deliberativos absorvem a informação na mesma medida. No entanto, reclamam que isso também se aplica aos representantes eleitos e que a evidência de consultas políticas *on-line* já realizadas é que os participantes que procuram ter mais influência se preparam e estão normalmente bem informados.

- Problema de escala. A aptidão da Internet para realizar discussões ou debates de muitos-para-muitos é questionada por alguns políticos e investigadores, que argumentam que a deliberação se realiza melhor em configurações cara-a-cara envolvendo números relativamente pequenos de indivíduos. O teórico da comunicação, John Durham Peters, citando a crença de Platão, descrita na obra “A República”, de que o Estado ideal é aquele que é governado por (uma minoria de) reis filósofos (Stangroom, 2006), argumenta que “*o diálogo é um meio de comunicação, cuja forma está organicamente ligada à escala. Assim, o diálogo só pode ser diálogo se forem impostas regras estritas ao número de participantes*” (Peters, 1999). Essencialmente, essas críticas põem em causa a possibilidade de se conseguir uma deliberação genuína em ambientes de grande escala. Contudo, Coleman e Gotze alegam que dentro do modelo tradicional de diálogo síncrono face-a-face, em que estejam envolvidas várias centenas ou milhares de participantes, existem certamente grandes obstáculos para um processo deliberativo. Por exemplo, a maioria dos parlamentos e assembleias nacionais compreendem várias centenas de membros: 669 no Bundestag alemão; 659 na Câmara dos Comuns do Reino Unido, 626 no Parlamento Europeu e 435 na Câmara dos Representantes dos EUA. Note-se que nem todos os membros dessas assembleias podem falar em todos os debates e raramente estão todos presentes em simultâneo, mas isso não torna essas assembleias ineficientes ou inadequadas, como órgãos deliberativos. Para Coleman e Gotze, é precisamente a natureza assíncrona do envolvimento *on-line* que torna viável a discussão e a deliberação de muitos-para-muitos em larga escala. Argumentam que numa discussão *on-line*, as lacunas entre a elocução, receção e resposta são fundamentalmente diferentes daquelas que ocorrem em cenários face-a-face ou em outras configurações síncronas. Por exemplo, numa discussão *on-line* “ouvir” (ler uma mensagem) pode ser uma função tão importante como “falar” (escrever uma mensagem). Os melhores resultados deliberativos são muitas vezes alcançados quando os participantes têm tempo para refletir e ponderar antes de responder. Assim, segundo Coleman e Gotze, a deliberação *on-line* pode ser considerada como a deliberação sem os constrangimentos de tempo que muitas vezes tornam as discussões síncronas sufocantes, fúteis, sobreaquecidas, ou demasiado simplistas. Alegam, no entanto, que os mecanismos de moderação e de mediação são cruciais para o sucesso do diálogo assíncrono de muitos-para-muitos,

tal como as regras, procedimentos, protocolos e costumes são essenciais para o sucesso dos debates face-a-face. Por outro lado, os problemas de escala podem também estar associados à necessidade de gestão de um grande número de contribuições. Macintosh, Coleman e Schneeberger alegam que o tempo e os recursos que podem ser necessários para fornecer um *feedback* adequado às contribuições dos cidadãos é mais uma barreira para o envolvimento dos políticos em iniciativas de *e-participação* (Macintosh, Coleman & Schneeberger, 2009). Referem como exemplo as consultas *on-line* sobre assuntos políticos, que podem envolver milhares de participantes e gerar um número elevado de contribuições individuais. Argumentam que a análise, avaliação e resposta a uma grande quantidade de informação não podem ser feitas sem uma quantidade adequada de recursos.

- Aumento da burocracia na tomada de decisão política. Alguns políticos receiam que os exercícios de deliberação política sejam um meio de marginalizar o seu papel de intérpretes da vontade pública. Todavia, Coleman e Gotze defendem que os representantes eleitos não devem encarar o envolvimento público como um desafio à sua legitimidade, mas usar esse envolvimento como uma forma de reforçar a qualidade do seu mandato representativo e de desenvolver opções políticas mais informadas e apoiadas publicamente, como contrapesos aos monopólios executivos. Em suma, segundo os autores, os exercícios de envolvimento público, além de deverem ser praticados pelos governos, podem tornar-se em ferramentas fundamentais para as assembleias legislativas, no seu papel de responsabilizar os governos, examinando as políticas de forma mais eficiente, e servir de canais democráticos para informar o público. Alegam que o envolvimento com o público, através da tecnologia, é indiscutivelmente uma grande oportunidade para os representantes eleitos melhorarem a sua legitimidade como mediadores políticos da voz pública.
- Exclusão digital. Em muitos países apenas uma minoria da população tem acesso em casa à Internet. Mesmo em países onde a maioria dos cidadãos estão ligados à rede, a consequência para aqueles sem acesso é agravar o seu afastamento de comunicar com, e influenciar, os membros que estão no poder. Em (Hacker et al., 2009) utiliza-se o conceito de sociedade em rede proposto por Manuel Castells (Castells, 2007a) para contextualizar as desigualdades na participação política.

Alguns políticos temem que a deliberação política *on-line* apenas sirva para amplificar as vozes, através dos canais digitais, dos indivíduos que têm acesso, em detrimento dos que não têm. Em (Lourenço et al., 2008) advoga-se que, independentemente dos matizes existentes na evolução e na utilização da tecnologia, tal como o analfabetismo e a iliteracia são constrangimentos no desenvolvimento da democracia, também a info-exclusão e a info-iliteracia constituem desafios para o desenvolvimento da democracia eletrónica. Porém, para Coleman e Gotze a solução para o problema da exclusão digital não está em abandonar a Internet como uma ferramenta para consulta e participação democrática, mas na criação de novas oportunidades para ligar os cidadãos sem acesso doméstico à Internet. Segundo os autores, essas oportunidades podem ser proporcionadas por quiosques públicos, cibercafés e centros comunitários, bem como através de outras plataformas digitais. Num relatório da UMIC sobre a Sociedade da Informação e do Conhecimento, os Espaços Internet são considerados um poderoso instrumento de inclusão e penetração das Tecnologias de Informação e Comunicação, e são definidos como locais de acesso público gratuito onde se disponibiliza regularmente a utilização de computadores e da Internet, com apoio dado por pessoal próprio (monitores), para facilitar o uso destas tecnologias pelas pessoas. Muitos destes espaços satisfazem condições de acessibilidade para cidadãos com necessidades especiais (UMIC, 2011). Ainda segundo o relatório da UMIC, em Junho de 2011 integravam a Rede de Espaços de Internet¹¹ 1170 pontos em efetivo funcionamento em vários locais do país, e tinham sido executados 33 projetos de Cidades e Regiões Digitais, no âmbito do Programa Operacional Sociedade da Informação/Sociedade do Conhecimento (POSI/POSC), que abrangeram 287 dos 308 Municípios do país. No relatório advoga-se que os projetos de Cidades e Regiões Digitais foram uma componente fundamental da mobilização da sociedade para a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação, ao diversificarem atores e envolverem pessoas e entidades dos vários pontos do país em ações concretas e dirigidas para a realidade local. Uma outra ação no âmbito da inclusão foi a concretização da Rede Solidária¹², através da qual é disponibilizado gratuitamente acesso à Internet e alojamento de sítios na Internet a várias Organizações Não Governamentais de e para pessoas com

¹¹ <http://www.rededespacosinternet.pt/>. Acedido em 15 de Novembro de 2012.

¹² <http://www.redesolidaria.org.pt/>. Acedido em 15 de Novembro de 2012.

deficiência, idosas ou em risco de exclusão. Por outro lado, Macintosh, Coleman e Schneeberger referem que há também a necessidade de reconhecer, compreender e explorar o papel dos órgãos de comunicação social, do serviço público de radiodifusão e de outros intermediários para envolver na participação os segmentos excluídos da sociedade (Macintosh, Coleman & Schneeberger, 2009). Alegam ainda que é fundamental desenvolver ações de fomento de competências em literacia digital e de educação cívica (para promover a cidadania ativa), de modo a fornecer aos cidadãos as aptidões necessárias para participar em iniciativas de *e-participação*.

1.6 Resumo do capítulo

Neste capítulo começou-se por apresentar algumas interpretações para o conceito de democracia, essencialmente numa perspetiva de participação, deliberação e representatividade. Abordou-se a necessidade de criar novas formas de fomentar a participação dos cidadãos na vida pública, como tentativa de reforçar a democracia representativa, que para alguns autores aparenta estar em crise no mundo ocidental. Apresentaram-se e descreveram-se sumariamente os principais níveis e métodos de participação pública enunciados na literatura. Fez-se um breve resumo do sistema político vigente em Portugal. Seguidamente, abordou-se o conceito da democracia eletrónica (*e-democracia*) no contexto da sociedade da informação e do conhecimento, reconhecendo que há desafios a vencer, oportunidades a explorar e benefícios a colher. Nesse sentido, apresentaram-se algumas potencialidades da tecnologia para impulsionar a revitalização das democracias contemporâneas, assim como alguns desafios que podem surgir com a adoção da tecnologia nos processos democráticos de participação. Abordaram-se ainda possíveis soluções para tentar erradicar ou minorar as ameaças que a participação eletrónica pode, na perspetiva de alguns autores, representar para a elaboração eficiente de políticas e para a boa governação.

CAPÍTULO II – PARTICIPAÇÃO ELETRÔNICA

2.1 Introdução

O “Cíbermundo” está a crescer em número e em influência (UNDESA, 2008). Neste capítulo discute-se o conceito de *e-participação*. Apresentam-se as principais iniciativas legislativas europeias da última década no domínio da *e-participação*. Seguidamente faz-se uma caracterização da área da participação eletrónica. Designadamente descrevem-se os níveis de *e-participação*, os intervenientes em iniciativas de *e-participação*, as áreas, ferramentas e tecnologias de *e-participação* mais referidas na literatura. Apresentam-se alguns modelos de caracterização, implementação e avaliação de iniciativas de *e-participação*. Finalmente, aborda-se a *e-participação* no contexto do *e-government* e do *local e-government*. São ainda apresentados estudos sobre a presença, na Internet, das câmaras municipais portuguesas em 2009 e sobre a caracterização da oferta de *e-participação* ao nível local em Portugal.

2.2 Conceito de *e-participação*

A investigação no campo da participação eletrónica (*e-participação*) é descrita na literatura como altamente fragmentada, não sistemática e imatura a nível metodológico e teórico (Macintosh, Coleman & Schneeberger, 2009; Gronlund, 2009; Susha & Gronlund, 2012).

A participação eletrónica desempenha um papel importante para dirimir conflitos contemporâneos entre a democracia representativa e as aspirações de participação dos cidadãos. É um domínio de investigação multidisciplinar, isto é, embora seja distinto, compreende várias disciplinas académicas, e existe num ambiente social e político complexo (Macintosh, Coleman & Schneeberger, 2009). Macintosh e os seus colegas argumentam que o termo “*e-participação*” é híbrido. Refere-se à teoria da democracia (que está relacionada com os argumentos normativos para a participação política), à ciência política (que estuda a participação empiricamente), à teoria da comunicação (que se relaciona com os canais e com os padrões de mediação), à tecnologia (que está relacionada com o desenho e desenvolvimento de ferramentas digitais), e à ciência da informação (que explora o modo como os dados e o conhecimento são socialmente

produzidos e distribuídos). Para os autores, uma consequência da natureza interdisciplinar do domínio de investigação é a atual pluralidade de definições de *e-participação*.

Note-se, que, em 2004, Macintosh considera a *e-participação* como uma subárea do campo da democracia eletrônica (*e-democracia*). Concretamente, a autora refere que a democracia eletrônica consiste em duas subáreas: *e-votação* (*e-voting*) e *e-participação* (*e-participation*). Segundo a autora, a *e-participação* define um conjunto de processos participativos baseados em tecnologia, tanto deliberativos como orientados à tomada de decisão, e que podem acontecer na arena política ou noutra área. A *e-votação*, em contrapartida, focaliza-se num determinado processo participativo comum a todas as democracias representativas e, em particular, no modo como a tecnologia pode ajudar nesse processo (Macintosh, 2004). Resumindo, a *e-democracia* está relacionada com o reforço dos mecanismos da tomada de decisão democrática representativa através da tecnologia. A *e-participação* e a *e-votação* focalizam-se sobretudo nos meios para fazê-lo, quer diretamente, através da votação assistida pela tecnologia, quer, no caso da participação eletrônica, através do apoio à participação dos cidadãos nas deliberações e nos processos decisórios.

Todavia, curiosamente, apesar de a *e-participação* ser frequentemente considerada como um subcampo da *e-democracia*, para Gronlund e Susha, a relação entre os dois campos não está ainda completamente clarificada (Gronlund, 2009; Susha & Gronlund, 2012). Reconhecem, no entanto, que, embora os âmbitos dos dois campos (*e-participação* e *e-democracia*) sejam distintos, se sobrepõem num ponto, onde os cidadãos participam numa atividade política, utilizando meios eletrônicos, no âmbito de um modelo de democracia participativa.

Por outro lado, na revisão da literatura sobre o campo da participação eletrônica, Susha e Gronlund referem que grande parte das teorias utilizadas nos artigos revistos é proveniente dos campos da teoria da comunicação (Dahlberg, 2007; Sustain, 2008; Castells, 2009; Hacker et al., 2009), das ciências sociais e políticas (Rethemeyer, 2007). Referem ainda que as teorias da participação eletrônica estão fortemente ligadas às teorias da democracia e da participação. Consideram que Habermas é a principal

referência no que diz respeito à teoria da democracia (Habermas, 1989), e que Arnstein é a raiz histórica dos modelos de participação pública (Arnstein, 1969).

Susha e Gronlund consideram ainda que a área da *e-participação* está também intimamente ligada à área de investigação em *e-government* (Susha & Gronlund, 2012). Referem, como exemplo, o índice de participação eletrónica da Organização das Nações Unidas (ONU), que na sua medição utiliza os modelos de participação eletrónica, e relaciona esta área de investigação com o uso de redes sociais, grupos de notícias (*newsgroups*), blogues, inquéritos, fóruns e com outras ferramentas interativas para facilitar o envolvimento dos cidadãos (UNDESA, 2012).

Em (Saebo, Rose & Flak, 2008) também se reconhece que o uso de teorias no campo da *e-participação* é eclético. Por outro lado, tal como em (Medaglia, 2012), considera-se que a investigação sobre *e-participação* assume uma independência cada vez maior. Medaglia, na sua revisão longitudinal da literatura relacionada com o campo da *e-participação*, conclui que, em geral, o campo mostra dinamismo (Medaglia, 2011).

Sanford e Rose argumentam que a *e-participação* está teoricamente focada em modelos de democracia oriundos do domínio da ciência política e da filosofia. Após uma revisão de literatura, constataram que a investigação sobre *e-participação* tem sido em grande parte concentrada em torno de questões como a deliberação e a inclusão e que se relaciona quase exclusivamente com a participação no processo político (Sanford & Rose, 2007). Todavia, Susha e Gronlund consideram que o seu alcance é muito mais amplo e abrange a participação dos cidadãos em praticamente qualquer serviço público, e não necessariamente no campo da política ou da governação. Referem que, na área da saúde há um conceito de participação de pacientes, mediada pela tecnologia, que diz respeito à interação médico-paciente, e que não tem nada a ver com a democracia como um sistema de tomada de decisão política (Susha & Gronlund, 2012).

Para Saebo e os seus colegas o conceito de participação eletrónica está intrinsecamente associado, por um lado ao conceito de participação pública, anteriormente abordado como sinónimo de envolvimento e de empoderamento dos cidadãos no processo democrático, e, por outro lado, à utilização das Tecnologias de Informação e

Comunicação, especialmente a Internet, com a pressuposição de que a tecnologia tem a capacidade de mudar ou fomentar o envolvimento dos cidadãos na deliberação ou nos processos decisórios (Saebo, Rose & Flak, 2008).

Assim, a participação eletrónica (*e-participação*) envolve a extensão e a transformação da participação da sociedade no processo democrático, mediada por Tecnologias de Informação e Comunicação (European Commission, 2009). Tem como objetivo apoiar a cidadania ativa através da tecnologia e aumentar o acesso à participação, a fim de promover uma sociedade e um governo justo e eficiente (Saebo, Rose & Flak, 2008).

No entanto, as iniciativas de envolvimento através da tecnologia não funcionam, se forem concebidas apenas como métodos de recrutamento do público para “legitimar” uma agenda construída unicamente por políticos (Macintosh, Coleman & Lalljee, 2005). Os autores referem que a democracia não é um presente oferecido pelos governos aos cidadãos e defendem que a energia e o impulso devem vir de baixo. De acordo com (Medaglia, 2012), o princípio da *e-participação* é colaborativo e deve basear-se no envolvimento verdadeiro entre políticos e cidadãos.

Macintosh, Coleman e Schneeberger argumentam que a *e-participação* pode contribuir para uma mudança na distribuição do poder com consequências para os cidadãos e para os políticos, quer sejam representantes eleitos quer executivos do governo. Por um lado, a *e-participação* permite ampliar as formas de participação dos cidadãos, além da ação de votar, para condutas de maior responsabilidade sobre questões políticas específicas, que têm consequências nos resultados políticos. Por outro lado, os políticos vão experimentar novas formas de prestação de contas ao eleitorado, o que os obriga a considerar a contribuição dos cidadãos em intervalos mais regulares do que apenas em épocas eleitorais (Macintosh, Coleman & Schneeberger, 2009). Alegam, no entanto, que nesse contexto, é conveniente encontrar um equilíbrio entre a resolução de problemas e a partilha de poder que beneficie ambos os lados, investigar o fosso de participação entre espaços *on-line* não-governamentais e os sítios Web do governo, e explorar como os domínios da *e-participação* e da participação *offline* (tradicional) podem beneficiar reciprocamente. O intuito é melhorar as decisões políticas e a confiança institucional, pois este processo incentiva compromissos futuros.

Uma definição “exígua” de *e-participação*, que, segundo (Susha & Gronlund, 2012), se encontra comumente na literatura, assume que a participação eletrônica é um instrumento para ajudar a passar de um sistema de democracia representativa para uma mais participativa e direta, a fim de permitir aos cidadãos participar plenamente nos processos de tomada de decisão para chegar a soluções razoáveis e responsáveis. Em (Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007) define-se *e-participação* de forma simples, como sendo a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação para envolver mais ativamente os cidadãos no processo democrático.

Nesta tese, aborda-se a participação pública eletrônica, fundamentalmente no contexto de campanhas eleitorais, apesar de se reconhecer a sua aplicabilidade a várias circunstâncias de natureza política ou outra. Acredita-se que, se for baseada no envolvimento autêntico, pode facilitar e promover, através da mediação digital, a comunicação multidirecional (vertical, horizontal, síncrona e assíncrona) entre os vários intervenientes de uma campanha eleitoral, especialmente entre cidadãos e candidatos. Espera-se, deste modo, contribuir, por um lado, para a aproximação e criação de laços de confiança mútua entre os vários atores, através do diálogo, e, por outro lado, para reverter o atual afastamento dos cidadãos dos debates eleitorais. Nesta abordagem inicial não se abrange, contudo, a tomada de decisão e o ciclo de vida político (definição de agenda, análise, formulação, implementação, acompanhamento e monitorização de políticas). Considera-se que a *e-participação* não é uma alternativa à participação face-a-face, mas um complemento que potencia a inovação.

2.3 Iniciativas legislativas europeias

Smith e Dalakiouridou fazem uma revisão das iniciativas legislativas e políticas relevantes para a participação pública europeia levadas a cabo na primeira década do século XXI (Smith & Dalakiouridou, 2009). Sucintamente, os autores referem que, entre 2000 e 2002, os documentos aprovados pela Comissão Europeia diziam essencialmente respeito à transparência e à prestação de contas, enquanto a partir de 2002 foi dada mais preponderância às consultas aos cidadãos. Desde 2005, os documentos políticos enfatizam meios menos formais de interação com a sociedade civil. Concretamente, no ano de 2005, verificou-se uma mudança significativa nas

políticas de comunicação da Comissão Europeia com o Plano de Ação para melhorar a Comunicação (European Commission, 2005).

A adoção do Plano D (Democracia, Diálogo e Debate)¹³, cujo lema era “ouvir melhor”, previa a utilização de várias ferramentas para ouvir os cidadãos, estimular o debate e gerar diálogo sobre assuntos europeus. Em 2006, uma das cinco prioridades estabelecidas pela União Europeia no plano de ação para o governo eletrónico i2010¹⁴ (European Commission, 2006), determina o fortalecimento da participação através da utilização de ferramentas eficientes que fomentem o debate público. Em 2007, a Comissão adotou uma nova estratégia para a Internet, com o intuito de apoiar a criação de uma esfera pública europeia e de centralizar a abordagem de comunicação.

Ainda segundo Smith e Dalakiouridou, a Comissão reforça a sua abordagem de *e-participação*, através do documento “Comunicar sobre a Europa através da Internet - envolver os cidadãos” (European Commission, 2007), uma vez que usa o potencial das Tecnologias de Informação e Comunicação para legitimar as instituições e preencher a lacuna comunicacional entre as instituições e os cidadãos. A atualização do portal EUROPA (http://europa.eu/index_pt.htm), como um ponto central de disseminação de informações e de criação de conteúdos, foi um exemplo de operacionalização da nova estratégia para a Internet.

Uma das prioridades de desenvolvimento do *e-government* no espaço europeu, definidas no Plano de Ação da Comissão Europeia 2011-2015, é fomentar o empoderamento (*empowerment*) dos cidadãos e das empresas, proporcionar maior acesso a informações do serviço público e maior transparência dos governos, bem como incentivar a participação pública nos processos de tomada de decisão política (UNDESA, 2012). Parece, assim, evidente que a *e-participação* está a tornar-se uma prioridade política na Europa.

¹³ Nota informativa do Vice Presidente Wallstrom à Comissão, *Plan D – Wider and deeper Debate on Europe* (Bruxelas, 24 de Novembro de 2006).

¹⁴ *i2010 e-Government Action Plan: Accelerating e-Government in Europe for the Benefit of all.*

O Plano de Ação faz parte da Agenda Digital 2020¹⁵ e tem como visão ambiciosa, até 2015, que as administrações públicas europeias “*sejam reconhecidas por serem abertas, flexíveis e colaborativas nas suas relações com os cidadãos e empresas. Utilizem o e-government para aumentar a sua eficiência e eficácia e para melhorar constantemente os serviços públicos de uma forma que reconheça e considere as diferentes necessidades dos utilizadores e que maximize o valor público, apoiando, assim, a transição da Europa para uma economia líder baseada no conhecimento*” (European Commission, 2010).

2.4 Caracterização do campo da *e-participação*

Nesta secção, descrevem-se os níveis de *e-participação*, os intervenientes em iniciativas de *e-participação*, as áreas, ferramentas e tecnologias de *e-participação* mais referidas na literatura, e apresentam-se alguns modelos de caracterização, implementação e avaliação de iniciativas de *e-participação*.

2.4.1 Níveis de *e-participação*

O envolvimento dos cidadãos, através da tecnologia, pode ser aferido pelo grau de participação, podendo variar entre a posição de mero recetor de informação até à de participante ativo na tomada de decisão final. Na literatura, encontram-se algumas propostas de divisão em níveis da participação eletrónica.

Por exemplo, Macintosh apresenta uma *framework*, baseada no trabalho desenvolvido no seio da *Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico* (OECD, 2003), para caracterizar iniciativas de *e-democracia* (Macintosh, 2004). A *framework* distingue três níveis de *e-participação*. O primeiro nível, *e-enabling*, tem como objetivo apoiar aqueles que não utilizam regularmente a Internet e, conseqüentemente, não aproveitam a grande quantidade de informação disponível. Com este nível pretende-se

¹⁵A Agenda Digital apresentada pela Comissão Europeia constitui um dos sete pilares da Estratégia “Europa 2020”, que estabelece objetivos para o crescimento da União Europeia (UE) até 2020. Esta Agenda Digital propõe explorar melhor o potencial das tecnologias de informação e comunicação para promover a inovação, o crescimento económico e o progresso. Consultar: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>

essencialmente atingir grandes audiências, através da utilização da tecnologia. Aspectos como acessibilidade e relevância e clareza na exposição dos conteúdos são de extrema importância. O segundo nível, *e-engaging*, refere-se ao envolvimento do maior número possível de cidadãos, através de consultas eletrônicas onde as pessoas possam contribuir e debater deliberativamente sobre assuntos políticos. No entanto, a consulta aos cidadãos é feita pelos governantes, isto é, de cima para baixo. O terceiro nível, *e-empowering*, consiste em apoiar a participação ativa dos cidadãos e facilitar a proposição de ideias para influenciar a agenda política.

Portanto, sucintamente, os dois primeiros níveis de *e-participação* são caracterizados em termos de acesso dos cidadãos à informação e da sua reação a iniciativas lideradas pelos órgãos governamentais. No terceiro nível, *e-empowering*, os cidadãos emergem como produtores, e não apenas como consumidores de política, isto é, reconhece-se que há a necessidade de permitir aos cidadãos influenciar e participar ativamente na formulação de políticas. Por outras palavras, estes três níveis evoluem consoante a atividade ou intensidade da participação dos indivíduos e configura a possibilidade de os mesmos poderem dar um *input* no sistema político, participando, concomitantemente, na construção do *output* final (Sebastião, Pacheco e Santos, 2012).

O Departamento de Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas propôs um índice de *e-participação*, também com base em três categorias: *e-information*, *e-consultation* e *e-decision-making* (UNDESA, 2008). Sucintamente, a categoria *e-information* representa um relacionamento de sentido único, onde os cidadãos acedem passivamente à informação disponibilizada *on-line* pelos governantes. As categorias *e-consultation* e *e-decision-making* representam um relacionamento bidirecional. No nível *e-consultation*, os governantes realizam consultas *on-line* e gerem todo o processo. Os cidadãos são encorajados a contribuir com as suas opiniões. A categoria *e-decision-making* visa o empoderamento dos cidadãos, que participam ativamente e de forma independente no processo de formulação de políticas, com base em parcerias estabelecidas com os governantes. Quando se abordar a *e-participação* no contexto do *e-government*, analisar-se-ão mais aprofundadamente estas três categorias.

A proposta das Nações Unidas é muito semelhante à de Macintosh. Recorrendo a uma representação visual, Islam apresenta uma relação entre as duas propostas, conforme ilustrado na Figura 6.

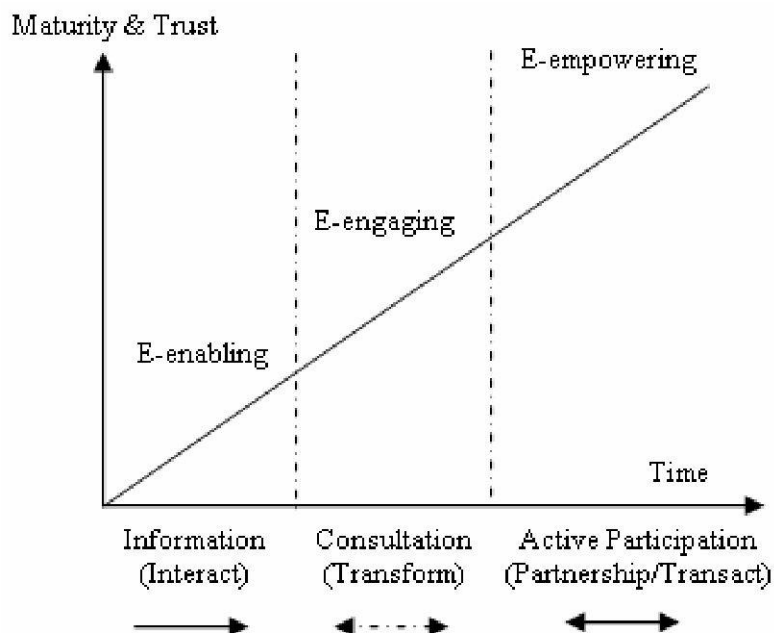


Figura 6 – Níveis de *e-participação*. Fonte: (Islam, 2008) adaptado de (Macintosh, 2004)

Através da observação da Figura 6, verifica-se que o terceiro e último nível, apesar de requerer maior perda de tempo, proporciona também um maior nível de confiança entre cidadãos e governantes e está associado a um nível de maturidade mais elevado.

Tambouris, Liotas e Tarabanis, no contexto da construção de um instrumento de avaliação de projetos e ferramentas de participação eletrónica, adaptaram os cinco níveis propostos pela Associação Internacional para a Participação Pública (Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007):

- Informação via eletrónica (*e-Informing*) – é essencialmente um canal unidirecional para disponibilizar aos cidadãos informações importantes sobre as políticas de cidadania;
- Consulta via eletrónica (*e-Consulting*) – é um canal, relativamente limitado, de duas vias, que tem o objetivo de recolher *feedback* e alternativas do público;

- Envolvimento via eletrónica (*e-Involving*) – envolve o trabalho em linha com o público, ao longo de um processo, para garantir que as necessidades e preocupações da comunidade são compreendidas e levadas em consideração pelos governantes;
- Colaboração via eletrónica (*e-Collaborating*) – é um canal fortalecido de duas vias entre cidadãos e governantes, uma vez que é essencial estabelecer parcerias com os cidadãos em cada aspeto da tomada de decisão. Pretende-se que os cidadãos participem ativamente no desenvolvimento de alternativas e na identificação das soluções preferidas;
- Empoderamento via eletrónica (*e-Empowerment*) – envolve a colocação da decisão final nas mãos do público, isto é, visa implementar o que os cidadãos decidem.

Tambouris, Liotas e Tarabanis acreditam que com estes cinco níveis se forma um espectro de *e-participação* coerente e bem definido sobre o nível de envolvimento dos cidadãos.

2.4.2 Intervenientes em iniciativas de *e-participação*

Macintosh e Whyte argumentam que os intervenientes e os papéis que eles têm nas iniciativas de *e-participação* estão interligados. Durante a avaliação de projetos de *e-participação* de âmbito local, identificaram uma série de atores, tais como cidadãos, vereadores, moderadores e tecnólogos (Macintosh e Whyte, 2006).

No projeto DEMO-net foram identificados os seguintes intervenientes em iniciativas de *e-participação* (DEMO-net, 2006a):

- Representantes eleitos;
- Governo/executivo;
- Partidos políticos;
- Organizações não-governamentais (ONGs);
- Grupos de cidadãos;
- Instituições académicas e de investigação;
- Indústria;
- Meios de comunicação social.

Kalampokis, Tambouris e Tarabanis, no âmbito da conceção de um modelo de domínio para a área da *e-participação*, propõem os seguintes quatro tipos de papéis que podem ser desempenhados durante iniciativas de *e-participação* (Kalampokis, E., Tambouris, E., & Tarabanis, 2008):

- Fornecedor de conteúdos. É um ator que submete conteúdos num evento de participação. Este papel não é atribuído apenas aos cidadãos ou grupos de cidadãos. Num debate, por exemplo, os representantes eleitos também estão envolvidos como fornecedores de conteúdos;
- Decisor. É um interveniente que é responsável por incorporar os resultados do processo de participação na política;
- Moderador/Facilitador. Este papel pode ser dado ao ator que é responsável por moderar ou administrar uma ferramenta de *e-participação*. Esta função pode ser desempenhada não só por funcionários públicos e oficiais, como também por empresas privadas;
- Proprietário/Iniciador. É o ator que inicia e que é responsável pelo processo de participação. Normalmente, o iniciador é um funcionário governamental ou um representante eleito. Contudo, também é possível um grupo de cidadãos iniciar uma iniciativa de *e-participação*. Às vezes, os papéis de proprietário e de iniciador são separados.

Tambouris, Liotas e Tarabanis, no contexto de construção de um instrumento de avaliação de ferramentas de *e-participação*, distinguem entre atores que beneficiam da utilização das ferramentas e atores que são responsáveis pela sua moderação e administração (Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007). Assim, para o primeiro tipo de atores, identificam os:

- Administradores especialistas: refere-se a especialistas técnicos selecionados pelos políticos;
- Representantes eleitos: esta categoria de utilizadores refere-se aos eleitos para representar os interesses dos cidadãos;
- Atores profissionais: estes participantes são representantes (pagos) de grupos de interesse organizados e de autoridades públicas;

- Atores leigos: esta categoria refere-se aos cidadãos não pagos que têm um profundo interesse numa questão pública e estão dispostos a representar aqueles que têm interesses ou perspectivas semelhantes, mas optam por não participar;
- Recrutados selecionados aleatoriamente: este grupo aborda o problema da representatividade da população em geral;
- Recrutados especificamente selecionados: este grupo é usado em exercícios para aumentar a participação, especialmente entre os subgrupos que são menos propensos a participar;
- Participantes: isto significa que o exercício de participação é aberto a todos aqueles que desejam participar. Embora este seja o caso mais frequente, não representa habitualmente o público em geral, pois as pessoas mais ricas e com mais habilitações tendem a participar mais.

Por outro lado, as categorias de moderadores e administradores consideradas pelo instrumento de avaliação incluem: Administradores especialistas; representantes eleitos; empresas privadas; e organizações e movimentos da sociedade civil.

2.4.3 Áreas de *e-participação*

As áreas de participação eletrónica definem o contexto do processo de participação e são apoiadas pelas ferramentas tecnológicas (Tambouris, Kalampokis & Tarabanis, 2008). Alguns autores usam a designação atividades de *e-participação* (Saebo, Rose & Flak, 2008; Medaglia, 2012), no sentido de representar práticas sociais (por exemplo, votação) associadas a tecnologias (por exemplo, tecnologias de votação eletrónica). Em muitos casos, a prática social é uma forma política estabelecida e reconhecida, como as reuniões políticas, que pode ser modernizada ou facilitada pelo uso de tecnologias, geralmente dependentes de técnicas e infraestruturas conceptuais, tais como a *World Wide Web* (Saebo, Rose & Flak, 2008).

Saebo, Rose e Flak, na sequência de uma revisão da literatura, identificaram como atividades de *e-participação* significativas, a votação eletrónica (*e-votação*), o discurso político em linha, a tomada de decisão *on-line*, o ativismo eletrónico (*e-ativismo*), as

consultas eletrônicas (*e-consulta*), as campanhas eleitorais *on-line* (*e-campanha*) e as petições eletrônicas (*e-petição*).

Por outro lado, no âmbito da construção de um modelo de avaliação de projetos e de ferramentas de participação eletrônica, em (Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007) apresenta-se uma lista de áreas de participação (onde os cidadãos podem interagir com os seus representantes ou entre eles), com base na proposta de (DEMO-net Consortium, 2006b), das quais se destacam:

- Construção de comunidade – envolve o apoio a indivíduos, a fim de se reunirem e formarem comunidades, bem como o empoderamento dessas comunidades;
- Ambientes Colaborativos – tem a ver com o apoio à equipa de trabalho colaborativo, a fim de produzir agendas políticas comuns;
- Educação para a Cidadania – abrange o estímulo aos cidadãos, especialmente aos jovens, para participar na tomada de decisões e com a disponibilização de informação e material necessário para uma participação competente;
- Política Cultural – esta área é mais um campo de investigação que tem em conta uma conceção mais ampla de “política”, considerando a vida cultural em geral;
- Discurso – abrange a comunicação e o diálogo entre os cidadãos (C2C, *Citizen-to-Citizen*) e entre os representantes eleitos e os cidadãos (G2C, *Government-to-Citizen*);
- Deliberação – aborda a participação numa troca pública de opiniões e na formação de soluções, a partir dessa troca, a fim de alcançar um consenso sobre as políticas a desenvolver;
- Consulta – abrange o processo de procura de pontos de vista de indivíduos e de comunidades. Geralmente ocorre entre aqueles que propõem um curso de ação e aqueles que possam ser afetados por ele;
- Sondagem – abrange a utilização de pesquisas/inquéritos para medir a opinião pública por meio de amostragem;
- Votação – refere-se ao método de tomada de decisão em que a seleção final resulta da contagem do número de pessoas a favor de cada alternativa;
- Campanha/Ativismo – aborda o jogo de influências, petições, e outras formas de ativismo, a fim de formar uma ação coletiva;

- Campanha eleitoral – estuda as ações dos candidatos e dos partidos políticos no contexto de campanhas eleitorais;
- Inclusão/Exclusão – inclui o ato de envolver todos os cidadãos e dar igualdade de oportunidades a todos os grupos de pessoas, independentemente de sexo, etnia, entre outros;
- Fornecimento de informações – tem a ver com a disponibilização de informação para o público;
- Prestação de Serviços – tem a ver com a prestação de serviços governamentais aos cidadãos;
- Legislação participativa – refere-se à participação dos cidadãos no processo de criação de leis, isto é, durante a fase de formação inicial, o debate do projeto de lei, a execução e durante a monitorização das leis;
- Jornalismo – envolve o ato dos cidadãos (“cidadãos jornalistas”) que estão voluntariamente envolvidos na recolha, análise e divulgação de notícias e informações;
- Mediação – abrange o processo em que existe a intervenção de uma terceira parte para resolver uma disputa ou um conflito;
- Ordenamento do território participativo – envolve o processo de recolha da opinião do público e de atores específicos sobre as questões relacionadas com a gestão da interação homem/espaco natural;
- Processo Político – envolve a participação do público no processo político, ou seja, a definição da agenda, análise, formulação, implementação, acompanhamento e monitorização da política.

Note-se, contudo, que Tambouris, Liotas e Tarabanis referem que a lista não é exhaustiva. Reconhecem, portanto, que existem outras áreas de participação e, também, outras descrições diferentes.

2.4.4 Ferramentas de *e-participação*

Na literatura encontram-se várias descrições sobre ferramentas digitais que são comumente utilizadas em iniciativas de participação pública (Medaglia, 2007;

Sanford, & Rose, 2007; Panopoulou, Tambouris & Tarabanis, 2008; Saebo, Rose & Flak, 2008; Kalampokis, Tambouris, & Tarabanis, 2008).

Em 2005, Macintosh, Coleman e Lalljee elaboraram um relatório de métodos de participação eletrónica para as autoridades públicas britânicas (Macintosh, Coleman & Lalljee, 2005). O documento, dirigido fundamentalmente a conselheiros e dirigentes da administração pública e governação de âmbito local, expõe vários tipos de ferramentas de *e-participação* que podem ser utilizadas em contextos democráticos específicos. Nas secções seguintes destacam-se algumas dessas ferramentas.

Webcasts

Estes instrumentos são úteis para a transmissão de reuniões e debates em direto através da Internet. São semelhantes às transmissões de televisão, mas não exigem o canal de difusão de TV. Em alguns casos há a possibilidade de interação. Por exemplo, os espectadores podem enviar, por *e-mail*, perguntas e comentários. Recentemente, uma iniciativa levada a cabo por uma parceria entre o *Facebook* e a estação de televisão NBC transmitiu ao vivo o debate entre os candidatos presidenciais do Partido Republicano realizado em 8 de Janeiro de 2012. Nesse espaço do *Facebook*, os cidadãos que assistiam ao debate em direto foram convidados a submeter questões. Algumas dessas perguntas foram colocadas pelo moderador aos candidatos. Contudo, normalmente, estes eventos não são interativos. As *Webcasts* podem ser arquivadas para permitir que as pessoas as visionem posteriormente.

Perguntas Mais Frequentes

As perguntas mais frequentes (FAQ - *Frequently asked questions*) permitem apresentar, no formato digital, informações factuais que podem ser agrupadas em perguntas e respostas. São normalmente representadas por uma “árvore” de perguntas e respostas que pode ser pesquisada usando palavras-chave ou inserindo uma pergunta ou uma declaração em “linguagem natural”. A “árvore” pode ser também explorada ou pesquisada para encontrar respostas que estão próximas das perguntas do utilizador.

Blogues

Os blogues são páginas Web, frequentemente atualizadas, que se assemelham a um diário. As entradas estão listadas por ordem cronológica inversa. O *software* necessário para criar um blogue está disponível gratuitamente na Internet e é relativamente fácil de usar, não requerendo, assim, conhecimento especializado. Macintosh e os seus colegas argumentam que os blogues escritos por, e concentrando-se nas experiências de, por exemplo, vereadores, funcionários do governo e grupos comunitários, podem ajudar os cidadãos a avaliar e a refletir sobre diferentes perspetivas. Podem fornecer informações especializadas e pessoais sobre como as vidas dos cidadãos serão afetadas pela aplicação de uma política específica ou pela falta dela.

Porém, os autores (*bloggers*) precisam de atualizar regularmente os seus blogues, às vezes diariamente. Portanto, é necessário um forte compromisso. Caso contrário, os leitores não vão continuar a voltar ao blogue. Normalmente, os frequentadores de um blogue podem adicionar comentários, mas a página está especialmente focada no ponto de vista do autor. De acordo com um relatório das Nações Unidas, tem-se vindo a assistir à criação de um número crescente de blogues onde os cidadãos expressam a sua opinião, criando as suas formas pessoais de *e-participação*. Por outro lado, segundo o relatório, os políticos também estão a criar os seus próprios blogues para chegar ao eleitorado (UNDESA, 2008).

Em (Lourenço, 2009) apresenta-se um estudo onde se procura analisar até que ponto a blogosfera política portuguesa possui as características distintivas de um fórum deliberativo, nomeadamente até que ponto os leitores de blogues procuram e são expostos a ideias de diferentes quadrantes políticos. Para o efeito, foram analisadas as visitas registadas durante 6 dias relativamente a 14 dos blogues políticos portugueses mais visitados¹⁶ e que efetuam a contagem de visitas através do *SiteMeter* (<http://www.sitemeter.com/>). Uma análise preliminar indica, segundo o autor, que a

¹⁶Foram selecionados para o estudo os blogues de cariz político, de acordo com a sua posição no Top 100 do *Blogometro/WebLog* (<http://weblog.com.pt/portal/blogometro/index2.php?pag=100e>), por média diária de visitas. Convém, no entanto, referir que, entretanto, o *blogometro* utilizado pelo autor já foi descontinuado. Porém, está atualmente disponível um ranking de blogues portugueses em <http://blogometro.avenstar.eu/> (acedido em 3 de Outubro de 2012).

blogosfera política portuguesa não constitui ainda um fórum verdadeiramente deliberativo, isto é, a maioria dos leitores de blogues políticos portugueses limita-se a consultar, de cada vez que visita a blogosfera, apenas um blogue ou, quando muito, apenas blogues de uma única área ideológica.

Segundo o autor, este indicador vem ao encontro de alguma investigação internacional (Balkin 2004; Adamic & Glance, 2005; Hargittai, Gallo & Kaine, 2008) sobre o assunto e contribui para confirmar a ideia de que a blogosfera reproduz o comportamento do “mundo real”, onde a tentativa de isolamento face a opiniões contrárias é uma realidade. Lourenço argumenta ainda que os partidos políticos procuram beneficiar do dinamismo da blogosfera, criando nos seus sítios Web blogues “oficiais” ou beneficiando, ainda que indiretamente, de iniciativas “não-oficiais” específicas que resultaram do esforço dos seus membros e apoiantes.

Por outro lado, num relatório da *Hansard Society* analisa-se a utilização de blogues de natureza política e o seu impacto na própria política, e conclui-se que “*do ponto de vista da sensibilização e da participação política no Reino Unido, os blogues são estimulantes*” (Ferguson, & Howell, 2004). Foram ainda identificadas algumas práticas interessantes que o júri acredita poderem vir a ter um impacto significativo no envolvimento e processos políticos do Reino Unido. Em (Bonnie, Schiano, & Gumbrecht, 2004) define-se o termo “*blogging*” como uma atividade social que permite criar comunidades de interesses em torno de temas e perspetivas específicas.

Em Portugal, a Assembleia da República disponibiliza um sistema reservado de blogues em <http://blogs.parlamento.pt>. No entanto, num espaço que pretendia cativar deputados e cidadãos, atualmente podem ser encontradas quatro ligações a blogues. Lamentavelmente, dois não têm qualquer conteúdo, um não é atualizado desde Março de 2012 e o outro desde Fevereiro de 2007. Na realidade, segundo (Sebastião, Pacheco & Santos, 2012), o “Espaço Cidadão” da Assembleia da República¹⁷, apesar de apresentar diferentes ferramentas e visar o fomento do exercício da cidadania e a partilha de conhecimento apelando à participação dos cidadãos, tem tido pouco sucesso na prossecução desses objetivos. Por outro lado, a Assembleia da República

¹⁷ <http://www.parlamento.pt/EspacoCidadao/Paginas/default.aspx>

disponibiliza um espaço reservado a páginas pessoais¹⁸. Contudo, apenas 17 dos 230 deputados usam esse espaço para difusão eletrónica de informação relativa ao exercício do seu mandato.

Salas de chat

As salas de *chat* são espaços virtuais onde ocorre conversação em “tempo real”. Permitem a comunicação em direto entre dois ou mais utilizadores. A partir do momento em que é iniciada a conversa, qualquer utilizador pode digitar conteúdos. O texto submetido aparece no ecrã dos outros utilizadores. A conversação tem normalmente a duração máxima de uma hora.

Macintosh, Coleman e Lalljee consideram que este método é apelativo, porque permite aos utilizadores interagir livremente uns com os outros. Cada participante pode ver as entradas dos outros utilizadores, que, muitas vezes, se sobrepõem. Por outro lado, segundo os autores, os fóruns de discussão oferecem uma abordagem mais estruturada, pois as entradas estão normalmente organizadas por tópicos. Assim, de acordo com Macintosh, Coleman e Lalljee, esta diferença crítica deve ser considerada, caso a conversação necessite de ser detalhadamente analisada.

Apesar de as salas de *chat* serem normalmente baseadas em texto, existe também a opção de utilizar vídeo e áudio. Ainda segundo Macintosh e os seus colegas, num contexto envolvente, as salas de *chat* proporcionam a oportunidade para realizar painéis ao vivo de perguntas e respostas entre peritos, políticos ou funcionários governamentais e os cidadãos. Também são um meio expedito para proporcionar a interação entre os pares (*peer-to-peer*) de comunidades. Como tal, considera-se que são instrumentos que podem, por um lado, ajudar os participantes a apreciar outras perspetivas e, por outro lado, aumentar a transparência da tomada de decisões, uma vez que as perguntas e opiniões são diretamente respondidas e comentadas. Normalmente, este tipo de conversações ocorre num intervalo de tempo preestabelecido e limitado. De certo modo, isto pode ser considerado vantajoso, pois requer pouco dispêndio de tempo. Por outro

¹⁸ http://www.parlamento.pt/DeputadoGP/Paginas/PaginasPessoais_2010.aspx

lado, as pessoas que não estiverem disponíveis durante o período estipulado para a conversação não vão poder participar. As salas de *chat*, por vezes, têm um “moderador” para facilitar a interação entre os participantes e para controlar os comportamentos perturbadores.

Consultas eletrónicas rápidas

Os sistemas de consultas eletrónicas rápidas (*Quick ePools*) normalmente permitem que os participantes selecionem uma opção a partir de uma lista de alternativas, para responder a uma pergunta ou declaração simples. Por exemplo, perguntar aos participantes se “concordam” ou “discordam” de uma declaração ou de uma medida de governação, pedir para indicarem o seu nível de satisfação com um serviço, ou para selecionarem um tema prioritário para debater. Os resultados estatísticos globais são geralmente exibidos após a resposta do participante.

Fóruns de discussão eletrónicos

Os fóruns de discussão eletrónicos são sítios Web onde os utilizadores, geralmente com interesses comuns, podem trocar mensagens abertas. Normalmente é disponibilizada uma lista de tópicos para as pessoas discutirem. Os utilizadores podem escolher um dos temas disponíveis, ver a lista de mensagens e respostas e enviar a sua própria mensagem. Os fóruns de discussão são distintos das salas de *chat*, pois a interação é habitualmente estruturada em torno de tópicos e a discussão estende-se geralmente durante um período de dias ou semanas, em vez de horas.

Macintosh, Coleman e Lalljee consideram que este método é adequado para promover a troca de diferentes pontos de vista sobre um determinado assunto e propõem dois cenários específicos que consideram ser especialmente envolventes para os participantes:

- Fóruns baseados em desafios – são organizados em torno de questões políticas formuladas por políticos, grupos de interesses ou por “especialistas”, e apresentadas como rubrica a discutir. Permitem conhecer a opinião dos participantes ou solicitar

ideias alternativas para um determinado problema. Geralmente estão ausentes deste tipo de eventos as declarações de posição, hiperligações para sítios Web relacionados com o tema em discussão, e outras informações de fundo;

- Fóruns baseados em políticas – são organizados em torno de temas/assuntos que se relacionam diretamente com um projeto de lei/política, e onde os tópicos em discussão são destinados a solicitar respostas de pessoas afetadas. Os participantes podem ocasionalmente ser estimulados a apresentar ideias e sugestões alternativas, mas este formato de fórum visa habitualmente a obtenção de indicações sobre a concordância ou discordância dos participantes com as propostas em discussão, e sobre as respetivas justificações.

De acordo com Macintosh e os seus colegas, os fóruns de discussão têm o potencial para apoiar a interação, a reflexão, a deliberação, o debate e a discussão alargada. Consideram, portanto, que eles são potencialmente úteis para o desenvolvimento de políticas complexas. No entanto, segundo os autores, são necessários alguns requisitos, tais como o dispêndio de tempo em equipa e competências para moderar, apoiar e facilitar as discussões, bem como para analisar as contribuições e produzir relatórios.

Similarmente, Jensen, no seu estudo, concluiu que as contribuições em fóruns de discussão *on-line* são normalmente caracterizadas pela abertura, respeito pelas opiniões de outros, tom respeitoso e argumentação bem organizada (Jensen, 2003). Essas características são normalmente vistas como pré-requisitos para um bom funcionamento da esfera pública, levando o autor a concluir que os fóruns de discussão *on-line* podem ser vistos como espaços virtuais para a extensão da esfera pública.

A Assembleia da República, através do “Espaço Cidadão”, disponibiliza um conjunto de fóruns de discussão¹⁹. Todavia, desde Janeiro até Novembro de 2012 apenas foram lançados três temas para discussão, tendo-se registado somente sete contributos dos cidadãos.

¹⁹ <http://www.parlamento.pt/EspacoCidadao/Paginas/ForunsIndex.aspx>

Painéis eletrônicos

Os painéis eletrônicos (*e-panels*) permitem a um conjunto de indivíduos recrutados, em oposição a um conjunto de pessoas autopropostas, participar, através das Tecnologias de Informação e Comunicação, e dar a sua opinião sobre uma variedade de assuntos, em intervalos específicos ao longo de um período de tempo. Podem ser utilizados questionários *on-line*. Nesses casos, não há interação entre os participantes, e estes não veem as respostas dos outros membros do painel.

No entanto, segundo Macintosh, Coleman e Lalljee, os painéis eletrônicos podem também ser organizados com o intuito de apoiar o envolvimento intenso dos participantes. Para o efeito, os promotores dos eventos fornecem informação de fundo e permitem aos participantes contribuir através da utilização de uma qualquer combinação de ferramentas eletrônicas de participação. Essas ferramentas podem ser usadas para complementar e ampliar as contribuições. Por exemplo, os fóruns de discussão podem ser utilizados para permitir a discussão entre os membros do painel. Os autores argumentam ainda que para recrutar e manter um público representativo disponível para participar ativamente ao longo de um período extenso de tempo, pode requerer a oferta de incentivos aos participantes. Sugerem a oferta de livros ou de “talões de oferta” para adquirir livros.

Petições eletrônicas

Os sistemas de petições eletrônicas são baseados na Web, hospedam petições criadas por pessoas ou por coletividades e permitem aos participantes tornarem-se signatários, bastando, para o efeito, indicar o seu nome e o endereço de *e-mail*. Para a apresentação da petição a um Órgão de Soberania Nacional os signatários devem indicar o nome completo e o número do bilhete de identidade ou, não sendo portadores deste, qualquer outro documento de identificação válido. O formato das petições e a maneira como elas são submetidas e, posteriormente, processadas pelos Órgãos de Soberania, pode variar, de acordo com o país.

Em Portugal, o direito de petição pode ser exercido junto de qualquer órgão de soberania (à exceção dos tribunais) ou de quaisquer autoridades públicas, sobre qualquer matéria, desde que a pretensão não seja ilegal e não se refira a decisões dos tribunais. É um direito universal e gratuito, previsto na Constituição (artigo n.º 52) e na Lei n.º 43/90, de 10 de agosto, alterada pela Lei n.º 6/93, de 1 de março, pela Lei n.º 15/2003, de 4 de junho e pela Lei n.º 45/07, de 24 de agosto²⁰.

Assim sendo, a petição está prevista no enquadramento legal como uma forma de participação política, permitindo pôr em prática a ação política dos cidadãos. É um meio convencional através do qual os cidadãos podem, em certo grau, determinar ou influenciar as decisões políticas e é, em última análise, um instrumento de contacto entre governados e governantes (Martins, 2004).

Em Portugal, qualquer petição submetida e dirigida ao Presidente da Assembleia da República, que seja subscrita por um mínimo de 1.000 cidadãos é, obrigatoriamente, publicada no Diário da Assembleia e, se for subscrita por mais de 4000 cidadãos, é apreciada em Plenário da Assembleia. Da apreciação das petições pela Assembleia da República podem resultar diversas consequências, de que se destacam: a comunicação ao Ministro competente, para eventual medida legislativa ou administrativa; a remessa ao Procurador-Geral da República, à Polícia Judiciária ou ao Provedor de Justiça; a iniciativa de um inquérito parlamentar; a apresentação, por qualquer Deputado ou Grupo Parlamentar, de um projeto de lei sobre a matéria em causa. Em Portugal, os cidadãos podem criar e tornar-se signatários de petições públicas, a partir de um sítio Web independente²¹ e, desde 2005, no sítio Web da Assembleia da República²².

Sebastião, Pacheco e Santos, após um levantamento das petições efetuadas na X Legislatura em Portugal (2005-2009), concluíram que, em termos absolutos, existe

²⁰Lei:

http://www.parlamento.pt/Legislacao/Documents/Legislacao_Anotada/ExercicioDireitoPeticao_Simples.pdf. Regime Jurídico de exercício do direito de petição:

http://www.parlamento.pt/DossiersTematicos/Documents/Reforma_Parlamento/Quadro_Comparativo_Peticoes.pdf.

Acedido em 3 de Novembro de 2012

²¹ <http://www.peticaopublica.com/>

²² <http://www.parlamento.pt/ActividadeParlamentar/Paginas/Peticoes.aspx>

preferência pela petição *on-line*. Contudo, essa preferência não segue uma evolução linear. A intensidade das petições *on-line* no sistema político, medida pelo número de assinaturas, é baixa – somente 8,9% das petições *on-line* resultaram na publicação em Diário da República (pelo menos 1000 assinaturas). Por outro lado, apenas 6,8% resultou na discussão em Plenário da Assembleia (pelo menos 4000 assinaturas). Argumentam que, apesar de disponível e acessível a todos os indivíduos, se verifica que a petição *offline* é o tipo preferido para a aglomeração de assinaturas, daí decorrendo o seu maior impacto no sistema político, e que a petição *on-line* facilita a manifestação dos sentimentos dos indivíduos em relação ao sistema político, é mais espontânea e usada para a expressão de interesses particulares (Sebastião, Pacheco & Santos, 2012).

Uma petição amplamente divulgada na imprensa portuguesa foi criada em Maio de 2010, e relaciona-se com a redução do número de deputados na Assembleia da República de 230 para 180. Em 15 de Novembro de 2012, esta Petição já foi subscrita por mais de 80000 cidadãos²³. Segundo um dos promotores²⁴, um professor universitário do Porto, tratou-se de uma iniciativa espontânea, totalmente independente de qualquer linha partidária, que se prendeu basicamente com “*um sentir, cada vez mais intenso, de desconforto face à forma como os deputados e os partidos se comportam, tanto na Assembleia da República como fora dela*”, e com o facto de cada vez mais os partidos “se limitarem a defender os interesses partidários, lamentavelmente sempre mais próximos da conquista do poder do que do exercício democrático”.

No entanto, a petição nunca chegou a ser entregue na Assembleia da República. Numa entrevista concedida em 26 de Setembro de 2012 ao Semanário SOL²⁵, um dos promotores refere que “*a petição será entregue na Assembleia da República em tempo oportuno. Não estamos vinculados a nenhuma agenda ou ideologia. Simplesmente entendemos que ainda não chegou o momento. Queremos que o debate em torno desta petição tenha o devido destaque, coisa difícil no contexto atual*”.

²³ <http://www.peticaopublica.com/PeticaoVer.aspx?pi=230180>

²⁴ <http://www.tvi24.iol.pt/sociedade/tvi24-peticao-reducao--deputados-parlamento-assembleia-republica/1164166-4071.html>. Acedido em 3 de Novembro de 2012.

²⁵ http://sol.sapo.pt/inicio/Politica/Interior.aspx?content_id=59869. Acedido em 3 de Novembro de 2012.

Macintosh, Coleman e Lalljee argumentam que a qualidade das petições eletrônicas e a transparência do processo podem ser melhoradas com a adição de alguns recursos. Por exemplo, a qualidade das petições pode ser reforçada com um mecanismo que permita disponibilizar informação sobre a fundamentação para a submissão da petição. Por outro lado, a incorporação de um fórum de discussão permite que os utilizadores expressem a sua opinião e as suas preocupações sobre a petição. Em (Adams, Macintosh, & Johnston, 2005; Macintosh et al., 2008), descreve-se como tem sido utilizado um sistema de petições eletrônicas para apoiar os quatro princípios basilares do Parlamento escocês: partilha de poder, responsabilização, acesso e participação, e igualdade de oportunidades.

Comunidades virtuais

As comunidades virtuais são espaços *on-line* onde os utilizadores com um interesse comum se podem reunir para comunicar e construir relacionamentos. Trata-se habitualmente de sítios Web organizados especificamente em torno de um tema ou de um conjunto de questões relacionadas. Nestes espaços, são também normalmente disponibilizadas informações de fundo e integradas outras ferramentas de *e-participação* para estimular o envolvimento dos participantes.

Serviços de alerta

Os serviços de alerta são uma forma de comunicação unidirecional, frequentemente utilizada para alertar e informar as pessoas sobre uma nova notícia ou evento (por exemplo, uma nova consulta *on-line*). Macintosh, Coleman e Lalljee apresentam dois tipos de alertas, nomeadamente as notificações por *e-mail* e os *feeds RSS (Really Simple Syndication)*. Em relação ao primeiro tipo, expõem um cenário de um sítio Web onde se disponibiliza a funcionalidade de registo, para os utilizadores poderem depois receber notificações por *e-mail*, quando surge algo de novo no sítio Web. Em casos simples, os utilizadores apenas necessitam de efetuar o registo no sistema. Contudo, em sistemas mais completos, os utilizadores têm a oportunidade de definir o tipo de notificações que estão interessados em receber. O sistema de notificações do sítio Web tem depois a responsabilidade de enviar os *e-mails* adequados. Ademais, deve ser permitido aos

utilizadores cancelar a receção de notificações e mudar o seu perfil, de modo a redefinir o tipo de notificações a receber.

Os *feeds RSS* são mecanismos que facilitam o acesso a uma grande quantidade de informação atualizada. Por exemplo, quando é adicionada uma nova entrada num sítio Web, o *feed RSS* normalmente regista o título, um pequeno resumo e uma hiperligação para o conteúdo completo da entrada. Um utilizador pode subscrever o *feed RSS*, de modo a ser automaticamente informado, sempre que é adicionada uma nova entrada. Este mecanismo evita que os utilizadores tenham de verificar constantemente os seus sítios Web favoritos para tomarem conhecimento das atualizações. No entanto, para ler um *feed RSS* o utilizador necessita de um leitor de *RSS (RSS Reader)*, que gere os *feeds* e verifica constantemente se existem atualizações. Existem vários leitores gratuitos na Internet. Todavia, se o utilizador não quiser instalar qualquer programa, pode ainda utilizar, como agregador de *feeds RSS*, por exemplo, os *Browsers Internet Explorer*²⁶ e *Mozilla Firefox*²⁷.

Orçamento participativo eletrónico

Decidiu-se juntar à lista proposta por Macintosh, Coleman e Lalljee o orçamento participativo *on-line*, pela crescente atenção que este instrumento tem merecido das autarquias portuguesas. O orçamento participativo (OP) foi considerado, num estudo exploratório, baseado num inquérito realizado a 72 estudantes universitários de Lisboa, um meio credível de aproximação entre os municípios e a administração local, e um instrumento que permite uma maior eficácia de participação, uma maior transparência e uma maior possibilidade de discussão (Sebastião, Pacheco & Santos, 2012).

As primeiras propostas conceptuais de OP surgiram na América Latina, nomeadamente em Porto Alegre, no Brasil (Sintomer & Gret, 2002). Começaram como iniciativas presenciais físicas e, mais tarde, complementaram-se com o meio digital. O Orçamento Participativo digital surgiu tendo como premissa o uso da Internet na deliberação

²⁶ <http://windows.microsoft.com/pt-PT/internet-explorer/download-ie>

²⁷ <http://www.mozilla.org/pt-PT/firefox/fx/>

pública, isto é, conferir poder de decisão aos cidadãos, e fornecer diversas ferramentas participativas e interativas disponibilizadas pelas instituições políticas (Fung, 2007).

Peixoto descreve como a utilização da tecnologia para ajudar os cidadãos a participar no processo de atribuição de orçamentos para projetos públicos no Brasil pode ter um impacto positivo (Peixoto, 2009). O autor argumenta que o nível de participação através da utilização de tecnologia foi sete vezes superior ao verificado através do processo de participação tradicional, e que o custo foi muito inferior. Peixoto refere ainda que existiram outros fatores críticos que contribuíram para o sucesso das iniciativas de participação. Por exemplo, o facto de terem sido propostos e examinados mais projetos públicos aumentou o incentivo para participar. Um aspeto vital para o êxito foi que os cidadãos foram informados de que as suas contribuições teriam um efeito vinculativo na decisão final. Matheus e Ribeiro descrevem experiências de orçamento participativo em quatro cidades do Brasil, designadamente em Porto Alegre, Ipatinga, Belo Horizonte e Recife (Matheus & Ribeiro, 2009).

Boaventura Sousa Santos define o Orçamento Participativo como uma nova forma de governação, assente na participação direta dos cidadãos, através de amplos processos de consulta e/ou de codecisão, na definição das prioridades de investimentos do orçamento público para um determinado território, tendo por base um processo de reflexão e debate sobre os problemas das pessoas e do território. Nesse sentido, as ferramentas *on-line* do OP visam promover a obtenção de resultados favoráveis nas atividades de informação, consulta e participação ativa dos cidadãos (Santos, 1998).

Para Boaventura Sousa Santos a decisão sobre os investimentos públicos municipais tem como pilares três princípios: a) a participação aberta dos cidadãos, sem discriminação positiva atribuída às organizações comunitárias; b) a articulação entre democracia representativa e direta, que confere aos participantes um papel essencial na definição das regras do processo; c) a definição das prioridades de investimento público processada de acordo com critérios técnicos, financeiros e outros de carácter mais geral, relacionados, sobretudo, com as necessidades sentidas pelos indivíduos (Santos, 1998).

Apesar de existir em Portugal um número crescente de câmaras municipais a implementar iniciativas de orçamento participativo (OP)²⁸, uma análise superficial sobre esses projetos mostra que, por um lado, são várias as câmaras que estão ainda na primeira edição do OP e, por outro lado, que os níveis de participação são relativamente baixos. Por exemplo, de acordo com (Orçamento Participativo Portugal, 2012), a primeira edição do OP da câmara municipal de Aveiro contou com um número total de 679 votantes. No entanto, como foram registados 63 votos nulos, só 616 votos é que foram considerados válidos na votação. No total, foram apresentadas 23 propostas pelos cidadãos, das quais 13 foram aceites para votação. Note-se que a câmara municipal de Aveiro vai dedicar 235.024 euros do orçamento municipal de 2013 ao OP, para implementar as 10 propostas mais votadas. Por outro lado, de acordo com a Câmara Municipal de Lisboa, a fase de votação no OP Lisboa 2012²⁹ obteve o recorde de 29911 votos. A votação dos projetos decorreu exclusivamente no portal *on-line* e nas assembleias participativas realizadas pela cidade, tendo cada cidadão direito a dois votos, um por cada grupo de projetos.

De acordo com a primeira norma do OP de Lisboa³⁰, o Orçamento Participativo visa contribuir para o exercício de uma intervenção informada, ativa e responsável dos cidadãos nos processos de governação local, garantindo a participação dos cidadãos e das organizações da sociedade civil na decisão sobre a afetação de recursos às políticas públicas municipais. O Orçamento Participativo de Lisboa decorre ao longo de um ciclo com várias fases, sendo que a participação se inicia com a Fase de Apresentação de Propostas, seguindo-se várias etapas conforme o quadro ilustrado na Figura 7.

²⁸ <http://www.op-portugal.org/index.php>

²⁹ <http://www.lisboaparticipa.pt/>

³⁰ http://www.lisboaparticipa.pt/pages/orcamentoparticipativo.php/A=115___collection=cml_article



Figura 7 – Ciclo do Orçamento Participativo de Lisboa. Fonte: Câmara Municipal de Lisboa, <http://www.lisboaparticipa.pt>

Na fase de apresentação de propostas, os cidadãos podem apresentar uma proposta *online* através do Portal da Participação, e também presencialmente, nas Assembleias Participativas, para o Orçamento e Plano de Atividades da Câmara Municipal de Lisboa.

Na fase de análise técnica, as propostas recebidas são objeto de uma análise técnica e fundamentada por parte dos serviços municipais competentes, que verificam se as mesmas são elegíveis e, em caso afirmativo, as adaptam a Projetos OP, os quais são posteriormente sujeitos a votação no Portal da Participação.

Após a publicação da lista provisória de Projetos OP, abre-se a fase de reclamação.

Na fase de votação, os cidadãos votam nos Projetos OP. Os projetos mais votados são integrados na proposta de Orçamento Municipal e Plano de Atividades, até ao valor de 2,5 milhões de euros. O Orçamento e Plano são depois formalmente aprovados pela Câmara e pela Assembleia Municipal.

Após concluída a fase de votação dos projetos, é realizada uma cerimónia para a apresentação pública dos projetos vencedores.

Na última etapa, faz-se uma análise de todo o processo e prepara-se a nova edição do OP.

De acordo com (Macintosh & White, 2008), estas ferramentas permitem aos utilizadores aceder a informações, formular opiniões com base nas apreciações dos outros utilizadores, e contribuir com a sua própria opinião, publicamente ou em privado. A Figura 8 ilustra uma classificação das ferramentas acima descritas, de acordo com o tipo de funcionalidade, num contexto de participação eletrónica.

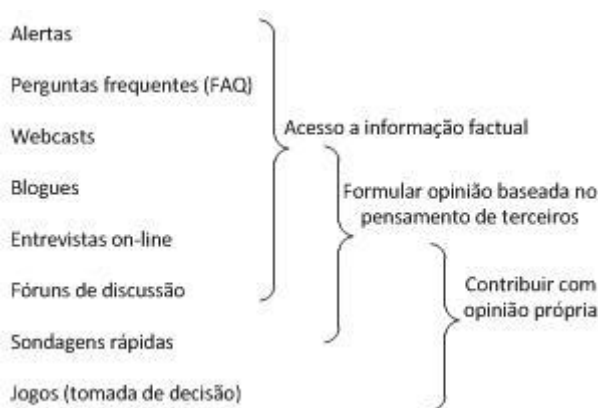


Figura 8 - Ferramentas e funcionalidade de *e-participação* correspondente. Fonte: (Macintosh & White, 2008)

2.4.5 Tecnologias de *e-participação*

As tecnologias estão a tornar-se num instrumento importante, não só na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, mas também no reforço da participação pública. As ferramentas de *e-participação* apresentadas na secção anterior baseiam-se na utilização de diversos tipos de tecnologias. Em (DEMO-net Consortium, 2006a; Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007) apresentam-se listagens com as tecnologias que, segundo os autores, aparentemente tiveram maior aceitação na área da participação eletrónica, das quais se destacam:

- *e-mail*;
- *RSS Syndication*;
- *File Transfer Protocol (FTP)*;
- Tecnologias de *Streaming* (áudio e vídeo);

- *Groupware* (para suporte ao trabalho em colaboração);
- *Extensible Markup Language (XML)*;
- Web 2.0;
- Media sociais;
- Exploração de dados (*Data Mining*);
- Protocolos de segurança (e.g. SSL)
- Tecnologias de argumentação e visualização;
- Web semântica e ontologias;
- *Web Services*.

Note-se que esta lista tem tendência para crescer, pois estão constantemente a emergir novas tecnologias.

2.4.6 Modelos de caracterização da e-participação

Alguns autores têm fortalecido o campo de investigação da participação eletrónica com propostas de enquadramentos, *frameworks*, e de modelos construídos de raiz, com base em especificidades do domínio da *e-participação*.

Por exemplo, Macintosh propôs uma *framework* para caracterizar e comparar projetos de *e-participação* (Macintosh, 2004). A *framework* é constituída por dez dimensões de análise, designadamente: nível de participação, etapas do processo de tomada de decisão, atores, tecnologias utilizadas, regras de envolvimento, duração e sustentabilidade, acessibilidade, recursos e promoção, avaliação, e fatores críticos de sucesso.

Kalampokis, Tambouris e Tarabanis propõem um modelo para o domínio da *e-participação* (Kalampokis et al., 2008). O modelo é apresentado através de diagramas de classes da linguagem UML e é subdividido em três subdomínios, conforme ilustrado na Figura 9. Um compreende os aspetos que são relevantes para os processos de participação pública, enquanto outro foca os principais aspetos relacionados com a adoção das Tecnologias de Informação e Comunicação que podem suportar esses

processos. Outro subdomínio foca os aspetos relevantes relativos aos intervenientes que estão envolvidos nos processos de participação.

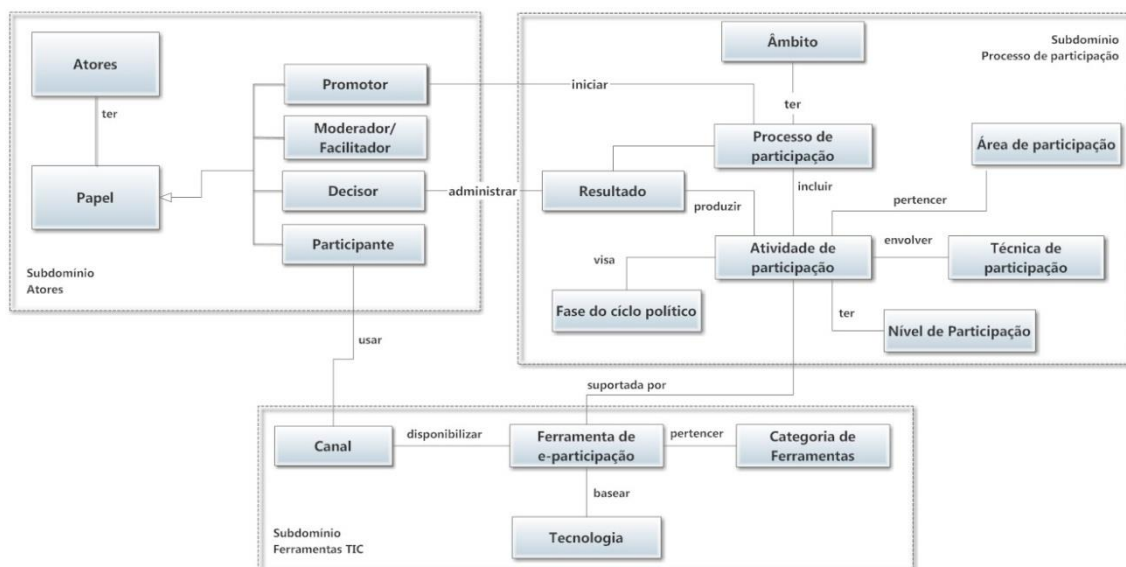


Figura 9 – Modelo de domínio para a e-participação. Fonte: (Kalampokis et al., 2008)

Saebo, Rose e Flak apresentam um modelo que pretende contribuir para a compreensão da investigação sobre a e-participação (Saebo, Rose & Flak, 2008). Conforme ilustrado na Figura 10, o modelo descreve o campo da e-participação através da exploração dos seus atores, atividades, fatores contextuais, efeitos, e dos métodos de avaliação. O modelo também considera as teorias e métodos de investigação utilizados no estudo da e-participação.

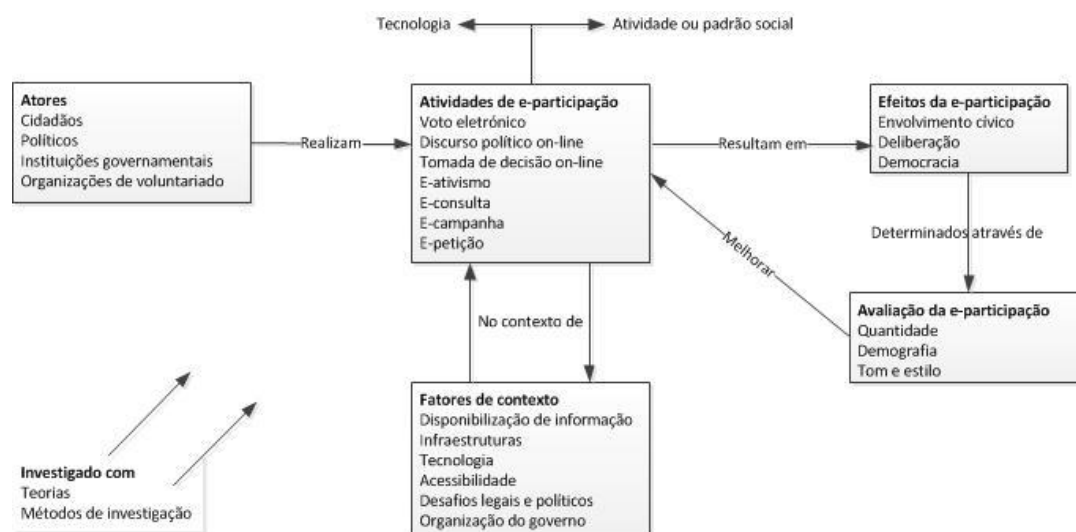


Figura 10 – Modelo descritivo do campo da e-participação. Fonte: (Saebo, Rose & Flak, 2008)

Sucintamente, as atividades de *e-participação* são centrais para o modelo. São conceptualizadas como as atividades sociais ou padrões de comportamento (tais como o voto, participação numa reunião de carácter político, petições, entre outras) associadas a tecnologias (geralmente baseadas na Internet). As aplicações tecnológicas apoiam as atividades sociais. Isto é, a tecnologia facilita ou medeia a prorrogação ou a transformação das atividades.

Por sua vez, as atividades de *e-participação* são realizadas por atores. Estes são normalmente caracterizados como as diferentes partes interessadas (por exemplo, os cidadãos e os políticos). Os atores são responsáveis por promover, dirigir e participar nas diversas atividades, desenvolver ou configurar as tecnologias associadas, e por dar resposta aos resultados das atividades de participação.

Por outro lado, as atividades de *e-participação* são sempre realizadas em contextos particulares. Estes fatores contextuais são considerados importantes para o resultado das atividades. Para todas as atividades de *e-participação* são esperados resultados ou efeitos. De acordo com os autores, esses efeitos são importantes, pois estabelecem os fundamentos para a utilização de recursos para realizar as atividades. Por exemplo, um fórum *on-line* de debate político pode ser usado com o propósito de envolver os jovens no processo político (o efeito), e pode (depois) ser realizada uma avaliação, para verificar se o objetivo foi ou não alcançado.

Os efeitos podem ser medidos ou descritos através de muitos dos instrumentos comuns na investigação em ciências sociais. Os parâmetros mais comuns para a avaliação são as medidas da quantidade de participação (como um indicador para o envolvimento civil), a demografia (empregada para descobrir quais os grupos da sociedade que estão envolvidos), e o tom e o estilo (considerados indicadores qualitativos para efeitos deliberativos). Segundo Saebo, Rose e Flak, as avaliações são importantes para compreender as atividades de *e-participação*, justificar o seu financiamento, e aprender a melhorá-las.

Finalmente, a investigação sobre *e-participação* é realizada com a ajuda de teorias e métodos particulares. Os autores referem que, como acontece em muitas comunidades

de investigação ainda jovens, as teorias e os métodos são bastante díspares e muitas vezes têm um enfoque na prática. Os métodos de investigação incluem o levantamento e a análise de conteúdos, a investigação-ação e os estudos de caso.

2.4.7 Modelos de implementação de iniciativas de e-participação

Islam propõe um modelo para a implementação de iniciativas de *e-participação*. Alega que o modelo pode ser usado em qualquer país e sob quaisquer situações socioeconómicas (Islam, 2008). O modelo proposto, conforme ilustrado na Figura 11, tem sete fases, nomeadamente: criação de condições, planeamento e definição dos objetivos, criação de conteúdos, processos e ferramentas, promoção, participação e análise pós-implementação.

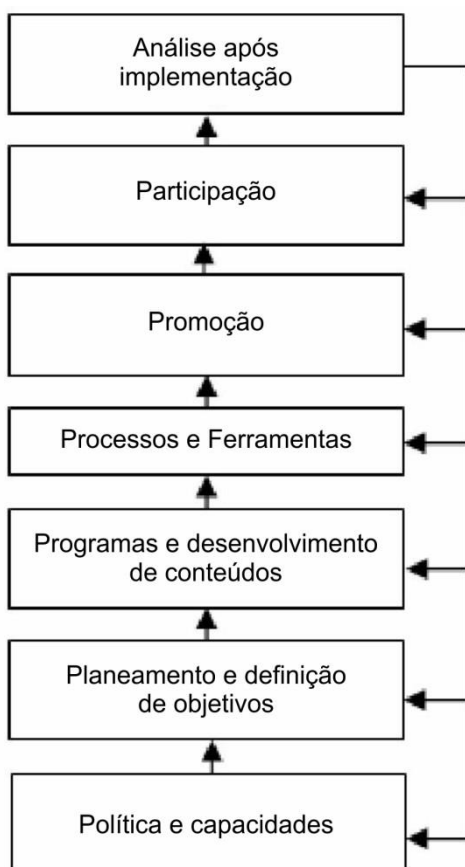


Figura 11 - Modelo de implementação em 7 passos de projetos de *e-participação*. Fonte: (Islam, 2008)

A primeira fase visa criar as condições necessárias para implementar iniciativas de *e-participação*. Alega-se que deve ser contemplada a abordagem dos 5 Ws e 2 Hs, isto é: *what, why, whom, when, where, how* e *how much* (traduzido do inglês: o quê, porquê, quem, quando, onde, como e quanto), e que devem ser consideradas as realidades socioeconómicas e tecnológicas. A segunda fase também deve contemplar a abordagem dos 5 Ws e 2 Hs, embora seja recomendado focar especialmente a seleção do público-alvo e o modo como tornar a participação eficiente no processo de tomada de decisão. A terceira fase destina-se ao desenho das aplicações e à definição dos conteúdos, considerando aspetos como adequabilidade, usabilidade e acessibilidade. A quarta fase determina como as aplicações e os conteúdos devem ser usados. A quinta fase destina-se à divulgação da iniciativa, dedicando especial atenção ao público-alvo. A sexta fase representa o último nível de implementação e é a fase em que a participação toma lugar. Finalmente, a sétima fase define mecanismos de *feedback* e propõe a realização de uma análise do impacto da iniciativa, de modo a poderem estabelecer-se medidas de correção.

2.4.8 Modelos de avaliação de iniciativas de e-participação

Tambouris, Liotas e Tarabanis apresentam um instrumento para avaliar projetos e ferramentas de participação tradicional (isto é, sem recurso às Tecnologias de Informação e Comunicação) e de participação eletrónica. Sucintamente, a avaliação começa ao nível do projeto e investiga essencialmente as áreas de participação suportadas, os métodos de participação utilizados, e as categorias de ferramentas e, caso aplicável, de tecnologias usadas (Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007).

Os autores consideram que existem três domínios principais que interessa analisar em projetos e ferramentas de *e-participação*, designadamente as áreas de participação, as ferramentas e as tecnologias. As áreas de participação definem o contexto do processo de participação e são apoiadas por ferramentas tecnológicas que permitem alguma forma de automação dos processos relevantes (ver Figura 12).

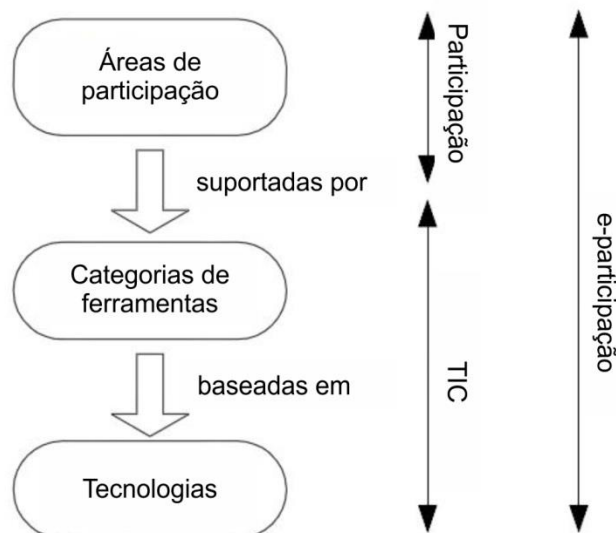


Figura 12 – Três níveis de análise de projetos e ferramentas de *e-participação*, segundo o instrumento de avaliação proposto em (Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007).

Concretamente, em relação à avaliação de projetos de *e-participação*, analisam-se as áreas de participação abrangidas, os métodos de participação empregues, as áreas tecnológicas incluídas, as ferramentas utilizadas, os custos e os resultados obtidos. As áreas de participação que foram incluídas no instrumento de avaliação baseiam-se principalmente na proposta de (DEMO-net Consortium, 2006b), e já foram apresentadas e descritas na secção 2.4.3 deste capítulo.

Os métodos de participação considerados para a avaliação de um projeto são divididos em três categorias: os métodos tradicionais (isto é, sem qualquer uso das tecnologias), os métodos que recorrem às Tecnologias de Informação e Comunicação, e os métodos mistos, em que se utilizam conjuntamente métodos tradicionais e métodos tecnológicos. Note-se, no entanto, que Tambouris, Liotas e Tarabanis alegam que é importante compreender como os métodos tradicionais se podem adaptar à introdução das Tecnologias de Informação e Comunicação, bem como relacionar as áreas de participação com os métodos de participação.

O instrumento de avaliação baseia-se nos métodos tradicionais de participação propostos em (IAP2, 2004) e no *Citizens-Handbook* elaborado pela Comunidade em Rede de Vancouver (<http://www.citizenshandbook.org/>), dos quais se destacam:

charrettes, júris e assembleias populares, referendos, painéis de cidadãos, grupos de discussão, conferências (que visam a obtenção de consenso), consultas públicas, comités consultivos públicos, votações deliberativas, petições, entre outros. Para analisar as ferramentas de participação eletrónicas, o instrumento de avaliação baseia-se em (DEMO-net Consortium, 2006b; IBM, 2006). Assim, sucintamente, considera: blogues, *Newsletters*, fóruns de discussão eletrónicos, petições eletrónicas, plataformas de consultas eletrónicas, entre outros.

As áreas tecnológicas consideradas pelo instrumento de avaliação são as seguintes: media social, gestão do conhecimento, gestão do relacionamento com o cidadão (*CRM – Customer Relationship Management / CZRM – Citizen Relationship Management*), sistemas de informação geográfica (*GIS – Geographic Information Systems*), sistemas de visualização, sistemas de argumentação, Web semântica e ontologias.

Em relação à avaliação de ferramentas de *e-participação*, analisa-se a categoria, o nível de participação abordado, as fases do ciclo de vida político a que a ferramenta está associada, as categorias tecnológicas incluídas, os atores, os termos de utilização, a taxa de adoção da ferramenta, preocupações especiais e características-chave.

As categorias de ferramentas consideradas pelo instrumento de avaliação são as seguintes: blogues, portais Web, motores de pesquisa, *Webcasts/Podcasts*, *mailing lists*, grupos de discussão, *chats*, *wikis*, inquéritos *on-line*, sistemas de análise de conteúdos, sistemas de gestão de conteúdos (*CMS – Content Management Systems*), ambientes colaborativos, sistemas de trabalho em colaboração (*CSCW – Computer Supported Cooperative Work*), interfaces para linguagem natural, sistemas de argumentação, entre outras.

Para avaliar os níveis de participação, o instrumento adapta os cinco níveis propostos pela Associação Internacional para a Participação Pública (IAP2), designadamente *e-informing*; *e-consulting*; *e-involving*; *e-collaborating*; e *e-empowerment*, já discutidos.

A avaliação das fases do ciclo de vida político a que a ferramenta está associada envolve, conforme ilustrado na Figura 13, a definição da agenda, análise, formulação, implementação, acompanhamento e monitorização da política.

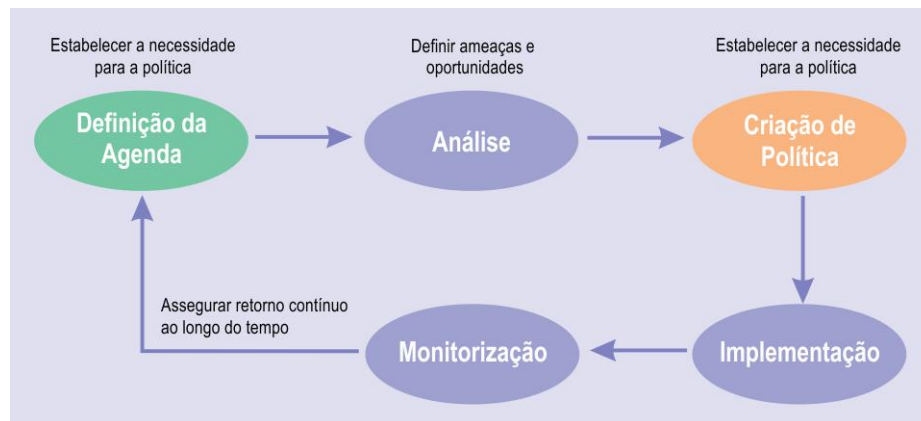


Figura 13 – Fases do processo político. Fonte: (Macintosh, Coleman & Lalljee, 2005)

Assim, a primeira fase, a definição da agenda, envolve o estabelecimento das necessidades de uma política ou de mudança de uma já existente. Está também relacionada com a definição do problema que a política visa solucionar. A segunda etapa, a análise, inclui a recolha de evidências e de conhecimento, bem como a compreensão do contexto em que a política será aplicada. A terceira fase corresponde à criação da política. A quarta etapa envolve a implementação da política e a fase final refere-se ao acompanhamento e à monitorização da política.

Em relação à dimensão dos atores que interagem com as ferramentas de *e-participação*, o instrumento analisa os atores que beneficiam da ferramenta e os atores que fazem a moderação e a administração. As diferentes categorias de atores já foram objeto de discussão.

Em relação aos termos de utilização, o instrumento analisa se existe informação apresentada de forma clara, e facilmente acessível, sobre as regras de utilização da ferramenta. A taxa de adoção da ferramenta permite avaliar se existe informação sobre o número de utilizadores da ferramenta. O item “preocupações especiais” permite analisar, entre outras coisas, se é garantida a privacidade dos dados pessoais dos utilizadores. Finalmente, o item “características-chave” permite avaliar as principais

características da ferramenta. Por exemplo, os requisitos tecnológicos necessários para poder utilizar a ferramenta.

Macintosh e Whyte propõem uma *framework* para a avaliação de projetos de participação eletrônica que, conforme ilustrado na Figura 14, integra critérios sociotécnicos, de avaliação de projetos, bem como da área da democracia. A *framework* inclui, além dos critérios de avaliação, uma vasta gama de métodos e de intervenientes para avaliar os projetos (Macintosh & Whyte, 2008).



Figura 14 – Critérios de avaliação de projetos de participação eletrônica. Fonte: (Macintosh & Whyte, 2008)

Sucintamente, os critérios da dimensão “democracia” abordam tópicos como representatividade, envolvimento, transparência, técnicas de negociação e de mediação de conflitos, construção de consenso, inclusão, entre outros. Os autores referem que um dos aspetos mais difíceis de analisar nesta dimensão é entender em que medida a *e-participação* afeta o processo democrático. Os critérios da dimensão “projeto” examinam em detalhe até que ponto foram atingidos os objetivos específicos da iniciativa de *e-participação*, de acordo com a definição inicial realizada pelos participantes do projeto. Os critérios da perspectiva sociotécnica analisam em que

medida, o desenho, a concepção e a utilização das ferramentas tecnológicas afeta diretamente os resultados. Do ponto de vista social, estes critérios abordam questões como confiança, rigor e credibilidade da informação disponibilizada, e privacidade dos dados dos utilizadores. Em relação aos aspetos técnicos, abordam-se tópicos como usabilidade, acessibilidade, clareza dos conteúdos, possibilidade de efetuar correções, aparência, taxa de respostas, entre outros.

2.5 A *e-participação* no contexto do *e-government*

O campo de investigação *e-government* (também designado Governo Eletrónico, Governo Digital, Governança Eletrónica, entre outros nomes semelhantes) surgiu na década de 1990, apesar de a história da computação em organizações governamentais poder ser atestada desde o início da história dos computadores (Gronlund & Horan, 2004). Os autores apresentam várias definições de *e-government* encontradas na literatura e argumentam que genericamente são mencionados três objetivos comuns:

1. Governo mais eficiente,
2. Melhores serviços para os cidadãos, e
3. Melhoria dos processos democráticos.

Gronlund e Horan destacam ainda a definição proposta pela Comissão Europeia: “*e-government é a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Administrações Públicas, combinada com a mudança organizacional e com novas competências, a fim de melhorar os serviços públicos e os processos democráticos*” (European Commission, 2004).

Luís Borges Gouveia define o *e-government* como sendo a utilização de tecnologias de informação para suporte de operações do Governo e Administração Pública, envolvendo cidadãos e promovendo serviços de base eletrónica que relacionem o poder político e a Administração Pública com o cidadão e com as empresas (Gouveia, 2004). Alega que o alvo do *e-government* não devem ser as Tecnologias de Informação e Comunicação, mas o seu uso que, combinado com mudanças organizacionais e com novas competências, melhora a prestação de serviços públicos, as políticas públicas e o

próprio exercício da democracia. Argumenta que, desta forma, tanto o *e-government* como as Tecnologias de Informação e Comunicação se configuram verdadeiros instrumentos para uma melhor, mais eficiente e eficaz governação. Luís Borges Gouveia argumenta ainda que, pelo potencial da participação pública e reinvenção da recolha de opinião e vontade popular, as questões associadas com a *e-participação* se destacam como uma das áreas de maior impacto no *e-government*.

No mesmo sentido, Susha e Gronlund defendem que a *e-participação* é um campo de investigação que não pode ser dissociado de um campo mais vasto, o *e-government* (Susha & Gronlund, 2012). Fundamentam a sua opinião no facto de o índice de *e-government* definido pela Organização das Nações Unidas (ONU) incluir uma secção dedicada à *e-participação*. A razão para esta inclusão, como indicado no relatório da ONU, é “trazer alguma ordem à medição do *e-government*, através de três fatores-chave no envolvimento dos cidadãos: a disseminação de informação eletrónica, a consulta eletrónica, e a participação eletrónica (*e-participação*) na tomada de decisões” (UNDESA, 2010).

Assim, a *e-participação* está ligada conceptualmente e na prática ao *e-government*, embora, segundo Susha e Gronlund, a fundamentação teórica para esta ligação não esteja ainda totalmente clarificada. Hacker e Van Dijk também argumentam que a *e-participação* tem o potencial para criar mais transparência na governação, pois permite aos cidadãos utilizar novos canais de influência, que, por sua vez, reduz os obstáculos à participação pública na formulação de políticas (Hacker & Van Dijk, 2000).

No entanto, de acordo com o relatório das Nações Unidas de 2008 sobre *e-government*, para que a *e-participação* seja bem-sucedida e se torne uma norma, os governos necessitam criar um ambiente que permita aos cidadãos expressar as suas opiniões *on-line* e, mais importante, criar um mecanismo de *feedback* que mostre aos cidadãos que as suas opiniões são levadas a sério. Isso requer (e promove) a confiança entre os cidadãos e os seus governos, bem como uma infraestrutura robusta, que permita aos cidadãos o acesso aos decisores (UNDESA, 2008).

Neste contexto, as Nações Unidas criaram o índice de *e-participação*, para avaliar a qualidade e a relevância da informação e dos serviços fornecidos pelos governos com o propósito de envolver os cidadãos nas políticas públicas, através das Tecnologias de Informação e Comunicação (UNDESA, 2008). Concretamente, os governos são avaliados em relação:

1. À sua capacidade institucional, papel de liderança e vontade de envolver os cidadãos, apoiando e divulgando iniciativas de participação no âmbito da tomada de decisão política; e
2. Às estruturas disponibilizadas para facilitar o acesso dos cidadãos ao diálogo sobre as políticas públicas.

O índice foi construído em torno de três categorias: *e-information*, *e-consultation* e *e-decision-making*. A categoria *e-information* avalia se o sítio Web do governo oferece informações sobre a lista dos membros eleitos, estrutura de governo, políticas e programas, pontos de contato, orçamento, leis, regulamentos e outras informações de interesse público. Avalia ainda se a informação é disseminada através de uma série de ferramentas *on-line*, tais como: redes comunitárias, blogues, fóruns de discussão, mensagens de texto, *newsgroups*, e listas de *e-mail*, entre outras.

A categoria *e-consultation* analisa se o sítio Web do governo oferece as ferramentas necessárias para realizar consultas eletrônicas e se permite que os cidadãos definam a agenda para o debate, através da submissão de petições eletrônicas. Analisa ainda se o governo garante que os seus membros eleitos têm um local *on-line* para comunicar diretamente com os eleitores, se mantém um arquivo dos debates e se fornece *feedback* aos cidadãos.

A categoria *e-decision-making* avalia se o governo se dispõe a levar em conta as contribuições, via eletrônica, dos cidadãos no processo de tomada de decisão e se o governo informa os cidadãos sobre as decisões que foram tomadas, com base no processo de consulta.

A Figura 15 ilustra o ranking dos países, relativo ao índice de *e-participação* para o ano de 2012.

Country	E-infor- mation	E-consul- tation	E-decision making	Total
Netherlands	75	84	67	81
Republic of Korea	75	78	100	81
Kazakhstan	100	76	67	77
Over 67%				
Singapore	75	76	83	77
United Kingdom	100	70	83	74
United States	75	78	50	74
Israel	75	73	67	72
Estonia	75	65	33	62
Colombia	75	59	50	60
United Arab Emirates	50	54	100	60
Egypt	25	54	83	55
Bahrain	50	49	83	53
Chile	25	59	33	53
Russian Federation	50	59	17	53
Qatar	75	51	33	51
Saudi Arabia	50	49	67	51
34%- 66%				
Mongolia	75	43	67	49
France	50	43	67	47
Mexico	25	51	33	47
Denmark	25	51	17	45
El Salvador	0	54	17	45
Lithuania	100	38	33	43
Brazil	0	43	50	40
Brunei Darussalam	50	38	33	38
Hungary	50	30	67	36
Oman	50	32	50	36
Peru	50	35	0	32
Rep. of Moldova	25	32	33	32
Austria	50	27	33	30
Portugal	50	32	0	30
Ethiopia	0	32	17	28
Greece	0	30	33	28
Thailand	0	30	17	26
Argentina	50	22	17	23
Croatia	75	10	50	22

Figura 15 – Ranking de países relativo ao índice de *e-participação* definido pelas Nações Unidas para o ano de 2012. Fonte: (UNDESA, 2012)

Note-se que Portugal, embora tenha uma avaliação razoável na categoria relacionada com a disseminação de informação governamental (*e-information*), ainda tem muito a melhorar nas outras duas categorias, *e-consultation* e *e-decision-making*. Principalmente no que concerne a envolver ativamente os cidadãos na tomada de decisão política.

O Departamento de Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas, no seu relatório de 2012 sobre *e-government*, refere que para a *e-participação* contribuir para o desenvolvimento sustentável e para a elevação socioeconómica das pessoas, o papel do governo requer uma mudança de controlador de informações e serviços para facilitador

proativo (UNDESA, 2012). Nesse contexto, de acordo com o relatório, é imperativo que as informações e serviços facultados pelo governo sejam orientados para promover a captação de cidadãos, atendendo às suas necessidades e preocupações, especialmente às dos mais vulneráveis. É também fundamental olhar para os cidadãos, não apenas como recetores passivos de informação através de serviços baseados na web, mas também como parceiros ativos que estão envolvidos e preparados para interagir com o governo através das Tecnologias de Informação e Comunicação, com base na disseminação de informações relevantes do governo.

2.5.1 A *e-participação* no contexto do *local e-government*

Luís Borges Gouveia argumenta que o conceito de *local e-government* pode ser visto como um complemento, de âmbito local, às iniciativas de *e-government*, e que se rege pelos mesmos princípios enunciados para o *e-government*, contudo com uma maior proximidade ao cidadão, tomando este a vertente de munícipe (Gouveia, 2004). Refere que o *e-government* e o *local e-government* podem estar associados como fazendo parte de uma mesma tendência no que respeita ao serviço ao indivíduo (quer no seu papel de cidadão, quer de munícipe), à sua relação com o poder político (participando e influenciando decisões) e com a Administração Pública (cumprindo as obrigações para com o Estado e interagindo com este onde e quando se revelar necessário).

A Unidade de Missão Inovação e Conhecimento (UMIC), em colaboração com o Departamento de Sistemas de Informação da Universidade do Minho, elaboraram um guia que pretende ser um contributo para o desenvolvimento de melhores práticas de *e-government* em Portugal. O guia tem como objetivo ser um documento de referência enquanto portador de boas práticas relativas à conceção, desenvolvimento e exploração de sítios Web na Administração Direta e Indireta do Estado, apresentando-se como complemento do exercício de avaliação periódica em curso, ao abrigo da Resolução do Conselho de Ministros n.º 22/2001 de 27 de Fevereiro (Oliveira, Santos & Amaral, 2003).

Santos e Amaral apresentam um estudo sobre *local e-government* em Portugal, que avalia a presença na Internet das câmaras municipais portuguesas em 2009 (Santos &

Amaral, 2012). O modelo de avaliação utilizado para classificar as autarquias por nível tem por base o “Método de Avaliação Externa de *Web Sites* dos Organismos da Administração Direta e Indireta do Estado” (Santos et al., 2003), sendo constituído por cerca de uma centena de critérios e indicadores organizados segundo o modelo *eEurope*³¹. Os sítios na Internet das câmaras municipais são classificados em quatro níveis de maturidade, de acordo com o nível de desenvolvimento e funcionalidades, informação e serviços disponibilizados aos cidadãos e às empresas. Note-se que quanto maior o nível, maior é o estado de maturidade. A Figura 16 ilustra a descrição dos níveis de maturidade considerados pelo modelo.

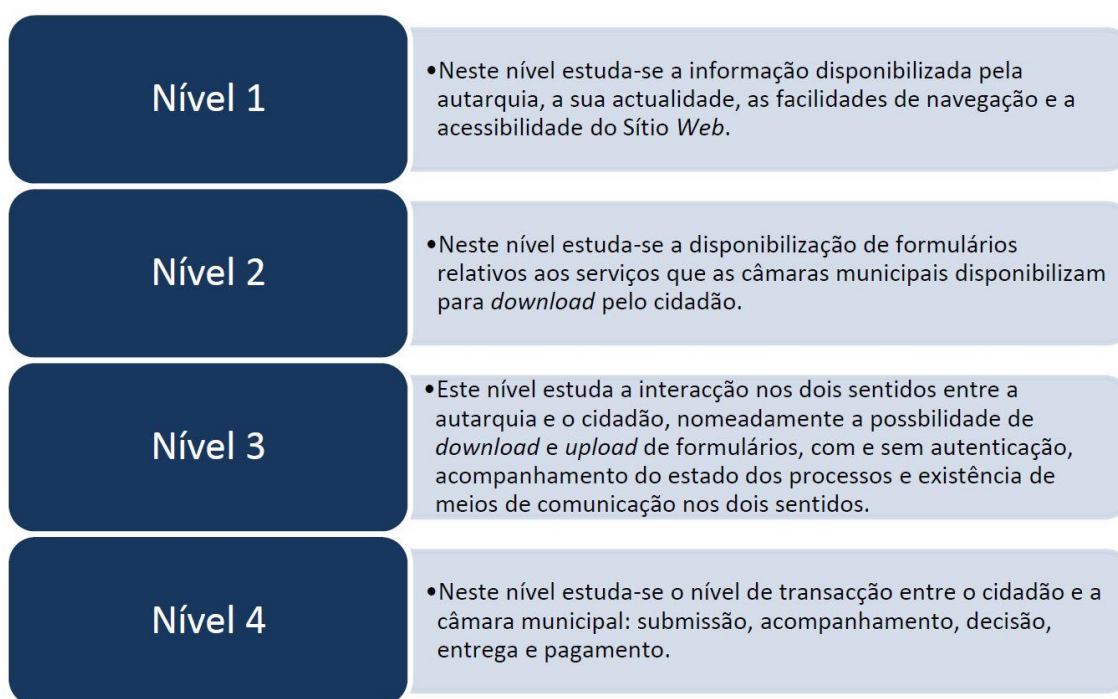


Figura 16 – Níveis de maturidade usados no modelo que avalia a presença na Internet das câmaras municipais portuguesas. Fonte: (Santos & Amaral, 2012).

De acordo com a análise realizada a 305 sítios *Web* de câmaras municipais portuguesas (num universo de 308 autarquias) em 2009, os autores do estudo referem que a maioria das câmaras municipais se encontrava no nível 2 de maturidade (52,13%), como se pode observar na Figura 17. Além da publicação de informação sobre a autarquia (nível 1), 159 câmaras municipais disponibilizam formulários para *download*. O nível mais alto

³¹ http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/l24226a_pt.htm. Acedido em 9 de Novembro de 2012.

de maturidade, o Nível 4, foi atribuído apenas a 6 municípios, que já disponibilizavam serviços ao cidadão completamente desmaterializados - incluindo o respetivo pagamento.

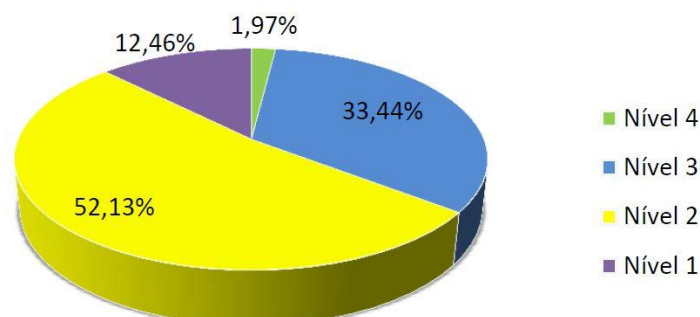


Figura 17 - Resultados por níveis de maturidade do estudo de avaliação da presença na Internet das câmaras municipais portuguesas em 2009. Fonte: (Santos & Amaral, 2012).

Estes resultados também sugerem que há ainda um caminho a percorrer em Portugal para ter um número considerável de câmaras municipais que se dispõem a levar em conta as contribuições, via eletrónica, dos cidadãos no processo de tomada de decisão e a informar os cidadãos sobre as decisões que foram tomadas, com base nos processos de consulta. Isto é, câmaras que estejam na categoria *e-decision-making* proposta pelas Nações Unidas para a elaboração do índice de *e-participação*. No entanto, há que ter em atenção o facto de o estudo aqui reportado se referir a dados de 2009. Espera-se que os resultados da avaliação da presença na Internet das câmaras municipais portuguesas em 2012 revelem que se está a caminhar no sentido de as autarquias estarem cada vez mais a envolver ativamente os cidadãos na tomada de decisão política local.

Um estudo recente de caracterização da oferta de *e-participação* ao nível local em Portugal (Ferreira, 2011), que abrangeu cerca de 60% das 308 câmaras municipais, revela que, conforme ilustrado na Figura 18, se verificaram apenas 4 iniciativas digitais onde foi concedido aos cidadãos o nível de participação máximo, o *e-empoderamento*, tal como definido em (Tambouris, Liotas & Tarabanis, 2007). Portanto, este resultado reforça a ideia de que ainda se pode, e deve, melhorar bastante a este nível, isto é, no que concerne a conceder poder aos cidadãos na tomada de decisão política de âmbito local.

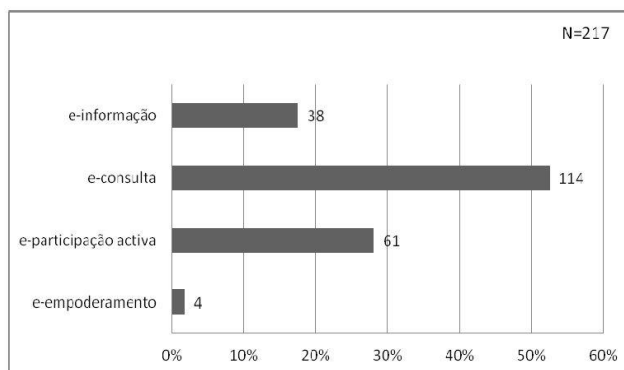


Figura 18 – Nível de participação das iniciativas de *e-participação* levadas a cabo por câmaras municipais portuguesas. Fonte: (Ferreira, 2011)

Convém ainda referir que o autor argumenta que as iniciativas de *e-participação* são uma grande oportunidade de os governos locais poderem fazer uma reaproximação aos cidadãos, pois, estando relacionadas com a tomada de decisão em assuntos que dizem diretamente respeito ao cidadão e à sua comunidade, estas tornam-se altamente apelativas.

As iniciativas de *e-participação* identificadas no estudo de (Ferreira, 2011) foram subdivididas em oito grandes grupos, como ilustrado na Figura 19.

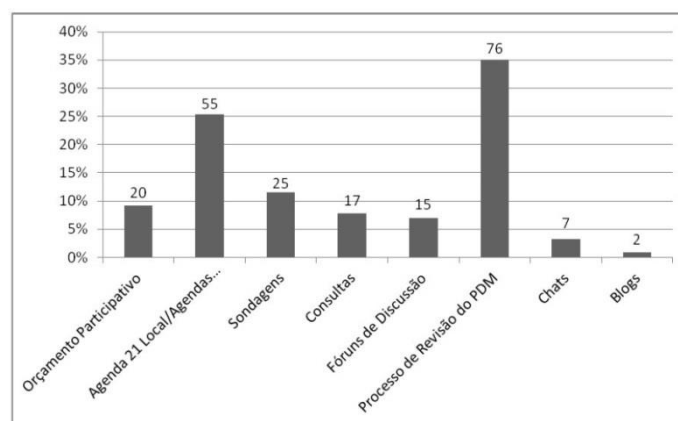


Figura 19 – Principais grupos de iniciativas de *e-participação*. Fonte: (Ferreira, 2011).

Os processos de revisão do PDM (Plano Diretor Municipal) e as agendas estratégicas são as iniciativas mais populares, enquanto a conversação através de *chats* e os blogues se encontram numa posição de menor destaque.

Por outro lado, num relatório da UMIC, destaca-se que no 4º trimestre de 2010, 96% dos organismos públicos da administração central e 100% das câmaras municipais asseguravam presença na Internet, respetivamente 94% e 78% disponibilizavam endereços eletrónicos para receção de mensagens, pedidos de informação ou reclamações (UMIC, 2011). Entre os sítios das câmaras municipais na Internet, 11% mantinham fóruns de discussão entre o executivo camarário e os cidadãos, e 2% a transmissão das reuniões e sessões camarárias por videoconferência. Cerca de 71% das câmaras municipais conduziam regularmente consultas públicas pela Internet, 35% conduziam inquéritos aos cidadãos através da Internet, 20% mantinham plataformas de votação *online* para obter a opinião dos cidadãos sobre assuntos de natureza camarária e as atas e resoluções tomadas em reuniões e sessões camarárias eram disponibilizadas pela Internet em 91% das câmaras municipais. Uma vez mais, pode concluir-se que ainda há espaço para melhoria no que diz respeito a conceder poder aos cidadãos na tomada de decisão política de âmbito local.

Em (Panopoulou, Tambouris & Tarabanis, 2009), avalia-se o nível de sofisticação das iniciativas de participação eletrónica que as autoridades públicas regionais da Grécia e de Espanha oferecem nos seus sítios Web institucionais. O instrumento de avaliação utilizado foi publicado em (Panopoulou, Tambouris & Tarabanis, 2008), e inclui três fatores principais (informação, consulta e participação ativa). Cada fator é medido através de um conjunto de métricas adequadas.

Assim, sucintamente, para o fator informação mediu-se a existência de documentos políticos *on-line*. Para o fator consulta verificou-se a existência de consultas eletrónicas. Para o fator participação ativa averiguou-se a disponibilidade de ferramentas de comunicação (*chats*, *blogues* e fóruns eletrónicos) e de ferramentas de tomada de decisão (inquéritos eletrónicos), bem como a possibilidade de os cidadãos proporem tópicos para debater nos fóruns e inquéritos eletrónicos e nas reuniões com os representantes locais.

No geral, os resultados indicam que, apesar de a *e-participação* ser uma prioridade política, ainda não é uma prática comum nos dois países estudados, pelo menos ao nível da governação regional.

2.6 Resumo do capítulo

Neste capítulo, discutiu-se o conceito de *e-participação*. Apresentaram-se as principais iniciativas legislativas europeias da última década no domínio da *e-participação*. Seguidamente fez-se uma caracterização da área da participação eletrónica. Designadamente, descreveram-se os níveis de *e-participação*, os intervenientes em iniciativas de *e-participação*, as áreas, ferramentas e tecnologias de *e-participação* mais referidas na literatura. Apresentaram-se alguns modelos de caracterização, implementação e avaliação de iniciativas de *e-participação*.

Finalmente, abordou-se a *e-participação* no contexto do *e-government* e do *local e-government*. Reconheceu-se que a área da *e-participação* ainda necessita de evoluir, fundamentalmente nos aspetos conceptuais e teóricos. Foram ainda apresentados estudos sobre a presença na Internet das câmaras municipais portuguesas em 2009 e sobre a caracterização da oferta de *e-participação* ao nível local em Portugal. Os resultados sugerem que há ainda um caminho a percorrer em Portugal para ter um número considerável de câmaras municipais que se dispõem a usar a tecnologia para promover o empoderamento dos munícipes, isto é, a levar em conta as suas contribuições, via eletrónica, no processo de tomada de decisão e a informá-los sobre as decisões que foram tomadas, com base nos processos de consulta.

CAPÍTULO III – MEDIAÇÃO DIGITAL E CAMPANHAS ELEITORAIS

3.1 Introdução

Neste capítulo, apresentam-se iniciativas nacionais e internacionais de participação eletrônica, em diferentes contextos. Na parte final do capítulo, apresentam-se iniciativas de mediação digital em campanhas eleitorais. Destacam-se ainda iniciativas eleitorais no âmbito das redes sociais.

3.2 Iniciativas de participação eletrônica

Na literatura, encontram-se várias descrições de projetos de participação eletrônica conduzidos por instituições governamentais, bem como de iniciativas de *e-participação* promovidas por cidadãos ou por atores não-governamentais. Alguns autores estudam os motivos subjacentes à aparente preferência dos cidadãos pelas redes sociais, em vez de pelas atividades de *e-participação* iniciadas por órgãos governamentais. Por exemplo, Bakardjieva analisa a forma como a esfera privada e a necessidade de identificação condiciona a escolha das formas e dos métodos de participação dos utilizadores da Internet (Bakardjieva, 2009). Cruickshank e Smith introduzem um conjunto de fatores de motivação pessoal e social que supostamente influencia o envolvimento dos cidadãos em iniciativas de participação eletrônica (Cruickshank & Smith, 2009). Por outro lado, Panopoulou, Tamburis e Tarabanis efetuaram um levantamento de iniciativas de *e-participação* e concluíram que a maioria era de âmbito local (Panopoulou, Tamburis & Tarabanis, 2009).

Tambouris, Kalampokis e Tarabanis identificaram e analisaram 36 projetos de *e-participação* financiados pela Comissão Europeia entre 1998 e 2008 (Tambouris, Kalampokis & Tarabanis, 2008). Utilizaram a *framework* proposta em (Tambouris et al., 2007) para categorizar os vários projetos por áreas de participação abrangidas e pelas ferramentas e tecnologias usadas. Concluíram que a grande maioria dos projetos estavam relacionados com a disseminação de informação e com consultas aos cidadãos. Argumentam que o fornecimento de informação é um componente essencial para um processo de participação efetivo, pois os cidadãos, para poderem participar de forma assertiva, necessitam receber previamente informações completas e objetivas sobre os

assuntos em discussão. Assim, não surpreendentemente, as categorias de ferramentas mais utilizadas nos projetos analisados foram os sistemas de consultas eletrônicas. As tecnologias mais usadas foram tecnologias de comunicação móvel e ontologias e Web semântica. Em <http://participatedb.com> está disponível uma base de dados com dezenas de projetos e ferramentas de *e-participação*.

3.2.1 Iniciativas nacionais de participação eletrônica

Inspirado no caso britânico “*Fix my street*”, a plataforma “A minha rua”³² é uma iniciativa de participação cívica. Faz parte da nova tendência para aproximar a Administração Pública e os cidadãos, incentivando abordagens de colaboração no desenvolvimento do serviço público com base nas contribuições geradas pelos cidadãos.

A plataforma está inserida no portal do cidadão, e permite o envolvimento ativo dos cidadãos na gestão da sua rua ou vizinhança, reportando as mais variadas situações relativas a espaços públicos, desde a iluminação, jardins, passando por veículos abandonados ou a recolha de eletrodomésticos danificados (ver Figura 20). Com fotografia ou apenas em texto, todas as descrições são encaminhadas para a autarquia selecionada, que lhe dará conhecimento sobre o processo e eventual resolução do problema. A plataforma permite também acompanhar a evolução de ocorrências já reportadas.

³² <http://www.portaldocidadao.pt/portal/aminharua/situationreport.aspx>

The screenshot shows the 'PORTAL DO CIDADÃO' website with the slogan 'MAIS, POR SI.'. The navigation bar includes links for 'INÍCIO', 'EU CIDADÃO E...', 'SERVIÇOS', 'CERTIDÕES ONLINE', 'ALTERAÇÃO DE MORADA', 'DOSSIERS', 'NOTÍCIAS', and 'CONTACTE-NOS'. Below the navigation bar, there is a section for 'A MINHA RUA' with an 'INÍCIO' button and a brief description of the service. The main content area is titled 'REPORTAR OCORRÊNCIA' and contains a form with the following fields: 'Distrito', 'Município', 'Freguesia', 'Morada', 'Categoria', 'Assunto', 'Descrição', 'Nome', and 'E-mail'. There is also a map for location selection and an image upload section with 'associar imagem' and 'apagar imagem' buttons. A sidebar on the right contains links for 'Início', 'Ajuda', 'Consulta', and 'Contacte-nos'.

Figura 20 – Projeto de participação cívica “A minha rua”. Fonte: <http://www.portaldocidadao.pt>

A iniciativa de *e-participação* “O Meu Movimento”, promovida pelo XIX Governo de Portugal, permite aos cidadãos portugueses propor e defender uma causa em que acreditem. Depois de criados e aprovados, os movimentos são alvo de duas fases de votação. Os movimentos podem ser promovidos no *Facebook*, para tentar recolher o maior número possível de seguidores. Terminada a fase final de votação, o movimento mais popular ganha o direito a reunir com o Primeiro-Ministro e defender a sua causa. A Figura 21 ilustra a página inicial do projeto “O Meu Movimento”.



Figura 21 – Iniciativa de *e-participação* “O Meu Movimento”. Fonte: <http://www.portugal.gov.pt/>

O ambiente de indignação crescente que se vive em Portugal face às políticas de austeridade impostas pelo governo a mando da *troika* tem servido de gatilho para o surgimento de cada vez mais iniciativas que trazem novas perspetivas sobre o potencial dos meios digitais ao serviço da cidadania (Global Voices, 2012).

Um exemplo de ativismo digital foi levado a cabo pela Associação Nacional de Software Livre (ANSOL), que lançou o “Manifesto do Campo das Cebolas” (ANSOL, 2012). Sucintamente, o manifesto, entre outras coisas, denuncia uma série de concursos públicos na área das Tecnologias de Informação e Comunicação.

O Movimento Partido Pirata Português (<http://www.partidopiratapt.eu/>) é mais um exemplo do uso da tecnologia para fins políticos. Este movimento encontra-se atualmente em fase de angariação de assinaturas necessárias para a criação de um partido político.

O primeiro Partido Pirata foi criado na Suécia por Rickard Falkvinge, em 1 de Janeiro de 2006 (<http://www.piratpartiet.se/international>). Desde então, foram surgindo vários

Partidos Pirata por todo o mundo. Neste momento, segundo a lista apresentada no sítio Web do Partido Pirata Sueco, o número de Partidos Pirata já criados, ou em fase de criação, ultrapassa as duas dezenas.

Após uma leitura das declarações de princípios e dos manifestos encontrados nos sítios Web de alguns dos Partidos Pirata, verifica-se que, genérica e resumidamente, advogam a democracia direta, a reforma dos direitos autorais e das leis de patentes vigentes (chegando mesmo, em alguns casos, a pedir a sua abolição), a livre partilha de conhecimento (conteúdos abertos), a privacidade dos dados *on-line* dos cidadãos, a transparência, a liberdade de informação, a educação gratuita, a saúde universal e uma separação clara entre a Religião e o Estado, entre outras reivindicações.

O Partido Pirata Sueco obteve 7,1% dos votos nas Eleições para o Parlamento Europeu de 7 de Junho de 2009, conseguindo, assim, um dos 18 lugares que a Suécia tem no Parlamento Europeu (Wired, 2009). Por outro lado, nas eleições regionais da Alemanha, realizadas no final de Abril de 2012, o Partido Pirata obteve 8% dos votos no estado de Schleswig-Holstein, no norte do país, conseguindo, desse modo, lugares no parlamento local. O Partido Pirata conquistou assentos parlamentares em mais dois estados alemães. Em Berlim, eles conseguiram 15 lugares no parlamento local (BBC, 2012).

Entre 1 e 2 de Setembro de 2012, realizou-se na Catalunha a primeira conferência dos partidos pirata europeus, dedicada à construção dos alicerces para a fundação do Partido Pirata Europeu, a organização que será responsável por coordenar as políticas e as campanhas eleitorais de todo o Movimento Pirata na Europa (<http://ppeu.net/>).

O Centro Robert F. Kennedy para a Justiça e Direitos Humanos está a conceder bolsas para ações de formação em *ciberativismo*, que vão decorrer em Florença. De acordo com o responsável pelo projeto, os primeiros alunos do novo instituto internacional estão a ser recrutados entre *bloggers* e ativistas de diversos pontos do mundo e vão começar as aulas no princípio de 2013. Os processos de candidatura obrigam a cuidados especiais para proteger as identidades dos alunos. O responsável refere ainda que “*inspirado nas novas formas de contestação on-line desencadeadas pela Primavera Árabe, o instituto decidiu desenvolver cursos que conjuguem os estudos académicos*

*com ensinamentos práticos sobre ferramentas digitais que permitam aos dissidentes defenderem-se de regimes repressivos, nomeadamente através de software que proteja o seu anonimato*³³.

De acordo com uma notícia publicada no semanário SOL no dia 21 de Agosto de 2012³⁴, o presidente da Câmara de Mirandela, António Branco, começou a realizar, desde o final de Agosto, todas as sextas-feiras de manhã, sessões de *chat* no *Facebook*³⁵ para conversar com os cidadãos, em ambiente aberto e numa sessão em que todos podem participar, “*num clima de respeito mútuo e diálogo franco*”. Desta forma, o autarca pretende “*facilitar a vida de muitos que, por falta de tempo ou por necessidade de se deslocarem, ou até por dificuldades de agenda, não teriam a oportunidade de colocar as suas questões, fazer observações e sugestões ao presidente da Câmara*”. Com este novo meio de contacto, o autarca não pretende “*substituir o tradicional atendimento presencial, mas criar mais um canal de comunicação direta com os munícipes*”. Com este novo espaço nas redes sociais, António Branco propõe-se também “*informar com assiduidade os munícipes do estado e vida do município, das obras e projetos, dos concursos e oportunidades e muitos outros assuntos de carácter económico, social e cultural que possam interessar aos mirandelenses*”.

Ainda no âmbito do poder local, convém mencionar os estudos de (Ferreira, 2011) e (UMIC, 2011), onde são enunciadas várias iniciativas de participação eletrónica, nomeadamente Orçamentos Participativos, consultas públicas, fóruns de discussão *on-line*, entre outras.

Também alguns partidos políticos nacionais têm vindo a apostar na participação ativa dos cidadãos, realizando esporadicamente iniciativas de *e-participação*. Por exemplo, segundo uma notícia publicada no jornal *i online*, no dia 26 de Maio de 2012³⁶, o Partido Socialista (PS) abriu um espaço no seu sítio Web intitulado “Estado da Nação”,

³³ Notícia publicada no semanário Expresso em 6 de Novembro de 2012. Disponível em: <http://expresso.sapo.pt/curso-para-ciberativismo-arranca-em-florenca=f764737#ixzz2BWIAllkz>

³⁴ http://sol.sapo.pt/inicio/Politica/Interior.aspx?content_id=57339. Acedido em 21 de Agosto de 2012

³⁵ <https://www.facebook.com/antoniobranco.municipiomirandela.5>. Acedido em 24 de Agosto de 2012

³⁶ <http://www.ionline.pt/portugal/ps-abre-pagina-na-colocar-perguntas-sobre-estado-da-nacao>. Acedido em 26 de Maio de 2012.

onde convidou os cidadãos a colocar questões que devessem ser respondidas pelo Primeiro-Ministro. Segundo a direção dos socialistas, com a iniciativa pretendeu-se “*dar voz aos cidadãos*”, dando-lhes uma oportunidade de ver respondidas perguntas que desejem ver esclarecidas por parte do Primeiro-Ministro. A Figura 22 ilustra o espaço “Estado da Nação” incorporado no sítio Web no PS, onde os cidadãos podiam submeter as suas perguntas.

“Apostaremos na participação activa dos cidadãos.”
António José Seguro, Moção de Orientação Política Nacional “O Novo Ciclo para Cumprir Portugal”

Entrar em WWW.PS.PT

Estado da NAÇÃO

PARTIDO SOCIALISTA

Queremos saber a sua opinião

Portugal vive tempos muito difíceis! O aumento brutal do desemprego, a diminuição dos níveis de proteção social, a sobrecarga de despesas com a saúde e a educação para as famílias, o aumento do preço dos transportes, ao mesmo tempo que a qualidade decai, são questões que nos afetam a todos no dia a dia.

O PS quer dar voz à sua voz no debate do Estado da Nação, queremos saber como esta crise tem afetado as portuguesas e os portugueses, queremos saber como vê o Estado de Portugal, pois só poderemos verdadeiramente abraçar Um Novo Futuro, um caminho baseado no crescimento e no emprego, colocando as pessoas em primeiro lugar.

Participe

Dê-nos a sua opinião sobre a situação de Portugal e a pergunta que gostaria que fosse feita ao Governo no debate do Estado da Nação.

Deixe aqui as suas propostas para melhorar Portugal.

Nome

Email

Aceito participar neste questionário e receber, via e-mail, informação relativa ao projeto “Estado da Nação”.

ENVIAR

Figura 22 – Iniciativa “Estado da Nação” – submissão de perguntas. Fonte: Partido Socialista

Como resultado dessa iniciativa de consulta pública, segundo outra notícia também publicada no jornal *i online*, no dia 10 de Julho de 2012³⁷, o grupo parlamentar do PS anunciou que ia enviar ao Governo 114 perguntas que recolheu dos portugueses através da Internet, com a intenção de “*dar voz ao sentimento da nação*”. Em conferência de imprensa, na Assembleia da República, o líder parlamentar do PS, Carlos Zorrinho, disse que os socialistas receberam “*milhares de interações*”, através de formulários disponibilizados numa página da Internet, e “*mais de 600 perguntas*”, algumas das quais sobre temas repetidos. Conforme ilustrado na Figura 23, as perguntas dos cidadãos foram agrupadas em nove áreas temáticas.

³⁷ <http://www.ionline.pt/portugal/estado-da-nacao-ps-envia-ao-governo-114-perguntas-feitas-pelos-portugueses>. Acedido em 10 de Julho de 2012.



Figura 23 – Iniciativa “Estado da Nação” – Consulta de perguntas. Fonte: Partido Socialista

Segundo Carlos Zorrinho, o PS condensou as contribuições dos cidadãos “*porque também não queremos que o Governo nos acuse de estarmos a perturbar o trabalho governativo*”. Declarou ainda que “*o PS vai também fazer chegar algumas destas questões ao Governo durante o debate sobre o Estado da Nação*”, por entender que é “*importante dar voz aos portugueses e transmitir também aqui neste debate o sentimento da nação, ou seja, o sentimento das pessoas no terreno*”.

Para terminar, convém referir ainda que o sítio Web da Assembleia da República permite que os cidadãos participem em fóruns de discussão eletrónicos e submetam petições públicas *on-line*. Por outro lado, o sítio Web <http://www.peticaopublica.com> também possibilita a criação de petições públicas.

3.2.2 Iniciativas internacionais de participação eletrónica

Em (Scherer et al., 2009), evidencia-se a importância da utilização das noções e das técnicas provenientes dos domínios da usabilidade (Nielsen, 1993; Nielsen, 2000; Kaasgaard, 2000; Nielsen & Loranger, 1993) e da acessibilidade (W3C, 2012) na conceção e no desenho de aplicações de *e-participação*. Os autores apresentam o projeto VoicE, que promove o diálogo entre os cidadãos de duas cidades europeias

(Baden Wurttemberg, na Alemanha e Valência, na Espanha) e os decisores políticos do Parlamento Europeu. Os autores argumentam que, na concepção e implementação de qualquer projeto de *e-participação*, o desenho deve ser contínuo e iterativo, e que a participação dos utilizadores é essencial em todas as fases do ciclo de vida do projeto. Além destas preocupações, considera-se nesta tese que os criadores de aplicações de *e-participação* devem também ter em conta os princípios oriundos dos campos da experiência de utilização³⁸ (Unger & Chandler, 2012; Allen & Chudley, 2012), da escalabilidade (Schlossnagle, 2006; Abbott & Fische, 2009; Loudon, 2010; Abbott & Fische, 2011) e da engenharia de *software* (Pressman, 2005).

Hohberg Lubcke e Luhrs descrevem três iniciativas realizadas em Hamburgo, Berlim e Munique para criar, através da Internet, um diálogo com os cidadãos sobre como deveria ser a vida familiar em cada uma dessas cidades (Hohberg et al., 2009). Os autores referem que o sucesso de cada iniciativa ilustra que, por um lado, os políticos podem utilizar a tecnologia para aproveitar o conhecimento especializado local, que de outra forma permaneceria escondido, e que, por outro lado, as mulheres, apesar de serem conhecidas por tradicionalmente não utilizarem as ferramentas de *e-participação*, podem ser fortemente motivadas a envolver-se em número ainda maior do que os homens.

Cervelló descreve como o governo suíço financiou, no ano de 2000, em três cantões, iniciativas para testar a eficácia da *e-participação* nos processos consultivos realizados periodicamente em todo o país (Cervelló, 2009). Especificamente, foi testada, nas eleições, a utilização do voto eletrónico (*e-voting*) juridicamente vinculativo. O estudo testou as funcionalidades técnicas das ferramentas tecnológicas e analisou o impacto da sua utilização sobre o número de eleitores votantes. Os resultados demonstraram que é possível conceber e utilizar sistemas altamente robustos, seguros e simples de usar. O autor argumenta ainda que, à luz do seu estudo, é claro que, com os processos cuidadosamente projetados e apresentados, a Internet pode contribuir tanto para aumentar como para estabilizar a participação dos cidadãos ao longo do tempo.

³⁸ *User eXperience – UX*

Por outro lado, Tomkova avaliou o modo como as consultas eletrónicas foram utilizadas em instituições políticas (Tomkova, 2009). A autora refere que os resultados são um pouco nebulosos e que, embora os cidadãos tivessem sido convidados para a mesa da decisão política, o impacto real da sua participação sobre a implementação das políticas foi relativamente baixo, e muitas vezes não foi sequer reconhecido pelos políticos ou governantes. Tomkova questiona ainda se as consultas eletrónicas marcam um novo começo na participação pública ou se, pelo contrário, servem apenas como uma fachada para a correção política.

Para terminar, faz-se uma breve alusão ao projeto “Iniciativa de Cidadania Europeia”³⁹, onde é possível apresentar uma iniciativa de cidadania em qualquer domínio em que a Comissão tenha competência para apresentar uma proposta legislativa, como por exemplo, ambiente, agricultura, transportes, saúde pública, etc. Uma iniciativa de cidadania deve ter o apoio de, pelo menos, um milhão de cidadãos da União Europeia (EU) provenientes, no mínimo, de 7 dos 27 Estados-Membros, e obter em cada um desses 7 Estados-Membros um número mínimo de apoiantes, definido em <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/signatories>.

Para apresentar uma iniciativa de cidadania, os cidadãos têm de constituir um “comité de cidadãos” composto, no mínimo, por 7 cidadãos (com a idade mínima necessária para exercer o direito de voto) da UE residentes em, pelo menos, 7 Estados-Membros diferentes. O “comité de cidadãos” deverá proceder ao registo da iniciativa no sítio Internet “Iniciativa de Cidadania Europeia”, antes de iniciar a recolha de declarações de apoio dos cidadãos. Uma vez confirmado o registo, os organizadores dispõem do prazo de um ano para recolher as assinaturas necessárias. As iniciativas de cidadania não podem ser apresentadas por organizações. No entanto, qualquer organização pode promover ou apoiar iniciativas, desde que o faça de forma totalmente transparente.

De acordo com a lista de Perguntas Mais Frequentes (FAQ) da Iniciativa, o direito de apresentar uma petição ao Parlamento Europeu, já previsto nos anteriores Tratados, difere substancialmente do novo direito de apresentar uma iniciativa de cidadania europeia, conferido pelo Tratado de Lisboa, essencialmente nos seguintes aspetos:

³⁹ <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/welcome>. Acedido em 21 de Novembro de 2012.

- As petições podem ser apresentadas por cidadãos da UE ou por qualquer pessoa singular ou coletiva que resida ou tenha a sede social num Estado-Membro, individualmente ou em associação com outros cidadãos ou pessoas;
- As petições devem referir-se a assuntos que se inserem nos domínios de intervenção da UE e que afetam diretamente os requerentes (por exemplo, uma queixa);
- As petições são dirigidas ao Parlamento Europeu enquanto representante direto dos cidadãos a nível da EU;
- No caso das petições, não existem requisitos formais em termos de número mínimo de subscritores repartidos por vários países da EU;
- A iniciativa de cidadania oferece, porém, aos cidadãos a possibilidade de solicitarem diretamente à Comissão que apresente novas iniciativas políticas, desde que recolham apoios suficientes em toda a UE.

3.3 A mediação digital e as campanhas eleitorais

Na literatura, encontram-se várias publicações que abordam o tema da política e das campanhas eleitorais *on-line* (Ireland & Nash, 2001; Bimber & Davis, 2003; Bang, 2009; Erkul & Erkul, 2009; Howard, 2011). Vale a pena lembrar que neste texto se aceita a definição de mediação digital proposta por Manuel Castells, como sendo a comunicação mediada por computador (Castells, 2007a). Avishay Livne e os seus colegas afirmam que *“atualmente parece que toda campanha eleitoral que se preze deve ter uma presença on-line”* e que *“a fórmula para uma campanha de sucesso on-line é muito procurada”* (Livne et al., 2011).

Em (Klinenberg & Perrin, 2000), refere-se que, nas eleições presidenciais primárias republicanas de 1996, a utilização de sítios Web de campanha desempenhou um papel importante na difusão de informações sobre os candidatos (Dole), bem como na procura de apoio (Buchanan) e contribuições monetárias para a campanha (todos os candidatos). Todavia, segundo os autores, os canais de comunicação funcionaram essencialmente de forma unidirecional.

Em (Tumasjan et al., 2010), destaca-se o papel do *e-mail* na campanha eleitoral de Jesse Ventura, em 1998, do sítio Web de campanha para angariação de fundos na campanha de John McCain, em 2000, e dos blogues na campanha de Howard Dean, em 2004. Os autores argumentam que, a partir de 2008, a utilização bem-sucedida dos Media Sociais na campanha eleitoral de Barack Obama para as Eleições Presidenciais Americanas estabeleceu o *Twitter*, *Facebook*, *MySpace* e outras redes sociais como parte integrante das ferramentas dos responsáveis por campanhas eleitorais políticas. Alguns analistas atribuem a vitória de Obama em grande medida à sua estratégia *on-line*. O sítio Web eleitoral de Obama, *mybarackobama.com*, também conhecido como *MyBO*, ajudou a estabelecer recordes, em termos de donativos e de mobilização das bases (Williams & Gulati, 2008).

Um estudo, conduzido pelo *Pew Research Center*, revela que cerca de 73% dos utilizadores adultos americanos usou a Internet para recolher informação política ou para comunicar com outros utilizadores sobre a campanha eleitoral das Eleições Intercalares (*Midterm Elections*) de 2 de Novembro de 2010. Isso representa 54% de todos os adultos com idade para votar dos Estados Unidos da América (Smith, 2011b). O relatório divulga ainda que os americanos sentem que a Internet facilita o conhecimento de outras pessoas com visões políticas semelhantes e permite encontrar uma ampla gama de pontos de vista, mas também aumenta o extremismo político, sendo por vezes difícil separar as boas das más informações políticas.

Têm sido levadas a cabo várias iniciativas em linha para ajudar os cidadãos a esclarecer as questões e as propostas eleitorais por parte dos diferentes candidatos. Uma abordagem conhecida apresenta um questionário aos cidadãos sobre vários assuntos, faz uma comparação estatística com as posições dos candidatos e obtém o candidato que melhor corresponde às respostas do utilizador (Smartvote, 2011). Todavia, isso não permite que o cidadão comunique e envie perguntas aos candidatos. Ademais, as perguntas formuladas são baseadas no programa eleitoral, tal como definido por cada candidato, e não fornecem qualquer base para a interação.

Em (Talbot, 2008; Greengard, 2009), é analisada, a partir de uma perspectiva de *e-participação*, a bem-sucedida campanha eleitoral de Barack Obama durante as Eleições

Presidenciais de 2008. De facto, esses autores consideram que o presidente Obama fez uma utilização inteligente das tecnologias na sua campanha eleitoral de 2008, abrindo um novo capítulo no campo da *e-participação*. Todavia, essas abordagens servem essencialmente para envolver os cidadãos em torno de uma candidatura. Isto é, não juntam num único espaço os vários candidatos e os cidadãos para comunicarem e partilharem ideias e opiniões.

O projeto *EU Profiler* (<http://www.euprofiler.eu/>) usou uma abordagem semelhante (através de questionário) à do projeto *Smartvote* para permitir aos cidadãos descobrirem o seu posicionamento no panorama político das Eleições Europeias de 2009. Também existem outros *sites* que comparam as propostas dos candidatos em vários tópicos (CNN Election Center, 2008).

Uma outra abordagem procura retificar a lacuna na comunicação entre os cidadãos e os políticos (Abgeordneten, 2010). Nessa iniciativa, é exibida a lista de representantes políticos, bem como dos candidatos às eleições, e os cidadãos podem enviar perguntas para os candidatos responderem. Porém, o *site* está desenhado em torno de cada representante político e não parece oferecer nem uma solução escalável quando o número de perguntas aumenta, nem uma comparação direta (lado a lado) das respostas dos candidatos para uma mesma pergunta, nem a possibilidade de debater em torno da questão e das respetivas respostas.

Em (Aggio, Marques & Sampaio, 2011), descreve-se uma iniciativa de participação mantida pelo candidato José Serra às Eleições Presidenciais Brasileiras de 2010. Resumidamente, ao longo da primeira fase das eleições, a campanha de José Serra lançou uma plataforma Web de comunicação, cujo objetivo era a construção de um plano de governação colaborativo, apto a agregar contribuições de cidadãos, especialistas e demais interessados em questões políticas relevantes para o Brasil. Para o efeito, foram criados fóruns temáticos classificados de acordo com a região do país ou com a natureza da questão abordada.

Em Portugal, o Conselho Nacional de Juventude (CNJ), em parceria com a plataforma de participação *euparticipo* (<http://www.euparticipo.org/>), e com o apoio da Fundação

para a Computação Científica Nacional (FCCN), levou a cabo uma iniciativa de participação *on-line*, durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de Portugal, de 5 de Junho de 2011. Resumidamente, o CNJ iniciou uma campanha designada “Qual é o teu estado?”, com o intuito de envolver os jovens na participação ativa da realidade política nacional. Após um processo de consulta realizado ao longo de vários eventos, o CNJ apresentou as suas “30 propostas jovens para o futuro do país”. As propostas foram organizadas em 6 vetores, nomeadamente “participação e oportunidade de decisão”, “emprego”, “conhecimento, competências e educação”, “vida saudável e sustentabilidade”, “realização, confiança e felicidade”, e “compromisso geracional”.

Na sequência da parceria com a plataforma de participação *euparticipo*, disponibilizou as 30 propostas na plataforma para consulta e votação *on-line*. Posteriormente, convidou os cidadãos, especialmente os jovens, a submeterem na plataforma novas propostas/sugestões para o futuro do país. Como resultado, foram aceites para publicação mais quatro sugestões. As 34 propostas podem ser consultadas em <http://www.euparticipo.org/juventude/propostas/alfabeticamente/todas/1/normal>.

Depois, o CNJ organizou uma série de seis debates em direto (ver a Figura 24), cada um com uma candidatura às Eleições Legislativas de Portugal, de 5 de Junho de 2011.



Figura 24 – Página de acesso aos debates em direto realizados na plataforma *euparticipo*

Concretamente, participaram nos debates em direto o Partido Social Democrata (PSD), o Bloco de Esquerda (BE), a Coligação Democrática Unitária (CDU), que representa a coligação do Partido Comunista Português (PCP) com o Partido Ecologista “Os Verdes” (PEV), o Partido do Centro Democrático Social – Partido Popular (CDS-PP), o Partido Socialista (PS), e o Movimento Esperança Portugal (MEP). Portanto, participaram na iniciativa do CNJ seis das dezassete candidaturas às Eleições Legislativas de 2011.

Os debates foram realizados nas instalações do CNJ e foram transmitidos em direto, via *streaming* de vídeo, na plataforma. Em cada debate, o moderador (um representante do CNJ) começava por resumir as 30 propostas do CNJ. Depois convidava os representantes das candidaturas a comentar essas propostas e a responder às perguntas colocadas pelas pessoas presentes no debate e pelas pessoas que estavam a assistir ao debate através da Internet. Os debates estão disponíveis para consulta em <http://www.euparticipo.org/juventude/debate>.

Em relação aos debates em direto, destaque-se o facto de no primeiro, com a candidatura do PSD, apenas terem sido dedicados 32 dos 112 minutos de duração do debate para a colocação de perguntas ao candidato. Ademais, desses 32 minutos, apenas foram destinados os últimos cinco minutos para o candidato responder a (3) questões que foram submetidas *on-line* durante o decorrer do debate. Assim, nesse debate 80 minutos (isto é, 71,4% da duração do debate) foram destinados a uma comunicação unidirecional. Primeiro do CNJ e depois do candidato para a assistência. Somente 28,6% do tempo do debate foi dedicado a uma comunicação bidirecional entre o candidato e a comunidade. Todavia, nos restantes debates aumentou consideravelmente o tempo dedicado à resposta a questões colocadas *on-line* e por pessoas fisicamente presentes no debate, isto é, à comunicação bidirecional entre o candidato e a comunidade.

A Tabela 1 resume os dados recolhidos a partir da observação dos debates em direto, nomeadamente a data, a hora de início e a hora de conclusão, o número de perguntas colocadas pelas pessoas fisicamente presentes no debate (*on-site*) e das respetivas respostas, o número de perguntas colocadas através da Internet (*on-line*) e das respostas

correspondentes e o número total de perguntas e respostas que ocorreram durante o debate. Os valores “N/D” significam informação “Não disponível”.

Tabela 1 – Resumo dos dados sobre os debates em direto realizados pelo CNJ.

Candidatura	Data	Início	Fim	Perg./Resp. <i>on-line</i>	Perg./Resp. <i>on-site</i>	Total Perg./Resp. (<i>on-line+on-site</i>) durante o debate em direto
PSD	12 Maio 2012	12:00	13:52	32/3	5/5	37/8
BE	17 Maio 2012	17:00	18:45	10/3	6/6	16/9
CDU	19 Maio 2012	12:00	13:49	13/7	3/3	16/10
CDS	23 Maio 2012	15:00	N/D	13/N/D	N/D/N/D	13/N/D
PS	26 Maio 2012	10:30	12:08	17/8	4/4	21/12
MEP	2 Junho 2012	19:00	19:55	15/15	2/2	17/17

Convém referir ainda que esta iniciativa não permitiu a submissão de questões às candidaturas, salvo nos debates em direto. Não fez inquéritos à comunidade sobre temas “quentes” da campanha eleitoral. Também não dispôs de uma área para consulta, análise e discussão dos programas eleitorais propostos pelas várias candidaturas. Ademais, a análise da iniciativa levada a cabo pelo CNJ sugere que a participação da comunidade ocorreu essencialmente durante os debates em direto.

3.3.1 O advento dos Media Sociais

Os Media Sociais criaram uma nova dimensão no domínio da *e-participação* em períodos eleitorais, pois permitem a participação espontânea de cidadãos e de grupos de interesses. São, essencialmente, uma categoria de Media *on-line*, onde as pessoas comunicam, participam, colaboram e partilham conteúdos (Hogg & Lerman, 2010). A maioria dos serviços disponibilizados pelos Media Sociais estimula a discussão, *feedback*, votação, comentários e a partilha de informações e recursos entre os utilizadores. Baseiam-se, preferencialmente, na conversação bidirecional, em vez de em uma transmissão de informação de sentido único, mais característica dos Media tradicionais. Ron Jones, distingue entre quatro tipos de Media Sociais, designadamente (Jones, 2009):

- *Social News* – onde se pode ler, votar e comentar conteúdos, como artigos ou notícias. São exemplos, o *Digg*, *Sphinn*, *Newsvine*, entre outros;

- *Social Sharing* – permitem criar, carregar e partilhar recursos, tais como vídeos, apresentações ou fotos. São exemplos, o *YouTube*, *SlideShare*, *Flickr*, entre outros;
- *Social Networks* – onde os utilizadores podem descobrir e ligar-se a outras pessoas para comunicar e partilhar conteúdos. São exemplos, o *Facebook*, *Twitter*, *MySpace*, *LinkedIn*, entre outros;
- *Social Bookmarking* – permitem encontrar e marcar sítios Web e informações de interesse. Os utilizadores podem guardar nos seus favoritos *on-line*, para depois aceder de qualquer lugar, ou partilhá-los com outros utilizadores. São exemplos, o *Delicious*, *StumbleUpon*, *Diigo*, entre outros.

Tumasjan e colegas realizaram um estudo sobre a utilização do *Twitter* nas Eleições Parlamentares Germânicas de 27 de Setembro de 2009 (Tumasjan et al., 2010). Estudaram 104003 *tweets* de natureza política (mensagens que mencionavam partidos ou políticos), publicados entre 13 de Agosto e 19 de Setembro de 2009. Referem que o volume de mensagens aumentou com a aproximação da data da eleição, e concluíram que o *Twitter* não é usado apenas para divulgar opiniões políticas, mas também para as discutir com outros utilizadores. Assim, consideram que o *Twitter* foi, de facto, utilizado como plataforma para a deliberação política. No entanto, referem que a discussão foi dominada por um pequeno número de utilizadores. Apenas 4% dos utilizadores abrangidos pelo estudo foram responsáveis por 40% das mensagens.

Alegam ainda que os seus resultados sugerem que o tráfego eleitoral no *Twitter* pode ser considerado um indicador válido para a previsão dos resultados eleitorais. Compararam os seus resultados e os da última sondagem antes das eleições, efetuada por seis agências reconhecidas na Alemanha usando métodos tradicionais, com os resultados eleitorais e constataram que a margem de erro dos seus resultados foi de apenas 1,65%, contra 0,80% da sondagem tradicional mais precisa, e 1,48% da sondagem tradicional menos precisa.

Por sua vez, Williams e Gulati constataram que o número de fans de um candidato no *Facebook* pode ser considerado como um indicador válido para medir o seu sucesso ou insucesso eleitoral (Williams & Gulati, 2008). Por outro lado, os resultados de um inquérito aos apoiantes, no *Facebook*, dos dois candidatos mais fortes nas Eleições

Parlamentares Dinamarquesas de 2007, sugerem que o *Facebook* não teve nenhum impacto significativo na comunicação entre os candidatos e os apoiantes, nem na forma como os últimos conhecem os primeiros. Isto é, verificou-se que os apoiantes que utilizaram o *Facebook* para se ligar aos candidatos eram os que já estavam em contacto com eles em iniciativas partidárias (Andersen & Medaglia, 2009).

Um estudo revela que 22% da população adulta dos Estados Unidos da América utilizou as redes sociais (*Facebook*, *Twitter*, *MySpace*) nos meses anteriores a Novembro, para se envolver na campanha eleitoral das Eleições Intercalares Norte-Americanas de 2 de Novembro de 2010 (Smith, 2011a).

Recentemente, foram também realizados alguns estudos académicos sobre a utilização da rede social *Twitter* como um “sensor social” e um mecanismo de previsão dos resultados eleitorais. Livne e os seus colegas estudaram a utilização do *Twitter* por (700) candidatos às Eleições Intercalares Americanas de 2010 e concluíram que existe um relacionamento significativo entre a sua atividade na rede social e os resultados eleitorais. Concretamente, construíram um modelo que permite prever se um candidato vai ganhar ou perder com uma precisão de 88% (Livne et al., 2011).

Em Portugal, o Portal SAPO, em parceria com as Universidades de Lisboa, Porto e Nova de Lisboa, disponibilizou, durante a campanha eleitoral das eleições parlamentares de 2011, o *Twitómetro*, um instrumento que permitia aferir o sentimento dos portugueses relativamente aos cinco líderes dos partidos com representação parlamentar (ver Figura 25).



Figura 25 – Twitómetro. Fonte: Portal SAPO (<http://legislativas.sapo.pt/2011/twitometro/>)

O *Twitómetro* era atualizado diariamente, após análise das mensagens recolhidas em permanência da rede social *Twitter*. A análise consistiu na identificação de cada um dos líderes políticos alvo, seguida da deteção da polaridade do sentimento expresso em cada uma dessas mensagens (positiva ou negativa). A partir dessa análise produziram-se, para cada dia, estatísticas, que resumiam as tendências relativas de cada candidato e entre os candidatos, ao longo do tempo. Assim, no gráfico acima representado, para cada dia, e para cada candidato, foi associada uma circunferência colorida, que resumia duas dimensões da análise:

1. A popularidade, medida em função do número relativo de menções que cada candidato teve no *Twitter*. Esta estatística foi representada pela área da circunferência. Quanto maior era a presença relativa de cada candidato nas mensagens da rede social *Twitter*, maior era a circunferência;
2. A tendência global do sentimento expresso nas mensagens *Twitter*, em função do número de mensagem positivas e negativas, que foram detetadas para cada candidato. Note-se que, quanto mais mencionados foram os candidatos, mais

expressivas foram as oscilações nas correspondentes posições verticais das suas circunferências.

O espaço *U.S. Politics* no *Facebook* (<http://www.facebook.com/uspolitics>) destaca o uso desta rede social por políticos. Uma iniciativa interessante, levada a cabo por uma parceria entre o *Facebook* e a estação de televisão NBC, transmitiu ao vivo, em http://www.facebook.com/uspolitics?sk=app_201387976576727, o debate entre os candidatos presidenciais do Partido Republicano (*Grand Old Party – GOP*) realizado em 8 de Janeiro de 2012 (ver Figura 26).



Figura 26 – Debate entre os candidatos presidenciais do Partido Republicano (Grand Old Party - GOP) realizado em 8 de Janeiro de 2012. Fonte: <http://www.facebook.com/uspolitics>

Nesse espaço, os cidadãos foram previamente convidados a submeter questões para os candidatos. Algumas dessas perguntas foram depois usadas durante o debate, juntamente com as perguntas do moderador, o jornalista David Gregory, e com mais algumas perguntas colocadas por cidadãos enquanto decorria o debate. Há, todavia, a questão sobre o modo de seleção das perguntas para o debate. Apesar de possuir uma premissa participativa, a iniciativa não é clara sobre as regras de seleção, não havendo qualquer referência ao modo de escolha das perguntas.

Uma outra limitação da iniciativa diz respeito à organização da informação. Não existia nenhuma estrutura temática para a submissão de perguntas. Por outro lado, também não existiam áreas específicas para a submissão de sugestões, nem para realizar inquéritos aos cidadãos.

De acordo com o jornal Público⁴⁰, as Eleições Presidenciais Norte-Americanas de 2012 foram fortemente seguidas nas redes sociais. O *Twitter* e o *Facebook* registaram resultados recorde. Por exemplo, como ilustrado na Figura 27, o *Twitter* divulgou, na noite eleitoral, que registou cerca de cem milhões de votos e 31 milhões de *tweets* relacionados com as eleições.



Figura 27 – Divulgação de resultados do *Twitter* relacionados com as Eleições Presidenciais dos Estados Unidos em 2012

Ainda segundo o jornal Público, o *Twitter* registou números recorde, atingindo 327.452 *tweets* por minuto no momento em que as televisões norte-americanas avançaram as primeiras projeções que davam a vitória a Obama. O candidato escreveu três *tweets* seguidos, depois de ter saído vitorioso. Um deles, “*Isto aconteceu por vossa causa. Obrigado*”, serviu para agradecer o apoio recebido. Dois minutos depois de ter agradecido a quem votou nele, Obama partilhou uma fotografia do casal presidencial abraçado. Juntamente com a fotografia estava a mensagem “*Mais quatro anos*”. De acordo com a notícia do Público, este tornou-se o *tweet* mais reproduzido de sempre. O número ainda está a aumentar. Como se pode observar na Figura 28, a mensagem já tinha sido *retweetada* (partilhada pelos utilizadores do *Twitter*) mais de 800 mil vezes.

⁴⁰ <http://www.publico.pt/Mundo/uma-eleicao-com-31-milhoes-de-tweets--1571596?p=1>



Figura 28 – Mensagem do Presidente Obama no *Twitter*. Fonte: <https://twitter.com/BarackObama/status/266031293945503744/photo/1>. Acedido em 9 de Novembro de 2012

O presidente da Comissão Europeia, Durão Barroso, também utilizou o *Twitter* para dar os parabéns a Obama, como se pode observar na Figura 29.



Figura 29 – Parabéns do Presidente da Comissão Europeia ao Presidente Barack Obama. Fonte: <https://twitter.com/BarrosoEU/status/266059325590601728>. Acedido em 9 de Novembro de 2012

Por outro lado, de acordo com as estatísticas divulgadas pela empresa *Socialbakers*, e conforme ilustrado na Figura 30, o candidato Barack Obama atraiu aproximadamente 33 milhões de fans (botão *like*) no *Facebook*, enquanto o candidato Mitt Romney recolheu cerca de 12 milhões de fans.

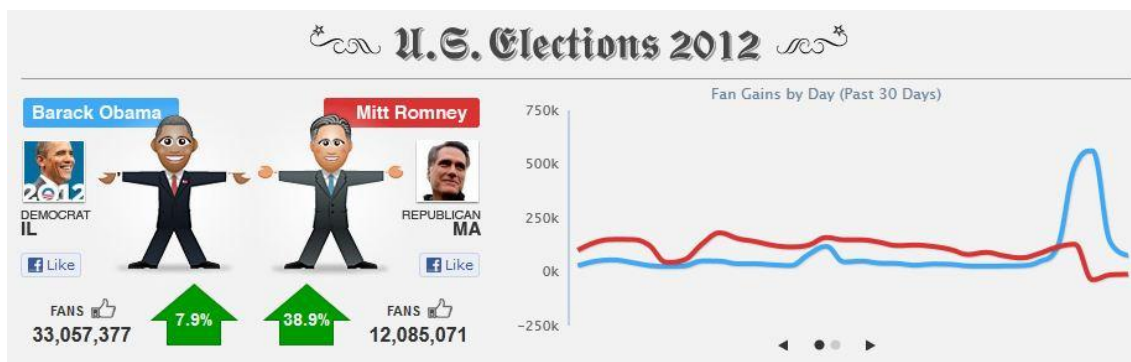


Figura 30 – Estatísticas sobre as Eleições Presidenciais Norte-Americanas no Facebook. Fonte: *Socialbakers*. Disponível em: <http://www.socialbakers.com/elections/?ref=left-menu>. Acedido em 11 de Novembro de 2012.

De acordo com o *Facebook Talk Meter*⁴¹, uma ferramenta que mede (numa escala de 1 a 10 pontos) o nível de atividade no Facebook em torno de um evento específico, o dia das eleições registou a pontuação mais elevada do ano de 2012 entre os utilizadores norte-americanos. Concretamente, registou 9,27 pontos, superando o *Super Bowl XLVI* e o furacão *Sandy*. Também foram ultrapassados os 8,95 pontos registados no dia da eleição presidencial de 2008, entre os utilizadores norte-americanos (Talk Meter, 2012).

Ainda de acordo com o *Facebook Talk Meter*, a maioria das pessoas que falaram sobre a eleição no dia do escrutínio foram os jovens utilizadores do Facebook, com idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos. Uma mudança, relativamente à campanha eleitoral, em que foram os utilizadores mais velhos a dominar a conversa. A discussão em torno do dia da eleição foi um pouco maior para os homens (9,39) do que para as mulheres (9,19). Em relação aos homens, os utilizadores entre os 25 e 34 anos obtiveram uma classificação de 9,47 pontos, enquanto os homens entre os 35 e os 44 anos alcançaram 9,44 pontos. A pontuação máxima para as mulheres verificou-se na faixa etária entre os 25 e os 34 (9,27), seguida da faixa entre os 35 e os 44 anos (9,21).

Numa iniciativa conjunta, o Facebook e a Microsoft, desenvolveram uma aplicação que incentivava os utilizadores do Facebook a ir votar nas eleições presidenciais norte-americanas de 2012 (Facebook, 2012). Sucintamente, durante o dia da eleição, os utilizadores com idade acima de 18 anos tinham uma mensagem colocada no topo de seu feed de notícias a lembrar para ir votar, juntamente com uma hiperligação para a

⁴¹ <http://allfacebook.com/tag/talk-meter>

aplicação que lhes indicava o local onde deveriam votar. Os utilizadores com idade de votar podiam lembrar os seus amigos para votar pressionando o botão “*I’m voting*” ou “*I’m a voter*”. Como resultado, os seus amigos recebiam nos seus cronogramas essa mensagem. Também viam os rostos dos amigos que já tinham utilizado os botões para manifestar que são eleitores, bem como um contador em tempo real a exibir o número de pessoas dos Estados Unidos da América que pressionaram os botões.

Um estudo, conduzido pela Universidade da Califórnia, indica que o *Facebook* pode desempenhar um papel influente nas eleições (Bond et al., 2012). De acordo com o estudo, cerca de 280000 pessoas foram votar nas últimas Eleições Intercalares dos Estados Unidos da América, realizadas em 2 de Novembro de 2010, devido a uma mensagem que receberam no *Facebook* no dia da eleição (ver Figura 31).



Figura 31 – Incentivo do *Facebook* para os seus utilizadores americanos acima dos 18 anos irem votar

Outro estudo, levado a cabo pelo *Pew Research Center*, revela que os Media Sociais foram uma parte significativa do processo eleitoral das Eleições Presidenciais Norte-Americanas de 2012, tendo sido utilizados para debater, anunciar o sentido de voto, e para incentivar amigos ou familiares a votar num determinado candidato (Rainie, 2012). A Figura 32 ilustra a percentagem de eleitores registados americanos que usaram os Media Sociais, como o *Facebook* ou o *Twitter*, para receber/enviar mensagens a incentivar a votação num determinado candidato, ou para anunciar a sua escolha presidencial.

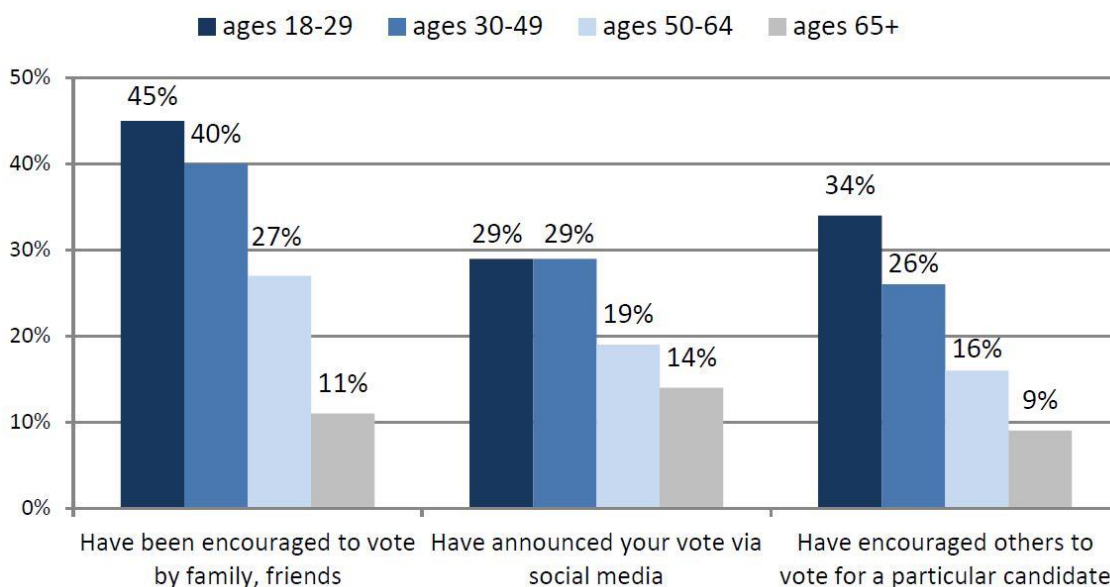


Figura 32 – Impacto dos Media Sociais no processo eleitoral das Eleições Presidenciais Norte-Americanas de 6 de Novembro de 2012. Fonte: (Rainie, 2012)

Segundo o estudo, 22,75% dos eleitores registados anunciaram o seu sentido de voto nas redes sociais. Aproximadamente 25% dos partidários de Barack Obama e cerca de 20% dos apoiantes de Mitt Romney anunciaram a sua preferência presidencial. Contudo, esta diferença não foi considerada estatisticamente significativa pelos investigadores. Os Media Sociais também se tornaram um espaço notável para as pessoas tentarem convencer os seus amigos a votar. Note-se que o estudo indica que 30,75% dos eleitores registados foram incentivados, pela família e amigos, a votar no democrata Barack Obama ou no republicano Mitt Romney, através de mensagens publicadas em Media Sociais como o *Facebook* ou o *Twitter*. Por outro lado, 20,5% dos eleitores registados encorajaram outros eleitores a votar, através de mensagens difundidas em Media Sociais.

Um aspeto interessante, relacionado com a utilização de dispositivos móveis, refere-se ao facto de 27% dos eleitores registados e que possuíam um telefone celular terem utilizado o telefone na campanha eleitoral das Eleições Presidenciais Norte-Americanas de 2012 para acompanhar notícias da campanha, partilhar as suas opiniões sobre os candidatos e interagir com os outros eleitores sobre questões políticas (Smith & Duggan, 2012).

3.4 Resumo do capítulo

Neste capítulo apresentaram-se algumas iniciativas nacionais e internacionais de participação eletrónica relevantes em diferentes contextos. Na parte final do capítulo, apresentaram-se iniciativas de mediação digital em campanhas eleitorais, uma das quais aconteceu em Portugal. Destacaram-se ainda iniciativas eleitorais no âmbito das redes sociais e alguns dados importantes, que revelam a cada vez maior adesão de candidatos e cidadãos a este tipo de iniciativas.

CAPÍTULO IV – METODOLOGIA

4.1 Introdução

Neste capítulo, apresenta-se a metodologia utilizada ao longo do trabalho, a investigação-ação. Aborda-se sucintamente a metodologia ágil de desenvolvimento de *software* usada neste projeto. Apresentam-se as razões de escolha dessas metodologias, e, posteriormente, descreve-se o procedimento levado a cabo para a realização da investigação.

4.2 Metodologia

Apesar de muitos autores reconhecerem Kurt Lewin como uma das figuras fundadoras da investigação-ação na distante década de quarenta (Lewin, 1948), nos últimos anos a investigação-ação tem-se tornado cada vez mais popular como metodologia de investigação (Alber, 2011). De acordo com (Koshy, 2005), o principal papel da investigação-ação é facilitar o estudo de aspetos de índole prática, seja no contexto da introdução de uma ideia inovadora ou de avaliar e refletir sobre a eficácia de uma prática corrente, com o objetivo de melhorar esses aspetos.

As diferentes conceções de investigação-ação podem ser reveladas pelas suas definições alternativas. Por exemplo, em (Hopkins, 2002) e (Ebbutt, 1985) sugere-se que a investigação-ação combina ação e investigação de forma disciplinada, com o intuito de melhorar e reformar a prática. Concretamente, Hopkins afirma que a investigação-ação “*combina um ato substantivo com um procedimento de investigação, é a ação controlada pela investigação. É uma tentativa de compreensão enquanto se está num processo de melhoria e reforma*”.

Em (Herr & Anderson, 2005), argumenta-se que a investigação-ação “*é um processo de reflexão espontânea, realizado deliberada e sistematicamente, e, geralmente, requer a apresentação de algum tipo de prova para suportar as asserções*”.

Em (Bassey, 1998), descreve-se a investigação-ação como *“uma metodologia que é levada a cabo com o intuito de compreender, de avaliar e, em seguida, de alterar, e que visa melhorar a prática”*.

Com o intuito de atestar o rigor da investigação-ação, em (Corey, 1953) afirma-se que é um processo em que o investigador estuda cientificamente os problemas, para que possa avaliar, melhorar e orientar a tomada de decisão e a prática.

Uma postura mais filosófica, que ecoa a obra de Habermas, é tomada por (Carr & Kemmis, 1986), que considera a investigação-ação como uma forma de *“investigação que promove a autorreflexão, realizada com o objetivo de melhorar a compreensão das práticas, no contexto de maximizar a justiça social”*. Em (Grundy, 1987), argumenta-se que *“a investigação-ação visa a melhoria das condições sociais de existência”*. Em (Kemmis & McTaggart, 1992), sugere-se que *“a investigação-ação se preocupa igualmente com a mudança dos indivíduos, por um lado, e, por outro lado, com a cultura dos grupos, instituições e sociedades a que pertencem”* e afirma-se que *“a investigação-ação é planejar, agir, observar e refletir de forma mais sistemática e mais rigorosa do que normalmente se faz na vida quotidiana”*.

Para (Elliott, 1991), a investigação-ação combina diagnóstico com reflexão, foca questões práticas que são, de alguma forma, tanto problemáticas, como ainda passíveis de serem alteradas. Em (Zuber-Skerritt, 1996a), sugere-se que *“os objetivos de qualquer projeto de investigação-ação devem conduzir a melhoria prática, inovação, mudança ou desenvolvimento da prática social”*.

Em (Reason and Bradbury, 2001), defende-se que a investigação-ação visa a obtenção de resultados práticos, e também a criação de novas formas de compreensão, uma vez que, segundo os autores, a ação sem compreensão é cega, assim como a teoria sem ação fica desprovida de sentido.

Em (O’Leary, 2004), define-se a investigação-ação como *“uma estratégia que busca a ação e o conhecimento de forma integrada, através de um processo cíclico e*

participativo”. Para o autor na investigação-ação os processos, os resultados e a aplicação são indissociáveis.

4.2.1 Modelos de investigação-ação

Nesta secção, apresentam-se vários modelos propostos por aqueles que estudaram diferentes aspetos da investigação-ação. Assim, Kemmis e McTaggart argumentam que a investigação-ação envolve uma espiral de ciclos de autorreflexão:

- Planificar a mudança,
- Agir e observar o processo e as consequências da mudança,
- Refletir sobre esses processos e consequências e, em seguida, voltar a planificar,
- Agir e observar,
- Refletir,
- E assim sucessivamente...

A Figura 33 ilustra o modelo proposto por Kemmis e McTaggart.

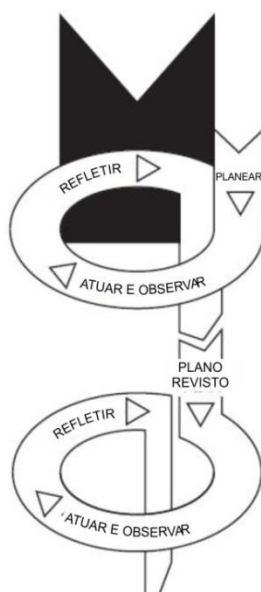


Figura 33 - Modelo de investigação-ação proposto por Kemmis e McTaggart. Fonte: (Kemmis and McTaggart, 2000)

No entanto, os autores aconselham a não utilizar esta estrutura de forma rígida. Eles afirmam que, na realidade, o processo pode não ser tão “arrumado” como a espiral de ciclos de planeamento, ação e observação e de reflexão. As fases, segundo eles, sobrepõem-se, e os planos iniciais rapidamente se tornam obsoletos, em função da aprendizagem proporcionada através da experiência. Na realidade, o processo é suscetível de ser mais fluido e aberto.

O modelo proposto por O’Leary contempla ciclos de investigação-ação, como se mostra na Figura 34.

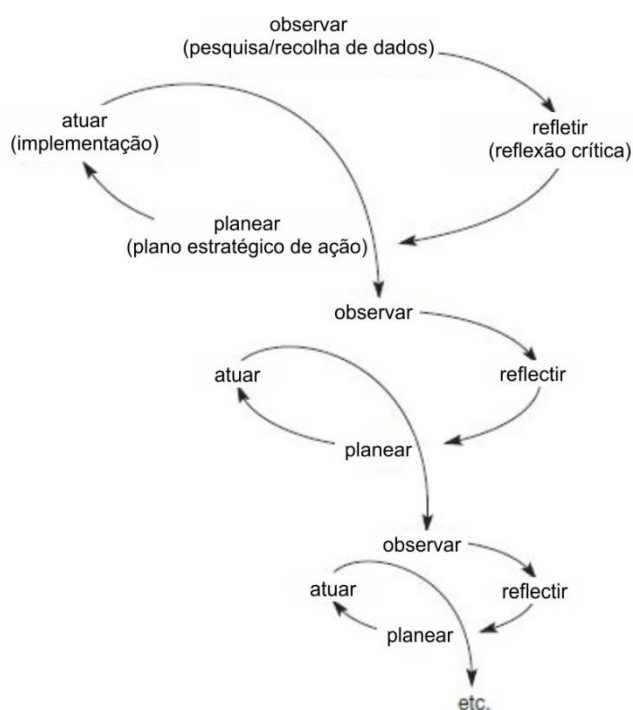


Figura 34 - Modelo de investigação-ação proposto por O’Leary. Fonte: (O’Leary, 2004)

O’Leary salienta que “*os ciclos convergem para uma melhor compreensão da situação e para a melhoria de implementação da ação, e baseiam-se na prática avaliativa que alterna entre ação e reflexão crítica*”.

Segundo (Pérez Serrano, 1994), para se concretizar um processo de investigação-ação será necessário seguir quatro fases:

1. Diagnosticar ou descobrir uma preocupação temática, isto é o “problema”;

2. Construir o plano de ação;
3. Implementar o plano (ação) e observar;
4. Refletir e interpretar os resultados. Replanificar.

Em (Zuber-Skerritt, 1996b), define-se a investigação-ação emancipatória como sendo um processo cíclico de:

- 1 - Planeamento estratégico;
- 2 - Ação, ou seja, a implementação do plano;
- 3 - Observação, avaliação e autoavaliação;
- 4 - Reflexão crítica e autocrítica sobre os resultados dos pontos 1-3 e tomada de decisões para o próximo ciclo da investigação-ação.

Note-se, no entanto, que, segundo (Cohen et al., 2005), embora seja útil considerar diferentes modelos, é necessária alguma prudência. Dependendo excessivamente de um modelo, ou seguir as etapas ou ciclos de um modelo de forma demasiado rígida, pode afetar adversamente a oportunidade oferecida pela natureza emergente e pela flexibilidade, que são as principais características da investigação-ação.

4.2.2 Características da investigação-ação

Na literatura, encontram-se imensos textos onde são destacadas algumas das principais características da investigação-ação. Assim, em (Hult & Lennung, 1980; McKernan, 1991; Kemmis & McTaggart, 1992; O'Leary, 2004), sugere-se que a investigação-ação:

- É apropriada para a resolução de problemas de natureza prática em tempo real. Isto é, concentra-se nos problemas que são a preocupação do imediato. É Também adequada para a implementação de iniciativas inovadoras;
- Promove a melhoria, através da mudança. A propriedade de mudança é uma prioridade. O objetivo é a produção de conhecimento para produzir mudança e a

adoção da mudança para produzir conhecimento. Frequentemente, produz mudanças inesperadas e conduz a processos inovadores;

- Usa um processo em espiral de autorreflexão cíclico contínuo: planeamento, ação (implementação dos planos), observação (sistemática) e reflexão. Depois, voltar a planear, implementar, observar e refletir;
- Procura compreender situações sociais complexas;
- Procura a compreensão dos processos de mudança dentro dos sistemas sociais;
- É formativa, de tal modo que a definição do problema, dos objetivos e da metodologia pode alterar-se durante o processo de investigação-ação;
- Inclui a avaliação e reflexão;
- É metodologicamente eclética;
- A investigação-ação é um processo de aprendizagem sistemática;
- É colaborativa. Isto é, oferece oportunidades para o trabalho em colaboração;
- É participativa;
- É emancipatória;
- É realizada dentro de um quadro acordado de ética;
- Pode levar a resultados abertos/não conclusivos.

O projeto de investigação e desenvolvimento descrito nesta tese também apresenta algumas das características acima indicadas, das quais se destaca o facto de ser um projeto inovador, de índole eminentemente prática e social, em que a gestão da mudança tem um papel preponderante, e onde a procura contínua de melhoria é uma prioridade. Portanto, as características anteriormente apresentadas fazem da investigação-ação uma metodologia apropriada para este projeto de investigação e desenvolvimento.

Por outro lado, como se poderá verificar na secção seguinte, o processo cíclico contínuo de planeamento, ação, observação sistemática e reflexão revela-se extremamente adequado para um projeto que visa estimular os cidadãos a envolverem-se e a participar ativamente nos debates eleitorais, através de uma solução tecnológica de mediação digital. Sucintamente, é necessário idealizar (planear) a solução tecnológica, implementá-la (agir), experimentar (observar) a solução implementada, analisar os resultados e refletir, de modo a identificar pontos fortes e problemas. Depois, é necessário voltar a idealizar soluções para os problemas encontrados, e repete-se o ciclo.

4.3 Procedimento

Numa fase preparatória, procedeu-se à formulação do problema e à identificação dos objetivos em estudo (apresentados no capítulo de introdução). Depois, realizou-se uma revisão da literatura, essencialmente com o intuito de identificar os principais intervenientes em campanhas eleitorais e de encontrar propostas de modelos e abordagens de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais.

O planeamento é o passo responsável pela definição detalhada do modo de organização de um projeto. Assim, durante a fase inicial do primeiro ciclo de investigação-ação, elaborou-se o seguinte plano:

- Criar um modelo conceptual de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais;
- Criar um modelo funcional para uma solução tecnológica que tivesse subjacente o modelo conceptual proposto. Isto é, definir os requisitos funcionais da ferramenta a implementar;
- Efetuar um levantamento de possíveis metodologias de desenvolvimento de *software* e das tecnologias a usar para a implementação da solução tecnológica. Para o desenvolvimento da plataforma digital de participação para períodos eleitorais, decidiu-se adotar uma metodologia que considerasse o manifesto ágil (Agile Manifesto, 2001), isto é, que privilegiasse o desenvolvimento rápido e contínuo de *software*, gerido em períodos curtos, que aceitasse alterações de requisitos, mesmo

numa fase tardia do ciclo de desenvolvimento (que abraçasse e potenciase a mudança), e que promovesse a colaboração (Cockburn, 2006; Larman, 2004b). Para a implementação da primeira versão da plataforma, decidiu-se adotar a tecnologia FLEX (Gassner, 2008), para desenvolver uma *Rich Internet Application* (RIA);

- Implementar uma solução tecnológica que servisse como prova de conceito do modelo conceptual;
- Decidir o tipo de dados a recolher e os processos e métodos a utilizar para efetuar a recolha de dados. Planeou-se recolher dados qualitativos, provenientes da utilização dos métodos de recolha “diário de investigação” e “observação não participada” dos eventos de participação eletrónica, e dados quantitativos, oriundos das consultas à base de dados usada pela plataforma e da informação estatística gerada pela ferramenta *Google Analytics* (Google Analytics, 2012). O uso de um diário de investigação, ou notas de campo, como é por vezes designado, pode ser muito útil. Este método está a tornar-se muito popular entre os investigadores que recorrem à investigação-ação (Koshy, 2005). Foi usado para registar os eventos e acontecimentos importantes durante as observações ou situações especiais, como por exemplo o *feedback* dado por utilizadores da plataforma. O processo reflexivo envolvido na escrita do diário contribuiu para clarificar os sentimentos, os pensamentos e a evolução das ideias do investigador. A observação sistemática permitiu captar os principais aspetos do tema em estudo;
- Realizar experiências de utilização com a solução tecnológica implementada, de modo a efetuar a recolha de dados;
- Analisar e refletir sobre os resultados do projeto. Nesta fase, é importante discutir os resultados alcançados com outras pessoas relacionadas, de algum modo, com o tema em investigação.

Depois de elaborar a versão inicial do plano para o primeiro ciclo da investigação, passou-se à fase de ação, ou seja:

- Criou-se a versão preliminar do modelo conceptual de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais;
- Procedeu-se à modelação dos requisitos funcionais da solução tecnológica a desenvolver;

- Implementou-se a primeira versão da plataforma de participação, uma RIA, de acordo com os requisitos funcionais.

É importante salientar que estes três passos não foram completamente independentes e sequenciais. Isto é, seguiu-se um processo iterativo, em que houve alguma sobreposição e, por vezes, foi necessário alterar o modelo conceptual e, mais frequentemente, o modelo funcional, em função da implementação da plataforma.

A fase de experimentação do primeiro ciclo de investigação-ação correspondeu à utilização, em cenário eleitoral real, da primeira versão da plataforma digital de participação e ocorreu durante a campanha eleitoral das Eleições Autárquicas e Legislativas de Portugal em 2009. Foram recolhidos dados qualitativos e quantitativos, através dos processos e métodos de recolha especificados na fase de planeamento.

Após a análise dos resultados e a observação da utilização da plataforma, refletiu-se e identificaram-se alguns obstáculos, isto é, aspetos que careciam de melhoria futura. Os problemas serviram de base para novas reflexões tendentes a contornar os obstáculos. As soluções adotadas refletiram-se essencialmente no desenvolvimento de pequenas alterações ou melhorias de uma versão e, em alguns casos, no desenvolvimento de novas versões da plataforma, sempre com o objetivo de tornar a plataforma mais estimulante para os atores participarem no debate eleitoral. Assim, na fase de reflexão do primeiro ciclo de investigação-ação, identificaram-se os seguintes obstáculos:

Problema 1 – A adoção da tecnologia FLEX levantou algumas dificuldades no acesso e na interação com a plataforma.

Problema 2 – Número excessivo de perguntas e de sugestões para os candidatos responderem e comentarem, respetivamente.

Problema 3 – Entrada de perguntas e sugestões duplicadas.

Após alguma reflexão, propuseram-se as seguintes soluções para os problemas identificados no primeiro ciclo de investigação-ação:

Solução para o problema 1 – criar uma nova aplicação de raiz com uma interface mais próxima dos sítios Web convencionais.

Solução para o problema 2 – Criar um TOP de perguntas e sugestões da comunidade para os candidatos responderem e comentarem. O TOP representaria as perguntas e as sugestões mais votadas pelos cidadãos.

Solução para o problema 3 – Criar uma página onde aparecessem todos os utilizadores que manifestassem o seu apoio, através do voto, a uma pergunta ou sugestão, de modo a atribuir uma notoriedade idêntica à do utilizador que submeteu, por escrito, a pergunta ou sugestão.

Reconhecendo a crescente importância das redes sociais em linha para os cidadãos, decidiu-se ainda incluir na plataforma funcionalidades características das redes sociais, tais como perfil público do utilizador e seguir utilizador.

Assim, tomou-se a decisão de iniciar um segundo ciclo de investigação-ação. Resumidamente, reformulou-se o plano e implementou-se a versão dois da plataforma. A fase de experimentação do segundo ciclo de investigação-ação correspondeu à utilização, em cenário eleitoral real, da segunda versão da plataforma digital de participação e ocorreu durante a campanha eleitoral da Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em 2010. Foram novamente recolhidos dados qualitativos e quantitativos, através dos processos e métodos de recolha especificados na fase de planeamento.

Após a análise dos resultados e a observação da utilização da plataforma, refletiu-se e identificaram-se alguns aspetos que requeriam melhoria. Assim, na fase de reflexão do segundo ciclo de investigação-ação identificaram-se os seguintes obstáculos:

Problema 4 – Os candidatos não encaravam positivamente a colocação da sua foto no topo das grelhas que continham as perguntas e sugestões submetidas pelos membros da comunidade. Note-se que nessas grelhas ficava identificado se um determinado candidato tinha, ou não, respondido ou comentado cada pergunta ou sugestão. Os

candidatos não consideraram suficiente a criação de TOPs de perguntas e de sugestões para eles responderem e comentarem.

Após alguma reflexão, propôs-se a seguinte solução para o problema encontrado no segundo ciclo de investigação-ação:

Solução para o problema 4 – Retirar a parte direita das grelhas das perguntas e sugestões, onde surgiam as fotografias dos candidatos, e a indicação se tinham respondido, ou não.

Como resultado da informação recolhida em conferências na área da participação e da governação eletrónica, do *feedback* fornecido pelo portal SAPO, e após alguma reflexão, decidiu-se incluir na plataforma duas novas áreas de participação. Uma destinada à criação de inquéritos à comunidade e outra dedicada ao agendamento e à realização de debates em direto.

Assim, tomou-se a decisão de iniciar um terceiro ciclo de investigação-ação. Sucintamente, reformulou-se o plano e implementou-se a versão três da plataforma. A fase de experimentação do terceiro ciclo de investigação-ação correspondeu à utilização, em cenário eleitoral real, da versão três da plataforma digital de participação e ocorreu durante a campanha eleitoral das Eleições Presidenciais de Portugal em 2011. Foram, de novo, recolhidos dados qualitativos e quantitativos, através dos processos e métodos de recolha especificados na fase de planeamento.

Após a análise dos resultados e a observação da utilização da plataforma, refletiu-se e identificaram-se alguns aspetos que precisavam de melhoria. Assim, na fase de reflexão do terceiro ciclo de investigação-ação identificaram-se os seguintes obstáculos:

Problema 5 – A plataforma apenas permitia realizar um evento de participação nas áreas de angariação de perguntas e de sugestões.

Problema 6 – Sentiu-se a necessidade de colocar constantemente novos desafios aos internautas.

Após alguma reflexão, propuseram-se as seguintes soluções para os problemas identificados no terceiro ciclo de investigação-ação:

Solução para o problema 5 – Adicionar à plataforma funcionalidades características dos sistemas de gestão de conteúdos (*CMS*). Além de permitir a criação de vários eventos de participação em simultâneo, o editor deveria ter a oportunidade de, no *backoffice* da plataforma, redigir um pequeno texto para cada evento, onde, entre outras coisas, poderia indicar o tema subjacente à participação.

Solução para o problema 6 – Lançar constantemente na plataforma novos eventos de participação. A análise de resultados sugeriu que os internautas aparentavam ter alguma preferência por eventos de curta duração. Os utilizadores da Internet gostam de novidade! Admitiu-se que os novos desafios deviam ter uma duração reduzida. Assim, a solução para este problema passaria essencialmente por uma intervenção editorial mais dinâmica.

Após mais alguma reflexão, decidiu-se deixar a adoção do formato de grelha com paginador para visualizar as perguntas e as sugestões submetidas pelos cidadãos, e passar a usar o *scroll* e a opção “ver mais” para expandir a página, ao estilo das redes sociais *Twitter* e *Facebook*. Esta alteração levou à abolição da barra de temas que surgia no topo das páginas com grelhas de perguntas e sugestões das versões anteriores. Também se decidiu criar zonas de destaques de eventos e da contribuição dos cidadãos nas áreas da plataforma destinadas à recolha de perguntas e de sugestões. Decidiu-se ainda preparar a plataforma para a internacionalização.

Assim, tomou-se a decisão de iniciar um quarto ciclo de investigação-ação. Concisamente, reformulou-se o plano e implementou-se a versão quatro da plataforma. A fase de experimentação do quarto ciclo de investigação-ação correspondeu à utilização, em cenário eleitoral real, da versão quatro da plataforma digital de participação e ocorreu durante a campanha eleitoral das Eleições Legislativas de Portugal em 2011. Foram, de novo, recolhidos dados qualitativos e quantitativos, através dos processos e métodos de recolha especificados na fase de planeamento.

Após a análise dos resultados e a observação da utilização da plataforma, refletiu-se e decidiu-se não efetuar mais um novo ciclo de investigação-ação, essencialmente por razões relacionadas com a restrição de tempo. Todavia, identificaram-se ainda alguns aspetos que requeriam melhoria, que são apresentados na conclusão desta tese como trabalho futuro. Espera-se que este projeto de investigação e desenvolvimento possa continuar a evoluir.

Convém referir que os resultados de cada um dos ciclos de investigação-ação foram sendo divulgados em conferências internacionais nas áreas dos sistemas de informação e da participação, da democracia e da governação eletrónica. No entanto, a apresentação global de todo o trabalho realizado neste projeto de investigação e desenvolvimento é apresentada no capítulo 8 desta tese.

Como se pode verificar, neste trabalho adotou-se um modelo cíclico de investigação-ação, baseado no modelo proposto por (Zuber-Skerritt, 1996b), composto por quatro fases: planear, agir, observar e refletir. Passar a um novo ciclo de investigação-ação, isto é, voltar a planear, agir, observar e refletir, e assim sucessivamente. No entanto, é importante destacar que as quatro fases não foram completamente independentes e sequenciais. Seguiu-se um processo iterativo, em que as fases se sobrepuseram algumas vezes, em função da aprendizagem proporcionada através da experiência e da reflexão contínua.

4.4 Resumo do capítulo

Neste capítulo, começou-se por apresentar a metodologia investigação-ação, recorrendo essencialmente a algumas definições, a modelos e à especificação de características encontradas na literatura. Com base nessas definições e características, fundamentou-se a escolha da investigação-ação como metodologia adequada para a realização do projeto descrito nesta tese.

Na outra parte deste capítulo, explanou-se o procedimento utilizado na realização da investigação. Descreveram-se as quatro fases levadas a cabo em cada um dos quatro ciclos de iteração do modelo de investigação-ação usado, nomeadamente o

planeamento, a ação, a observação (das experiências realizadas), e a reflexão. Abordaram-se sucintamente os métodos utilizados para realizar a recolha de dados.

**CAPÍTULO V – MODELO DE MEDIAÇÃO DIGITAL PARA A PARTICIPAÇÃO
PÚBLICA DIRETA EM PERÍODOS ELEITORAIS**

5.1 Introdução

Neste capítulo, começa-se por identificar os principais intervenientes em campanhas eleitorais, para depois se apresentar uma proposta conceptual de modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais. Apresenta-se a arquitetura funcional e os principais requisitos funcionais de uma aplicação Web, designada *iLeger*, que tem por base o modelo proposto.

Pretende-se contribuir para fomentar a participação da comunidade, em especial dos cidadãos, no debate eleitoral e para melhorar a comunicação entre os principais intervenientes de uma campanha eleitoral.

5.2 Modelo Conceptual

A modelação conceptual é a atividade de descrever formalmente alguns aspetos do mundo físico e social para fins de compreensão e de comunicação (Larman, 2004a). É uma representação abstrata de uma realidade, realçando os aspetos considerados mais importantes, em determinado contexto ou sob determinado ponto de vista. No entanto, o nível de abstração em que esta atividade é baseada diferencia os aspetos que são interpretados e os modelos que são desenvolvidos (Mylopoulos et al., 1999). Por exemplo, os conceitos expressos em alto nível, ontologias independentes de domínio, destinam-se a ser conceitos universais para assegurar a generalidade e expressividade para uma vasta área de domínios. Por outro lado, uma modelação de um domínio específico limita-se a modelar a aplicação ou o caso particular em estudo.

Um modelo de domínio útil capta as abstrações essenciais e as informações necessárias para entender o domínio no contexto dos requisitos, e ajuda as pessoas na compreensão do domínio, dos seus conceitos, terminologia e relações. Porém, é importante notar que os modelos para um domínio específico são aproximações desse domínio. Consequentemente, não se deve rotular um modelo de domínio como correto ou incorreto (Kalampokis et al., 2008).

A primeira fase de construção do modelo proposto nesta tese incidiu na identificação dos principais intervenientes e das respetivas funções. Assim, como resultado da revisão bibliográfica realizada, do *feedback* recolhido junto de personalidades com experiência em campanhas eleitorais e ligadas à política e associativismo nacional, bem como da investigação-ação realizada, entende-se pertinente considerar os seguintes atores num modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais: os cidadãos, os candidatos e os seus representantes (candidaturas), as associações, os partidos políticos e os movimentos sociais e políticos.

As candidaturas abrangem os candidatos e os seus representantes (*staff*). Os partidos políticos, como força dinamizadora da democracia, também se podem representar. As associações, tal como em (Pinto, 1983), são aqui entendidas como pessoas coletivas de substrato pessoal, que não tenham por desígnio a obtenção de lucros para distribuir pelos sócios. A categoria abrange, portanto, as corporações de fim desinteressado ou altruístico, as de fim ideal e as de fim económico não lucrativo. São providas de autonomia e de órgãos de gestão democrática (assembleia geral, direção, conselho fiscal, etc.). São exemplos as associações profissionais, os sindicatos, as associações cívicas e recreativas, as organizações não-governamentais, as instituições de beneficência e apoio social, entre outros.

Os movimentos sociais representam organismos constituídos por pessoas que não ocupam cargos de poder, mas que desejam redirecionar a sociedade para novas metas e valores, muitas vezes desafiando ou colaborando com quem está no poder (Zirakzadeh, 2011). Por sua vez, os movimentos políticos são aqui definidos como proposto em (Nash, 2010), isto é, grupos de pessoas que trabalham em conjunto para alcançar um objetivo político. Os cidadãos são indivíduos no gozo dos seus direitos civis e políticos de um estado livre (Porto Editora, 1993). Naturalmente, o cidadão deve ser aqui entendido como elemento integrante de uma sociedade civil (Bobbio, 1984).

Face às oportunidades previamente identificadas, nomeadamente o facto de estarmos perante uma conjuntura económica e social que apela à intervenção cívica e de existirem atualmente poucos mecanismos especificamente destinados à expressão política em períodos eleitorais, além de estarmos a assistir à massificação do acesso à

Internet a nível nacional e internacional e de os especialistas defenderem que as redes sociais que têm por base a tecnologia serão cada vez mais importantes para as comunidades e para os cidadãos, acredita-se que pode ser frutuoso ter uma solução que agregue num único espaço da Internet, neutro e regulado, os principais intervenientes numa campanha eleitoral e que possibilite uma comunicação multidirecional entre eles, como ilustra a Figura 35.

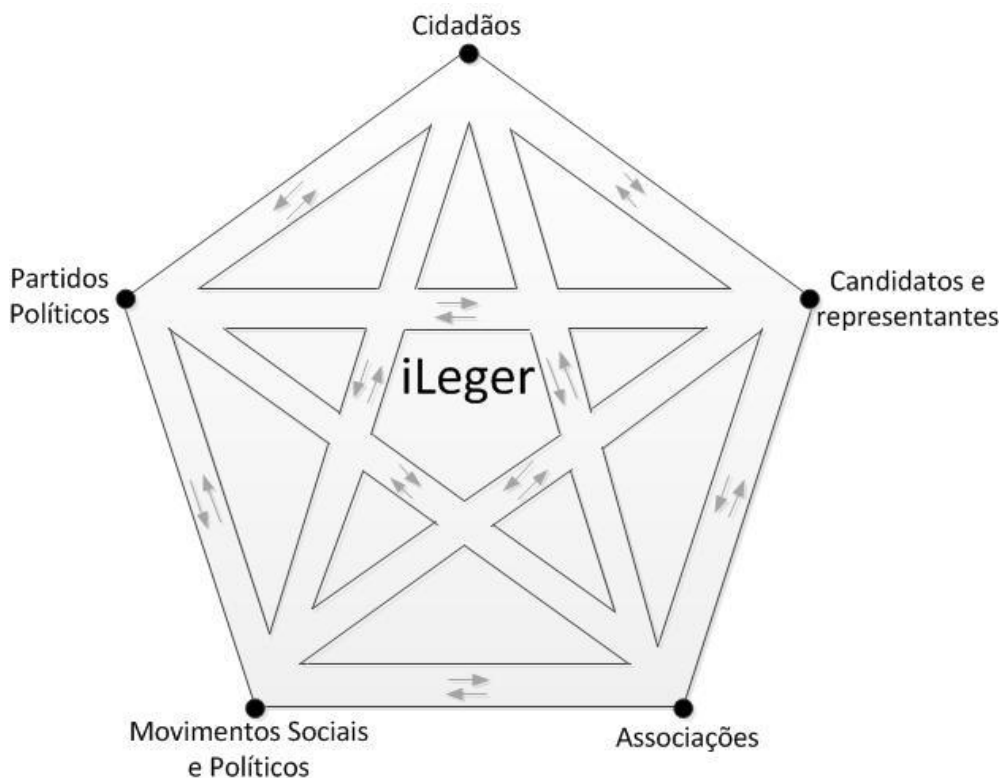


Figura 35 – Comunicação multidirecional entre os principais atores numa campanha eleitoral realizada na plataforma *iLeger*

As setas representam os canais abertos para a comunicação multidirecional entre os principais atores de uma campanha eleitoral.

Um dos requisitos deste projeto é a conceção de uma solução tecnológica, no âmbito dos Media Sociais, com ênfase na interação entre utilizadores, para usar durante as campanhas eleitorais. Mais concretamente, visa criar uma arena de deliberação, através de um sistema de múltiplas conexões onde os intervenientes possam, mediante uma participação ativa, organizada e regulada, expor os seus diferentes pontos de vista, numa tentativa de resolver problemas de âmbito nacional, local e institucional.

Ambiciona-se, deste modo, poder contribuir para a revitalização da democracia ao nível político, económico, social, cultural, e para fomentar a participação ativa dos cidadãos na construção das medidas e dos impulsos que conduzam ao progresso da comunidade.

Pretende-se, ainda, contribuir para colmatar a lacuna de comunicação identificada entre os principais intervenientes, para tornar as campanhas mais abertas e para estimular os cidadãos a envolverem-se e a participar ativamente nos debates eleitorais, convertendo-os em agentes com capacidade de intervir e de produzir informação – ao invés de exercerem a função de meros consumidores de informação eleitoral. Para conseguir alcançar tão ambicioso fim, propõe-se um modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais, como é ilustrado na Figura 36.

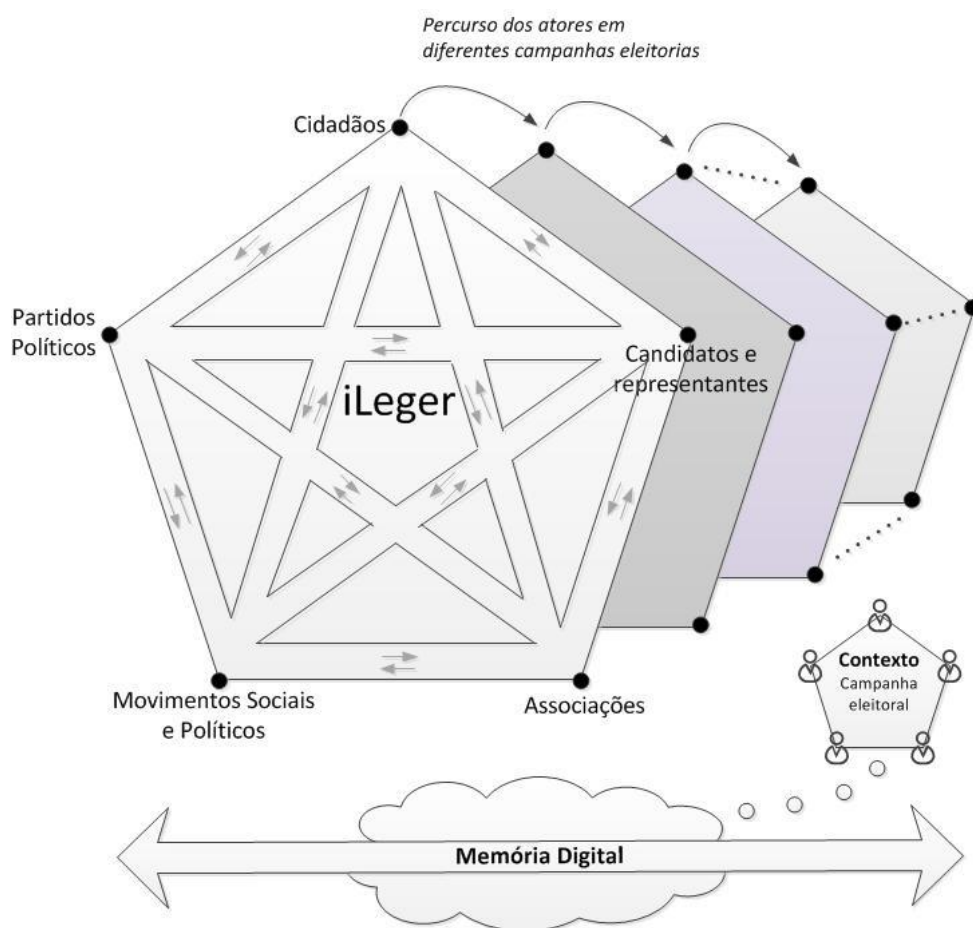


Figura 36 – Modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais

Cada pentágono representa uma campanha eleitoral e a comunicação multidirecional entre os principais atores. As diferentes cores dos vários pentágonos indicam que o

modelo proposto se adequa a diferentes tipos de eleições (políticas – Legislativas, Presidenciais, Autárquicas, Europeias, entre outras, e institucionais – corpos dirigentes de ordens profissionais, sindicatos, associações, cooperativas, clubes desportivos, academias, escolas, entre outras). Para cada um destes universos eleitorais pode ser criada uma instância específica do modelo para apresentação e debate eleitoral. Naturalmente, dependendo dos cenários eleitorais, também podem mudar os atores envolvidos. Na Figura 36, considera-se o universo das eleições políticas. O modelo proposto poderá também adaptar-se a diferentes países e culturas, desde que estes partilhem valores de democracia nas suas decisões.

No modelo acima exposto, não está explicitamente representada a tecnologia, pois considera-se que a dimensão digital faz parte do modelo por absorção. Também não se representa explicitamente o ator editor ou curador da plataforma digital, pois, tal como a tecnologia, é inerente ao modelo, na medida em que é um elemento neutro, que tem como principais funções fazer a gestão de utilizadores da plataforma, criar, gerir e moderar os eventos de participação, de acordo com os termos de utilização. Este papel pode ser desempenhado por um conjunto de entidades ou pessoas idóneas, entre as quais estão os Media, dependendo do tipo de eleições, do país ou da cultura em causa. O importante é que este interveniente mantenha uma absoluta neutralidade eleitoral e que se comporte como autêntico curador (de informação) da plataforma de *e-participação* (Rosembaum, 2011; Afonso de Sousa, Agante & Borges Gouveia, 2011; Afonso de Sousa e Borges Gouveia, 2012; Afonso de Sousa, Agante & Borges Gouveia, 2012).

Um aspeto interessante do modelo diz respeito ao facto de, depois de cada campanha eleitoral, todos os conteúdos ficarem disponíveis para futura consulta, criando, assim, uma memória digital (Afonso de Sousa, Agante & Borges Gouveia, 2010c; Afonso de Sousa, Agante & Borges Gouveia, 2010d). As respostas e as propostas dos candidatos, bem como as contribuições dos partidos políticos, representarão, certamente, um compromisso assumido para períodos pós-eleitorais, com o qual poderão depois ser confrontados durante o exercício de funções.

Concede-se, deste modo, à comunidade e aos candidatos, um veículo específico, aperfeiçoado e francamente renovador, quando comparado com os meios tradicionais,

de apresentação, discussão e avaliação de ideias e propostas, no âmbito de uma campanha eleitoral concreta.

5.3 Modelo funcional

Da investigação-ação resultou o desenvolvimento de uma plataforma digital, designada *iLeger*, que permite a criação e gestão de múltiplos eventos de participação pública direta em períodos eleitorais. Nesta secção, apresenta-se a arquitetura e os principais requisitos funcionais do *iLeger*.

A plataforma *iLeger* foi projetada e desenvolvida de raiz, tendo por base o modelo proposto, para atender às necessidades e aos objetivos dos principais intervenientes de uma campanha eleitoral. Com o diagrama de classes da UML (*Unified Modeling Language*) apresentado na Figura 37 pretende-se essencialmente ilustrar os vários atores, os seus papéis, e os diferentes tipos de eventos de participação que podem ser levados a cabo na plataforma *iLeger*.

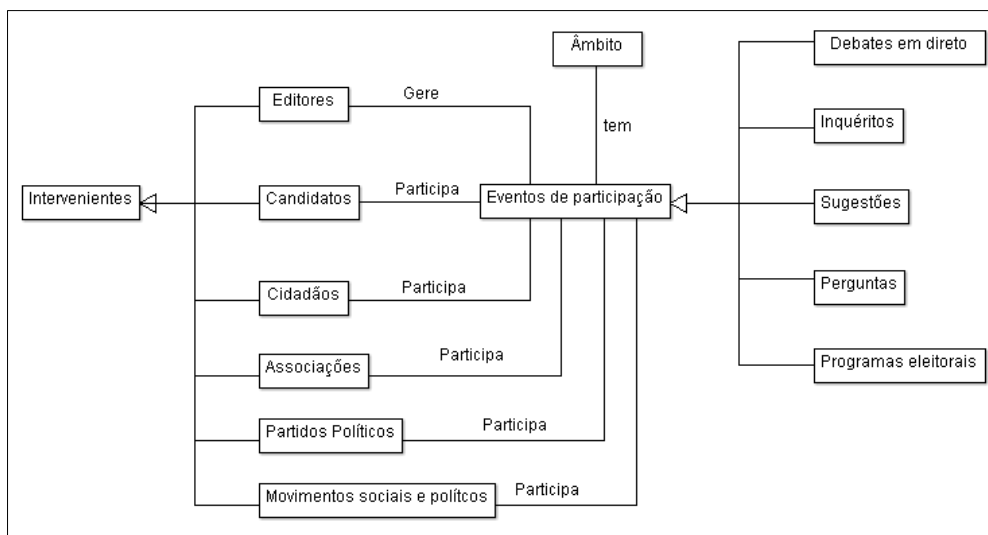


Figura 37 – Diagrama de classes UML simplificado da plataforma *iLeger*

Sucintamente, os cidadãos, os candidatos e os seus representantes, os partidos políticos, as associações e os movimentos sociais e políticos participam em eventos criados, geridos e moderados pelo editor (curador) da plataforma. Os eventos de participação podem ser de cinco tipos distintos, nomeadamente: perguntas da comunidade e

respetivas respostas dos candidatos, sugestões e ideias da comunidade, inquéritos à comunidade, análise, comparação, discussão e avaliação dos programas eleitorais dos candidatos e, finalmente, debates em direto.

A seguir, na Figura 38, apresenta-se a arquitetura funcional do *iLeger*. A aplicação está estruturada em seis grandes áreas, uma para a área pessoal dos utilizadores e uma para cada tipo de evento de participação pública. A gestão da plataforma é feita numa área dedicada, o *backoffice*.

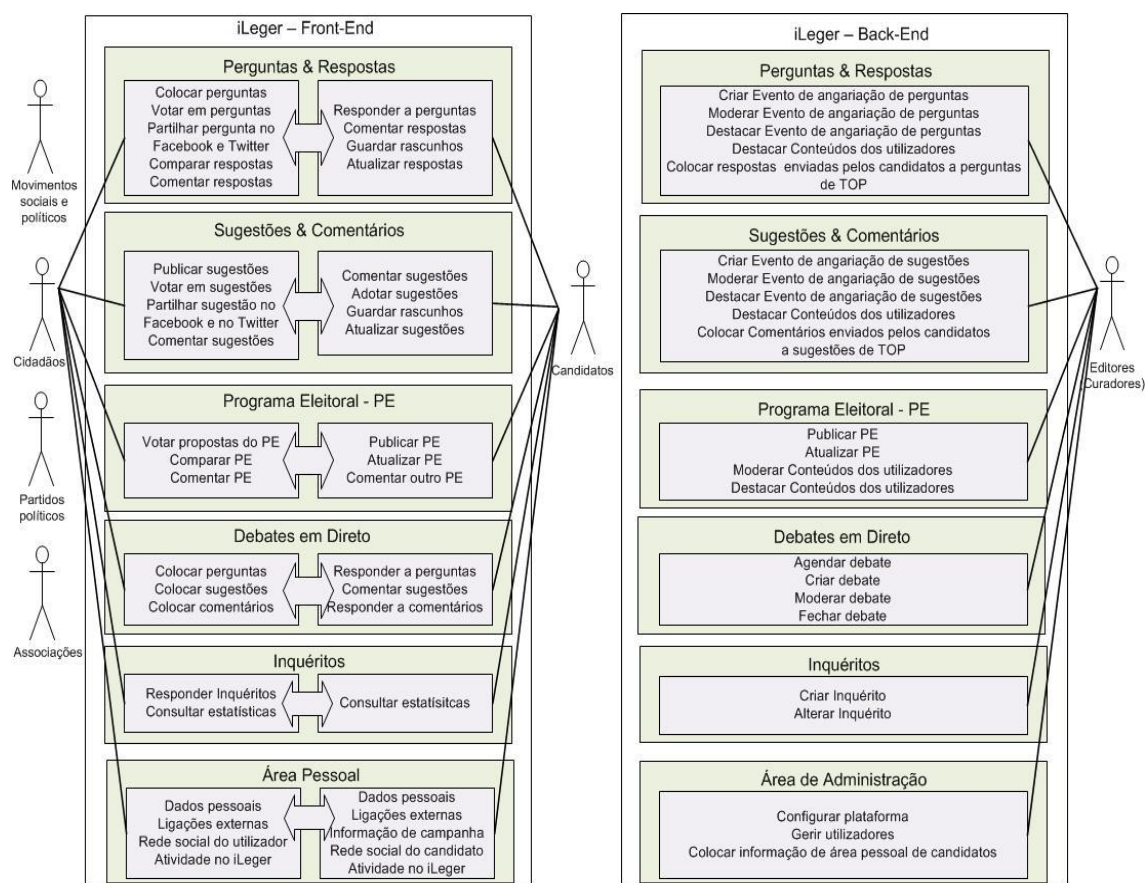


Figura 38 - Arquitetura funcional do *iLeger*

A plataforma *iLeger* permite criar e gerir vários eventos de participação pública direta em linha durante o período eleitoral. É uma ferramenta que junta, num único espaço regulado, os principais intervenientes numa eleição, permitindo uma comunicação estruturada e multidirecional entre eles. Com o propósito de fomentar a comunicação, a deliberação e a partilha de conhecimento e de ideias, a plataforma *iLeger* suporta

interações de colaboração através de perguntas, respostas, sugestões, votações, comentários, inquéritos e debates em direto.

Resumidamente, a plataforma *iLeger* disponibiliza à comunidade a possibilidade de colocar perguntas direta e simultaneamente a todos os candidatos numa eleição. Na perspetiva dos candidatos, oferece-se o acesso direto às questões que a comunidade considera mais importantes e uma ferramenta para responder a essas perguntas. Isto é, os candidatos dispõem, deste modo, de um meio para expor as suas propostas para lidar com os principais problemas e preocupações da comunidade. É ainda possível aos candidatos apresentar os seus programas eleitorais, de modo a que a comunidade os possa, de forma simples, rápida e organizada, comentar, comparar e classificar, através de votação.

Ademais, a plataforma permite à comunidade apresentar as suas sugestões e ideias para os problemas de cada área da governação (educação, saúde, economia, justiça, finanças, entre outras). Os candidatos têm aqui também uma fonte de inspiração e de ideias para incorporar nos seus programas eleitorais e de governo.

A plataforma pode ainda ser usada para criar inquéritos com o intuito de dar a conhecer a opinião da comunidade acerca de temas-chave da campanha eleitoral. Tendo em vista a aproximação dos vários intervenientes em campanhas eleitorais e a melhoria da comunicação entre eles, podem ser realizados debates em direto no *iLeger*.

Todos os utilizadores registados possuem uma área de perfil, onde podem colocar informação pessoal, nomeadamente dados de contacto, *links* para as suas páginas nas redes sociais e de blogues e para os seus sítios Web. Na área de perfil público de cada utilizador, é também apresentada a sua atividade (as suas perguntas, sugestões e comentários) recente no *iLeger*, bem como a sua rede social (seguidores e utilizadores seguidos no *iLeger*). O editor (curador) da plataforma é responsável pela gestão dos conteúdos editoriais, dos utilizadores e dos eventos de participação, incluindo a sua moderação.

No que concerne ao registo e à participação dos utilizadores, convém referir que é possível configurar o *iLeger* para diferentes definições de interação dos utilizadores cidadãos. Numa das configurações, para poder usufruir das principais funcionalidades, tais como submeter perguntas, sugestões, comentários e votar, cada cidadão tem de estar previamente registado na plataforma e tem de efetuar o *login*. Nesse cenário, caso não efetue o *login*, o cidadão apenas pode consultar os conteúdos da aplicação.

De modo a permitir a participação de cidadãos não registados, há um cenário em que os utilizadores não registados podem votar, mas não podem introduzir conteúdos, e outro em que é permitida a votação e a introdução de conteúdos. Na última configuração, a única limitação para os utilizadores não registados é a falta de notificações por *e-mail* e dos recursos adicionais característicos das redes sociais, tais como seguir utilizador e acesso ao seu perfil público.

O *iLeger* pode também ser configurado em relação ao tipo de participação dos candidatos. Estão previstos dois cenários: com ou sem interação por parte dos candidatos. Com interação, os candidatos têm uma conta de acesso e são responsáveis pela introdução de conteúdos, permitindo a comunicação direta com os outros utilizadores. Neste cenário, é necessária a identificação prévia da pessoa ou pessoas responsáveis pelas contribuições da candidatura no *iLeger*.

Na ausência de interação do candidato, o *iLeger* pode ser usado pelo editor para identificar as principais questões e sugestões da comunidade, bem como as suas opiniões sobre as questões-chave da campanha eleitoral. Depois, caso tenha acordado com as candidaturas, pode enviar (por exemplo, por carta ou por *e-mail*) um TOP com as melhores questões e sugestões para que os candidatos respondam e comentem até um prazo previamente estipulado. Finalmente, o editor pode colocar no *iLeger* as respostas às questões e os comentários às sugestões, para posterior análise e comparação da comunidade. Neste cenário, o editor pode também colocar conteúdos (nomeadamente, os programas eleitorais, informação de campanha e ligações para o Sítio Web e redes sociais da candidatura) sobre as candidaturas, para que os cidadãos possam analisar, comparar e comentar.

Por outro lado, as associações, os movimentos sociais e políticos e os partidos políticos, para poderem participar ativamente (colocar conteúdos e votar) no *iLeger*, têm de se registar obrigatoriamente. Note-se que este processo de registo é extremamente importante e rigoroso, pois existe a necessidade de identificar a pessoa ou pessoas que vão representar esses atores no *iLeger*. Os editores da plataforma têm, neste aspeto, a tarefa de estabelecer contatos com esses atores, de modo a garantir a veracidade da sua identificação. Para o efeito, podem recorrer a reuniões face a face, telefonemas, videoconferências, *e-mails*, e a tradicional correspondência postal.

Para participar nos debates em direto, com a exceção dos candidatos, não é necessário o registo prévio dos utilizadores. Com esta opção, pretende-se fomentar a participação dos cidadãos. Como se trata de eventos em direto e previamente divulgados, é provável que acedam ao *iLeger* muitos utilizadores durante o debate. Dado que um debate em direto representa um evento de curta duração, a obrigatoriedade de efetuar o registo poderia afastar muitos utilizadores de participar. Por outro lado, este cenário também é interessante para os candidatos, pois reduz imenso as suas responsabilidades e esforços de participação na plataforma e, conseqüentemente, os recursos despendidos. Deste modo, os candidatos podem interagir com a comunidade em eventos breves e esporádicos.

No que concerne à moderação dos contributos escritos dos cidadãos (Wright, 2006; Salmon, 2004; Roeder, 2007), a plataforma *iLeger* está também desenhada para suportar diferentes configurações. Por exemplo, num cenário, todas as intervenções dos cidadãos são alvo de moderação, de acordo com as regras de utilização da plataforma. Note-se que, quando se registam na plataforma, os utilizadores têm de aceitar os termos de utilização. Existem ainda mais dois cenários de configuração da moderação: num, é permitido publicar diretamente no *iLeger* todos os conteúdos submetidos pelos cidadãos, isto é, a moderação está desabilitada; noutra, apenas são moderadas as entradas denunciadas pelos utilizadores da plataforma.

De modo a incentivar a participação, é permitido aos cidadãos, em todos os cenários de configuração da moderação, requerer o anonimato em todas as intervenções escritas submetidas na plataforma.

As contribuições das candidaturas (candidatos e representantes – *staff*), associações, movimentos sociais e políticos e dos partidos políticos não são moderadas, pois estes atores são alvo de um processo de identificação rigoroso, no momento do seu registo na plataforma.

Acredita-se que as redes sociais em linha serão cada vez mais importantes para as comunidades. Assim, considera-se muito importante munir a plataforma *iLeger* com recursos característicos das redes sociais. Por exemplo, um utilizador registado pode seguir outros utilizadores registados na plataforma. Todos os utilizadores registados possuem uma área de perfil público que pode ser consultada pelos outros utilizadores do *iLeger*.

A integração da plataforma com as redes sociais também é de suma importância (Taylor-Smith and Lindner, 2009). Por esse motivo, e como um passo inicial nessa direção, os utilizadores podem partilhar no *Facebook*⁴² e publicar diretamente no *Twitter* as perguntas e sugestões submetidas no *iLeger*. Deste modo, providencia-se uma interface mais aberta para promover a participação e reforça-se a voz do cidadão, uma vez que se aumenta o alcance e o potencial impacto de participação de cada indivíduo. Note-se que a publicação nas redes sociais não depende da aprovação do moderador.

A seguir, apresentam-se as principais funcionalidades da aplicação, organizadas por ator. Para o efeito, recorre-se aos diagramas de casos de uso da UML (Cockburn, 2001; Ambler, 2004). Os casos de uso são funcionalidades ou serviços do sistema vistos pelos utilizadores.

Estes diagramas constituem a técnica UML atualmente considerada como uma abordagem adequada para representar os requisitos funcionais de um sistema e, principalmente, conduzir todo o processo de desenvolvimento de *software* (Pressman,

⁴² Note-se que de acordo com (Socialbakers, 2012), em Novembro de 2012, Portugal ocupa a posição 39 na lista de países dos utilizadores do *Facebook*, contando com 4619260 utilizadores registados, o que representa 43,03% da sua população e 89,37% dos seus utilizadores de Internet. Entre os utilizadores do *Facebook* em Portugal, 51% são do género masculino e 26% pertencem à faixa etária entre os 25 e os 34 anos.

2005). Por exemplo, o modelo do comportamento ou da dinâmica de um sistema começa com a análise de casos de uso.

Portanto, estes diagramas permitem descrever o comportamento de um sistema na perspectiva do utilizador, empregando ações e reações. Mostram para que serve o sistema (a utilidade do sistema), ignorando a forma como está organizado internamente, e permitem modelar o contexto do sistema – identificar a fronteira do sistema, com quem interage (atores) e o significado das suas funções (casos de uso). Focam primordialmente a utilização do sistema ou a sua visão externa, e não como os objetivos são alcançados. Isto é, refletem as “coisas” que o utilizador faz com o sistema e não a finalidade real que o utilizador tenta atingir.

A seguir, usam-se estes diagramas para ilustrar as principais interações que cada ator pode executar na plataforma *iLeger*.

5.3.1 Casos de uso do ator cidadão

A Figura 39 ilustra as interações dos cidadãos no *iLeger*. Assim, os cidadãos podem submeter perguntas, sugestões e comentários, votar, participar em debates em direto, definir critérios para receber notificações (por exemplo: quando um candidato responde a uma pergunta ou comenta uma sugestão do utilizador, quando outro utilizador responde a um comentário do utilizador, entre outros), seguir ou deixar de seguir outros utilizadores e candidatos, editar o seu perfil público, propor sugestões para melhoria do *iLeger*.

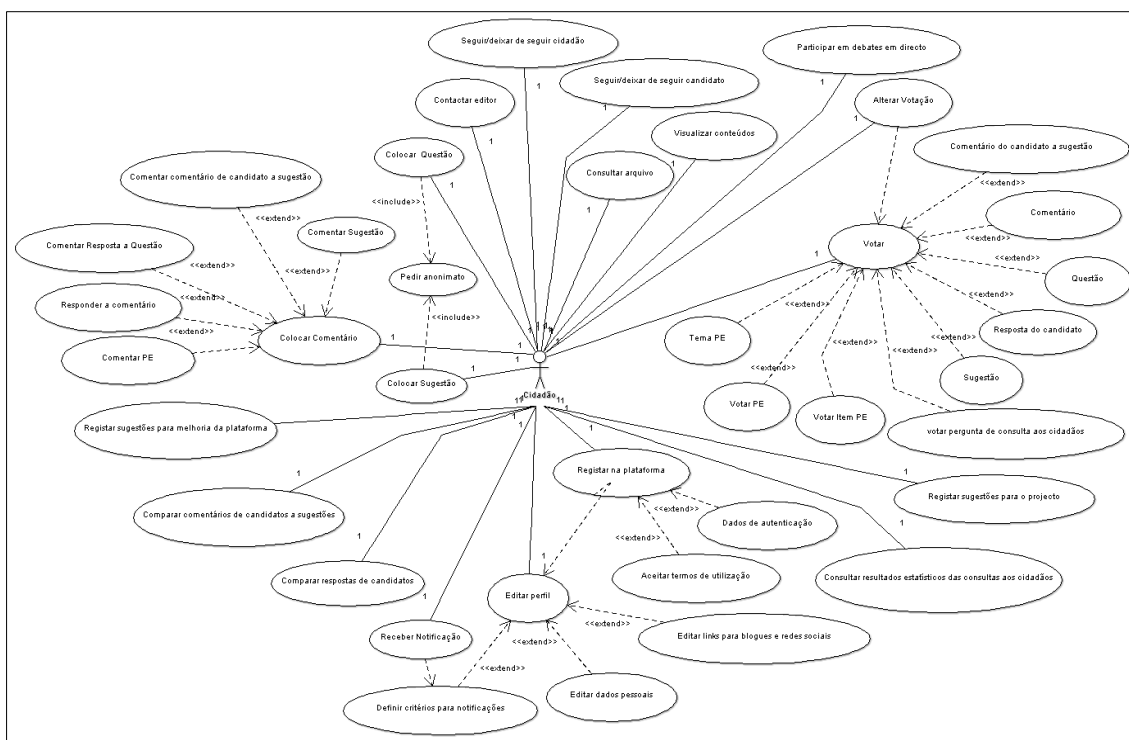


Figura 39 - Diagrama de casos de uso do ator cidadão

Os cidadãos podem ainda visualizar um vasto conjunto de informação. Por exemplo, podem consultar e comparar as respostas dos candidatos; consultar os comentários dos candidatos a sugestões propostas pelos cidadãos; consultar, avaliar e comentar os programas eleitorais propostos por cada candidatura; consultar o perfil público dos outros utilizadores e dos candidatos, bem como a rede (seguidores) e a atividade do candidato na plataforma; consultar o arquivo; consultar resultados estatísticos; visualizar os TOPs das perguntas e das sugestões mais populares, etc.

5.3.2 Casos de uso do ator candidato e representante

No caso de o *iLeger* estar configurado para haver interação direta dos candidatos, como se pode observar na Figura 40, os candidatos e os seus representantes podem editar o seu perfil, responder a perguntas e comentar sugestões colocadas pelos outros utilizadores do *iLeger*, marcar perguntas e sugestões para responder e comentar mais tarde, comentar respostas e comentários a sugestões de outros candidatos, participar em debates em directo, consultar dados estatísticos dos inquéritos feitos à comunidade, definir critérios para receber notificações (por exemplo: quando outro candidato comenta uma resposta ou um comentário seu, quando outro candidato comenta uma

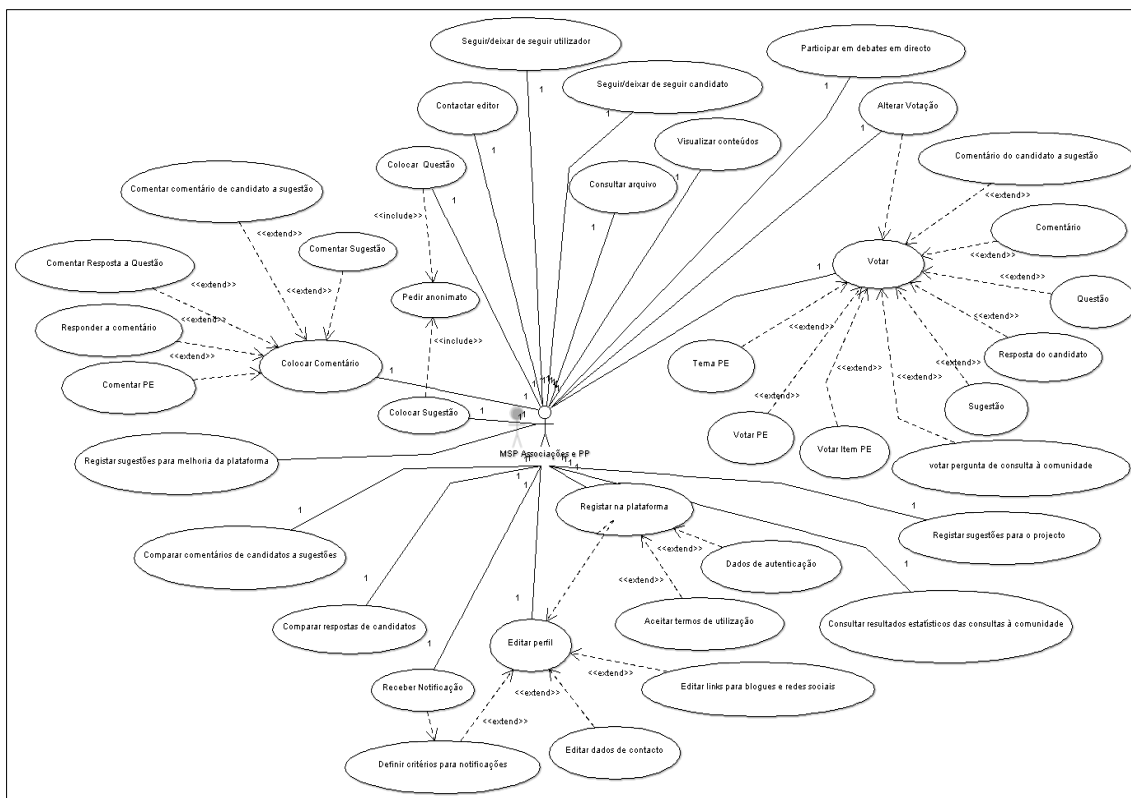


Figura 41 - Diagrama de casos de uso dos atores Movimentos Sociais e Políticos, Associações e Partidos Políticos

Como se pode observar, estes atores interagem de forma semelhante aos cidadãos. A única diferença reside no processo de registo, pois é necessário validar a identificação destes atores, e na moderação, uma vez que as entradas destes intervenientes não são alvo de moderação.

5.3.4 Casos de uso do ator editor da plataforma

A administração de utilizadores, a configuração da plataforma e a gestão dos eventos de participação e dos conteúdos editoriais é efetuada a partir de uma secção dedicada, o *backoffice*. Como pode observar na Figura 42, o editor da plataforma pode criar eventos de participação para angariação de perguntas e de sugestões, para auscultação da opinião dos cidadãos (inquéritos) e debates em direto. O editor pode seleccionar as iniciativas de participação que quer destacar na respetiva secção (perguntas, sugestões, inquéritos e debates em direto), até um máximo de quatro em simultâneo. O editor pode ainda definir o modo de moderação de cada evento de participação. Caso defina que o evento é moderado, todos os conteúdos escritos submetidos pelos cidadãos são alvo de

moderação. O editor, no papel de moderador, deve fazer a moderação à luz dos termos de utilização do *iLeger*. O editor pode marcar/selecionar perguntas e sugestões colocadas pela comunidade, que considere pertinentes para incluir em TOPs editoriais.

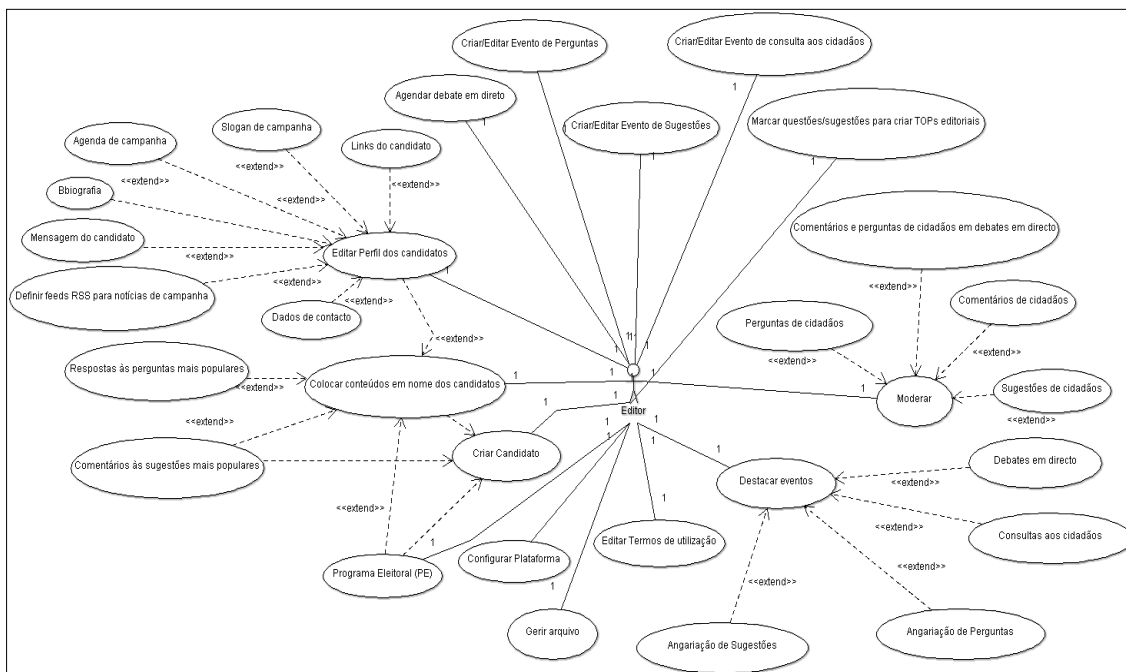


Figura 42 - Diagrama de casos de uso do ator editor

No caso de o *iLeger* estar configurado para não haver interação direta dos candidatos, o editor pode colocar informação sobre cada candidato: *slogan* de campanha, biografia, agenda de campanha, mensagem do candidato, notícias (texto ou através de um *feed* RSS), imagens e vídeos de campanha, *links* para o sítio Web e para as redes sociais da candidatura e o programa eleitoral. Neste cenário, o editor pode ainda usar o *iLeger* para identificar as melhores questões e sugestões da comunidade. Depois, pode remetê-las a todos os candidatos, para que possam responder e comentar. Finalmente, o editor publica no *iLeger* as respostas e os comentários dos candidatos, para que os cidadãos as possam comparar.

5.4 Resumo do capítulo

A atual conjuntura económica e social apela à intervenção cívica. Por outro lado, o acesso à Internet, quer a nível nacional, quer a nível Internacional, está a ser massificado. Perante estes fatores, acredita-se que pode ser útil e conveniente agregar

num único espaço da Internet, neutro e regulado, os principais intervenientes numa campanha eleitoral e incentivar a comunicação multidirecional entre eles.

Pretende-se, assim, contribuir para aproximar mais os vários atores em campanhas eleitorais, para colmatar uma lacuna de comunicação identificada, para tornar as campanhas mais abertas, e para estimular a comunidade, em especial os cidadãos, a envolver-se e a participar ativamente nos debates eleitorais, convertendo-os em agentes com capacidade de intervir e de produzir informação – ao invés de exercerem a função de meros consumidores de informação eleitoral.

Para conseguir alcançar tão ambicioso fim, neste capítulo identificaram-se os principais atores em campanhas eleitorais e propôs-se um modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais. A seguir à exposição do modelo conceptual, apresentaram-se, ao nível funcional, a arquitetura e os principais requisitos da plataforma *iLeger*, recorrendo aos diagramas de casos de uso da UML.

CAPÍTULO VI – PROVA DE CONCEITO “A PLATAFORMA *ILEGER*”

6.1 Introdução

Neste capítulo, apresenta-se a prova de conceito do modelo proposto para a participação pública direta em períodos eleitorais, e descrevem-se as principais áreas funcionais da aplicação Web desenvolvida, designada *iLeger*.

6.2 Áreas funcionais da plataforma *iLeger*

O *iLeger* é uma plataforma Web que permite a criação e gestão de múltiplos eventos de participação pública direta em períodos eleitorais, tais como a auscultação da opinião da comunidade (através de inquéritos), a discussão e avaliação dos programas eleitorais, a angariação de perguntas e de ideias da comunidade e a realização de debates em direto com os candidatos e com outras personalidades convidadas, tendo por base a atualidade de uma campanha eleitoral. A gestão da plataforma e das iniciativas de participação fica a cargo do editor. A Figura 43 ilustra as áreas funcionais do *iLeger* e os seus atores.

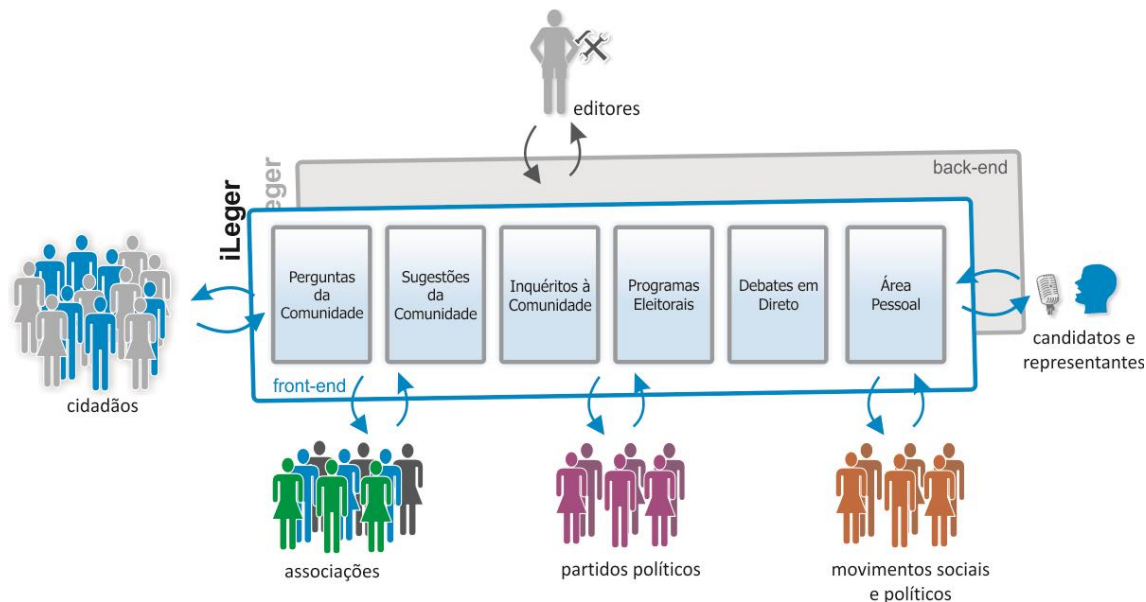


Figura 43 – Áreas funcionais e utilizadores da plataforma *iLeger*

Como se pode observar, a plataforma está organizada em seis grandes áreas, nomeadamente perguntas da comunidade, sugestões e ideias da comunidade, inquéritos para conhecer a opinião da comunidade acerca dos principais temas da campanha,

programas eleitorais, debates em direto e área pessoal. A gestão da plataforma tem uma área dedicada, o *backoffice*.

Convém lembrar que o *iLeger* pode ser configurado para ser usado com ou sem interação direta das candidaturas. Isto é, as candidaturas podem ter, ou não, uma conta de acesso que lhes permite introduzir conteúdos diretamente na plataforma. Caso tenham uma conta, as candidaturas podem responder a perguntas dos cidadãos, colocar comentários, participar em debates em direto, apresentar informação de campanha (currículo, agenda, slogan, mensagem, imagens e notícias) e as suas propostas eleitorais.

Por outro lado, caso não sejam criadas contas para as candidaturas, o editor pode usar o *iLeger* para, por exemplo, disponibilizar informação de campanha e as propostas eleitorais das várias candidaturas. Pode envolver os cidadãos, estimulando-os a apresentar sugestões para a resolução de problemas da atualidade governativa, e a manifestar a sua opinião sobre assuntos chave relacionados com a eleição. Neste cenário, o editor pode ainda utilizar o *iLeger* para angariar perguntas da comunidade. Depois pode remeter as melhores perguntas às candidaturas e pode publicar na plataforma as respostas correspondentes, para que os cidadãos as possam analisar e comparar. Podem ainda existir cenários em que as candidaturas “deixem” para o editor a introdução de conteúdos na plataforma, mas estejam dispostas a participar em debates em direto com os cidadãos.

Assim, de modo a exigir poucos recursos às candidaturas, o *iLeger* pode ser utilizado apenas para estas participarem em eventos esporádicos de curta duração, tais como debates em direto, e para responderem a conjuntos limitados (TOPs) de perguntas, mesmo que deleguem no editor a publicação, na plataforma, das suas respostas. Nessa situação, as restantes áreas do *iLeger* ficam, assim, “entregues” à comunidade e ao editor.

A seguir descrevem-se as áreas funcionais da plataforma *iLeger*. Deve, no entanto, enfatizar-se que a aplicação foi alvo de várias evoluções ao longo do tempo. No próximo capítulo, abordar-se-á mais detalhadamente a evolução do *iLeger*. Assim,

sucintamente, começou por ser uma *Rich Internet Application* (RIA). Essa primeira versão foi usada nas Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal, de 2009. Depois houve uma mudança para uma interface mais próxima dos sítios Web convencionais. Foram desenvolvidas mais três versões nesse novo formato. A primeira foi testada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em finais de 2010. A segunda versão foi utilizada nas Eleições Presidenciais de Portugal, em Janeiro de 2011 e, finalmente a versão mais recente foi usada nas Eleições Legislativas de Portugal, em Junho de 2011.

Assim, para apresentar as principais funcionalidades das várias áreas da plataforma, são usadas, de forma indistinta, imagens das várias versões do *iLeger*.

6.2.1 Perguntas da comunidade

O principal objetivo desta área do *iLeger* é identificar, durante a campanha eleitoral, as preocupações, as necessidades e as questões mais pertinentes para a sociedade civil e conhecer as posições das candidaturas relativamente a essas matérias. Assim, a comunidade é incentivada a submeter perguntas às candidaturas. As melhores perguntas (isto é, as perguntas mais votadas pela comunidade) podem ser posteriormente colocadas em simultâneo a todas as candidaturas, usadas em entrevistas isoladas e em debates em direto com os candidatos, com os seus representantes e com personalidades convidadas.

Note-se que, ao criar um evento de participação para angariar perguntas, o editor da plataforma define se as perguntas têm ou não um tema subjacente (por exemplo, o crescimento da economia), qual o seu destinatário (por exemplo, um determinado candidato ou todos os candidatos em simultâneo, ou ainda uma personalidade convidada), se são ou não permitidas perguntas anónimas, a data limite para o envio de perguntas, e a finalidade das questões, isto é, se são para usar posteriormente em entrevistas isoladas ou em debates em direto. A Figura 44 resume o *workflow* básico da área de participação destinada à submissão de perguntas.

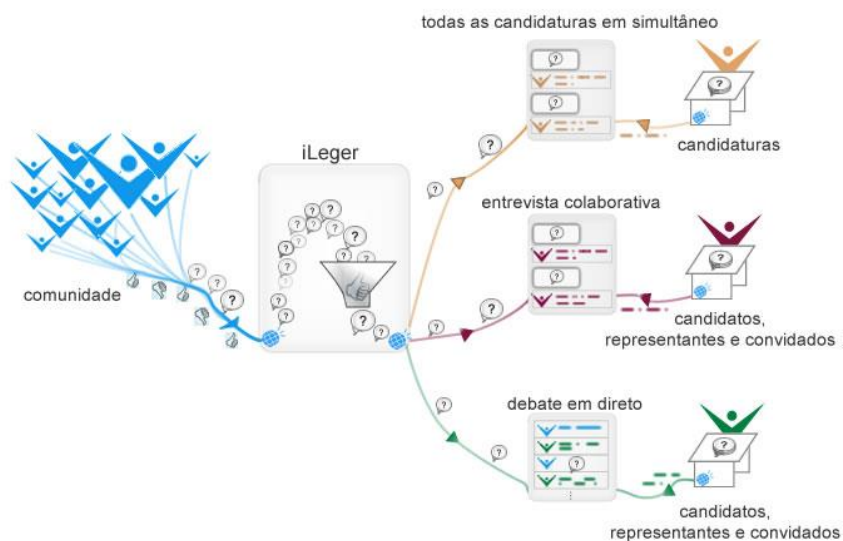


Figura 44 – Perguntas da comunidade destinadas a todas as candidaturas em simultâneo ou para entrevistas e debates em direto com cada candidatura.

Portanto, o editor da plataforma inicia um evento de participação para recolha de perguntas. Os cidadãos, os movimentos sociais e políticos, as associações e os partidos políticos submetem as suas questões. Enquanto o evento estiver aberto, as perguntas submetidas podem ser votadas pelos membros da comunidade, permitindo, assim, realçar as melhores do conjunto total de perguntas. Caso o evento de participação seja moderado, o editor da plataforma é responsável pela moderação das submissões dos cidadãos, uma vez que as entradas dos outros intervenientes não são alvo de moderação. Adicionalmente, o editor também tem a possibilidade de marcar perguntas que considere pertinentes, para que elas possam também ser alvo de destaque na plataforma. Depois, as melhores perguntas podem ser respondidas pelas candidaturas, permitindo à comunidade a sua análise e comparação. Deste modo, os cidadãos encontram, nesta área, um meio para clarificar eventuais dúvidas sobre as posições das candidaturas e para os ajudar a decidir qual o melhor candidato para satisfazer as suas necessidades e aspirações.

A forma de a comunidade submeter perguntas é diferente em algumas das versões do *iLeger*. Mais à frente, ir-se-á abordar mais detalhadamente este assunto, quando se descrever a evolução da plataforma. Assim, a título de exemplo, ilustra-se na Figura 45 a página onde os médicos podiam visualizar as perguntas já submetidas para cada um

dos temas predefinidos pelo editor, durante a campanha eleitoral para a eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal, realizada em Dezembro de 2010. Note-se que, para definir os temas a usar no *iLeger*, o editor da plataforma abordou previamente todos os candidatos que aderiram à iniciativa de *e-participação*, a fim de chegar a um consenso. Note-se, ainda, que nessa campanha eleitoral os candidatos interagiram diretamente com a plataforma e que os conteúdos submetidos pelos médicos foram alvo de moderação.

The screenshot displays the *iLeger* platform interface for the 2010 election of the President of the Portuguese Medical Order. The main content area is titled "PERGUNTAS AOS CANDIDATOS" and features a grid of questions. Each question includes a description, a "também é a sua pergunta?" checkbox, and a voting section with "não" and "sim" buttons and their respective counts. The questions are as follows:

- Question 1: "Que medidas entende que a Ordem dos Médicos deve tomar para persuadir as entidades promotoras de congressos a praticar preços de inscrição mais adequados à sua finalidade?" (126 votes, 2 comments, 8 "Sim" votes).
- Question 2: "Que medidas objectivas tomará a OM para garantir o acesso dos médicos às Comissões Gratuitas de Serviço (CGS)?" (268 votes, 1 comment, 4 "Sim" votes).
- Question 3: "Qual deverá ser a posição da Ordem em relação aos cerca de 2000 portugueses estudantes de medicina no estrangeiro?" (153 votes, 1 comment, 3 "Sim" votes).
- Question 4: "O que acham da redistribuição de médicos por áreas mais carenciadas de modo a evitar o recrutamento de médicos estrangeiros face ao excesso relativo existente nos grandes centros?" (159 votes, 1 comment, 3 "Sim" votes).
- Question 5: "Deve haver objecção à dedicação exclusiva do eleito à Presidência? Deve haver objecção a uma remuneração justa em caso de cargo a tempo inteiro, em exclusividade?" (0 votes, 0 comments, 0 "Sim" votes).
- Question 6: "Deve haver objecção à dedicação exclusiva do eleito à Presidência? Deve haver objecção a uma remuneração justa em caso de cargo a tempo inteiro, em exclusividade?" (0 votes, 0 comments, 0 "Sim" votes).

The right sidebar contains a "PERGUNTAR" section with a "visualizar" button and a list of filters: "todas as perguntas", "as minhas perguntas", and "perguntas de utilizadores seguidos". Below this is an advertisement for Barclaycard and a section titled "ESTATÍSTICAS" showing: total perguntas (28), total respostas (15), and total comentários (5).

Figura 45 – Grelha de perguntas na perspectiva de um utilizador eleitor (médico). Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>).

Portanto, neste local, os médicos podiam expressar o seu apoio ou desapoio a uma determinada pergunta. Para o efeito, utilizavam os botões “Sim” e “Não”, que estão ao lado da expressão “também é a sua pergunta?”. Podiam filtrar, por temas, as perguntas a

visualizar, através da barra de temas que surge no topo da grelha. Ademais, podiam ainda usar os filtros disponíveis na secção colocada por baixo do botão para submeter perguntas. Podiam também usar combinações desses filtros. Por exemplo, um utilizador podia filtrar as perguntas com o tema “Código Deontológico”, submetidas pelos utilizadores que estava a seguir, e impor que o resultado fosse ordenado pelas perguntas com mais comentários. No caso de um candidato ter respondido a uma determinada pergunta, na linha que continha essa pergunta aparecia o símbolo “V” para indicar que o candidato já respondeu. Caso contrário, aparecia o símbolo “-”. Para visualizar a resposta a uma pergunta, o utilizador tinha de pressionar duplamente a linha da pergunta.

Nesta página, os médicos registados no *iLeger* podiam também submeter perguntas. Para o efeito, bastaria pressionar o botão “Perguntar”. Nesse caso, surgiria, então, a página de submissão de perguntas ilustrada na Figura 46.

Figura 46 – Página para submeter uma pergunta. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>). Acedido em 9 de Junho de 2012).

Portanto, para submeter uma pergunta, o utilizador começava por seleccionar um dos temas predeterminados. Depois, redigia a pergunta e descrevia o contexto, caso fosse pertinente. Podia ainda requerer anonimato e definir que pretendia publicar a pergunta na rede social *Facebook*. Finalmente, pressionava o botão “Perguntar”. Como resultado, a pergunta ia para a lista de perguntas a moderar. Depois, o editor da plataforma procedia à sua moderação, à luz dos termos de utilização previamente estabelecidos e divulgados na aplicação Web. Caso o moderador aceitasse a pergunta, ela seria imediatamente publicada na grelha da Figura 45. Caso contrário, o utilizador que submeteu a pergunta seria notificado, por *e-mail*, com uma explicação do motivo pelo qual a pergunta não foi publicada. É de realçar que o moderador deve ter sempre uma atitude pedagógica e deve incentivar o utilizador a reformular a pergunta e a voltar a submetê-la, de acordo com as regras de utilização do *iLeger*. Nesta eleição, o autor deste trabalho desempenhou o papel de moderador em conjunto com uma médica, com o consentimento dos candidatos a Bastonário. Note-se que, no lado direito do topo desta página, existe ainda uma secção de ajuda de índole pedagógica, onde se incentiva o utilizador a não inserir uma pergunta semelhante a outra já introduzida. Em vez disso, o utilizador é estimulado a expressar o seu apoio, através do voto, à pergunta já existente.

Como referido anteriormente, caso o utilizador pressione duplamente uma linha da grelha de perguntas da Figura 45, surge uma página semelhante à da ilustrada na Figura 47, onde se pode visualizar o detalhe dessa pergunta.



Figura 47 – Pergunta com contexto e resposta. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>. Acedido em 9 de Junho de 2012).

Nesta página, o utilizador pode consultar a questão e o contexto, caso tenha sido introduzido, e pode usar as funcionalidades “seguir utilizador” e “seguir candidato”, características das redes sociais. Aqui os médicos podiam também consultar as respostas dos candidatos que optaram por responder à pergunta. No exemplo apresentado, pode-se observar que um dos candidatos respondeu à pergunta. Mais à frente, será apresentado outro exemplo de uma pergunta com mais do que uma resposta.

Nesta página, um médico registado podia ainda indicar se esta era também a sua pergunta, através do voto, e visualizar alguns dos apoiantes da questão. Para ver todos os apoiantes da pergunta, bastaria pressionar a hiperligação “ver todos” da secção “esta pergunta é também de”, situada no topo direito da página. Como resultado, surgiria ao utilizador a página com a rede social da pergunta, tal como ilustrado na Figura 48.

The screenshot shows the iLeger website interface. At the top, there is a navigation bar with links for Internet SAPO, Blogs, Canais, Classificados, Fotos, Mail, Mapas, Pesquisa, and Vídeos. Below this, the main header features the iLeger logo and the text 'Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos 2010'. A secondary navigation bar includes 'Registar', 'Sobre', 'Ajuda', 'Contacto', and 'Iniciar Sessão'. The main content area is titled 'O ELEITORADO QUER SABER...' and features a question: 'Que medidas entende que a Ordem dos Médicos deve tomar para persuadir as entidades promotoras de congressos a praticar preços de inscrição mais adequados à sua finalidade?'. The question was posted by Maria de Fátima Correia de Oliveira on November 20, 2010. Below the question, there is a 'ver detalhes da pergunta' link and a 'seguir utilizador' button. A section titled 'esta é também a pergunta de' shows a row of eight user avatars, each labeled 'sem foto'. At the bottom of this section, there is a poll: 'também é a sua pergunta?' with 'não' (0) and 'sim' (8) options. To the right, there is an 'ajuda' section with the text 'também é a sua pergunta?' and instructions on how to vote. Below the 'ajuda' section is an advertisement for a BMW 116d, featuring a car image and the text 'ROAD SHOW BMW 116d EFFICIENT DYNAMICS' and 'INSCREVA-SE JÁ'. At the bottom of the page, there is a footer with links for 'política de privacidade', 'termos de utilização', 'quem somos', 'sobre o projecto', 'iniciar sessão', and 'criar nova conta'. On the right side of the footer, there is a 'liberopinion' section with the text 'saiba mais acerca do Liberopinion' and 'contactos', along with social media icons for Facebook and Twitter.

Figura 48 – Rede social de uma pergunta. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>). Acedido em 9 de Junho de 2012).

Nesta página surge, então, a lista que contém todos os apoiantes da pergunta. É também possível manifestar ou retirar o apoio à pergunta. O principal objetivo da votação para expressar o apoio a uma pergunta é tentar evitar a duplicação de perguntas semelhantes. A ideia é incentivar os utilizadores a votar em perguntas já existentes, em vez de submeterem uma nova pergunta similar. Com a publicação da lista dos utilizadores que apoiam uma pergunta pretende-se atribuir aos utilizadores que votam (isto é, que expressam o seu apoio) numa pergunta, uma notoriedade idêntica à do utilizador que submeteu a pergunta. Por outro lado, esta funcionalidade tem também um carácter pedagógico, pois pretende incentivar os utilizadores a lerem as propostas dos outros utilizadores e a reconhecerem-nas como válidas, chegando ao ponto de as considerarem como as suas perguntas. Acredita-se que, deste modo, também se está a tentar contribuir para aproximar mais os utilizadores eleitores uns dos outros e a fomentar o espírito de

comunidade. A hiperligação “ver detalhes da pergunta” permite voltar à página ilustrada na Figura 47. As fotos dos utilizadores funcionam como hiperligações para a página de perfil público desses utilizadores.

Regressando ao exemplo apresentado na Figura 47, deve-se referir que, abaixo das respostas dos candidatos, existem duas zonas de comentários. Uma, apenas destinada à troca de comentários entre candidatos. Com essa zona pretende-se incentivar os candidatos a comentarem as respostas dos outros candidatos e a fundamentarem as suas respostas, com o intuito de fomentar o debate aprofundado entre candidatos e conhecer melhor os seus pontos de vista em torno da pergunta colocada por um utilizador (médico eleitor). No exemplo apresentado, como ilustra a Figura 49, não existiram comentários entre candidatos. Isto é, nenhum candidato comentou a resposta do candidato que respondeu à pergunta.

Abaixo da zona de comentários entre candidatos, existe uma outra zona de comentários destinada aos médicos. Nessa zona, os médicos registados podiam inserir novos comentários às respostas dos candidatos ou, caso já existissem comentários, podiam consultá-los e responder, através de um mecanismo de “resposta ao comentário”.

RESPOSTAS DOS CANDIDATOS

em 07 de Dezembro de 2010, 15:55

DR. JAIME TEIXEIRA MENDES

A Ordem dos Médicos tem obrigação, em colaboração com os colégios da especialidade e também das sociedades científicas, creditar todos os congressos e reuniões médicas.
O que facilitaria a avaliação dos jurís aos candidatos a concursos, por outro lado penso que regularia os preços de inscrição nos congressos.

seguir candidato

COMENTÁRIOS DOS CANDIDATOS

à resposta do candidato Dr. Jaime Teixeira Mendes

Ainda nenhum candidato comentou.

COMENTÁRIOS DOS CIDADÃOS

2 já comentaram

quero comentar

Utilizador Anónimo

A OM poderia creditar cursos, congressos e acções de formação, de forma isenta e obedecendo a critérios objectivos. Seria muito importante que o montante da inscrição fosse um dos parâmetros tomados em consideração, pois os valores actualmente praticados tornam impeditivo o acesso àqueles que mais beneficiam e carecem deles para a sua formação: os Internos.

denunciar comentário responder ao comentário

DR. JAIME TEIXEIRA MENDES

Estou totalmente de acordo Jaime Mendes

seguir candidato

denunciar comentário responder ao comentário

Figura 49 – Zona de comentários às respostas dos candidatos. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>. Acedido em 9 de Junho de 2012).

Como se pode observar, nesta zona os candidatos também podem trocar comentários com os médicos eleitores. Deste modo, os candidatos tinham um maior conhecimento sobre as principais preocupações e opiniões dos médicos e tinham a oportunidade de apresentar mais detalhadamente os seus pontos de vista. O principal objetivo desta zona de comentários é fomentar o diálogo e a deliberação (Coleman and Gøtze, 2001; Thompson and Gutmann 2004; Winkler, 2007) entre todos os utilizadores da plataforma de participação.

Nesta zona, os utilizadores podiam ainda denunciar um comentário. Como resultado, o comentário era ocultado e o utilizador que o submeteu, bem como o editor da plataforma eram notificados. O comentário só voltava a ser visualizado, caso o editor

definisse, no *backoffice*, que era para voltar a ser mostrado. Caso contrário, era eliminado da plataforma e o utilizador que o submeteu era notificado.

Nas páginas ilustradas na Figura 47 e na Figura 49, as fotos dos utilizadores funcionam como hiperligações para a página de perfil público desses utilizadores, outra característica das redes sociais. Por exemplo, se na página ilustrada na Figura 47, um utilizador pressionasse a foto do candidato que respondeu à pergunta, surgiria a página da Figura 50, que contém o perfil público do candidato.

The screenshot shows the user profile for Dr. Jaime Teixeira Mendes on the iLeger platform. At the top, there is a navigation bar with the text 'Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos 2010' and links for 'Registar', 'Sobre', 'Ajuda', 'Contacto', and 'Iniciar Sessão'. The iLeger logo is on the left, and the slogan 'DEMOCRACIA PARA UMA NOVA ERA' is on the right. Below the navigation bar, the user's name 'DR. JAIME TEIXEIRA MENDES' is displayed in a blue header, with the subtitle 'O candidato que vai pôr Ordem na Ordem'. The main content area is divided into several sections: 1. 'MENSAGEM DO CANDIDATO': Includes a profile picture of Dr. Mendes, a 'seguir candidato' button, and social media icons for Facebook, Twitter, and Blogger. The message text discusses the candidate's vision for the medical profession. 2. 'ACTIVIDADE RECENTE': A list of recent activity, including responses to questions and comments, with dates and times. 3. 'BIOGRAFIA': A short biography of the candidate. 4. 'REDE SOCIAL': A section for social networking, showing 'os seguidores (5)' with five placeholder icons labeled 'sem foto' and 'utilizadores seguidos (0)'.

Figura 50 – Perfil público de um utilizador com o papel de candidato. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>. Acedido em 9 de Junho de 2012).

Nesta página, o utilizador podia visualizar, entre outra informação, a mensagem do candidato, o *slogan* de campanha, a biografia, a rede social e a atividade do candidato no *iLeger*. Por baixo da fotografia do candidato, existe uma hiperligação para seguir ou deixar de seguir o candidato, juntamente com mais quatro hiperligações para a página da candidatura nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*, bem como para um blogue e para o sítio Web oficial da candidatura.

Uma das características interessantes do *iLeger* reside no facto de permitir criar iniciativas de angariação de perguntas destinadas a todas as candidaturas em simultâneo. Nesse cenário, as melhores perguntas da comunidade podem ser incluídas em TOPs para as candidaturas responderem. A título de exemplo, a Figura 51 ilustra a página de acesso ao TOP 10 da área destinada à submissão de perguntas aos candidatos a Bastonário da Ordem dos Médicos, durante a campanha eleitoral de Dezembro de 2010.



Figura 51 – Página de acesso ao TOP 10 da área destinada à submissão de perguntas aos candidatos. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>).

Foi estabelecida uma data-limite para os médicos colocarem as suas perguntas e, como se pode observar, foi também previamente acordado um prazo com os candidatos para

inserir na plataforma as suas respostas às 10 perguntas mais votadas pela comunidade médica. Mais precisamente, foi estabelecida a meia-noite do dia 11 de Dezembro de 2010. Note-se que alguns dos candidatos optaram por responder também a outras perguntas que não faziam parte do TOP 10.

Depois de os candidatos responderem a uma mesma pergunta, os médicos podiam consultar e comparar, lado a lado, as respostas dos diferentes candidatos. Na Figura 52 mostra-se um exemplo de comparação das respostas de dois candidatos à pergunta “Qual deverá ser a posição da Ordem em relação aos cerca de 2000 portugueses estudantes de medicina no estrangeiro?”.

RESPOSTAS DOS CANDIDATOS

comparar respostas

DR. JAIME TEIXEIRA MENDES

em 29 de Novembro de 2010, 19:16

 Calcula-se que cerca de 1 300 estudantes portugueses se licenciem em Medicina só na Europa, principalmente em Espanha, Reino Unido e Republica Checa.

É um problema delicado, partindo do princípio que muitos foram para o estrangeiro por não terem tido classificação suficiente para aceder ao Curso de Medicina em Portugal.

[seguir candidato](#)

Por outro lado, sabemos que são necessários mais médicos em Portugal e se procede muitas vezes à contratação de médicos de outras nacionalidades.

Quando estudei Medicina em Lausana, não por problemas de acesso às faculdades portuguesas, mas por falta de Liberdade no nosso país, cursavam comigo cerca de 25 estudantes Norte Americanos.

As causas para estudarem na Suíça eram, no essencial, o alto valor das propinas nas escolas nos States e a dificuldade de obterem bolsas de estudo, apesar de nessa época, início dos anos 70, haver falta de médicos nesse país.

No último ano do curso, delegados do governo norte – americano, assim como representantes das associações médicas, deslocavam-se a Genebra (à Embaixada) para programarem com os seus concidadãos o regresso ao país.

Nenhum desses colegas ficou a trabalhar na Suíça. Todos fizeram a sua formação pós graduada nos States.

Só para registo o Ministério da Educação nunca me atribuiu nota de fim de curso, quando do reconhecimento deste.

Os cursos de Medicina efectuados em países da União Europeia são obrigatoriamente reconhecidos em Portugal. Por outro lado, os estudantes licenciados fora deste espaço terão de se submeter a um exame de Estado promovido pela Ordem dos Médicos.

O problema que se põe ao Ministério da Educação é a atribuição da nota final de curso, devido à disparidade da escala de valores das classificações que noutros países é de 0 a 5.

Esta nota é necessária para os doutoramentos e também no momento da escolha de vagas para realizar o internato de especialidade, no caso de haver empate na classificação obtida no exame de entrada no Internato.

A Ordem pode e deve conhecer os rankings das Faculdades de Medicina Mundiais, o que poderá vir a ser um factor de correcção para a equivalência da nota final de curso.

PROF. JOSÉ MANUEL SILVA

em 28 de Novembro de 2010, 18:27

 As regras de integração dos licenciados no estrangeiro, portugueses ou não, estão bem definidas, pelo que não há dúvidas ou constrangimentos, sendo apenas necessário limar pormenores na equivalência das médias de curso.

[seguir candidato](#)

Naturalmente, a Ordem deve procurar saber quantos são e estabelecer pontes de contacto e diálogo com os portugueses a estudar Medicina no Estrangeiro, para avaliar a sua situação, dificuldades e anseios. Provavelmente muitos nem regressarão a Portugal, por encontrarem melhores solicitações no estrangeiro.

Todavia, e penso que será esta a principal problemática subjacente à pergunta, é irrefutável que permitir que os jovens que foram tirar Medicina no estrangeiro venham terminar o curso em Portugal abria um precedente estranho, seria uma medida socialmente injusta para aqueles que não tiveram essa possibilidade e viria sobrecarregar muito para além dos limites as Faculdades de Medicina Portuguesas.

Mais preocupado estou com a absurda proliferação de Faculdades de Medicina em Portugal, que contou com estranhas complacências dentro da Ordem dos Médicos, daí a ausência de qualquer estratégia por parte da Ordem para fazer face ao problema, numa altura em que o actual numerus clausus anual já excede em centenas as necessidades futuras do país em médicos.

Repito que o excesso de Médicos será extremamente prejudicial para os doentes, pois o que aumentará serão os médicos indiferenciados, com menor formação pós-graduada, e assistir-se-á a uma inevitável mercantilização dos doentes; não se podem aplicar à Saúde as normais regras do mercado de qualquer outro sector da economia!

O Colega Paulo Costa publicou no jornal Tempo Medicina um artigo onde demonstrou que o principal problema de Portugal não é de falta de médicos, sobreponível à média europeia, mas sim de falta de organização, distribuição inadequada e investimento mal direccionado.

Logicamente, é essencial que o Governo tome medidas atractivas para evitar a saída precoce de Médicos do SNS, verdadeiramente o factor que está a causar actualmente mais desequilíbrios. O actual numerus clausus é suficiente para resolver a médio prazo, em excesso, esta transitória falta de médicos.

Figura 52 – Comparação de respostas de candidatos (lado a lado). Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>. Acedido em 9 de Junho de 2012).

Esta funcionalidade pode ajudar os utilizadores eleitores (neste caso, médicos) a esclarecer dúvidas sobre a posição dos candidatos relativamente a assuntos de grande relevo e a decidir, de modo mais fundamentado, o seu sentido de voto.

Na versão do *iLeger* usada nas Eleições Legislativas de Portugal em 2011, a interface para a comparação de respostas é ligeiramente diferente da versão usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos, como ilustra a Figura 53.



Figura 53 – Comparação de respostas dos candidatos a uma pergunta de um utilizador. Fonte: Maqueta da versão do *iLeger* usada nas Eleições Legislativas de Portugal em 2011.

Nesta versão do *iLeger*, as respostas são introduzidas pelos candidatos (ou pelo editor da plataforma) no formato de texto ou de vídeo. Depois, para consultar e comparar os diferentes pontos de vista, basta pressionar na fotografia de cada candidato para visualizar a respetiva resposta. Assim, nesta versão apenas é possível visualizar a resposta de um candidato de cada vez.

Considere-se agora a perspetiva do candidato. Num cenário em que os candidatos têm acesso a uma conta no *iLeger* que lhes permite responder diretamente às perguntas dos eleitores, convém referir que o *iLeger* foi projetado de modo a que os candidatos

possam responder a cada pergunta usando um tipo de interface semelhante à dos outros utilizadores da plataforma, como se pode observar na Figura 54.

The screenshot shows the 'iLeger' platform interface for the 'Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos 2010'. The main navigation bar includes 'Perguntas', 'Sugestões', and 'Programas Eleitorais'. Below this is a horizontal menu with categories like 'Todos', 'TOP 10', 'Acto Médico', 'Auto-Regulação', 'Carreiras', 'Código Deontológico', 'Estatutos OM', 'Formação', 'Outros', and 'Qualidade da Medicina'. The main content area is titled 'PERGUNTAS AOS CANDIDATOS' and displays a list of questions. Each question entry includes the text of the question, a progress indicator (a row of four dashes with some filled with green), the number of questions and answers, and buttons for 'responder' and 'desmarcar pergunta' or 'marcar pergunta'. The questions are:

- 1. Que medidas entende que a Ordem dos Médicos deve tomar para persuadir as entidades promotoras de congressos a praticar preços de inscrição mais adequados à sua finalidade? (127 questions, 2 answers, 8 'sim' votes)
- 2. Que medidas objectivas tomará a OM para garantir o acesso dos médicos às Comissões Gratuitas de Serviço (CGS)? (268 questions, 1 answer, 4 'sim' votes)
- 3. Qual deverá ser a posição da Ordem em relação aos cerca de 2000 portugueses estudantes de medicina no estrangeiro? (153 questions, 1 answer, 3 'sim' votes)
- 4. O que acham da redistribuição de médicos por áreas mais carenciadas de modo a evitar o recrutamento de médicos estrangeiros face ao excesso relativo existente nos grandes centros? (162 questions, 1 answer, 3 'sim' votes)
- 5. Qual a posição dos candidatos em relação à necessidade de requalificação de algumas sedes distritais que se encontram completamente desadequadas e degradadas? (1 question, 0 answers, 1 'sim' vote)

On the right side, there is a 'visualizar' section with filters for 'todas as perguntas', 'perguntas marcadas', and 'perguntas de utilizadores seguidos'. Below that is an 'ordenar' section with filters for 'mais recentes', 'mais votadas', and 'mais comentadas'. There is also an advertisement for 'barclaycard' and a 'ESTATÍSTICAS' section showing: total perguntas (28), total respostas (15), total comentários (5), and candidato mais activo (Dr. Jaime Teixeira Mendes).

Figura 54 - Grelha de perguntas na perspetiva de um candidato. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>. Acedido em 9 de Junho de 2012).

Proporciona-se, deste modo, uma experiência de utilização consistente. Por exemplo, ao navegar pela lista de perguntas, tal como faz um utilizador eleitor, o candidato pode pressionar o botão “responder”, para poder depois digitar o texto da resposta, ou até mesmo marcar uma pergunta para responder mais tarde, usando para o efeito o botão “marcar pergunta”. As perguntas “marcadas” são assinaladas com uma linha vertical de

cor azul, na parte esquerda da grelha de perguntas. Caso pressione o botão “responder”, o candidato é redirecionado para uma página semelhante à ilustrada na Figura 55.



Figura 55 – Página onde um candidato pode inserir a sua resposta a uma pergunta de um utilizador eleitor. Fonte: versão usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>). Acedido em 9 de Junho de 2012).

Nesta página, os candidatos podem consultar a pergunta e o número de apoiantes da pergunta. Têm também uma interface dedicada onde podem escrever a resposta e publicá-la.

Como foi referido anteriormente, o editor pode usar a plataforma *iLeger* para fazer entrevistas colaborativas aos candidatos, aos seus representantes e a personalidades convidadas, com base em perguntas previamente introduzidas e votadas pela comunidade.

Como se pode observar na Figura 56, após ser criada a iniciativa de participação de angariação de perguntas para uma entrevista, os utilizadores colocam as suas questões e votam nas perguntas de outros utilizadores, de modo a identificar as melhores, isto é, com mais apoiantes. Convém relembrar que cada utilizador registado apenas pode votar uma vez em cada pergunta, embora possa alterar o seu sentido de voto, sempre que desejar. Num segundo passo, o editor seleciona as perguntas a enviar ao destinatário (as mais votadas). Finalmente, as respostas são inseridas na plataforma para consulta da comunidade.

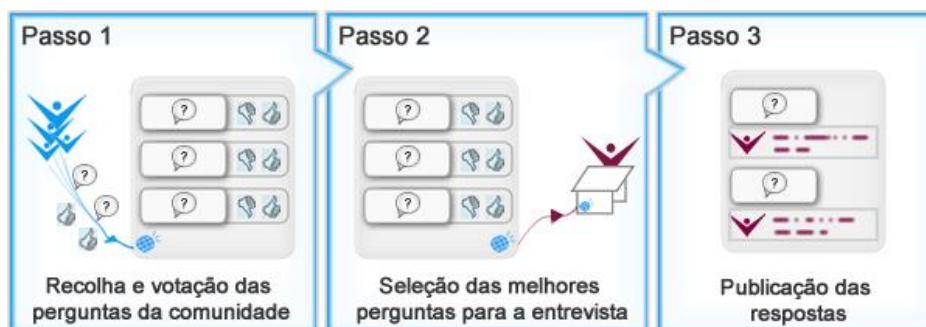


Figura 56 – Passos para a angariação de perguntas destinadas a usar em entrevistas aos candidatos, aos seus representantes ou a personalidades convidadas

Note-se que as respostas podem ser inseridas na plataforma, em formato de texto ou de vídeo, pelo editor ou pelas candidaturas, dependendo do cenário de utilização do *iLeger* (com ou sem conta de candidatos).

A seguir, na Figura 57, apresenta-se um exemplo que ilustra o processo a realizar pelo editor da plataforma, desde a criação de uma iniciativa de participação para angariação de perguntas para uma entrevista com uma personalidade convidada, até à publicação da entrevista. A título de exemplo, suponha-se que o editor convidava o Ministro da Economia em funções.

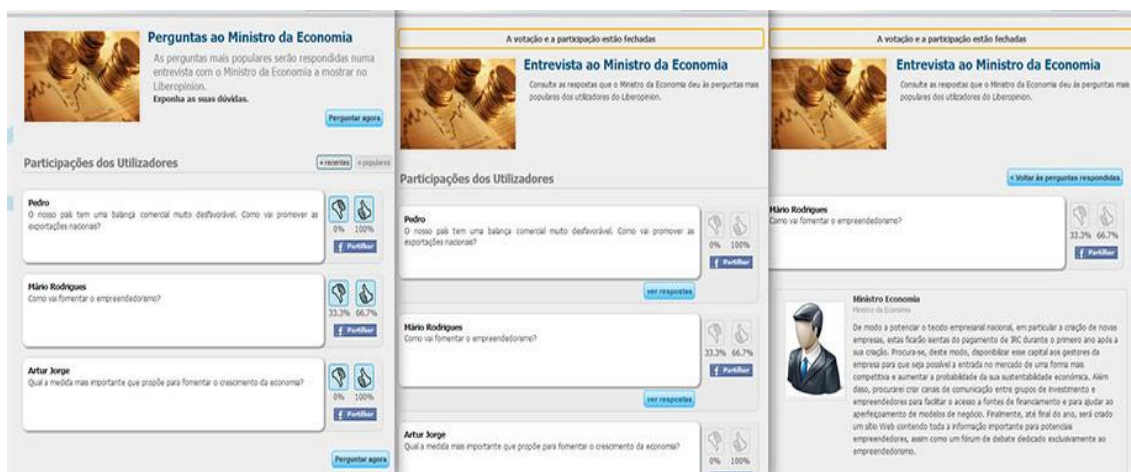


Figura 57 – Exemplo de angariação de perguntas para uma entrevista com um candidato. Fonte: Maqueta da versão do *iLeger* usada nas Eleições Legislativas de Portugal em 2011

Na imagem do lado esquerdo da figura, surge um exemplo de iniciativa onde os utilizadores são convidados a submeter perguntas ao Ministro da Economia em funções e a expressar o seu apoio a perguntas já submetidas. O intuito é determinar as perguntas que irão constituir a entrevista, isto é, as mais votadas. Nessa página, os utilizadores podem ainda aplicar filtros de pesquisa e de ordenação e partilhar perguntas na rede social *Facebook*. Depois de terminado o prazo, previamente estabelecido e divulgado, para a submissão de perguntas, o editor envia as melhores perguntas à personalidade convidada (neste caso, o Ministro da Economia) e solicita que responda.

Na imagem central, apresenta-se um exemplo de uma página que contém as perguntas que fazem parte da entrevista. Nessa página, naturalmente, a submissão e a votação de perguntas está encerrada. Os utilizadores devem pressionar o botão “ver respostas”, que aparece por baixo de cada pergunta, para consultar a resposta correspondente. Como resultado dessa ação, os utilizadores são direcionados para a página apresentada na parte direita da Figura 57, onde podem consultar a resposta da personalidade convidada.

A área “Perguntas da comunidade” pode também ser utilizada para recolher perguntas para usar posteriormente em debates em direto com os candidatos, seus representantes ou com personalidades convidadas. Sucintamente, como se pode observar na Figura 58, o editor solicita à comunidade perguntas sobre um determinado tema e para um determinado destinatário. Depois, usa as melhores questões durante o debate.



Figura 58 - Passos para a angariação de perguntas destinadas a usar posteriormente em debates em direto com os candidatos, os seus representantes, ou com personalidades convidadas.

Deste modo, os cidadãos que não possam participar no debate em direto têm a oportunidade de colocar as suas questões e, por outro lado, o editor tem à sua disposição um conjunto extra de perguntas previamente votadas pela comunidade, que pode usar durante o debate em direto. Mais adiante, abordar-se-á mais detalhadamente a área da plataforma destinada aos debates em direto.

6.2.2 Sugestões e ideias da comunidade

Na área destinada às sugestões, como ilustra a Figura 59, os cidadãos são incentivados a propor ideias e soluções para resolver os problemas da atualidade eleitoral e governativa. As melhores ideias são realçadas, através da votação dos utilizadores. Deste modo, cria-se um mecanismo comunitário para reforçar e identificar as melhores propostas. Por outro lado, os candidatos e os partidos políticos podem também tirar partido do conhecimento coletivo geral e especializado, encontrando aqui uma fonte de ideias num momento particular, as eleições, em que lhes são pedidas soluções para os problemas que afetam a comunidade.

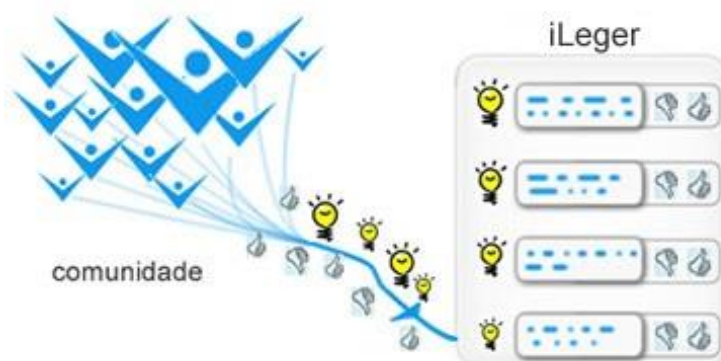


Figura 59 – Sugestões e ideias da comunidade

Um dos possíveis cenários de utilização desta área pode também passar por desafiar os cidadãos a expor o que fariam se estivessem em lugares de tomada de decisão. Por exemplo, nas Eleições Presidenciais de Janeiro de 2011, os utilizadores do *iLeger* foram convidados a dizer o que fariam se fossem o Presidente da República. Nas Eleições Legislativas de Junho de 2011, como se ilustra na Figura 60, o editor do *iLeger* criou, em simultâneo, três iniciativas de angariação de sugestões; desafiou os cidadãos a dizer o que fariam se fossem a Chanceler Alemã Angela Merkel, o presidente do FMI (Fundo Monetário Internacional) e o presidente da União Europeia. Note-se que, nessa altura, o tema dominante no debate eleitoral foi a situação financeira de Portugal e o possível pedido de ajuda externa. O editor assumiu que as personagens (tomadoras de decisão) consideradas nas três iniciativas de recrutamento de ideias tinham um papel preponderante na eventual ajuda externa a Portugal.

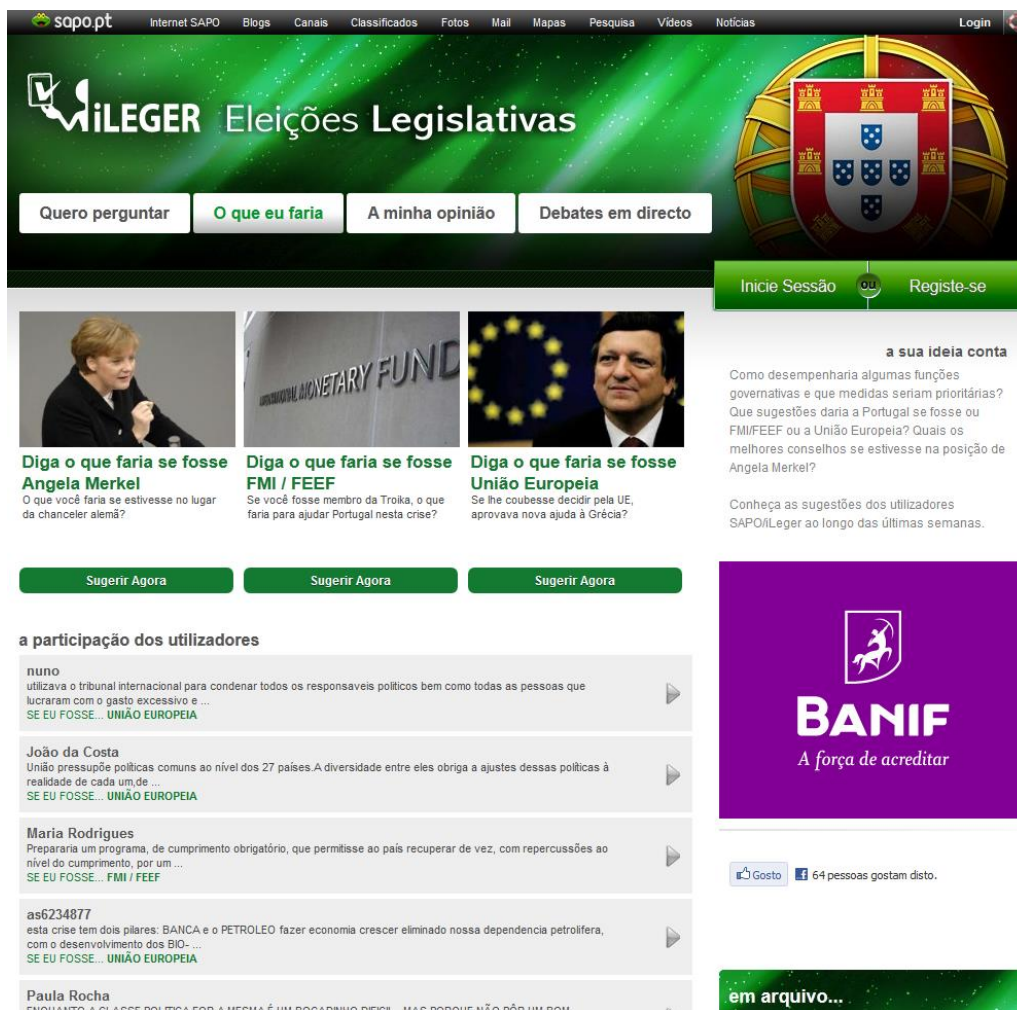


Figura 60 – Área de angariação de sugestões (o que eu faria se fosse...). Fonte: versão do *iLeger* utilizada nas Eleições Legislativas de Junho de 2011 (<http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/sef.php>. Acedido em 12 de Junho de 2012)

Em cada versão do *iLeger*, o modelo de interação utilizado nesta área é similar ao usado na zona destinada às questões e respostas. Na versão usada nas Eleições Legislativas de 2011, para cada área, existia uma página onde eram destacadas as iniciativas de participação e as melhores contribuições dos utilizadores nessa área. Existia também uma zona de acesso ao arquivo, onde os utilizadores podiam consultar as iniciativas já “fechadas”. A partir dos destaques, os cidadãos podiam aceder à página dedicada a cada uma das iniciativas de participação para poder interagir, submetendo conteúdos e votando nas propostas dos outros utilizadores. Por exemplo, se, na página apresentada na Figura 60, um utilizador pressionasse o botão “Sugerir agora”, que surge no destaque à iniciativa “Diga o que faria se fosse União Europeia”, acedia à página ilustrada na Figura 61. O utilizador podia ainda aceder à página de cada iniciativa, a partir das fotografias e título associados à iniciativa ou através das contribuições, dos utilizadores, em destaque.



Figura 61 – Exemplo de iniciativa para angariação de sugestões (o que eu faria se fosse... o Presidente da União Europeia) realizada nas Eleições Legislativas de Junho de 2011. (<http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/seEuFosse.php?id=1&t=arc>. Acedido em 12 de Junho de 2012)

Nesta página os utilizadores podiam propor sugestões, pressionando a hiperligação “Deixe a sua sugestão”. Nesse caso, surgia uma caixa de entrada de texto, para que os utilizadores pudessem submeter a sua proposta. Podiam navegar para outras iniciativas

ativas de angariação de sugestões, através da barra de navegação que surge no topo da página. Podiam votar nas várias propostas já publicadas, ordená-las por data ou pelo número de votos e podiam partilhar cada uma dessas sugestões na sua conta do *Facebook*.

Um dos objetivos primordiais desta área do *iLeger* é também fornecer um mecanismo para identificar e destacar as melhores ideias da comunidade para as várias áreas da governação, tais como Saúde, Educação, Justiça, Agricultura e Pescas, Finanças, Economia, entre outras. Nesse sentido, o editor da plataforma pode criar um evento de angariação de ideias para cada uma das principais áreas governativas. Através da votação dos utilizadores nas propostas individuais e de uma seleção editorial, é possível realçar as melhores ideias da comunidade. Na Figura 62, apresenta-se um exemplo de uma iniciativa de participação a convidar os cidadãos a expor o que fariam, se fossem o Ministro da Economia, para fomentar o crescimento da economia.



Figura 62 – Exemplo de uma iniciativa de participação a convidar os cidadãos a expor o que fariam se fossem o Ministro da Economia para fomentar o crescimento da Economia

Do lado esquerdo da figura, surge a página que contém a manchete de destaque à iniciativa de participação e as melhores propostas dos cidadãos. Do lado direito, mostra-se a página onde os utilizadores podem submeter as sugestões, visualizar, ordenar, votar e partilhar, na sua conta de *Facebook*, as propostas dos outros utilizadores. O tamanho permitido para cada proposta é definido pelo editor, no momento de criação da iniciativa de angariação de sugestões. Por omissão, esse valor é de 250 caracteres.

Como se pode observar, a interface é ligeiramente diferente da versão usada nas eleições Legislativas de 2011. Trata-se de uma pequena melhoria à usabilidade da aplicação. Sucintamente, na página de destaques (lado esquerdo da imagem), acrescentou-se o botão “Ver sugestões”, nos destaques às iniciativas de participação e, na página de cada iniciativa (lado direito da imagem), substituiu-se a hiperligação “Deixe a sua sugestão” por um botão “Sugerir agora” e acrescentou-se, no topo da página junto do texto introdutório, a imagem associada à iniciativa.

Note-se que, para promover o *feedback* das candidaturas aos cidadãos, as melhores propostas da comunidade poderão ser posteriormente utilizadas em debates em direto, ou em entrevistas, com os candidatos ou com seus representantes, para conhecer mais aprofundadamente as suas opiniões.

Por exemplo, na versão do *iLeger* usada nas Eleições Legislativas de 2009, os candidatos tinham também a oportunidade de dar *feedback*, comentando as sugestões dos cidadãos. De modo análogo à secção dedicada às respostas às perguntas da comunidade, os comentários dos diferentes candidatos às sugestões propostas eram colocados lado a lado, para facilitar a sua comparação. Os utilizadores registados podiam votar para expressar o seu grau de apoio a todas as entradas, permitindo, por outro lado, aos candidatos, indagar acerca da reação da comunidade aos seus comentários.

Em resumo, com esta área do *iLeger* pretende-se fornecer um canal adicional para fomentar a participação e a comunicação entre os principais intervenientes numa campanha eleitoral, com o objetivo de identificar as melhores soluções, propostas pela comunidade, para os problemas enfrentados pela sociedade.

6.2.3 A opinião da comunidade

O principal objetivo desta área do *iLeger* é conhecer a opinião da comunidade em relação a temas-chave da campanha eleitoral. Assim, o editor pode inserir vários conjuntos de perguntas. A comunidade é convidada a manifestar a sua opinião, de uma

forma simples, rápida e cómoda, através do voto nas opções de resposta colocadas pelo editor para cada pergunta, como se ilustra na Figura 63.

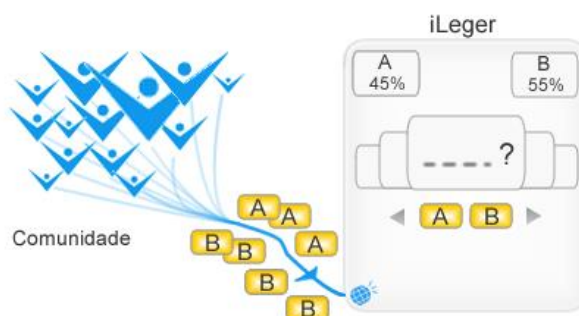


Figura 63 – A opinião da comunidade

Os resultados estatísticos da votação dos utilizadores ilustram a opinião da comunidade para cada pergunta colocada. Na Figura 64, apresenta-se um exemplo de pergunta colocada durante as Eleições Legislativas de 2011.

A captura de ecrã mostra a interface iLeger durante as Eleições Legislativas de 2011. O topo apresenta o menu de navegação do sapo.pt. O banner principal contém o título 'iLEGER Eleições Legislativas' e botões para 'Quero perguntar', 'O que eu faria', 'A minha opinião' (destacado) e 'Debates em directo'. Abaixo, há uma seção de votação com o tema 'Empresas' e a pergunta 'Os benefícios fiscais às empresas vão estar indexados à exportação. Concorda?'. Os resultados mostram 74% de 'SIM' e 26% de 'NÃO'. Botões de 'Sim' e 'Não' estão visíveis. À direita, há uma seção 'a sua opinião conta' com texto explicativo e uma barra de login. No canto inferior direito, há uma promoção 'Área de Cliente PT' com o slogan 'AQUI EU POSSO' e 'enviar SMS grátis'. No rodapé, há uma barra de interação social com o texto 'Gosto' e '64 pessoas gostam disto'.

Figura 64 – Área de auscultação da opinião dos cidadãos. Fonte: versão do iLeger utilizada nas Eleições Legislativas de Junho de 2011 (<http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/voxPopuli.php>. Acedido em 12 de Junho de 2012)

Os utilizadores podem usar os botões de navegação para aceder às restantes perguntas de forma rotativa. Cada utilizador pode votar apenas uma vez, mas é sempre possível mudar o sentido de voto.

6.2.4 Debates em direto

O *iLeger* tem uma área dedicada a debates *on-line* em direto. O principal objetivo deste espaço é promover a comunicação bidirecional, e em tempo real, entre os membros da comunidade e os candidatos, através do diálogo e do debate de ideias, como se ilustra na Figura 65.

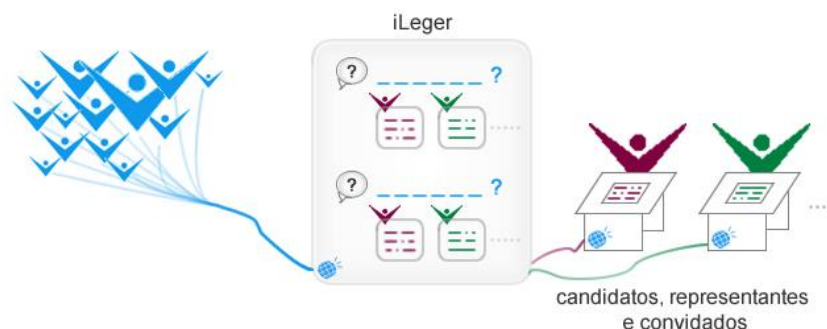


Figura 65 – Debates em direto com candidatos, seus representantes e com personalidades convidadas.

Ao longo do período eleitoral, podem ser realizados vários debates em direto com os candidatos, com os seus representantes, e com personalidades convidadas. A título de exemplo, como se pode observar na Figura 66, nesta área o editor pode destacar os debates agendados e, deste modo, apresentar os convidados, o tema e a data dos próximos debates.

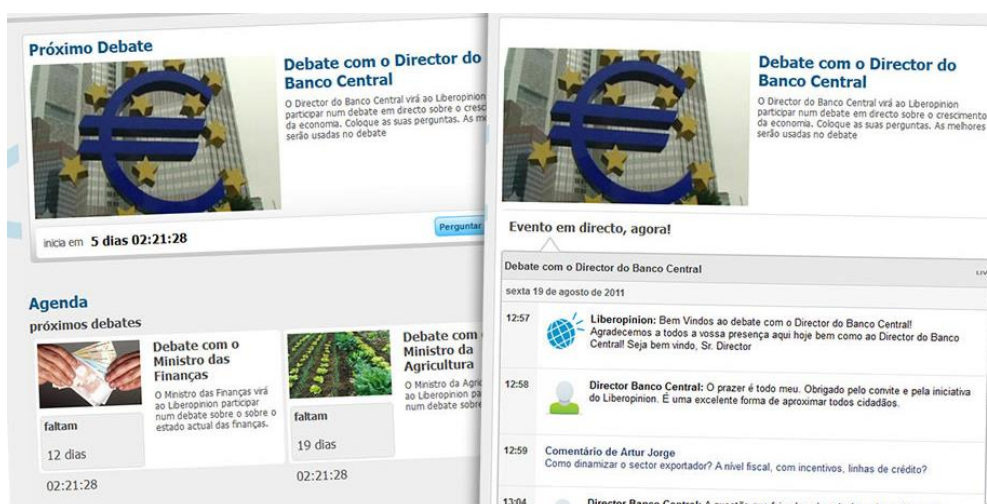


Figura 66 - Exemplo de área de debates em direto

No lado esquerdo da figura, apresenta-se a página que contém os destaques para os debates já agendados. Aqui, os utilizadores podem reunir informações sobre os próximos debates e, se estiver a decorrer um debate ao vivo, podem aceder e participar nesse debate. Note-se que o editor da plataforma pode utilizar esta área para agendar debates para os quais cria previamente iniciativas de colheita de perguntas para o debate. Nesse caso, surge o botão “Perguntar” junto do agendamento do debate. Por outro lado, o editor pode, neste local, agendar debates sem ter criado uma iniciativa de recrutamento de perguntas prévia. Nesse cenário, os utilizadores têm de aguardar pela abertura do debate, para poderem participar. Nesta área do *iLeger*, os utilizadores podem ainda consultar debates arquivados. No lado direito da figura, ilustra-se a página que exemplifica a execução de um debate. Para realizar os debates em direto, o *iLeger* incorpora o componente *CoveritLive* (<http://www.coveritlive.com/>). Os debates são moderados, embora não seja necessário que os utilizadores façam login para participar ativamente no debate.

Resumidamente, os membros da comunidade colocam perguntas, sugestões e comentários. O editor, no seu papel de moderador, seleciona as melhores contribuições e publica-as. Depois o convidado responde. A resposta do convidado é imediatamente publicada, sem necessitar de aprovação prévia do moderador. Sempre que desejar, o editor pode intervir, através de comentários e interpellando o convidado. A título de exemplo, ilustra-se, na Figura 67, um excerto do debate em direto, que decorreu no

iLeger, com o Dr. Pedro Mota Soares, candidato pelo Círculo Eleitoral de Lisboa do CDS-PP às Eleições Legislativas de Junho de 2011.



Figura 67 – Debate em direto com o Dr. Pedro Mota Soares, candidato do CDS-PP pelo círculo de Lisboa às Eleições Legislativas de 2011. Fonte: versão do *iLeger* utilizada nas Eleições Legislativas de Junho de 2011 (<http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/liveconfArquivo.php?id=2>. Acedido em 12 de Junho de 2012)

Uma das características inovadoras do *iLeger* consiste no uso prévio das áreas dedicadas recolha de perguntas e de sugestões para a criação de TOPs, que podem depois ser usados durante os debates em direto. Com o objetivo de criar esses TOPs, o editor inicia eventos de participação, onde convida os cidadãos a apresentar, durante um período predeterminado de tempo, questões e sugestões, e a votar a sua relevância. Depois, as melhores perguntas e sugestões podem ser usadas para “alimentar” os debates em direto. Se entender, o editor pode ainda usar, durante o debate em direto, algumas informações estatísticas recolhidas previamente na área do *iLeger* dedicada à opinião da comunidade. Deste modo, é dada oportunidade de participar a todos os cidadãos,

mesmo que não possam estar “presentes” no momento do debate. Por outro lado, o editor tem a possibilidade de preparar antecipadamente o debate.

Durante a campanha para as Eleições Legislativas de Junho de 2011, o portal SAPO (<http://www.sapo.pt>) usou o *iLeger* para angariar perguntas para um debate com líderes políticos, candidatos às eleições, realizado no dia 31 de Maio desse ano, no *Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas* (ISCSP). Sucintamente, criou três iniciativas de participação, onde convidou os membros da comunidade a submeter perguntas para o debate. Cada iniciativa tinha a data limite de 30 de Maio para o envio de perguntas e tinha um tema associado, nomeadamente o crescimento da economia, o estado social e a ajuda externa. Convém lembrar que, dado o contexto económico e financeiro de Portugal nesse momento, esses foram os temas dominantes da campanha eleitoral.

O debate do ISCSP foi moderado pela diretora do canal de notícias do portal SAPO Rute Sousa Vasco e, através de uma parceria SIC Notícias – SAPO, foi difundido em direto no *iLeger*, via *streaming* de vídeo. As 10 perguntas mais votadas no *iLeger* foram as únicas usadas no debate e foram respondidas por cada um dos políticos convidados. A Figura 68 ilustra a difusão do debate na área do *iLeger* destinada aos debates em direto.

Destaque-se o facto de terem aderido a esta iniciativa políticos conceituados, entre os quais líderes parlamentares e elementos que acabariam por vir a fazer parte do governo eleito como ministros.



Figura 68 – Debate em direto, transmitido via *streaming* de vídeo, no *iLeger* nas Eleições Legislativas 2011

Note-se que, mesmo estando configurado sem interação direta das candidaturas (nas outras áreas), o *iLeger* pode ser utilizado de modo a que as candidaturas participem esporadicamente em debates em direto com os cidadãos. Este cenário pode ser útil para situações em que as candidaturas não queiram comprometer-se por longos períodos de tempo, devido, por exemplo, a escassez de recursos. Nesse cenário, as restantes áreas do *iLeger* ficam “entregues” à comunidade e ao editor.

6.2.5 Programas eleitorais

Nesta área da plataforma, os membros da comunidade podem analisar e comparar os programas eleitorais das candidaturas. Por outro lado, as candidaturas encontram aqui um canal para divulgar as suas propostas governativas ao eleitorado.

Se o *iLeger* estiver configurado para ser usado diretamente pelas candidaturas, nesta área as candidaturas utilizam a plataforma para introduzir, de forma estruturada, as suas propostas eleitorais para as várias áreas de governação (e.g. educação, saúde, economia, ambiente, entre outras). Depois, os membros da comunidade podem consultar, votar e comentar essas propostas diretamente na plataforma.

A aplicação *iLeger* foi desenhada de modo a possibilitar, aos candidatos, reescrever as propostas eleitorais ou mesmo retirar as mais impopulares. Esta área tem o potencial de criar um processo interativo e iterativo para a elaboração do programa eleitoral dos candidatos, tendo em consideração o *feedback* proveniente das sugestões e comentários da comunidade.

Além disso, uma candidatura pode comentar as propostas das outras candidaturas, expondo as suas vantagens e inconvenientes, enriquecendo, assim, o debate em torno dos programas eleitorais. Esta discussão permite ao cidadão ficar com uma perceção mais aprofundada acerca da posição de cada candidatura, com base não só nos programas eleitorais, como também nas contribuições no debate em torno das posições políticas.

Se o *iLeger* estiver configurado para não existir interação direta dos candidatos, esta área pode ser usada, pelo editor, para publicar os programas eleitorais das várias candidaturas, de forma estruturada (por temas ou secções). A comunidade pode manifestar a sua opinião, votando e comentando as várias medidas propostas pelas diferentes candidaturas. Naturalmente, com esta configuração, perde-se a troca de comentários, sobre as propostas eleitorais, entre as candidaturas e entre as candidaturas e os membros da comunidade.

Como uma consequência direta da compilação de todos os programas eleitorais, a comunidade fica munida de uma ferramenta que lhe permite monitorizar as ações pós eleitorais do futuro governo e dos partidos políticos, uma vez que estará sempre disponível a lista das suas propostas, como uma memória digital.

Esta área do *iLeger* não foi ainda implementada, devido à parceria estabelecida com o portal SAPO para as Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011. Uma das cláusulas da parceria definia que a plataforma eleitoral *iLeger* iria ser integrada, como um *micro-site*, no “especial eleições” do SAPO. Dado que esse especial já continha várias informações sobre todas as candidaturas, nomeadamente os programas eleitorais, foi solicitado que o *iLeger* não incluísse a área destinada à apresentação e discussão dos programas eleitorais. Todavia, nessa altura, já tinham sido desenhadas as primeiras versões das maquetas, que se apresentam a seguir.

Assim, na Figura 69 ilustra-se a versão inicial da maqueta para a página de entrada na área destinada aos programas eleitorais.

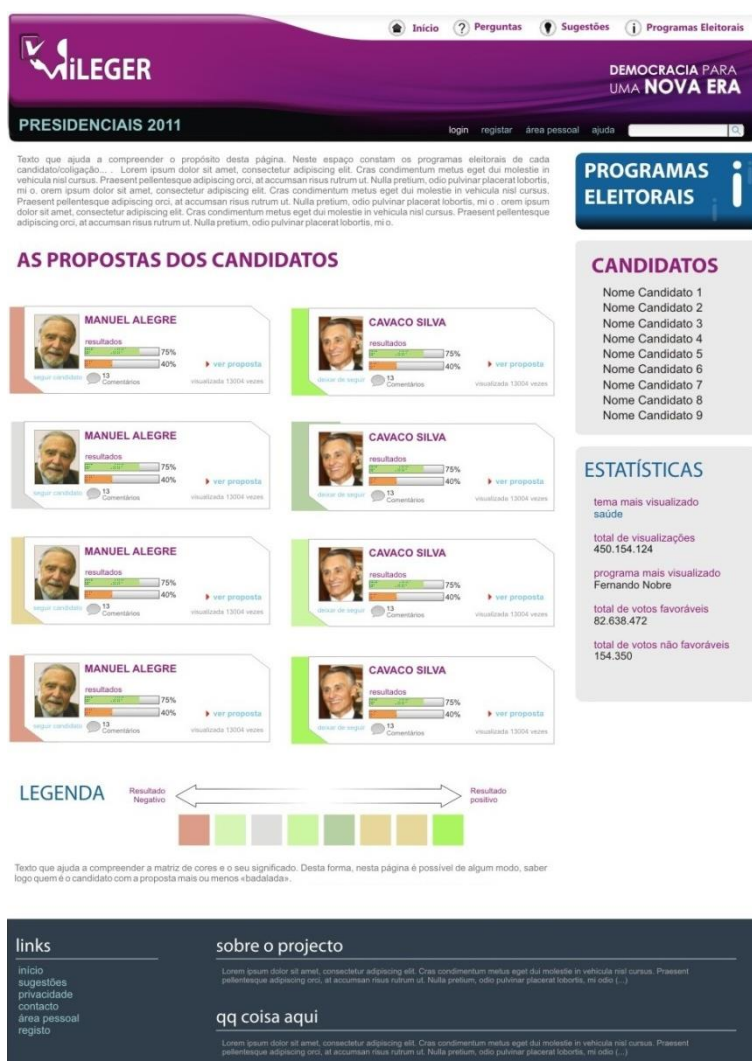


Figura 69 – Maqueta da página de entrada na área de Programas Eleitorais

Note-se que a interface é bastante diferente das versões usadas nas Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011, pois tinha sido desenhada algum tempo antes para a versão utilizada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos.

Sucintamente, neste espaço, os utilizadores poderiam visualizar o número de comentários e informação estatística sobre a opinião global dos cidadãos acerca do programa eleitoral de cada candidatura. Com o intuito de facilitar a interpretação visual sobre o grau de concordância/aceitação de cada programa eleitoral, criou-se uma matriz de cores, em que cada cor representava um intervalo percentual. Assim, associava-se uma cor ao (lado esquerdo do) retângulo de cada candidatura para representar o grau de aceitação do seu programa eleitoral. Para dar uma aproximação mais real entre a cor a percentagem de aceitação pensou-se usar gradientes.

Nesta página, os utilizadores poderiam também aceder aos programas eleitorais de cada candidatura. Para tal, bastaria seleccionar a opção “ver propostas”, que se encontra no retângulo associado a cada candidato. Como consequência dessa ação, os utilizadores seriam dirigidos para a página do programa eleitoral da respetiva candidatura, representada na Figura 70.



Figura 70 – Maqueta da página de apresentação das secções do manifesto eleitoral de uma candidatura

No caso das Eleições Presidenciais, normalmente, os manifestos eleitorais apresentam estruturas muito diversas de candidato para candidato. Por esse motivo, como se pode observar na maqueta, não se impôs uma estrutura predefinida, apesar de se reconhecer que a definição de uma estrutura prévia poderia facilitar a comparação dos manifestos. Deste modo, nesta página, os utilizadores poderiam visualizar os títulos das secções do manifesto eleitoral da candidatura seleccionada na página anterior (ver a Figura 69), como se de um índice se tratasse.

No topo da página, repete-se a informação estatística apresentada na página de entrada da área dos programas eleitorais, isto é, sobre a opinião global da comunidade acerca do manifesto eleitoral da candidatura. Além disso, os utilizadores poderiam também visualizar, neste espaço, o número de comentários e informação estatística sobre a

opinião dos membros da comunidade acerca de cada secção do manifesto eleitoral. Também aqui se adota a inclusão de cores para representar os intervalos percentuais do grau de concordância com as medidas propostas em cada secção do manifesto. Para aceder ao texto de cada secção, os utilizadores deveriam pressionar com o rato sobre o seu título. Depois, os utilizadores seriam dirigidos para a página que contém o texto com as medidas propostas nessa secção, representada na Figura 71.



Figura 71 – Maqueta da página de apresentação do texto com as medidas propostas numa secção de um manifesto eleitoral

Nesta página os utilizadores podem consultar as medidas propostas pela candidatura para a secção seleccionada na página anterior. É neste local que os utilizadores podem manifestar, através do voto, o seu grau de concordância com as medidas propostas numa secção do manifesto. Note-se que, neste exemplo, o grau de aceitação global do manifesto eleitoral apresenta uma cor rosa e que o grau de concordância com as medidas propostas nesta secção do manifesto apresenta uma cor verde alface. Convém referir que o grau de aceitação global de um manifesto eleitoral é calculado de forma automática. Isto é, os utilizadores apenas votam as medidas propostas em cada secção do manifesto. Com o propósito de incentivar a discussão e a deliberação em torno das

propostas apresentadas, os utilizadores podem ainda, neste espaço, inserir comentários e responder a comentários.

Em alguns tipos de eleições, como, por exemplo, as eleições legislativas, os programas eleitorais apresentam, normalmente, estruturas similares, refletindo as principais áreas da atualidade governativa. Nesses casos, o editor da plataforma pode optar por impor uma estrutura predefinida para a apresentação dos programas eleitorais. Por exemplo, o editor pode analisar os programas eleitorais das várias candidaturas e, depois, define as principais áreas para estruturar a sua apresentação. Eventualmente, poderia consultar as várias candidaturas, de modo a chegar a um consenso. Num cenário desses, os programas eleitorais teriam que ser inseridos no *iLeger* respeitando a estrutura predefinida pelo editor. O principal benefício desta abordagem é que permite a criação de uma matriz eleitoral para tornar mais fácil a comparação do grau de aceitação dos vários programas eleitorais nas diferentes áreas. A título de exemplo, ilustra-se, na Figura 72, a versão inicial da maqueta para uma matriz de comparação das várias áreas dos programas eleitorais de diferentes candidaturas.

Nesta matriz, os identificadores das linhas representam as várias áreas da estrutura predefinida para a introdução dos programas eleitorais no *iLeger*, e os identificadores das colunas representam os candidatos/candidaturas. Assim, uma célula representa o grau de concordância/aceitação dos membros da comunidade com as medidas propostas pela candidatura apresentada no cabeçalho da coluna da célula, para a área (de governação) exibida no identificador da linha em que está inserida a célula.

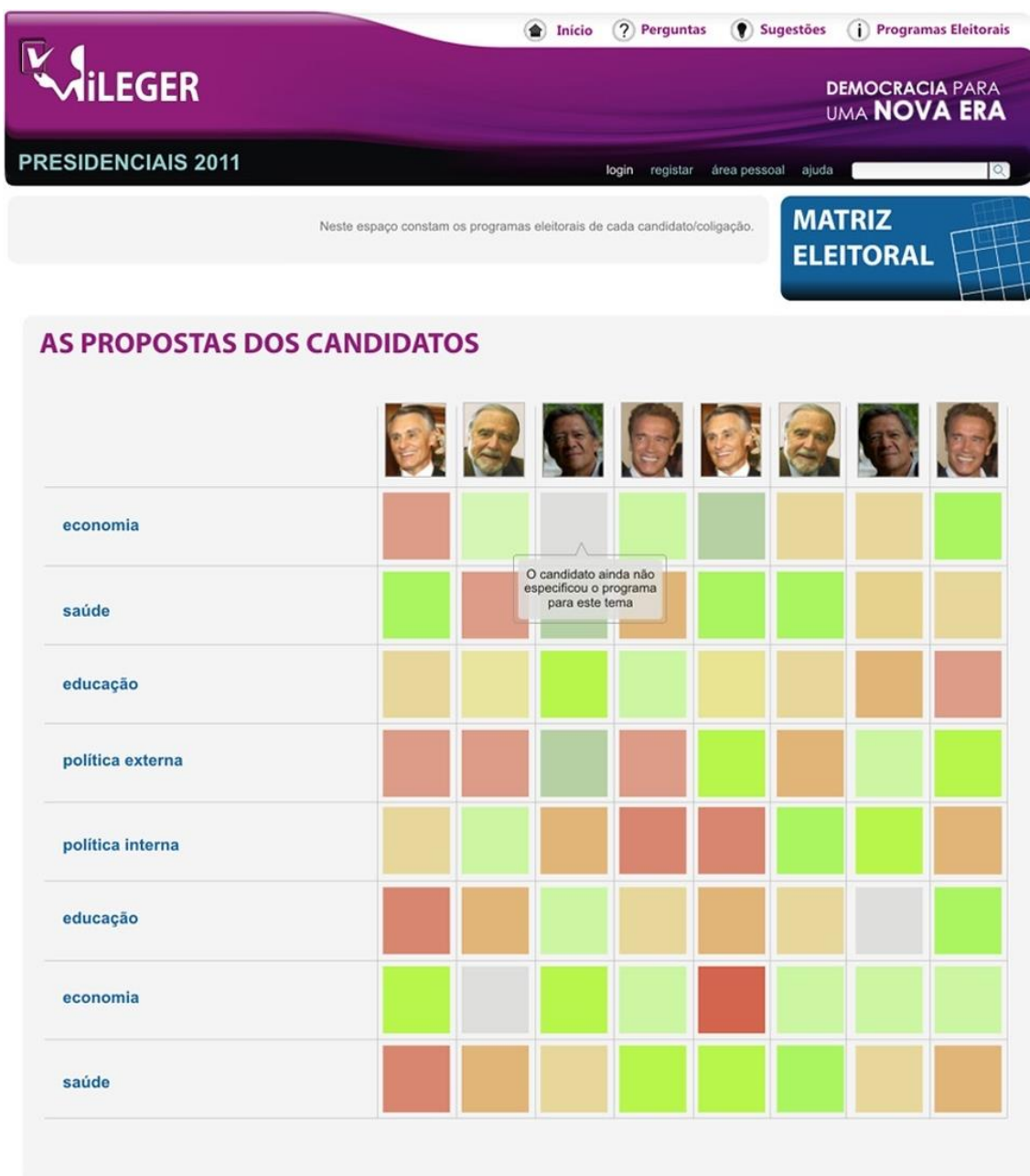


Figura 72 – Maqueta da matriz de comparação das várias áreas dos programas eleitorais de diferentes candidaturas

Também aqui, o grau de concordância/aceitação resultante da votação dos utilizadores é representado por cores que expressam intervalos percentuais. A cor cinzenta, como se pode observar na maqueta, significa que o candidato ainda não especificou propostas para uma determinada área. Consegue-se, assim, um mecanismo pictórico e de fácil interpretação para resumir o grau de concordância/aceitação da comunidade em relação às propostas das várias candidaturas para as diferentes áreas da governação.

Apesar de, nas Eleições Presidenciais, os manifestos eleitorais apresentarem estruturas muito díspares de candidatura para candidatura, se desejar, o editor da plataforma pode optar também por impor uma estrutura para a apresentação dos programas eleitorais, predefinindo as (grandes) áreas temáticas para expor as propostas de cada manifesto.

6.2.6 Área pessoal

Nesta zona, os utilizadores podem colocar informação que irá ajudar a definir o seu perfil no *iLeger*. A área pessoal contém várias secções onde são editados os dados de carácter pessoal, os dados de acesso à plataforma e os URLs (*Uniform Resource Locator*) para as redes sociais dos utilizadores. É na secção “acesso” que os utilizadores podem alterar a sua palavra-passe. A área pessoal contém ainda uma secção onde os utilizadores podem configurar algumas notificações. A Figura 73 ilustra um exemplo da secção “dados pessoais” da versão do *iLeger* utilizada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos em Dezembro de 2010.

The image shows a web browser window displaying the 'Área Pessoal' (Personal Area) of the iLeger platform. The page title is 'Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos 2010'. The user is logged in as 'Maria'. The main content area is titled 'ÁREA PESSOAL' and 'edição de dados pessoais'. It contains several form fields: 'nome' (Name), 'área científica' (Scientific Area) set to 'Anestesiologia', 'sector regional' (Regional Sector) set to 'Centro', 'data nascimento' (Date of Birth) with a calendar icon, 'sexo' (Sex) set to 'Feminino', 'distrito' (District) set to 'Viseu', and 'concelho' (Parish) set to 'Viseu'. There is a 'foto de perfil' (Profile Photo) section with a small image and an 'alterar imagem' button. A sidebar on the right lists profile management options: 'dados pessoais', 'acesso', 'configurar notificações', 'redes sociais', and 'perfil público'. Below this is a promotional banner for 'PT' (Partido Socialista) with the text 'A partir de Janeiro continue a ver os seus canais favoritos.' and a 'Saber mais' button. The footer contains links for 'política de privacidade', 'termos de utilização', 'quem somos', and 'sobre o projecto', along with social media icons for Facebook and Twitter.

Figura 73 – Área pessoal, zona de dados pessoais. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>). Acedido em 9 de Junho de 2012).

Como se pode observar, alguns dados são de preenchimento obrigatório. Na parte direita do topo da página existe uma zona, designada “perfil”, que permite aceder a todas as secções da área pessoal e à página do perfil público dos utilizadores.

Na secção “notificações” da área pessoal, os utilizadores podem definir alguns parâmetros para serem notificados, como ilustra a Figura 74.

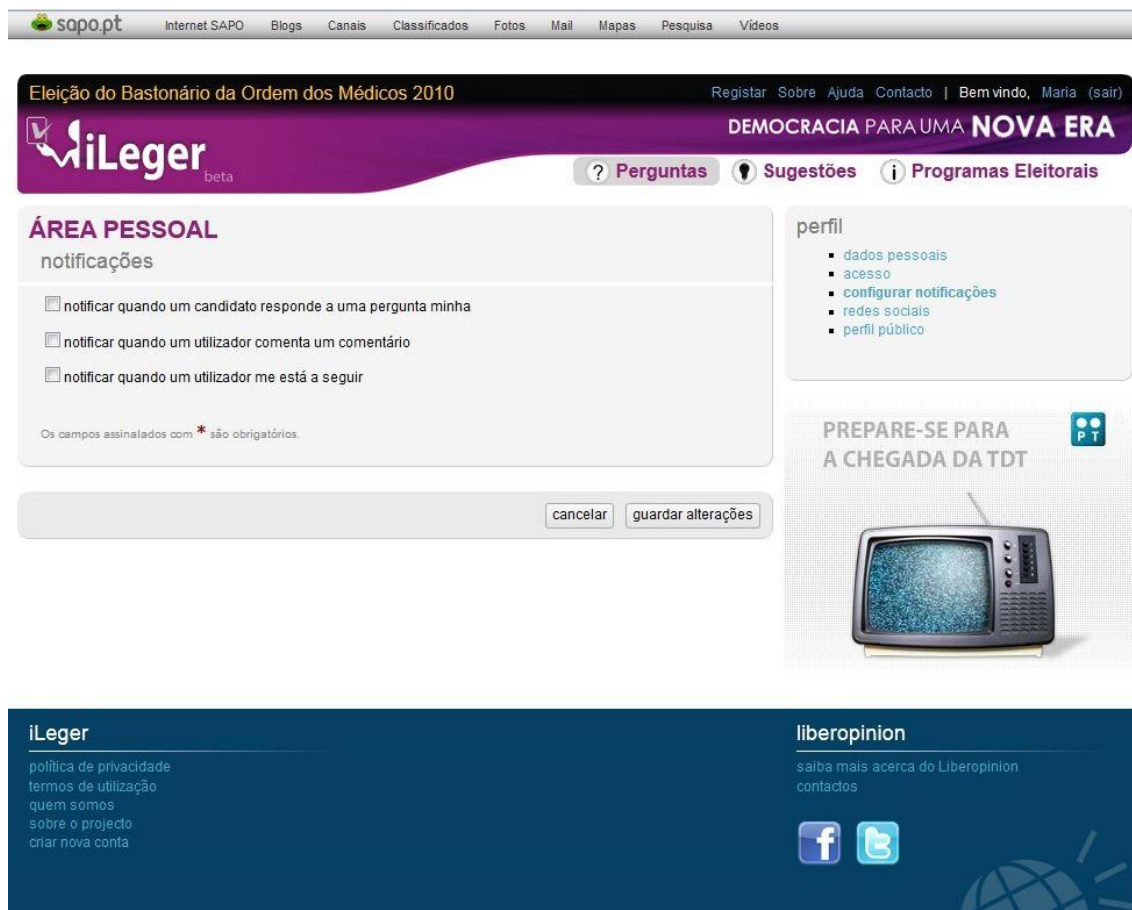


Figura 74 – Área Pessoal, configuração de notificações. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>. Acedido em 9 de Junho de 2012).

Por exemplo, um utilizador pode definir que pretende ser notificado sempre que um candidato responda a uma pergunta sua, um outro utilizador responda a um comentário seu e sempre que um utilizador o passe a seguir.

Note-se que os utilizadores com o perfil de cidadão recebiam ainda notificações, de forma automática, sempre que o moderador da plataforma aceitava ou rejeitava uma contribuição sua (e.g. pergunta, sugestão ou comentário).

Para futuro, estão previstas mais notificações para os utilizadores poderem configurar. Por exemplo, um utilizador ser notificado quando uma questão sua fizer parte do TOP de perguntas, ou sempre que for iniciado na plataforma um novo evento de participação. Reconhece-se que as notificações são um mecanismo que pode contribuir para o aumento de visitas à plataforma. Assim, prevê-se também implementar no futuro uma notificação, por exemplo semanal, com a atividade do utilizador (e da sua rede) no *iLeger*.

A Figura 75 ilustra um exemplo da secção “redes sociais” da versão do *iLeger* utilizada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos em Dezembro de 2010.

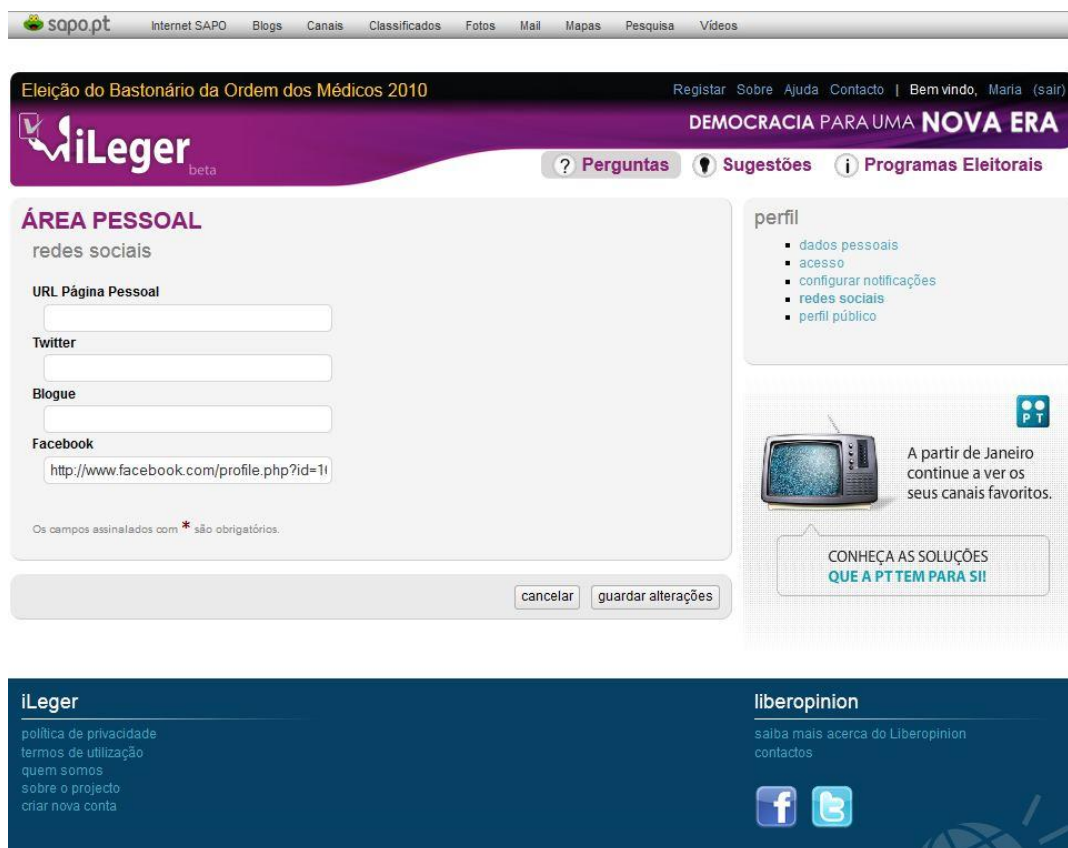


Figura 75 – Área pessoal, dados sobre hiperligações do utilizador. Fonte: versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>. Acedido em 9 de Junho de 2012).

Nesta secção, os utilizadores podiam especificar *URLs* para a sua página pessoal de Internet, para o seu blogue e para as suas páginas nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Note-se que, na página de perfil público de um utilizador, existem quatro botões (ver Figura 50) que funcionam como hiperligações, caso os campos correspondentes nesta secção estejam corretamente preenchidos. Pretende-se, deste modo, fomentar a interação entre diferentes plataformas digitais.

6.3 Gestão editorial da plataforma – *Backoffice*

O Editor da plataforma *iLeger* pode administrar os utilizadores, gerir e moderar os eventos de participação e os seus conteúdos, a partir de uma secção dedicada, o *backoffice*, como ilustrado na Figura 76.



Figura 76 – Área de gestão da plataforma *iLeger*

Note-se que não é objeto desta secção descrever exhaustivamente o *backoffice* do *iLeger*. Assim, apresentam-se apenas alguns exemplos de funcionalidades disponíveis para o editor da plataforma.

Ao criar uma iniciativa de participação (e. g. de angariação de perguntas, de sugestões e ideias, de auscultação da opinião da comunidade – inquéritos –, ou de agendamento de debates em direto), o editor tem total flexibilidade para definir também os seus conteúdos editoriais, tais como o título, uma breve descrição, um texto introdutório sobre a iniciativa, e associar uma imagem, como é ilustrado na Figura 77.

O editor pode ainda configurar alguns parâmetros, tais como o tipo de moderação (com ou sem, ou por denúncia), o modo de apresentação da votação (número ou percentagem), a data de início e de termo do evento, se aplicável, se são ou não permitidas entradas anónimas, o número mínimo e máximo de caracteres permitido para cada contribuição, entre outros.

Edição da Votação [Definições] [Pré-Visualizar]

Perguntas: sobre economia

Pergunta em Concreto: Coloque a sua pergunta sobre o crescer

Descrição: Apoios às empresas, redução da carga;

Texto Introdutório - Página: As perguntas mais populares irão ser respondidas por personalidades dos vários quadrantes políticos, num debate a realizar no dia 31 de Maio no

Estado da Votação: Criado em 2011-05-21 11:57:43 por Administrador

Em votação?

Visível p/ Utilizadores

Definições da Votação

Mín. Caracteres: 10 | Máx. Caracteres: 250 | Permitir Entradas Anónimas:

Tipo de Moderação: Com Moderação

Tipo de Denúncia: Sem Denúncia

Tipo de Intervalo: Sem intervalo de Tempo de | Data e Hora Início: 0000-00-00 00:00 | Data e Hora Fim: 0000-00-00 00:00

Valores Votação em Percentagem?

[guardar dados]

Figura 77 - Gestão editorial de um evento de participação (angariação de perguntas). Fonte: *Backoffice* da versão do *iLeger* utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011

A partir da versão usada nas Eleições Legislativas de Portugal, de Junho de 2011, a plataforma *iLeger* permite a realização de múltiplos eventos de participação em simultâneo. Assim, é necessário gerir os destaques a esses eventos. Após criar iniciativas de participação, o editor da plataforma pode atribuir, alterar ou retirar o nível de destaque a essas iniciativas, de modo a torná-las disponíveis, para os utilizadores poderem participar. O editor pode seleccionar, dos conjuntos de iniciativas de participação, aquele ou aqueles que quer destacar na respetiva área (perguntas,

sugestões, etc.), até um máximo de quatro em simultâneo. Para o efeito, cada área do *iLeger* contém uma página de destaques, onde o editor define o realce a dar aos conteúdos dessa área. A Figura 78 ilustra várias possibilidades de gestão de destaques a eventos de participação para cada área do *iLeger*.

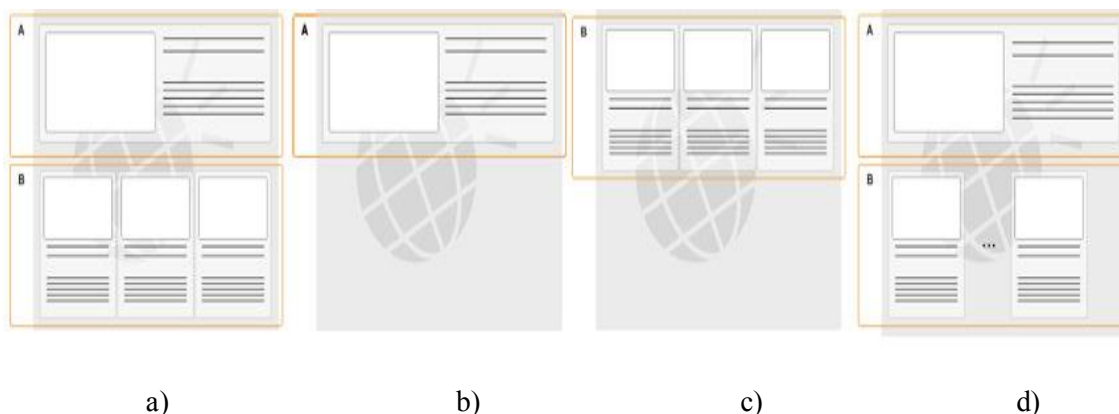


Figura 78 – Gestão de destaques de iniciativas de participação para cada secção do *iLeger* – exemplos de configurações. Fonte: versão do *iLeger* utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011

Na página de destaques existem dois componentes, representados na Figura 78 pelas letras A e B, para o editor destacar os eventos de participação. A manchete (letra A) permite dar um destaque maior a um evento, separando-o dos outros eventos, e surge no topo da página. O componente representado pela letra B permite destacar, lado a lado, até três iniciativas de participação.

É possível configurar o *iLeger* para definir se a página de destaques de cada área tem, ou não, uma manchete. Em caso afirmativo, a manchete aparece no topo da página e o outro componente de destaques aparece por baixo (cenário *a*), *b*) e *d*) da Figura 78). Todavia, se o *iLeger* estiver configurado de modo a que a página de destaques de cada secção não tenha manchete, então o componente representado pela letra B surge no topo da página (Cenário *c*) da Figura 78). Alternativamente, o editor pode desejar destacar apenas um evento de participação numa determinada área da plataforma. Nesse caso, pode usar apenas o componente com a manchete (cenário *b*) da Figura 78).

Através de uma ação *drag and drop*, como é ilustrado na Figura 79, o editor arrasta, da lista de eventos, o evento de participação que deseja ver destacado para a área

assinhalada correspondente à visualizada pelos utilizadores da plataforma. Para o efeito, o editor dispõe de uma zona para a gestão de destaques, com uma interface que reflete a estrutura tal como é vista pelo utilizador final.



Figura 79 – Área para a gestão de destaques – *drag and drop*

Nas Eleições Legislativas de 2011, o SAPO usou a plataforma *iLeger* configurada sem manchetes nas páginas de destaques de cada secção, com o intuito de atribuir sempre o mesmo nível de destaque a todos os eventos de participação de cada secção. A Figura 80 ilustra, a título de exemplo, a página de destaques da área de perguntas sem manchete.



Figura 80– Exemplo de página de destaques sem manchete. Fonte: versão do *iLeger* utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011

Na Figura 81, ilustra-se a zona correspondente do *backoffice*, onde o editor definiu os destaques para a área das iniciativas de angariação de perguntas apresentadas na Figura 80.

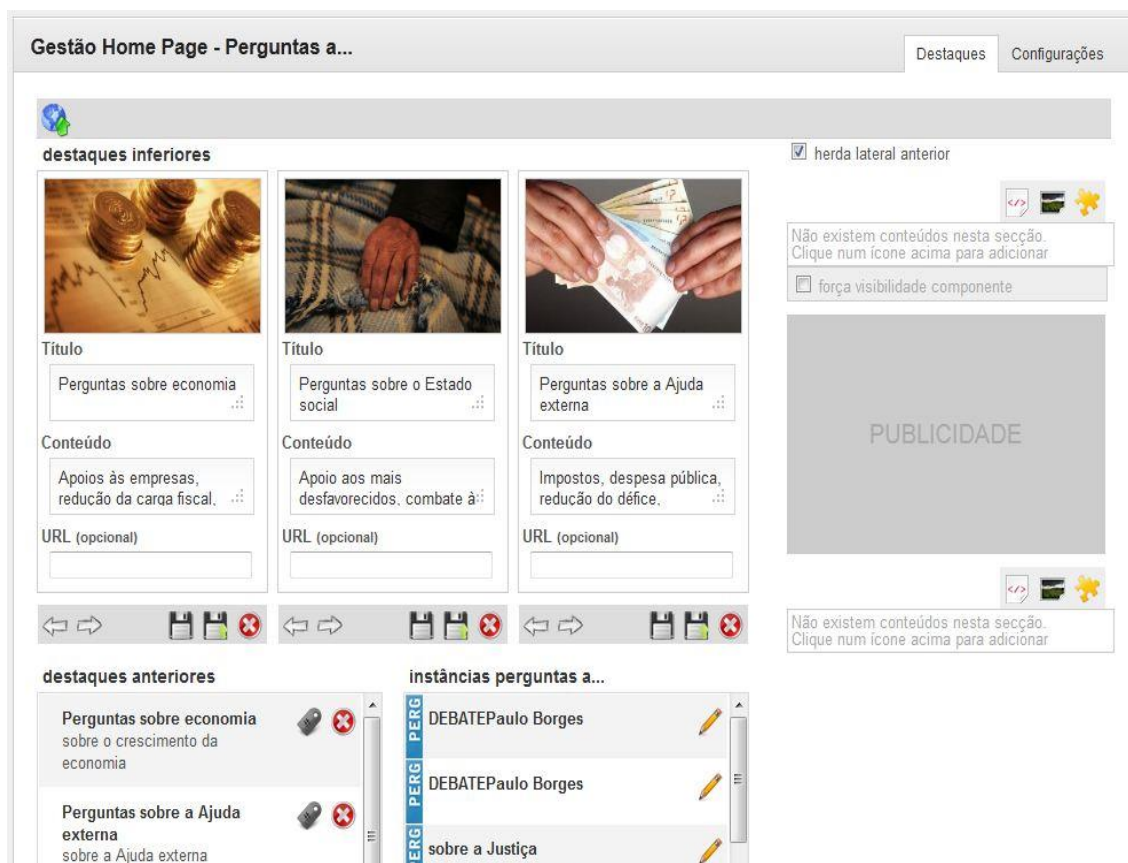


Figura 81 – Gestão de Destaques da área de perguntas. Fonte: *Backoffice* da versão do *iLeger* utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011

Sucintamente, na secção “instâncias perguntas a...”, que surge na parte inferior da página, estão os eventos de recolha de perguntas já criados. Para destacar um evento, o editor apenas necessita de o arrastar para o local onde pretende da zona “destaques inferiores” e de gravar a operação.

Os utilizadores da Internet gostam de novidades. Assim, o *backoffice* do *iLeger* disponibiliza a rotação automática de destaques para que o seu conteúdo seja o mais dinâmico possível. De forma semelhante à gestão de *playlists* nas Web rádios, o editor pode aumentar o dinamismo do *iLeger*, preparando com antecedência eventos de recolha de perguntas e de sugestões, entrevistas, debates, entre outros que, de modo transparente e automático, surgirão destacados nas respetivas áreas do *iLeger*.

Como se pode observar na Figura 82, o editor da plataforma pode definir a rotação de destaques das iniciativas de diversas formas: manter a manchete fixa (no caso de um

cenário temático) e rodar os destaques inferiores; rodar todos os destaques de forma aleatória, escolhendo os destaques que terão rotatividade (todos ou apenas os selecionados); rodar todos os destaques, exceto os selecionados (criar uma seleção de destaques excluídos).

navegação: Perguntas a...: Gestão de Destaques - Home Page

Gestão Home Page - Perguntas a... Destaques Configurações

configurações

rotação de destaques

- destaques definidos pelo utilizador
- manchete definida por utilizador; outros destaques rodam aleatoriamente
- todos os destaques rodam aleatoriamente
- todos os destaques rodam aleatoriamente - só marcados
- todos os destaques rodam aleatoriamente - **excepto** marcados
- rodar instâncias existentes

todas

- só instâncias activas
- só instâncias inactivas

itens destaque - inferior

Número de Destaques Visíveis

guardar configurações

Figura 82 – Configuração de destaques de eventos de participação. Fonte: *Backoffice* da versão do *iLeger* utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011

O tempo de alternância entre destaques também pode ser definido por forma a aumentar a performance do *iLeger*.

Na Figura 83, exemplifica-se a rotação automática de destaques a diferentes eventos de participação, para a página principal do *iLeger* (*home page*), de acordo com intervalos de tempo previamente especificados no momento da configuração da forma de rotação.



Figura 83 - Rotação automática e configurável de destaques de eventos de participação.

O mecanismo de gestão de destaques de conteúdos do *iLeger* também permite a interligação direta a outras páginas, de acordo com as necessidades do editor. Deste modo, é possível dirigir os utilizadores para um local específico, dentro da plataforma ou para uma página externa, cujo destaque é do interesse do editor. Esta opção possibilita uma gestão flexível dos conteúdos a destacar e uma melhor interligação da plataforma com outros sítios Web relacionados com a eleição (por exemplo, blogs, sítios Web das candidaturas, notícias nos Media, etc.). A Figura 84 exemplifica a utilização do campo “URL” para definir um destaque para um sítio Web externo ao *iLeger*, concretamente para <http://www.liberopinion.com>.



Figura 84 – Destaques para páginas externas ao *iLeger*

Assim, quando os utilizadores pressionarem com o botão esquerdo do rato sobre o destaque ao evento cujo título é “crash nos Mercados”, serão dirigidos para o sítio Web cujo URL é *http://www.liberopinion.com*.

O editor da plataforma pode definir, para cada iniciativa de participação, se os conteúdos introduzidos pelos cidadãos são ou não moderados. Caso defina que uma iniciativa é moderada, os conteúdos submetidos pelos utilizadores apenas são publicados no *iLeger* após terem sido aceites na moderação. O editor tem uma zona específica na *backoffice* para moderar os conteúdos dos utilizadores. Na Figura 85, apresenta-se um exemplo fictício de uma lista de perguntas para moderar.

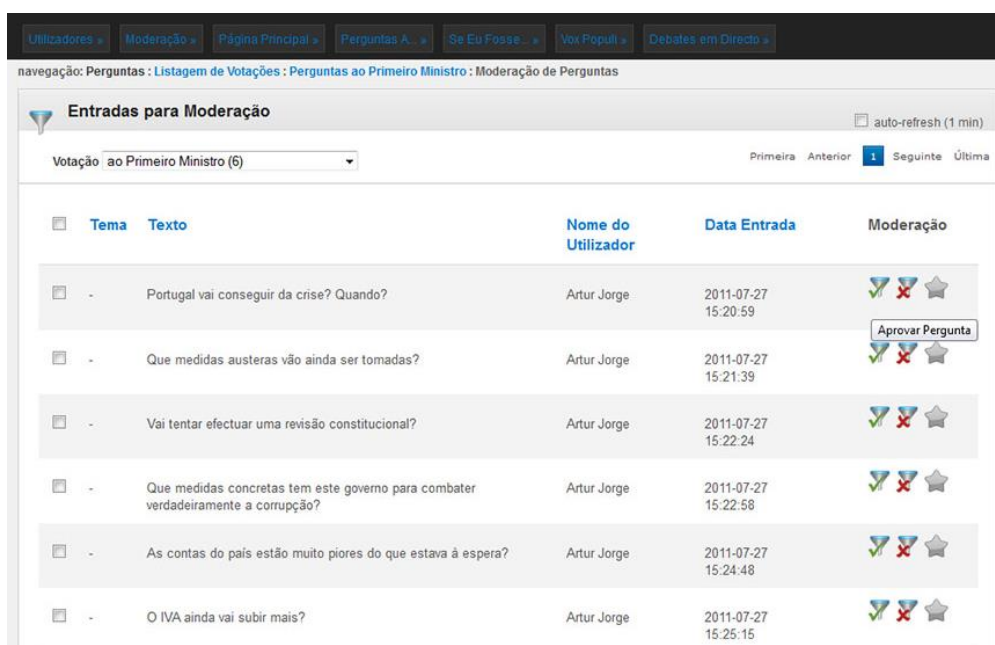


Figura 85 - Área de moderação de conteúdos de eventos de participação. Fonte: *Backoffice* da versão do *iLeger* utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal de Junho de 2011

A moderação é realizada de acordo com os termos de utilização que os utilizadores têm de aceitar quando se registam no *iLeger*. No caso de rejeição de uma contribuição, o editor tem a possibilidade de seleccionar, de entre uma lista predefinida com as regras de utilização da plataforma, os motivos que o levaram a rejeitar a contribuição. Caso entenda necessário, o moderador pode ainda usar um campo de entrada de texto livre, para explicar mais detalhadamente a sua posição e, eventualmente, fazer algumas sugestões e pedagogia. Depois, de forma automática, é gerada e enviada ao utilizador

uma mensagem de notificação com base na moderação efetuada. Se tiver sido uma rejeição, a mensagem contém os motivos (isto é, as regras de utilização da plataforma) selecionados pelo editor que justificam a rejeição, bem como o texto livre que o moderador tenha, eventualmente, escrito.

Para terminar este breve resumo da descrição do *backoffice* do *iLeger* apresenta-se um exemplo de um cenário imaginário, semelhante ao exposto na Figura 53, em que o editor da plataforma, durante uma campanha eleitoral, convida os líderes parlamentares em funções, para que estes respondam a um conjunto (TOP) de perguntas submetidas previamente pela comunidade. Depois de receber as respostas, o editor publica-as no *iLeger*, para que possam ser analisadas e comparadas pela comunidade. Na Figura 86, ilustra-se a zona do *backoffice* do *iLeger* onde o editor pode introduzir, no formato de texto ou de vídeo, as respostas dos convidados a uma determinada pergunta.

Pergunta

Autor: Utilizador Teste

Consideram ser necessário proceder a alterações às leis laborais, de modo a tornar as nossas empresas mais competitivas? em caso afirmativo, que alterações propõem?

Resposta do Interveniente

Clique na imagem do interveniente para adicionar resposta desse interveniente.

Nome: Líder Parlamentar A
Função:

Tipo Resposta

Textual

Seleccione opção...

Textual

Vídeo

Textual

Sim, é imperativo que as nossas empresas sejam competitivas no mercado global. Para tal, as reformas às leis laborais são essenciais. O nosso grupo parlamentar propõe alinhar as leis laborais dentro do espaço comunitário. Por exemplo, poderá ser necessário no futuro harmonizar os prazos e indemnizações no caso de despedimento.

guardar dados fechar

Figura 86 – Editor introduz na plataforma as respostas dos convidados a uma pergunta. Fonte: Maqueta da versão do *iLeger* usada nas Eleições Legislativas de 2011

Note-se que, neste cenário fictício, o *iLeger* está configurado de modo a ser o editor a publicar as respostas dos convidados.

O editor também pode usar o *backoffice* para gerir os utilizadores. A Figura 87 ilustra um exemplo de uma página com o detalhe dos dados de um utilizador registado na plataforma *iLeger*, usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal, em 2010. Para aceder a esta página, o editor tinha de seleccionar previamente o utilizador numa página que continha uma lista paginada com todos os utilizadores registados na plataforma.

Figura 87 – Gestão de utilizadores. Fonte: *Backoffice* da versão do *iLeger* usada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em Dezembro de 2010 (<http://om.ileger.sapo.pt/>). Acedido em 9 de Junho de 2012).

Como se pode observar, o editor podia usar os filtros do lado esquerdo para visualizar os utilizadores cujas contas já se encontravam ativas, ainda estavam desativadas ou que tinham sido eliminadas. Note-se que os candidatos apresentaram como condição para participar nesta iniciativa apenas poderem participar ativamente (isto é, submeter conteúdos e votar) médicos. Assim, o processo de registo incluiu um passo intermédio de identificação dos utilizadores que se registavam. Só após essa confirmação é que o editor ativava, ou não, a conta do utilizador. O editor podia ainda usar esta página para bloquear contas de utilizador. Esta funcionalidade foi implementada para poder

responder a situações de uso indevido, recorrente, da plataforma por parte dos utilizadores.

Acredita-se que o facto de haver *feedback* dos candidatos através das respostas às perguntas de TOP, dos comentários às melhores sugestões, e da participação em debates em direto, pode contribuir grandemente para estimular o envolvimento e a participação dos membros da comunidade em geral, e dos cidadãos em particular. Deste modo, garante-se algum tipo de retorno para os membros da comunidade. Por outro lado, as contribuições da comunidade são também informação muito valiosa para os candidatos poderem ficar a conhecer mais aprofundadamente a sua opinião, problemas e anseios.

A possibilidade de os candidatos responderem apenas às melhores perguntas e/ou de participarem esporadicamente em debates em direto, eventos de curta duração, permite reduzir os recursos necessários, por parte das candidaturas, para participar neste tipo de iniciativas.

Outro aspeto importante diz respeito ao facto de todos os conteúdos escritos (perguntas, sugestões e comentários) ficarem disponíveis, para todos os utilizadores poderem ver, comentar e votar. Com esta funcionalidade pretende-se incrementar a abertura e transparência das campanhas eleitorais.

6.4 Resumo do capítulo

Neste capítulo, apresentou-se a prova de conceito do modelo proposto no capítulo anterior e descreveram-se as principais áreas funcionais da aplicação Web proposta, designada *iLeger*.

O presente projeto destina-se a conceber uma solução tecnológica, no âmbito dos Media Sociais, com ênfase na interação entre utilizadores, para usar durante as campanhas eleitorais. Sucintamente, os cidadãos, os candidatos e os seus representantes, os partidos políticos, as associações e os movimentos sociais e políticos participam em eventos criados, geridos e moderados pelo editor (curador) da plataforma, numa área dedicada, o

backoffice. Os eventos de participação podem ser de cinco tipos distintos, nomeadamente: perguntas da comunidade e respetivas respostas dos candidatos, sugestões e ideias da comunidade, inquéritos à comunidade, análise, comparação, discussão e avaliação dos programas eleitorais dos candidatos e, finalmente, debates em direto.

CAPÍTULO VII – EVOLUÇÃO DA PLATAFORMA *ILEGER*

7.1 Introdução

A aplicação Web *iLeger* foi evoluindo ao longo do tempo. Assim, neste capítulo, abordam-se as principais características e alterações de cada uma das suas versões, em função da contribuição para a participação e suporte à deliberação.

7.2 Evolução da plataforma

Até ao momento, foram já desenvolvidas quatro diferentes versões da plataforma. Começou por ser uma *Rich Internet Application* (RIA). Essa primeira versão (V1) foi usada nas Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal em 2009. Depois, houve uma mudança para uma interface mais próxima dos sítios Web convencionais. Foram desenvolvidas mais três versões nesse novo formato. A segunda versão da plataforma (V2) foi testada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal, em finais de 2010. A terceira versão (V3) foi utilizada nas Eleições Presidenciais de Portugal, em Janeiro de 2011 e, finalmente, a versão mais recente (V4) foi usada nas Eleições Legislativas de Portugal, em Junho de 2011. Note-se que a primeira versão da plataforma foi designada *Liberopinion*. Contudo, a partir da segunda versão a designação passou a ser *iLeger*.

Deve ser enfatizado que foi adotado um processo de desenvolvimento contínuo, ágil e iterativo, a partir de um conjunto limitado de recursos, de acordo com as atuais melhores práticas de desenvolvimento de *software*. Deste modo, tornou-se possível disponibilizar mais rapidamente a plataforma e obter *feedback* sobre o comportamento e as necessidades dos utilizadores em ambiente real. Esse *feedback*, a experiência de utilização e a observação, a parceria com o portal SAPO (propriedade da Portugal Telecom), bem como os problemas que foram surgindo, serviram de base para reflexões com o intuito de tentar contornar os obstáculos. As soluções adotadas refletiram-se, assim, no desenvolvimento de pequenas alterações ou melhorias de uma versão e, em alguns casos, no desenvolvimento de novas versões da plataforma.

A Tabela 2 resume a evolução da plataforma *iLeger* ao longo do tempo, em relação às áreas funcionais, experiência de participação, principais características, interface e tecnologia adotadas.

Tabela 2 – Evolução da plataforma *iLeger*

	Versões da plataforma <i>iLeger</i>			
	V1	V2	V3	V4
Experiência de participação pública (campanha eleitoral)	Legislativas e Autárquicas de 2009	Bastonário da Ordem dos Médicos 2010	Presidenciais 2011	Legislativas 2011
Áreas funcionais	- Perguntas - Sugestões - Programas eleitorais - Área pessoal	- Perguntas - Área pessoal	- Perguntas - Sugestões - Inquéritos - Debates em direto - Área pessoal	- Perguntas - Sugestões - Inquéritos - Debates em direto - Área pessoal
Principais características	- Zona de comentários - Notificações - Guardar rascunhos de respostas - Mecanismo rudimentar de deteção de perguntas duplicadas - Interação com redes sociais - Nível nacional e por concelho	- Zona de comentários - TOP de perguntas - Redes Sociais (seguir utilizador e perfil público) - Notificações - Interação com redes sociais	- Ausência dos candidatos no topo das grelhas de perguntas e de sugestões - Redes Sociais (seguir utilizador e perfil público) - Notificações - Inquéritos - Debates em direto	- Ausência das grelhas de perguntas e de sugestões com paginadores - Incorporação de vídeos nas respostas dos candidatos - Inquéritos - Debates em direto - Interação com redes sociais - Multi Eventos (CMS – <i>Content Managment System</i>) - Gestão de destaques - Multilingue
Interface	<i>Rich Internet Application</i> (RIA)	<i>Web application</i> baseada em HTML	<i>Web application</i> baseada em HTML	<i>Web application</i> baseada em HTML
Tecnologia	Adobe Flex 3	HTML + PhP + JQuery + AJAX	HTML + PhP + JQuery + AJAX	HTML + PhP + JQuery + AJAX

Note-se que a versão mais recente da plataforma engloba as principais áreas funcionais das restantes versões. Apenas falta incluir a área destinada à publicação e discussão dos programas eleitorais. Este facto deveu-se, como foi referido no capítulo anterior, à parceria com o portal SAPO. Note-se que no “especial eleições”, zona do portal SAPO

onde a plataforma *iLeger* foi integrada, já existia um espaço dedicado a esta temática. A seguir, apresenta-se, na Tabela 3, um resumo das funcionalidades disponíveis, em cada versão da plataforma *iLeger*, para os atores: cidadãos, movimentos sociais e políticos, associações e partidos políticos.

Tabela 3 – Evolução da plataforma *iLeger* em relação aos requisitos funcionais dos atores: cidadãos, movimentos sociais e políticos, associações e partidos políticos

Requisitos funcionais	Versões da plataforma <i>iLeger</i>			
Funcionalidades	V1 (Legislativas e Autárquicas 2009)	V2 (Bastonário da OM 2010)	V3 (Presidenciais 2011)	V4 (Legislativas 2011)
Colocar Questão	•	•	•	•
Comparar respostas de candidatos (lado a lado)	•	•		•
Colocar Sugestão	•	•	•	•
Comparar comentários de candidatos a sugestões	•			
Colocar Comentário	•	•	•	
Responder a comentário	•	•	•	
Seguir/deixar de seguir membro da comunidade	•	•		
Seguir/deixar de seguir candidato	•	•		
Contactar editor	•	•	•	•
Consultar arquivo				•
Participar em debates em direto			•	•
Votar	•	•	•	•
Alterar Votação	•	•	•	•
Consultar resultados estatísticos dos inquéritos à comunidade			•	•
Registar na plataforma	•	•	•	•
Editar perfil	•	•	•	•
Receber Notificação	•	•	•	

A seguir, apresenta-se, na Tabela 4, um resumo das funcionalidades disponíveis, em cada versão da plataforma *iLeger*, para os candidatos.

Tabela 4– Evolução da plataforma *iLeger* em relação aos requisitos funcionais dos candidatos

Requisitos funcionais	Versões da plataforma <i>iLeger</i>			
Funcionalidades	V1 (Legislativas e Autárquicas 2009)	V2 (Bastonário da OM 2010)	V3 (Presidenciais 2011)	V4 (Legislativas 2011)
Participar em debates em direto			•	•
Consultar resultados estatísticos dos inquéritos à comunidade			•	•
Comentar comentários de outros candidatos a sugestões	•	•		
Marcar sugestões para comentar mais tarde	•			
Comentar Sugestões	•			

Requisitos funcionais	Versões da plataforma <i>iLeger</i>			
Funcionalidades	V1 (Legislativas e Autárquicas 2009)	V2 (Bastonário da OM 2010)	V3 (Presidenciais 2011)	V4 (Legislativas 2011)
Incorporar Sugestão dos utilizadores no PE	•			
Comentar PE de outros candidatos	•			
Editar Programa Eleitoral	•			
Consultar arquivo				•
Responder a Questões	•	•		•
Comentar respostas de outros candidatos	•	•		
Marcar Questões Responder Mais Tarde	•	•		
Registar na plataforma	•	•		
Editar perfil	•	•		
Receber Notificação	•	•		
Guardar rascunho de respostas	•			

Na Tabela 5, apresenta-se um resumo das funcionalidades disponíveis, em cada versão do *iLeger*, para o editor da plataforma.

Tabela 5 – Evolução da plataforma *iLeger* em relação aos requisitos funcionais do editor da plataforma

Requisitos funcionais	Versões da plataforma <i>iLeger</i>			
Funcionalidades	V1 (Legislativas e Autárquicas 2009)	V2 (Bastonário da OM 2010)	V3 (Presidenciais 2011)	V4 (Legislativas 2011)
Editar Termos de utilização	•	•	•	•
Criar/Editar Evento de angariação de Perguntas				•
Criar/Editar Evento de angariação de Sugestões				•
Criar/Editar Evento de consulta (inquérito) aos membros da comunidade			•	•
Agendar debate em direto			•	•
Destacar eventos de participação				•
Moderar	•	•	•	•
Marcar questões/sugestões para criar TOPs editoriais				•
Gerir utilizadores	•	•	•	•
Colocar conteúdos em nome dos candidatos	•	•		•
Editar Perfil dos candidatos	•	•		•
Configurar plataforma	•	•	•	•

A seguir abordam-se, sucintamente, as principais características e alterações que as versões da plataforma *iLeger* foram sofrendo ao longo do tempo.

7.2.1 Primeira versão da plataforma

O principal aspeto que distingue a primeira das restantes versões diz respeito à tecnologia usada e à interface oferecida. A versão da plataforma que foi utilizada nas Eleições Legislativas de Portugal em 2009 e nas Eleições Autárquicas de Portugal em 2009, no concelho de Viseu, era uma RIA.

As RIA vão além dos simples sítios de Internet, em que as interações dos utilizadores implicam necessariamente o carregamento de novas páginas a serem visualizadas, para um nível de usabilidade e funcionamento ao nível de uma aplicação de *software* instalada num computador (Afonso de Sousa & Borges Gouveia, 2010). Esta característica potencia o desenvolvimento de programas complexos executados pelo *browser*, não necessitando ser instalados no computador do utilizador, que podem ser acedidos através de qualquer computador ligado à Internet. Este nível de complexidade vai além da interação orientada ao carregamento individual de simples páginas HTML, o que se poderia denominar Web 1.0, permitindo, assim, a aplicação de interfaces até então impossíveis de obter⁴³. A Figura 88 ilustra a página de entrada na versão usada nas eleições de 2009.



Figura 88 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Página de entrada

⁴³ Note-se que em 2009, altura em que se implementou a versão RIA do *iLeger*, a especificação HTML 5 não estava disponível como recomendação do W3C.

A título de exemplo, ilustra-se, na Figura 89, uma maqueta que contém a grelha das perguntas submetidas pelos cidadãos. Como se pode verificar, a interface assemelha-se mais com as comuns aplicações informáticas de *desktop* do que com um sítio Web convencional.

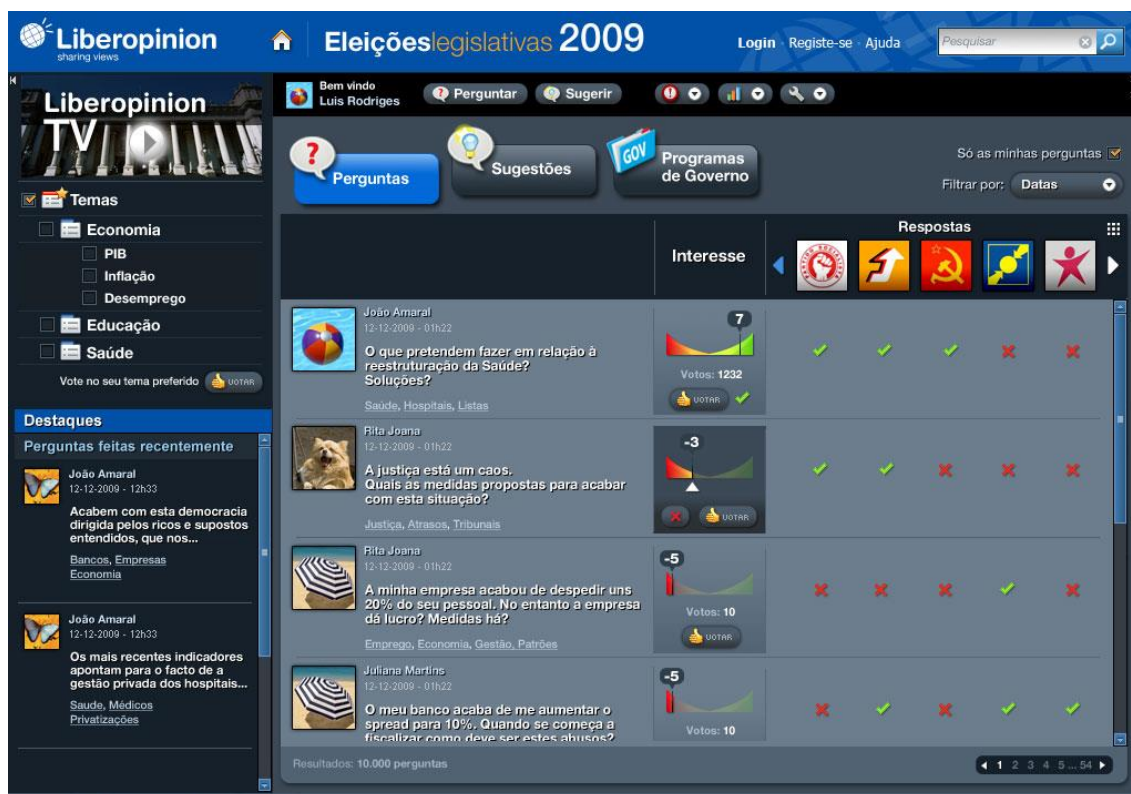


Figura 89 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Grelha de perguntas

Os utilizadores podiam colocar perguntas e sugestões, de forma estruturada, simultaneamente a todas as candidaturas, nas diferentes áreas temáticas predefinidas pelo editor da plataforma. Podiam ainda aceder à área dos programas eleitorais, para os analisar, comentar e avaliar.

A primeira versão do *iLeger* foi também preparada para ser utilizada nas eleições autárquicas. Para poderem participar nas discussões eleitorais das autárquicas, os utilizadores tinham de pressionar o botão “eleições autárquicas 2009”, na página inicial mostrada na Figura 88. Depois eram direcionados para uma página onde tinham de escolher um distrito e depois um concelho desse distrito, para poderem aceder à

instância destinada à campanha eleitoral desse concelho, uma zona semelhante à ilustrada na Figura 89.

Como já foi referido, nas Eleições Autárquicas de 2009 apenas participaram no *iLeger* candidatos à Camara Municipal do concelho de Viseu, embora tivessem existido contribuições de cidadãos para as cidades de Coimbra, Leiria, Lisboa, Porto, entre outras. Note-se que, por razões de logística e de falta de recursos, apenas foram convidados para participar no *iLeger* todos os candidatos às eleições do concelho de Viseu. Todavia, a plataforma estava preparada para ser utilizada em todos os concelhos de Portugal. No capítulo em que se abordam as experiências de utilização da plataforma *iLeger*, voltar-se-á a este assunto.

Outra característica peculiar da primeira versão do *iLeger* diz respeito à possibilidade de os candidatos poderem guardar rascunhos de respostas. A Figura 90 ilustra um exemplo de uma maquete para esta funcionalidade.

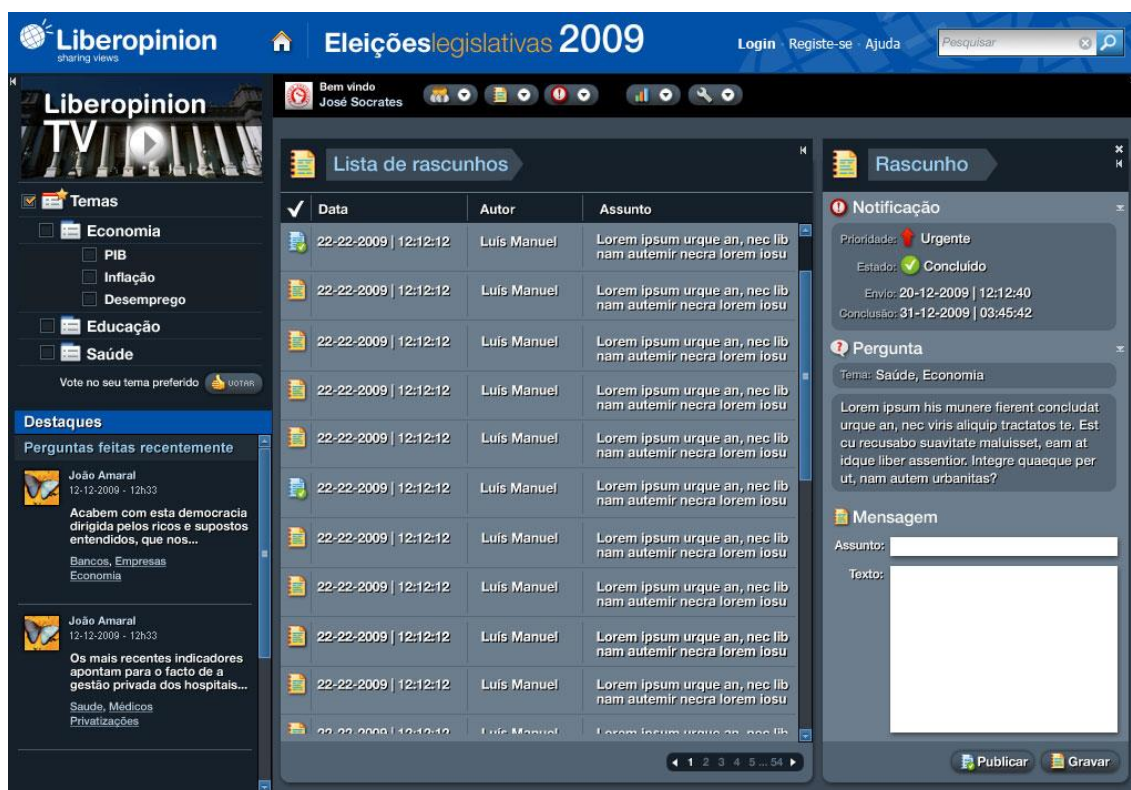


Figura 90 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Zona de gestão de rascunhos de respostas

O intuito desta funcionalidade era, em primeira instância, permitir aos candidatos uma redação mais cuidada e ponderada das suas respostas. Ademais, também se estava a criar condições para, no futuro, possibilitar a gestão de trabalho em colaboração. Sucintamente, pretendia-se que os candidatos pudessem delegar trabalho a assessores para eles redigirem os rascunhos das respostas. Depois, dependendo das permissões atribuídas pelo candidato a cada assessor, este poderia publicar a resposta na plataforma sem necessitar da permissão do candidato, ou, alternativamente, teria de esperar que o candidato publicasse a resposta ou sugerisse novas alterações.

Um aspeto interessante da primeira versão da plataforma diz respeito à zona de comentários usada nas áreas das perguntas e das sugestões. A título de exemplo, ilustra-se, na Figura 91, uma maqueta para o local onde os utilizadores podiam analisar, avaliar, comparar e comentar as respostas dos candidatos a uma determinada pergunta.



Figura 91 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Zona onde os utilizadores podem analisar, avaliar, comparar e comentar as respostas dos candidatos

Na parte inferior, existe uma zona destinada à submissão de comentários, tendo por base as respostas dos candidatos. Nessa zona, criaram-se três secções de comentários: uma,

apenas destinada a comentários entre candidatos; outra, onde somente as associações e os convidados (analistas) podiam submeter comentários; na terceira secção, todos os utilizadores registados na plataforma podiam enviar comentários. Note-se que, com o intuito de estimular a deliberação, cada uma destas secções estava munida de um mecanismo de resposta a comentário. Por exemplo, se um candidato pressionasse o componente “Comentários de outros candidatos”, iria fazer com que o componente expandisse de modo similar ao ilustrado na Figura 92.



Figura 92 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Zona onde os candidatos podem trocar comentários entre si, tendo por base as suas respostas a uma determinada pergunta

Nesta zona, o candidato poderia optar por criar um novo comentário, ou por responder a comentários de outros candidatos. Caso o utilizador não tivesse o perfil de candidato, apenas poderia consultar e votar nos comentários; não podia nem submeter um novo comentário nem responder a um comentário já existente, pois, nesse caso, desapareceriam os botões “Criar comentário” e “Responder”, e surgiria um botão “Votar” associado a cada comentário.

Uma outra característica particular da primeira versão da plataforma está relacionada com a inclusão de um mecanismo rudimentar para detetar entradas de possíveis perguntas duplicadas. Na Figura 93, mostra-se a zona onde os utilizadores podem submeter questões.



Figura 93 – Maqueta RIA Eleições Legislativas e Autárquicas 2009 – Zona de submissão de perguntas

Durante a introdução de uma pergunta, o utilizador começa por redigir o texto da questão e por escolher o tema, entre os disponibilizados pelo editor da plataforma. Pode, opcionalmente, introduzir um conjunto de palavras-chave (separadas por uma vírgula) e requerer anonimato.

Para tentar evitar a duplicação de perguntas, adotou-se uma solução simplista. Sucintamente, depois de o utilizador introduzir a questão, na segunda fase da submissão, a da verificação, a aplicação vai verificar se já existem outras perguntas que contenham o mesmo tema e pelo menos uma palavra-chave igual às da pergunta a propor. Caso existam, a aplicação mostra-as e permite que o utilizador decida se pretende manifestar o seu interesse numa dessas perguntas ou se, pelo contrário,

pretende publicar a sua pergunta, passando, assim, à última fase. Note-se que, estando a plataforma configurada para haver moderação, só depois de as perguntas submetidas terem sido aprovadas pelos moderadores, face aos termos de utilização da aplicação, é que estas são publicadas na plataforma.

7.2.2 Segunda versão da plataforma

Pelas razões anteriormente apresentadas, e com o intuito de inovar, decidiu-se começar por implementar uma RIA, assumindo-se, desde logo, o risco natural associado a esse tipo de abordagem. O propósito era inovar na solução a desenvolver e ao nível da tecnologia a utilizar.

Porém, a adoção dessa tecnologia levantou alguns problemas. Existiram várias queixas de pessoas que queriam aceder à plataforma e não conseguiam, por não terem instalado nas suas máquinas o *flash player* requerido pela aplicação. Por outro lado, nas várias experiências de teste, posteriores ao desenvolvimento da aplicação, com utilizadores de teste e, durante os eventos de participação, com utilizadores reais, notou-se que uma larga fatia de utilizadores não estava habituada ao novo tipo de interação, bastante diferente dos sítios Web tradicionais. Por exemplo, todos os candidatos, ou os seus representantes, que participaram ativamente na plataforma durante a campanha eleitoral das Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009, telefonaram a pedir apoio técnico. Durante a realização de uma conferência em direto entre dois candidatos a deputados pelo círculo eleitoral de Viseu e um conjunto de autores de blogues do distrito, também foi necessário prestar apoio. Depois de entendida a interface, os utilizadores manifestaram, na generalidade, uma sensação agradável de uso.

Perante esses episódios, e após alguma reflexão, decidiu-se criar uma nova aplicação de raiz, com uma interface mais próxima dos convencionais sítios Web, como se pode observar na Figura 94.

O primeiro lançamento da segunda versão da plataforma foi testado na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos (OM), em Dezembro de 2010. A plataforma eleitoral

foi alojada nos servidores do portal SAPO, propriedade da Portugal Telecom, fruto do estabelecimento de uma parceria.

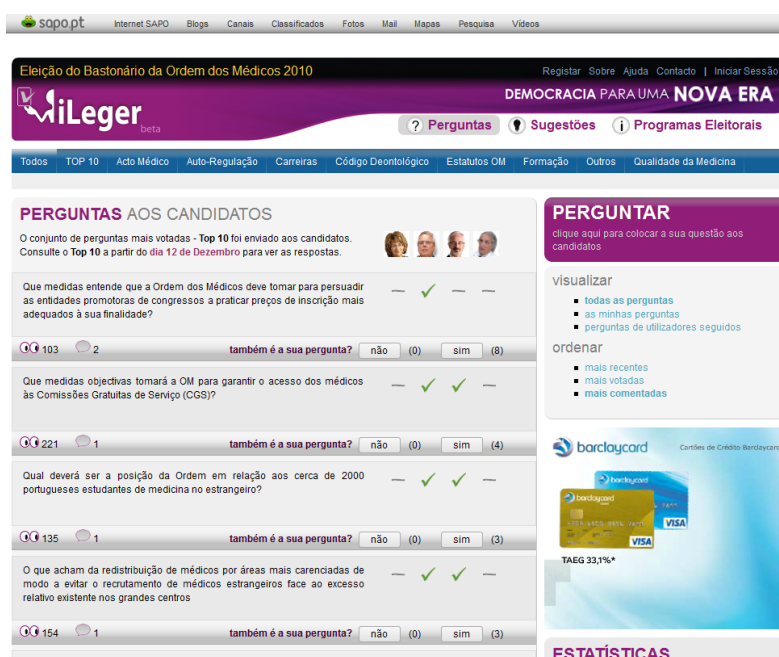


Figura 94 – Versão da plataforma utilizada na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos – Grelha de perguntas (<http://om.ileger.sapo.pt/perguntas.php>)

Tal como na primeira versão, os candidatos também tinham uma conta de acesso nesta nova versão da plataforma. As principais diferenças para a versão anterior foram, então, a interface e tecnologias usadas, as funcionalidades de redes sociais (nomeadamente, o perfil público e a possibilidade de seguir um utilizador) e a inclusão de um TOP de perguntas (constituído pelas 10 perguntas mais votadas pelos utilizadores), ao qual os candidatos deviam responder. Na eleição do Bastonário da OM, apenas estava disponível o módulo de perguntas, isto é, os módulos de sugestões e de programas eleitorais não foram disponibilizados, por não estarem completamente implementados.

Uma das preocupações apontadas por praticamente todos os candidatos convidados a participar nas eleições de 2009 dizia respeito ao hipotético elevado número de perguntas e de sugestões para responder e comentar. Eles queixavam-se particularmente da falta de recursos para “alimentar” uma plataforma deste género. A solução encontrada para este problema foi a inclusão de um TOP de perguntas. O objetivo era dar aos médicos a oportunidade de colocarem as suas questões e de votarem as que consideravam

pertinentes; definir uma data limite para a colocação e avaliação das perguntas e, depois, enviar aos candidatos registados as 10 perguntas mais votadas, e estipular uma data limite para que pudessem responder; finalmente, publicar as respostas dos candidatos, para que os médicos eleitores as pudessem comparar. Deste modo, conseguia-se, por um lado, identificar as principais perguntas da comunidade médica e, por outro lado, reduzir o número de questões que os candidatos teriam de responder. Convém ainda referir que, apesar de se acordar com os candidatos para responderem às perguntas do TOP, estes podiam responder às restantes questões colocadas pelos eleitores, desde que o desejassem.

Também foram adicionadas à segunda versão da plataforma algumas funcionalidades próprias das redes sociais em linha. Por exemplo, um utilizador registado pode seguir outros utilizadores registados na plataforma. Todos os utilizadores registados possuem uma área de perfil público, que pode ser consultada pelos outros utilizadores do *iLeger*. Pretendia-se, desse modo, contribuir para o fortalecimento de laços entre os utilizadores da plataforma. Adicionalmente, deram-se passos na integração do *iLeger* com a rede social mais usada, naquele momento, em Portugal⁴⁴. Assim, os utilizadores podiam publicar diretamente no *Facebook* as perguntas submetidas no *iLeger*. Estes acrescentos deveram-se, essencialmente, ao facto de se reconhecer que as redes sociais em linha serão cada vez mais importantes para as comunidades.

Na segunda versão da plataforma, usou-se uma abordagem diferente da utilizada na primeira versão, para combater o problema das eventuais entradas duplicadas de perguntas. Assim, criou-se uma página onde apareciam todos os utilizadores que manifestaram o seu apoio (através do voto) a uma determinada pergunta. Com a publicação da lista dos utilizadores que apoiam uma pergunta pretendia-se atribuir aos utilizadores que votam (isto é, que expressam o seu apoio) numa pergunta uma notoriedade idêntica à do utilizador que submeteu a pergunta. Esta funcionalidade tinha também um desígnio pedagógico, pois pretendia estimular os utilizadores a lerem as propostas dos outros utilizadores e a reconhecerem-nas como válidas, chegando ao ponto de as considerarem como as suas perguntas.

⁴⁴ <http://www.alexa.com/topsites/countries/PT>

7.2.3 Terceira versão da plataforma

A principal diferença da terceira versão da plataforma *iLeger*, relativamente às versões anteriores, talvez tenha sido a retirada da parte direita da grelha das perguntas e das sugestões, onde surgiam as fotografias dos candidatos e a indicação se os candidatos já tinham, ou não, respondido a cada pergunta da grelha. Esta alteração, que pode ser constatada através da comparação da Figura 95 com a Figura 89 e a Figura 94, teve por base principal o *feedback* dos candidatos.



Figura 95 – Grelha de perguntas. Fonte: versão do *iLeger* usada nas Eleições Presidenciais de Portugal em Janeiro de 2011 (<http://presidenciais.ileger.sapo.pt/perguntas.php>. Acedido em 6 de Julho de 2012)

Esta medida teve como principal objetivo, por um lado, evitar o efeito visual negativo provocado pela ausência de resposta dos candidatos a um hipotético elevado número de questões e, por outro lado, diminuir a carga de trabalho dos candidatos, uma vez que estes teriam apenas de responder às perguntas do TOP 10, isto é, às 10 perguntas mais votadas.

Outra alteração que se efetuou na grelha de perguntas da terceira versão do *iLeger*, em relação à segunda versão, foi a utilização de somente um botão de voto e a inclusão de um botão “mais detalhes” para ver o detalhe de cada pergunta.

Foi também retirada a secção das respostas dos candidatos na página onde se visualizavam os detalhes de cada pergunta, como se pode observar na Figura 96. Note-se que, nas Eleições Presidenciais, o nosso parceiro, portal SAPO, pretendeu usar as perguntas do TOP 10, submetidas previamente pela comunidade, apenas durante a realização de debates em direto com representantes de todas as candidaturas.

Portanto, nessa página, era possível votar na pergunta, aceder à rede social da pergunta, isto é, à lista de todos os apoiantes da pergunta, e colocar e responder a comentários.

The screenshot shows the iLEGER website interface for the 2011 Portuguese Presidential Elections. At the top, there is a navigation bar with links for Internet SAPO, Blogs, Canais, Classificados, Fotos, Mail, Mapas, Pesquisa, Vídeos, Notícias, and a Login button. The main header features the iLEGER logo and the text 'Eleições Presidenciais'. Below this, there are four tabs: 'Perguntas aos Candidatos', 'Se eu fosse...Presidente', 'Portugal vai votar', and 'Debates em directo'. A 'Inicie Sessão ou Registe-se' button is also present.

The main content area is titled 'A PERGUNTA'. It features a question by Rui M Borges, dated January 7, 2011, at 10:39. The question asks about the public debate on the Orthographic Agreement and whether it should be referred to citizens. A 'seguir utilizador' button is next to the user's profile picture. Below the question, there is a thumbs-up icon and the text 'Concordo com esta pergunta' with a count of 38. To the right, it says 'também concordam com a pergunta (38)' and shows five profile pictures, some labeled 'sem foto'. A 'ver todos' link is also present.

Below the question, there is a promotional banner for 'MARAVILHAS* PRAIAS DE PORTUGAL COSTA ALENTEJANA' for the year 2012, with a 'CLICA AQUI VOTA JÁ NA TUA PRAIA' button. Below the banner, there is a 'Gosto' button and a list of users who liked the post, including Artur Afonso de Sousa, Luis Novaes Tito, and 177 other people.

The 'COMENTÁRIOS DOS CIDADÃOS' section shows three comments. The first is by MÁRIO RODRIGUES, dated January 7, 2011, at 11:57. He expresses disagreement with the agreement but agrees with Rui Borges. The second is by RUI M BORGES, dated January 7, 2011, at 12:14, who thanks Mário and explains his position. The third is by RUI MIGUEL OLIVEIRA LOPES (CONTA TMK), dated January 11, 2011, at 16:07, who agrees with the previous comments.

Figura 96 – Página com o detalhe de uma pergunta. Fonte: versão do *iLeger* usada nas Eleições Presidenciais de Portugal de 2011 (<http://presidenciais.ileger.sapo.pt/respostaPergunta.php?id=17>. Acedido em 6 de Julho de 2012)

Outras duas novidades da terceira versão da plataforma foram a inclusão de uma área para a realização de inquéritos à comunidade e de outra área para o agendamento e realização de debates em direto com os candidatos, seus representantes e personalidades convidadas.

Na Figura 97, ilustra-se a área onde foram colocadas várias perguntas com o intuito de conhecer a opinião da comunidade em relação a 12 grandes temas relacionados com a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011.



Figura 97 – Inquéritos à comunidade. Fonte: versão do *iLeger* usada nas Eleições Presidenciais de Portugal de 2011 (<http://presidenciais.ileger.sapo.pt/voxPopuli.php>. Acedido em 6 de Julho de 2012)

A seguir, na Figura 98, mostra-se um exemplo de um debate em direto com um dos candidatos às Eleições Presidenciais Portuguesas de 2011. Neste debate, foram colocadas ao candidato as perguntas da comunidade pertencentes ao TOP 10 previamente determinado.

The screenshot shows the iLeger website interface for the 2011 Portuguese Presidential Elections. At the top, there is a navigation bar with links for Internet SAPO, Blogs, Canais, Classificados, Fotos, Mail, Mapas, Pesquisa, Vídeos, Notícias, and a Login button. The main header features the iLeger logo and the text 'Eleições Presidenciais'. Below the header, there are four navigation tabs: 'Perguntas aos Candidatos', 'Se eu fosse ...Presidente', 'Portugal vai votar', and 'Debates em directo'. The central content area displays a live chat log for a debate with Defensor Moura on January 10, 2011. The chat log includes messages from SAPO Notícias and Defensor Moura. To the right of the chat log, there are buttons for 'Inicie Sessão' and 'Registe-se', a 'teleseguros' advertisement, and a 'Próximos Debates' section listing Jacinto Lucas Pires.

Figura 98 – Debates em direto. Fonte: versão do iLeger usada nas Eleições Presidenciais de Portugal de 2011 (<http://presidenciais.ileger.sapo.pt/liveconfArquivo.php?id=3>. Acedido em 6 de Julho de 2012)

Com esta funcionalidade tornou-se possível juntar os candidatos, ou os seus representantes, com os cidadãos em eventos de curta duração que promovem o diálogo e o debate de ideias.

7.2.4 Quarta versão da plataforma

A quarta versão da plataforma apresenta várias evoluções relativamente às versões anteriores. A principal diz respeito à capacidade de gerir vários eventos de participação

em simultâneo. Assim, a partir dessa versão, o *iLeger* tornou-se num autêntico Sistema de Gestão de Conteúdos (*Content Management System – CMS*) dedicado a iniciativas de participação. Deste modo, o editor da plataforma passou a poder criar e gerir eventos de participação de forma rápida, simples e intuitiva.

Como foi referido no capítulo anterior, ao criar um evento de participação (e. g. de angariação de perguntas, de sugestões e ideias, de auscultação da opinião da comunidade – inquéritos –, ou de agendamento de debates em direto), o editor, a partir do *backoffice* da aplicação Web, tem total flexibilidade para definir também os seus conteúdos editoriais, tais como o título, uma breve descrição, um texto introdutório sobre a iniciativa, e associar uma imagem. O editor pode ainda configurar alguns parâmetros, tais como o tipo de moderação (com ou sem, ou por denúncia), o modo de apresentação da votação (número ou percentagem), a data de início e de termo do evento, se aplicável, se são ou não permitidas entradas anónimas, o número mínimo e máximo de caracteres permitido para cada contribuição, entre outros.

Portanto, dado que a plataforma passa a permitir a realização de múltiplos eventos de participação em simultâneo, é necessário gerir os destaques a esses eventos. Assim, o editor pode seleccionar, dos conjuntos de iniciativas de participação já criados, aquele ou aqueles que quer destacar na respetiva área (perguntas, sugestões, etc.), até um máximo de quatro em simultâneo. Para o efeito, cada área do *iLeger* contém uma página de destaques, onde o editor define o realce a dar, quer aos eventos, quer aos conteúdos dessa área.

Na Figura 99, ilustra-se um exemplo da área de recolha de perguntas, em que o editor da plataforma destaca quatro eventos de participação. Por baixo dos destaques aos eventos, surgem também destaques para as melhores contribuições dos utilizadores. A partir dessa página, os utilizadores podem participar nos vários eventos de angariação de perguntas em destaque. Os eventos que não estão em destaque e que já foram “fechados” pelo editor ficam disponíveis para consulta, a partir da zona de arquivo. Na secção dedicada à gestão da plataforma do capítulo anterior, ilustram-se várias possibilidades de gestão de destaques a eventos de participação para cada área do *iLeger* e apresenta-se um exemplo de gestão editorial de um evento de participação.



Figura 99 – Exemplo de página de destaques da área de recolha de perguntas com quatro eventos de participação em destaque

Uma evolução muito importante da quarta versão da plataforma está relacionada com a sua internacionalização. Assim, a partir dessa versão, o *iLeger* pode ser usado em qualquer língua. Para traduzir uma instância da plataforma para uma nova língua, basta criar uma coluna na tabela parcialmente apresentada na Figura 100.

:: Tradutor ::

Tradução de Strings
Tradução de Conteúdos

Editar Tabela Linguas					
#	App. Key	Português (PT)	English (EN)	Español (ES)	
848	J5_ibl_eliminarDadosInterveniente	eliminar dados do interveniente	delete data from guest	eliminar datos de participante	
847	J5_ibl_removeDaEntrevista	remover da entrevista	remove from interview	eliminar de la entrevista	
846	J5_msg_removeIntervImplicaRemove	Ao remover o interveniente da lista		Quitar el participante de la lista, bo	
845	J5_ibl_candidaturaComIntervs	Candidatura associada a intervenien		Candidatura/institución asociada a	
844	J5_msg_IntervsAssociadosFicamSemC	Os intervenientes associados a esta		Los participantes dejaran de estar e	
843	J5_msg_candidaturaTemInterveniner	A candidatura/instituição que prete		La candidatura/institución a elimin	
842	lbl_outrosDados	Outros dados de conta	Other account data	Otros datos de cuenta	
841	lbl_faltam	Faltam	Missing	Quedan	
840	lbl_iniciaEm	Inicia em	Starts in	Empieza en	
839	frm_textoOpcao2	Texto Opção 2	Option 2 label	Texto - Opción 2	
838	frm_textoOpcao1	Texto Opção 1	Option 1 label	Texto - Opción 1	
837	frm_pergunta	Pergunta	Question	Pregunta	
836	frm_tema	Tema	Topic	Tema	
835	lbl_inserirEditarResposta	Inserir ou Editar Respostas	Insert/edit answers	Inserción o edición de respuestas	
834	J5_msg_instanciaCriadaComSucessoR	Instância criada com sucesso. A red		Creada con éxito. Redireccionando.	
833	J5_msg_desejaEliminarImagem	Deseja eliminar a imagem?	Do you want to delete this image?	¿Quiere borrar la imagen?	
832	J5_ibl_jaRespondidas	Já respondidas	Already answered	Ya contestadas	
831	J5_ibl_aAguardarRespostas	A aguardar respostas	Waiting answers	En espera de respuestas	

Page 1 of 41
View 1 - 20 of 810

Figura 100 – Extrato da tabela de línguas que permite traduzir o *iLeger* para várias línguas

Esta tabela contém todas as chaves necessárias para traduzir os textos e mensagens da plataforma. Como se pode observar, neste momento é já possível usar o *iLeger* em português, inglês e espanhol.

Uma outra diferença marcante da quarta versão do *iLeger*, relativamente às versões anteriores, diz respeito à interface. Assim, para cada área de participação da plataforma (perguntas, sugestões, inquéritos e debates em direto) passou-se a ter uma página de destaques de eventos e de contribuições dos utilizadores. A partir dessa página, os utilizadores podem aceder ao arquivo e aos eventos de participação em destaque. As páginas das iniciativas de participação também foram alvo de algumas alterações ao nível da interface, como se pode observar na Figura 101.

The screenshot shows the iLEGER website interface for the 2011 Portuguese Legislative Elections. The header includes the site name 'sapo.pt' and various navigation links. The main content area is titled 'Perguntas sobre o crescimento da economia' and features a list of questions from political figures. Each question is accompanied by a thumbs-down/up icon and a percentage of responses. The questions are:

- Arménio Pinto:** 'Eu gostaria que o futuro governo criasse um PAC, ou seja um Programa de Aceleração do Crescimento. Dada a nossa fragilidade empresarial, o que será feito para apoiar as micro e pequenas empresas industriais e agrárias, para que elas se modernizem?' (0% thumbs down, 100% thumbs up)
- Mário Rodrigues:** 'Quais as medidas que pretende implementar para combater a aparente anemia do tecido empresarial português?' (0% thumbs down, 100% thumbs up)
- Ana Raquel:** 'Qual a posição do candidato sobre a discutida alteração da Taxa Social Única (TSU): redução? E para quanto?' (12.5% thumbs down, 87.5% thumbs up)
- Maria Fonseca:** 'Como ministro da Economia proporia ao 1º ministro uma redução substancial de elementos nos gabinetes ministeriais e nas admissões para esses mesmos lugares? Como controlaria com eficácia os gastos não necessários no aparelho do estado?' (14.3% thumbs down, 85.7% thumbs up)

On the right side, there is a sidebar with the text 'a sua pergunta conta' and a promotional banner for 'GRANDES VELEIROS LISBOA 2012'.

Figura 101 – Evento de participação de angariação de perguntas. Fonte: versão do *iLeger* usada nas Eleições Legislativas de Portugal de 2011 (<http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/pergA.php?id=6&t=arc>. Acedido em 6 de Julho de 2012)

Note-se que quando se fez a captação da imagem apresentada na Figura 101, o evento de participação já estava encerrado. Por isso, não aparece o botão “Perguntar” no topo e no fundo da lista de perguntas, e os botões de votação estão desativados.

Um aspeto distinto desta nova interface está relacionado com a não adoção do formato de grelha com paginador para visualizar as perguntas submetidas pelos utilizadores. Em vez disso, passou a usar-se o *scroll* e a opção “ver mais” para expandir a página, ao estilo das redes sociais *Twitter* e *Facebook*. Esta alteração levou à abolição da barra de temas que surgia no topo das páginas com grelhas de perguntas e sugestões das versões anteriores. Note-se que, na quarta versão do *iLeger*, o editor tem a oportunidade de redigir um pequeno texto para cada evento criado, onde, entre outras coisas, pode indicar o tema subjacente à participação.

Uma funcionalidade também acrescentada à quarta versão da plataforma foi a barra de navegação entre eventos de participação, que surge no topo da página de cada evento. Deste modo, os utilizadores podem, a partir da página de um evento, aceder diretamente à página de outro evento de participação, sem ter de regressar à página de destaques de eventos. Os utilizadores podem ainda usar o botão “Partilhar” para publicarem, na sua página da rede social *Facebook*, perguntas e sugestões que tenham sido submetidas no *iLeger*. Outra funcionalidade adicionada à quarta versão da plataforma foi a possibilidade de disponibilizar, no formato de vídeo, as respostas dos candidatos, seus representantes e personalidades convidadas.

Por outro lado, na quarta versão do *iLeger* não foram ainda incorporadas as funcionalidades de seguir utilizador e de acesso ao perfil público de um utilizador, características das redes sociais. Note-se que estas funcionalidades estavam disponíveis na segunda e terceira versão da plataforma.

No próximo capítulo, apresentam-se os dados resultantes de experiências de utilização da plataforma *iLeger* durante campanhas eleitorais decorridas em Portugal, nomeadamente nas Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009, na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010, e nas Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011.

7.3 Resumo do capítulo

Neste capítulo abordaram-se, de forma resumida, as alterações que a aplicação *iLeger* foi sofrendo ao longo do tempo, como resultado da adoção de um processo de desenvolvimento contínuo, ágil e incremental. Até ao momento, foram já desenvolvidas quatro versões da plataforma, significativamente diferentes.

Apresentaram-se as principais características e os aspetos diferenciadores de cada uma das versões da plataforma e identificaram-se os principais motivos que levaram ao desenvolvimento de novas funcionalidades ou à melhoria de outras.

CAPÍTULO VIII – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

8.1 Introdução

Neste capítulo, começa-se por apresentar os resultados obtidos a partir das experiências de utilização da plataforma *iLeger* em campanhas eleitorais decorridas em Portugal entre 2009 e 2011. Depois, analisam-se, comparam-se e discutem-se, sucintamente, os principais resultados obtidos nessas experiências, essencialmente na perspetiva das visitas à plataforma e das ações de participação dos intervenientes. Apresentam-se também os resultados de outras iniciativas de participação pública e, sempre que possível, fazem-se comparações. Note-se que, dada a relevância e interligação dos conteúdos, foi entendido apresentar os resultados e a sua discussão no mesmo capítulo.

8.2 Experiências de utilização

Nesta secção, apresentam-se os resultados de experiências de utilização da plataforma *iLeger* nas campanhas eleitorais das Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal em 2009, da Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em 2010, e das Eleições Presidenciais e Legislativas de Portugal em 2011.

Os resultados provêm fundamentalmente da execução de consultas SQL (*Structured Query Language*) à base de dados da plataforma *iLeger* e da informação estatística disponibilizada pelo componente incorporado na plataforma *iLeger* para a realização dos debates em direto, o *CoveritLive*, pelo *EZmanager*, um gestor modular, proprietário da empresa *buzzid*⁴⁵, que permite fazer a manutenção de um sítio Web, e pelo *Google Analytics*⁴⁶ (GA).

Sucintamente, o GA é um serviço gratuito oferecido pela empresa *Google*, que gera estatísticas detalhadas sobre os visitantes e as visitas a um sítio Web. A versão *premium* também está disponível⁴⁷, mediante o pagamento de uma taxa. De acordo com um

⁴⁵ <http://www.buzz-id.com>

⁴⁶ <http://www.google.com/analytics>

⁴⁷ <http://www.google.com/analytics/premium/features.html>

estudo publicado pela *W3Techs*⁴⁸ em 24 de Agosto de 2012, o GA é a ferramenta de serviços de estatística mais utilizada, abrangendo cerca de 55% dos 10.000 sítios Web mais populares (*W3Techs*, 2012). Outra pesquisa de quota de mercado indica que o GA é usado para analisar o tráfego em cerca de 49,95% de um TOP de 1.000.000 de sítios Web gerado pela empresa *Alexa*⁴⁹ (*Metric Mail*, 2012). Na Tabela 6, apresentam-se as definições das principais métricas do GA usadas em três das quatro experiências de utilização da plataforma *iLeger*.

Tabela 6 – Definições de métricas do *Google Analytics*. Fonte: Informação de Suporte do *Google Analytics* <http://support.google.com/googleanalytics/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=99118> (acedido em 6 de Agosto de 2012)

Nome da Métrica	Definição
Visitas	Número de vezes que os visitantes acederam ao sítio web. Por outras palavras, esta métrica pode ser também interpretada como o número de sessões exclusivas iniciadas por todos os visitantes do sítio Web. Se um utilizador estiver inativo no sítio Web por um período de tempo superior ou igual a 30 minutos, qualquer atividade futura será atribuída a uma nova sessão. Isto é, será considerada uma nova visita. Por outro lado, para os utilizadores que saírem do sítio Web e voltarem dentro de 30 minutos considera-se que ainda estão na sessão original, isto é, não será contabilizada uma nova sessão.
Visitantes	Um utilizador que visita o sítio Web. A sessão inicial de um utilizador durante um determinado período é considerada uma visita adicional e um visitante adicional. Todavia, quaisquer sessões futuras do mesmo utilizador durante o período de tempo selecionado são contabilizadas como <i>visitas adicionais</i> , mas não como novos <i>visitantes</i> .
Visitantes únicos	Número não duplicado de visitantes (contabilizados uma única vez) que acederam ao sítio Web durante um período de tempo específico.
Novos visitantes	A primeira vez que um <i>Browser</i> acede ao sítio Web, o <i>Google Analytics</i> regista o visitante como novo. Isto é feito através da verificação para ver se o <i>cookie _utma</i> para o domínio do sítio Web existe no <i>Browser</i> do utilizador. Se isso não acontecer, a visita é considerada uma visita pela primeira vez (novo visitante).
Visitantes recorrentes/repetentes (que regressam)	O <i>Google Analytics</i> regista um visitante como recorrente (isto é, que está de regresso ao sítio Web), quando o <i>cookie _utma</i> para o domínio do sítio Web existe no <i>Browser</i> do utilizador que está a aceder ao sítio Web.
Visualizações de página	Número total de páginas visualizadas. São contabilizadas as visualizações repetidas de uma página.
Páginas/Visita	Média de páginas por sessão. Isto é, corresponde ao número médio de páginas visualizadas durante uma visita ao sítio Web. São contabilizadas as visualizações repetidas de uma página.

⁴⁸ <http://w3techs.com/>

⁴⁹ <http://www.alexa.com/>

Nome da Métrica	Definição
Duração média da visita	O tempo médio no sítio Web corresponde à duração média de uma visita.
Taxa de rejeições	Percentagem de visitas de página única (ou seja, visitas em que o utilizador abandonou o sítio Web na página de entrada).
Percentagem de novas visitas	Percentagem de primeiras visitas. Por outras palavras, percentagem de visitas de novos visitantes, isto é, de utilizadores que nunca tinham visitado o sítio Web anteriormente.

8.2.1 Experiência I: Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal de 2009

A primeira versão da plataforma foi usada durante as campanhas eleitorais para as Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal, em Setembro e Outubro de 2009, respetivamente. Mais concretamente, cobriu as últimas três semanas da campanha das Eleições Legislativas de 27 de Setembro de 2009 e as duas últimas semanas da campanha das Eleições Autárquicas de 11 de Outubro de 2009. Durante o período de reflexão, não foi possível submeter conteúdos nem votar. Isto é, a plataforma apenas esteve disponível para consulta de conteúdos.

Em relação ao registo de utilizadores, é importante referir que um utilizador apenas tinha que se registar uma única vez na plataforma para poder participar na iniciativa dedicada às Eleições Legislativas e em quaisquer das iniciativas destinadas às Eleições Autárquicas de 2009. Note-se que a plataforma estava preparada para ser usada nas campanhas eleitorais de todos os 308 municípios de Portugal (Pordata, 2011).

Assim, utilizando essencialmente as redes sociais *Twitter* e *Facebook*, para divulgar a plataforma, e uma notícia sobre a iniciativa divulgada na generalidade da comunicação social de Portugal, foram contabilizados 380 utilizadores distintos que efetuaram o *login* na plataforma. Isto é, que ficaram habilitados a votar e a submeter perguntas, comentários e sugestões na iniciativa dedicada às Legislativas e nas iniciativas destinadas às Autárquicas. Por outro lado, as estatísticas obtidas a partir do *EZmanager*, um gestor modular que permite fazer a manutenção de um sítio Web, indicam que, entre 7 de Setembro e 11 de Outubro de 2009, visitaram a plataforma 3012 utilizadores únicos.

Destaque-se o facto de se ter registado e de ter participado um movimento social, cultural e cívico, o MIL – Movimento Internacional Lusófono. Note-se que o processo de registo deste tipo de utilizadores incluía um passo intermédio de identificação. Assim, durante o processo de registo, o utilizador tinha de definir se era cidadão, instituição ou candidato. Caso fosse uma instituição, era necessário confirmar a identidade da pessoa que a iria representar. Só após essa confirmação é que o editor ativava, ou não, a conta de utilizador. Para o processo de identificação, recorreu-se à Internet e ao telefone, para obter os contactos da instituição, de modo a averiguar a veracidade dos dados da pessoa que estava a fazer o registo da instituição na plataforma.

Convém referir ainda que foram convidadas a participar na plataforma várias associações e movimentos sociais e políticos. Chegaram mesmo a manter-se conversações com a Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses – Intersindical Nacional (CGTP-IN), mas esta decidiu não participar.

A Tabela 7 e a Figura 102 mostram o número de visitantes únicos (NVU) e o número de visitantes únicos que efetuaram Login (NVL) na plataforma durante o período em análise.

Tabela 7 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009

Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes que efetuaram Login (NVL)	
NVU	NVL
3012	380

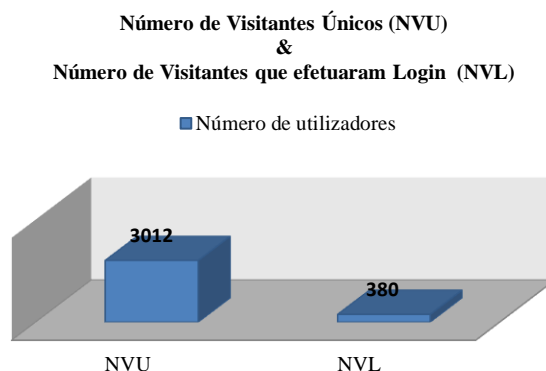


Figura 102 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009

Assim, como se pode observar na Figura 103, 11,2% dos visitantes distintos efetuaram *login* na plataforma, durante as campanhas eleitorais para as Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal de 2009.

**Percentagem de visitantes únicos que efetuaram login na plataforma
Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009**

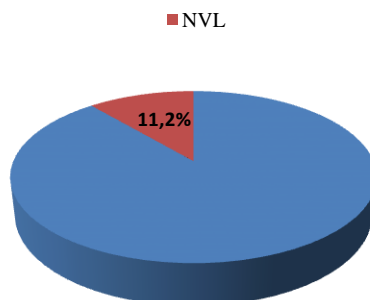


Figura 103 – Percentagem de Visitantes Únicos que efetuaram *login* na plataforma – Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009

A seguir, apresentam-se os dados relativos à iniciativa de participação dedicada à campanha eleitoral das Eleições Legislativas de 2009. Foram convidadas a participar ativamente todas as dezasseis candidaturas às Eleições Legislativas de 2009, embora apenas cinco tenham aceite o desafio. Mais concretamente, registaram-se na plataforma o Movimento Esperança Portugal (MEP), o Partido Nova Democracia (PND), o Movimento Mérito e Sociedade (MMS), a Frente Ecologista e Humanismo (FEH), e o Partido da Terra (MPT). Esta reação não foi totalmente surpreendente, tendo em conta que os partidos políticos mais pequenos desfrutam de menor cobertura da comunicação social e dispõem de menos meios para atingir o eleitorado e, por

consequente teriam na plataforma um canal adicional para comunicar e para passar a sua mensagem aos cidadãos. Em contraste, os maiores partidos políticos concentraram a sua participação e comunicação com o eleitorado nos seus próprios *sites* de campanha. No entanto, não deixaram de elogiar a plataforma e, alguns deles, consideraram este tipo de iniciativas como inevitáveis no futuro próximo, para as quais teriam de estar preparados.

A Figura 104 ilustra os resultados globais das Eleições Legislativas de Portugal de 2009 divulgados pela Direção Geral da Administração Interna e pelo Ministério da Justiça de Portugal.



Figura 104 – Resultados globais das Eleições Legislativas de Portugal de 2009. Fonte: Direção Geral da Administração Interna e Ministério da Justiça
<http://www.eleicoes.mj.pt/legislativas2009/>. Acedido em 14 de Agosto de 2012

Como se pode observar, durante a campanha eleitoral para as Legislativas de 2009, apenas estiveram representados na plataforma partidos de relativamente pequena representatividade.

A comunidade foi convidada a submeter perguntas simultaneamente a todos os candidatos. Os temas escolhidos pelo editor da plataforma para a submissão de perguntas espelharam as áreas ministeriais do governo em funções, nomeadamente economia, finanças, justiça, saúde, entre outras. Para aumentar o grau de flexibilidade, criou-se ainda o tema “Outros”.

Assim, os utilizadores registados enviaram perguntas. Nessa fase, foram aceites pelo moderador 118 das 125 perguntas submetidas, como ilustrado na Tabela 8 e na Figura 105.

Tabela 8 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas – Eleições Legislativas 2009

	Número de Perguntas	Percentagem
Perguntas aceites	118	94%
Perguntas rejeitadas	7	6%
Total	125	100%

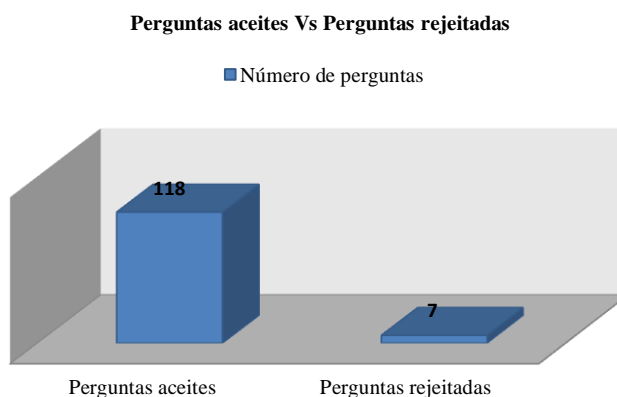


Figura 105 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas – Eleições Legislativas 2009

Portanto, como se pode verificar na Figura 106, o moderador rejeitou apenas 6% das perguntas submetidas pelos utilizadores registados na plataforma.



Figura 106 – Taxa de rejeição de perguntas – Eleições Legislativas 2009

Além disso, foram submetidos 12 comentários em torno de algumas das perguntas, o que indica um baixo nível de debate. Destaque-se ainda o facto de um candidato ter respondido a 7 questões.

Durante as três semanas, os utilizadores registados submeteram, na área dedicada à angariação de sugestões, um total de 43 sugestões, das quais 2 foram rejeitadas pelo moderador, como se pode observar na Tabela 9 e na Figura 107. Os temas escolhidos para organizar as sugestões na plataforma foram os mesmos que os escolhidos para as perguntas.

Tabela 9 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Legislativas 2009

	Número de Sugestões	Percentagem
Sugestões aceites	43	96%
Sugestões rejeitadas	2	4%
Total	45	100%

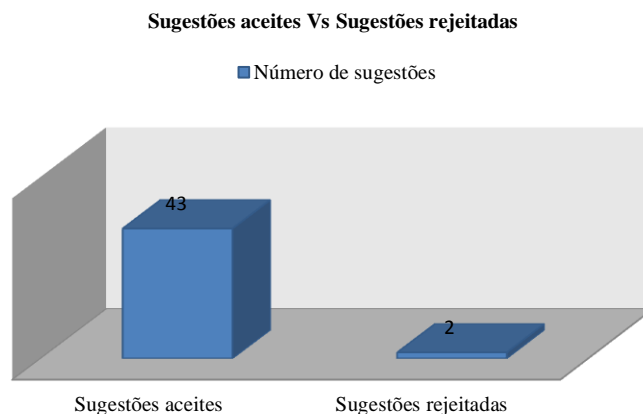


Figura 107 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Legislativas 2009

Portanto, como se pode verificar na Figura 108, o moderador rejeitou somente 4% das sugestões submetidas pelos utilizadores registados na plataforma.

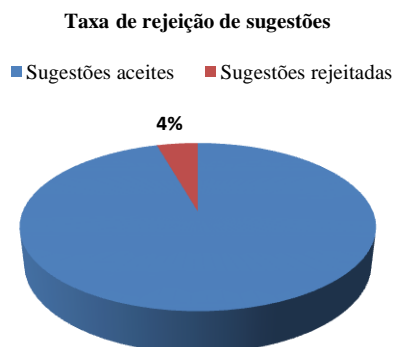


Figura 108 – Taxa de rejeição de sugestões – Eleições Legislativas 2009

Registe-se ainda o facto de a votação em perguntas ou em sugestões ter sido residual. Por outras palavras, os utilizadores preferiram colocar as suas próprias perguntas ou sugestões, em vez de votar no interesse das contribuições dos outros utilizadores.

Considerando agora a campanha eleitoral para as Eleições Autárquicas de 2009, refira-se que, devido ao curto espaço de tempo disponível e à escassez de recursos, se decidiu focar apenas em uma eleição de âmbito municipal, Viseu, ainda que a plataforma estivesse preparada para cobrir simultaneamente todas as campanhas eleitorais das 308 autarquias de Portugal. Aliás, a título de curiosidade, registe-se que foram submetidas 27 perguntas para os municípios de Coimbra, Leiria, Lisboa, Oeiras, Porto, Sintra e Vila

Nova de Gaia. Contudo, estas perguntas não vão ser consideradas nas estatísticas a seguir apresentadas sobre o uso da plataforma na campanha eleitoral das Eleições Autárquicas de 2009 do concelho de Viseu.

Contactaram-se os cinco candidatos à Câmara Municipal de Viseu e, apesar de todos eles terem elogiado bastante o projeto, apenas dois participaram ativamente na plataforma. Contrastando com o que aconteceu na campanha para as Eleições Legislativas de 2009, na campanha das eleições para o município de Viseu, foram os candidatos dos dois maiores partidos de Portugal, o Partido Social Democrata (PSD) e o Partido Socialista (PS), os únicos a registarem-se na plataforma e a interagirem com os munícipes. A Figura 109 ilustra os resultados globais das Eleições Autárquicas de Portugal de 2009 para o concelho de Viseu, divulgados pela Direção Geral da Administração Interna e pelo Ministério da Justiça de Portugal.

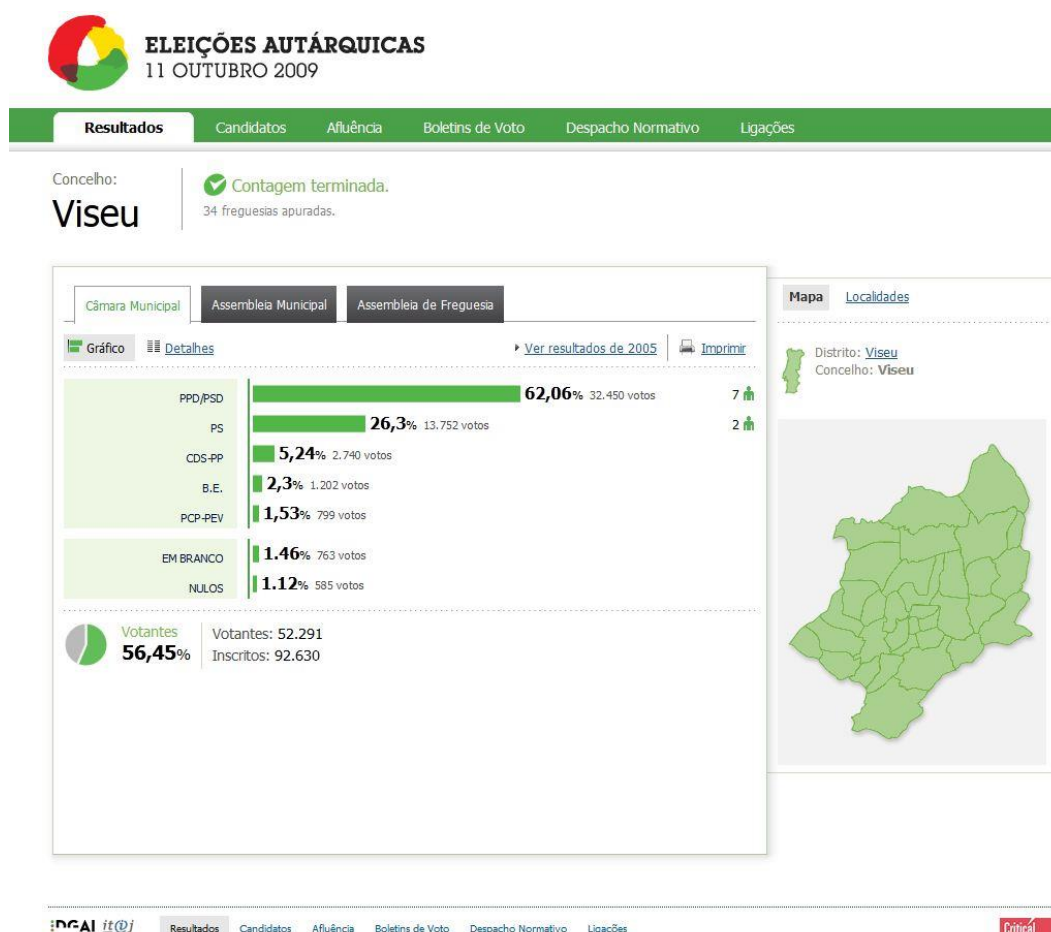


Figura 109 – Resultados globais das Eleições Autárquicas de Portugal de 2009 no concelho de Viseu. Fonte: Direção Geral da Administração Interna e Ministério da Justiça <http://www.eleicoes.mj.pt/autarquicas2009/>. Acedido em 14 de Agosto de 2012

Como se pode observar, as duas candidaturas à Câmara Municipal de Viseu que participaram na plataforma obtiveram 88,36% dos votos nas eleições do dia 11 de Outubro de 2009.

Os utilizadores registados enviaram perguntas aos candidatos e votaram, de acordo com a sua relevância. Nessa fase, foram aceites pelo moderador 33 das 36 perguntas submetidas, como ilustrado na Tabela 10 e na Figura 110.

Tabela 10 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas. Eleições Autárquicas 2009 – Município de Viseu

	Número de Perguntas	Percentagem
Perguntas aceites	33	92%
Perguntas rejeitadas	3	8%
Total	36	100%

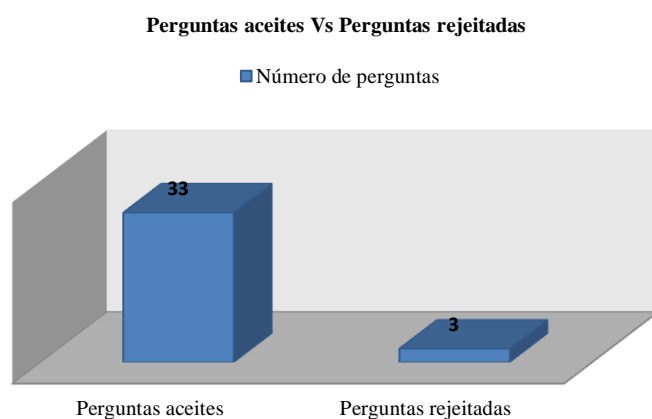


Figura 110 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas. Eleições Autárquicas 2009 – Município de Viseu

Assim, como se pode verificar na Figura 111, o moderador rejeitou apenas 8% das perguntas submetidas pelos utilizadores registados na plataforma.



Figura 111 – Taxa de rejeição de perguntas. Eleições Autárquicas 2009 – Município de Viseu

Destaque-se o facto de uma das candidaturas participantes, a do PSD, ter respondido a praticamente todas as questões colocadas pelos cidadãos (97% de um total das 33 perguntas publicadas na plataforma). A candidatura do PS optou por responder a algumas das questões submetidas na plataforma, durante um debate em direto com o candidato, transmitido ao vivo por um Media local, designado ViseuTV (<http://www.viseu.tv/>).

Além disso, foram submetidos 7 comentários em torno de algumas das perguntas, o que traduz um baixo nível de debate. De modo idêntico ao que se verificou durante o uso da plataforma na campanha das eleições legislativas de 2009, também se constatou que os utilizadores da área destinada à campanha eleitoral no município de Viseu se mostraram mais interessados em submeter questões, do que em propor sugestões de medidas de governação. Assim, durante as duas semanas, os utilizadores registados submeteram, na área dedicada à recolha de sugestões, apenas 1 sugestão.

Embora todas as contribuições dos cidadãos tenham sido alvo de moderação, verificou-se que o tom e a atmosfera das discussões foram francamente amistosos e construtivos. Apenas foi necessário rejeitar três das contribuições (perguntas) dos cidadãos, por não estarem em consonância com os termos de utilização da plataforma (ver Anexo 1).

8.2.2 Experiência II: Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

A segunda versão da plataforma *iLeger* foi testada durante a campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal (<http://om.ileger.sapo.pt/>), entre vinte e seis de Novembro e quinze de Dezembro de 2010. Durante o período de reflexão não foi possível submeter conteúdos nem votar. Isto é, a plataforma apenas esteve disponível para consulta de conteúdos.

Convém referir que, antes de lançar a iniciativa de *e-participação*, se contactou a Ordem dos Médicos (OM), no dia 20 de Outubro de 2010, com o intuito de apresentar o projeto *iLeger* e de averiguar o seu interesse em apadrinhar a iniciativa e em gerir todo o processo durante a campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário, marcada para o dia quinze de Dezembro de 2010.

Todavia, após algumas conversações e trocas de correspondência, a Ordem respondeu oficialmente, no dia catorze de Dezembro de 2010, à solicitação efetuada, pela mão do Senhor Bastonário em funções. Sucintamente, o ofício referia que a Ordem dos Médicos analisou o projeto *iLeger* e considerou que a sua adoção constituía uma alteração ao processo eleitoral de considerável importância e com tão pouco tempo de antecedência, pelo que decidiu não aceitar a sua adoção para esse processo eleitoral, podendo, eventualmente, vir a ser considerado em eleições futuras, tendo em conta as mais-valias que o *iLeger* poderia trazer.

Deste modo, não foi possível obter o apoio da Ordem dos Médicos para divulgar (à comunidade médica) e conduzir a iniciativa de participação em linha. No entanto, optou-se por contactar todos os quatro candidatos a esta eleição. Foi-lhes apresentado o projeto e o convite para participar ativamente na iniciativa, através da plataforma *iLeger*. Dois dos candidatos, o Dr. Jaime Teixeira Mendes e o Professor Doutor José Manuel Silva, acederam ao convite, tendo sido um deles, depois, eleito Bastonário.

Após um levantamento exaustivo, foram ainda contactados vários médicos diretores de serviço e diretores clínicos e os Conselhos de Administração de hospitais e de centros

de saúde, solicitando-lhes a divulgação da iniciativa junto da comunidade médica. Convém, no entanto, referir que, após várias pesquisas, se concluiu que as solicitações de divulgação não foram genericamente realizadas. Os motivos justificativos são também desconhecidos.

Também se publicitou a iniciativa de participação na Revista da Ordem dos Médicos de Dezembro. Porém, a revista acabou por ser distribuída após a eleição. A divulgação feita na rede social *Facebook* e através de *e-mails* enviados por médicos conhecidos, com pedido de reencaminhamento para outros colegas, talvez tenha sido a maior fonte de promoção da iniciativa. Deve-se, no entanto, ter a noção de que estes esforços de divulgação terão chegado a um número muito reduzido dos aproximadamente 42000 médicos registados na Ordem dos Médicos⁵⁰.

Uma das exigências colocadas pelos candidatos para participar foi que apenas médicos pudessem registar-se na plataforma e que os conteúdos submetidos fossem alvo de moderação. Assim, o processo de registo incluiu um passo intermédio de identificação dos utilizadores que se registavam. Só após essa confirmação é que o editor ativava, ou não, a conta do utilizador.

Para confirmar se um utilizador que procedia ao registo no *iLeger* era médico, usou-se o serviço “Médicos registados na OM”, disponível no sítio Web da Ordem dos Médicos em <https://ordemdosmedicos.pt/?lop=listamedicos>. Esse serviço permite procurar um médico pelo seu nome, área científica e secção regional da OM. Assim, no processo de registo, eram solicitados, com carácter obrigatório, estes dados. Depois, bastava proceder à pesquisa no sítio Web da Ordem, para confirmar a identidade. Não sendo um processo totalmente fiável, foi o possível de implementar (como medida dissuasora), visto não ter havido disponibilidade da Ordem dos Médicos para participar.

Como referido anteriormente, a plataforma *iLeger* foi usada pela comunidade médica, durante a campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de

⁵⁰ De acordo com uma notícia publicada no jornal *Correio da Manhã*, no dia 22 de Janeiro de 2011, os dados avançados pela Ordem dos Médicos à agência Lusa indicam que em 2010 estavam inscritos 42031 médicos (<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/ultima-hora/93-dos-medicos-em-portugal-sao-estrangeiros>).

Portugal, entre o dia vinte e seis de Novembro e o dia quinze de Dezembro de 2010. Foram contabilizados 39 utilizadores (médicos) distintos, que efetuaram o *login* no *iLeger*, isto é, que ficaram habilitados a votar e a submeter perguntas e comentários. Por outro lado, as estatísticas obtidas a partir do *Google Analytics* indicam que, durante as quase três semanas, 131 utilizadores únicos visitaram o *iLeger*, perfazendo um total de 388 visitas e de 2104 visualizações de página. A Tabela 11 e a Figura 112 mostram o número de visitantes únicos (NVU) e o número de visitantes únicos que efetuaram Login (NVL) no *iLeger*, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010.

Tabela 11 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL)	
NVU	NVL
131	39

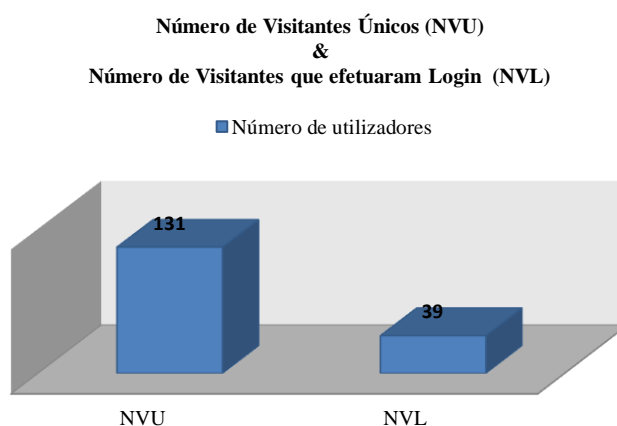


Figura 112 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

Na Figura 113, pode-se observar que 22,9% dos visitantes distintos chegaram a efetuar *login* no *iLeger*, durante a campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010. Não é, contudo, possível saber se os restantes visitantes eram médicos.

Percentagem de visitantes únicos que efetuaram login no *iLeger*
Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2011

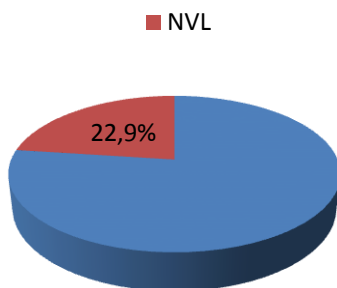


Figura 113 – Percentagem de Visitantes Únicos que efetuaram Login no *iLeger* – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

A comunidade médica foi convidada a criar um top de perguntas. Depois, o top foi apresentado aos candidatos, para que estes pudessem publicar as suas respostas na plataforma *iLeger*. Note-se que os candidatos optaram por responder também a outras perguntas que não faziam parte do TOP. Os temas escolhidos pelo editor da plataforma para a submissão de perguntas foram “Ato-médico”, “Autorregulação”, “Carreiras”, “Código deontológico”, “Estatutos da Ordem dos Médicos”, “Formação”, “Qualidade da medicina” e “Outros”. Para definir os temas a usar no *iLeger*, o editor da plataforma abordou previamente todos os candidatos que aderiram à iniciativa de *e-participação*, a fim de chegar a um consenso.

Os utilizadores registados enviaram perguntas e votaram, de acordo com a sua pertinência. Nessa fase, foram aceites pelo moderador as 28 perguntas submetidas pela comunidade médica, como ilustrado na Tabela 12 e na Figura 114.

Tabela 12 – Perguntas aceites Vs perguntas rejeitadas pelo moderador – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

	Número de Perguntas	Percentagem
Perguntas aceites	28	100%
Perguntas rejeitadas	0	0%
Total	28	100%

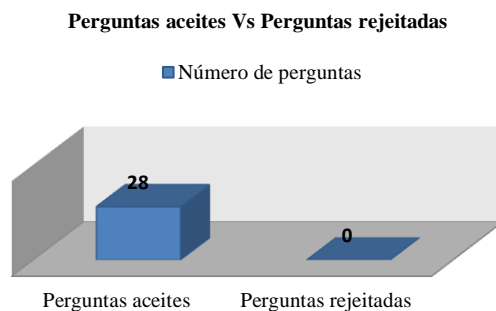


Figura 114 – Perguntas aceites Vs perguntas rejeitadas pelo moderador – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

Assim, como se pode verificar na Figura 115, o moderador aceitou a totalidade das perguntas submetidas pelos utilizadores registados no *iLeger*, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010.



Figura 115 – Taxa de aceitação de perguntas - Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

O candidato Jaime Teixeira Mendes respondeu a 12 perguntas e o outro candidato, José Manuel Silva, respondeu a 3 perguntas. Uma vez que o Dr. Jaime Mendes também respondeu às 3 perguntas às quais o Doutor José Silva respondeu, foi possível comparar lado a lado essas respostas. Além disso, foram contabilizados 70 votos e 5 comentários em torno de algumas das perguntas. A Tabela 13 e a Figura 116 resumem as ações de participação dos médicos registados no *iLeger*, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2011.

Tabela 13 – Ações de participação dos médicos registados no *iLeger* – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

Número de perguntas	Número de comentários	Número de votos
28	5	70

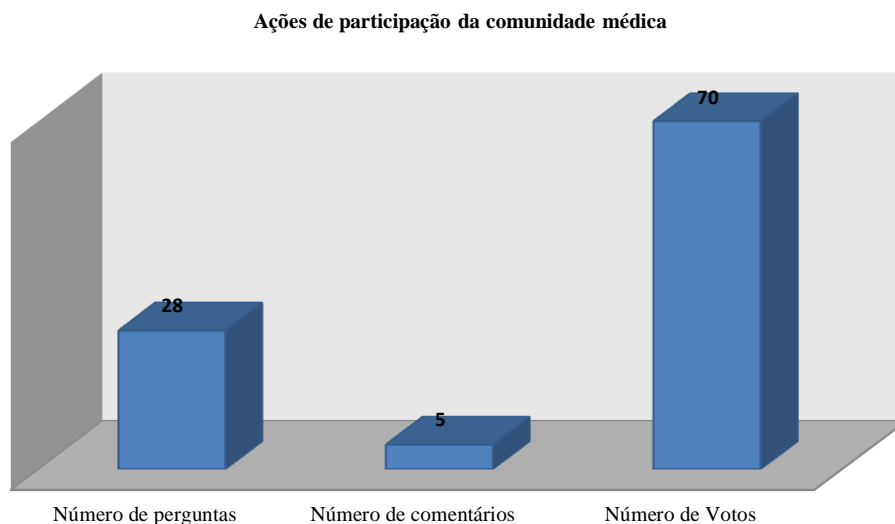


Figura 116 – Ações de participação dos médicos registados no *iLeger* – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

É pertinente notar que, como é ilustrado na Tabela 14 e na Figura 117, dos 39 utilizadores únicos que efetuaram *login* no *iLeger*, 34 submeteram conteúdos escritos (28 perguntas e 5 comentários) ou votaram nas perguntas.

Tabela 14 – Número de utilizadores que efetuaram *login* e número de utilizadores que participaram ativamente no *iLeger* – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

Número de utilizadores que efetuaram <i>login</i>	Número de utilizadores que participaram ativamente
39	34

Número de utilizadores que efetuaram *login* e que participaram ativamente

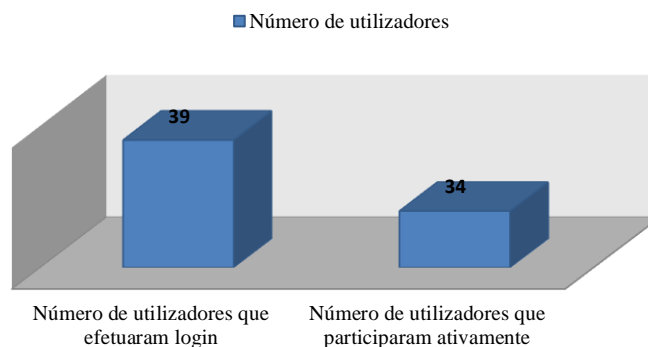


Figura 117 – Número de utilizadores que efetuaram *login* e número de utilizadores que participaram ativamente no *iLeger* - Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

Isto indica que, como é ilustrado na Figura 118, participaram ativamente no *iLeger* aproximadamente 87% dos utilizadores que efetuaram *login*.

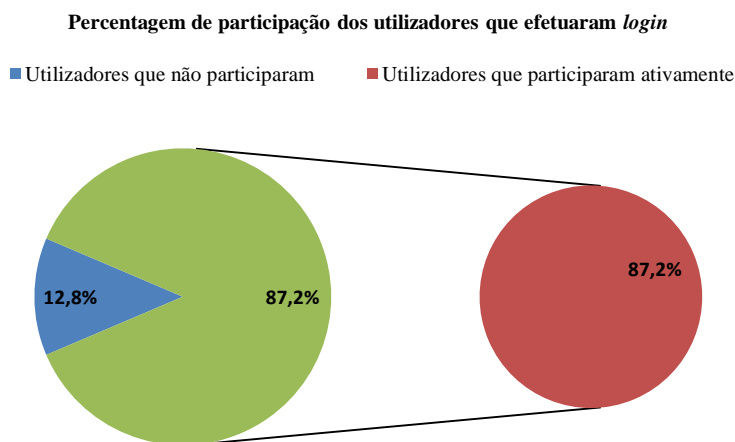


Figura 118 – Percentagem de participação dos utilizadores que efetuaram *login* – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010

Na Figura 119, ilustra-se a descrição geral das visitas ao *iLeger*, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010, gerada pelo *Google Analytics*.

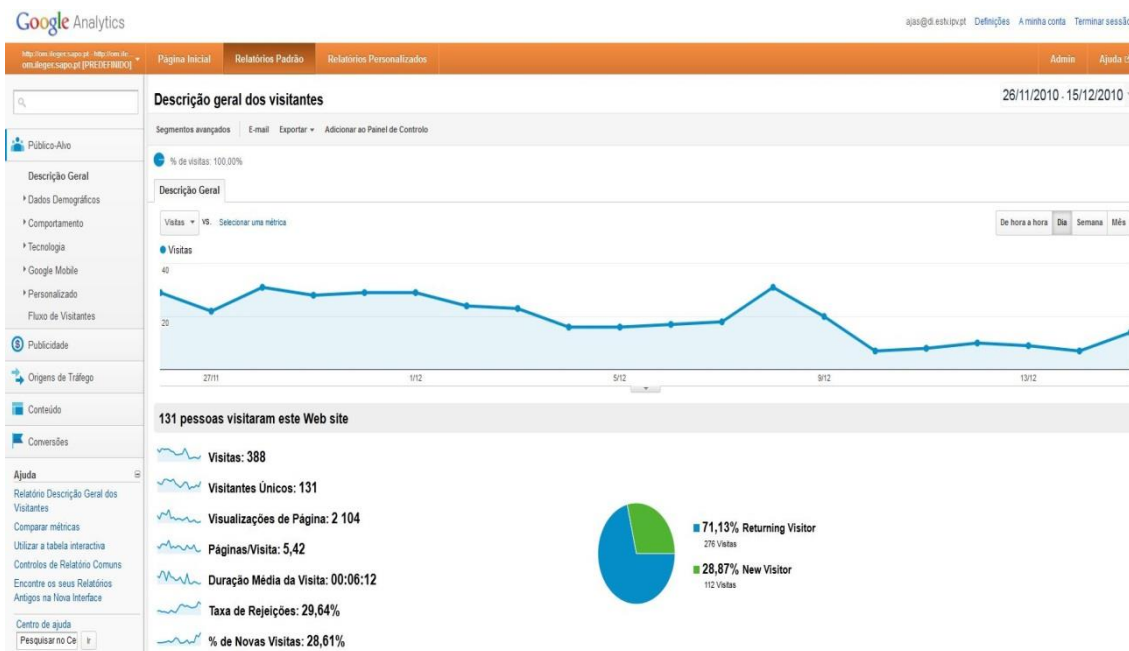


Figura 119 – Descrição geral dos visitantes da plataforma *iLeger* utilizada, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010, na campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010. Fonte: *Google Analytics*.

Da análise da figura verifica-se que, por exemplo, em média, foram visualizadas 5,42 páginas por cada visita ao *iLeger*, durante o período de tempo em análise. A duração média de cada visita foi de 6 minutos e 12 segundos. A taxa de rejeições, isto é, a percentagem de visitas em que o utilizador abandonou o *iLeger* na página de entrada, foi de 29,6%. Por outro lado, a percentagem de utilizadores recorrentes, ou seja, que voltaram ao *iLeger*, além da visita inicial, foi de aproximadamente 71%. Estes dados revelam um apreciável nível de interesse nos conteúdos do *iLeger* e, por conseguinte, de envolvimento dos utilizadores.

Na Figura 120, apresenta-se um relatório, gerado pelo *Google Analytics*, que permite analisar o nível de interesse dos utilizadores no *iLeger*, do ponto de vista da frequência com que regressaram (uma, duas, ..., cem ou mais vezes) ao sítio Web, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010. Note-se que para a contabilização são analisadas as sessões (visitas), não os visitantes únicos.

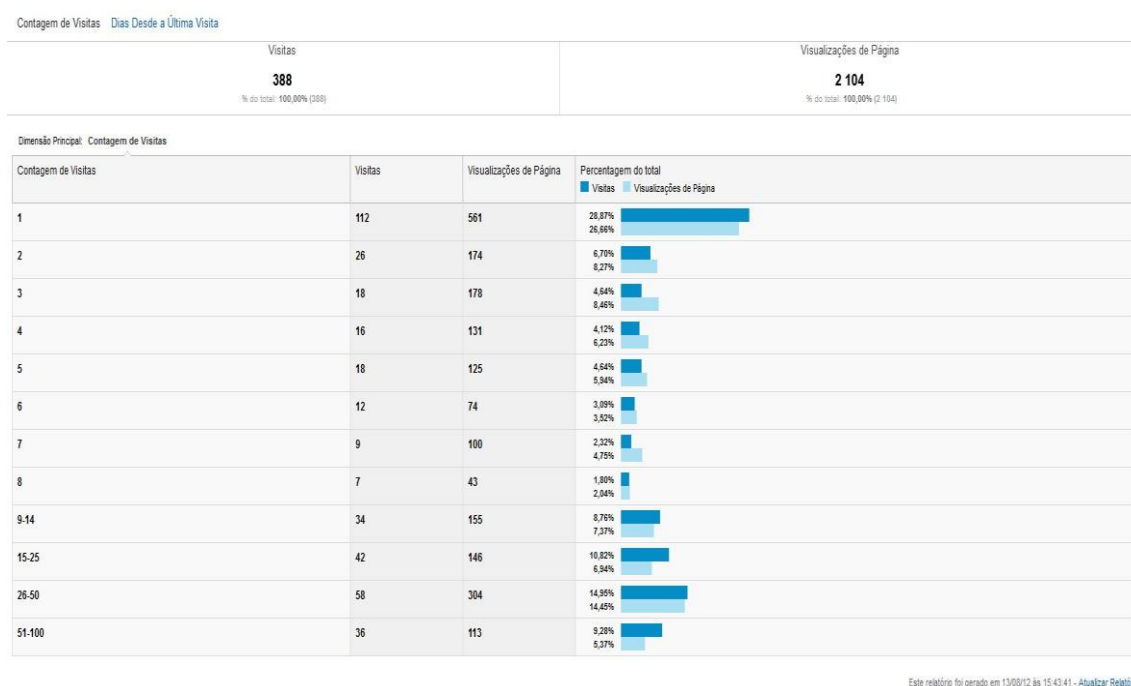


Figura 120 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o *iLeger* durante a campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010 – Frequência das visitas. Fonte: *Google Analytics*

Como se pode observar, 43,81% das visitas foram contabilizadas como sendo a nona visita, ou superior, de um utilizador. Note-se que, dado o reduzido intervalo de tempo em análise (20 dias), esta percentagem de visitas representa uma média de

aproximadamente uma visita ao *iLeger* a cada dois dias. Isto é, esta fatia assinalável de visitas denota uma frequência de regresso considerável por parte dos utilizadores que as fizeram. Destaque-se ainda o facto de 36 (cerca de 10%) visitas terem representado o regresso entre a quinquagésima primeira e a centésima vez dos utilizadores que as fizeram. Especialmente, tendo em conta que o período de tempo analisado pode representar uma janela estreita para o retorno de visitantes.

Em <http://support.google.com/analytics/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=1032796> está disponível uma breve explicação sobre o modo como o *Google Analytics* efetua a contagem de visitas para este tipo de relatório.

O *Google Analytics* também permite gerar relatórios para analisar o nível de envolvimento dos utilizadores de um sítio Web. Esses relatórios permitem ver quanto tempo as pessoas passam num sítio Web, em incrementos de segundos, e quantas páginas visualizam por cada sessão (visita). Às visitas de página única é atribuída a duração de 0 a 10 segundos e a categoria de páginas por sessão (=1). O *Google Analytics* determina a duração das visitas acompanhando o tempo decorrido entre as visualizações de página. A última página de uma visita não é registada, uma vez que não há uma visualização de página subsequente (*Google Analytics*, 2012).

Na Figura 121, apresenta-se o relatório que permite analisar a duração das visitas ao *iLeger*, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010.

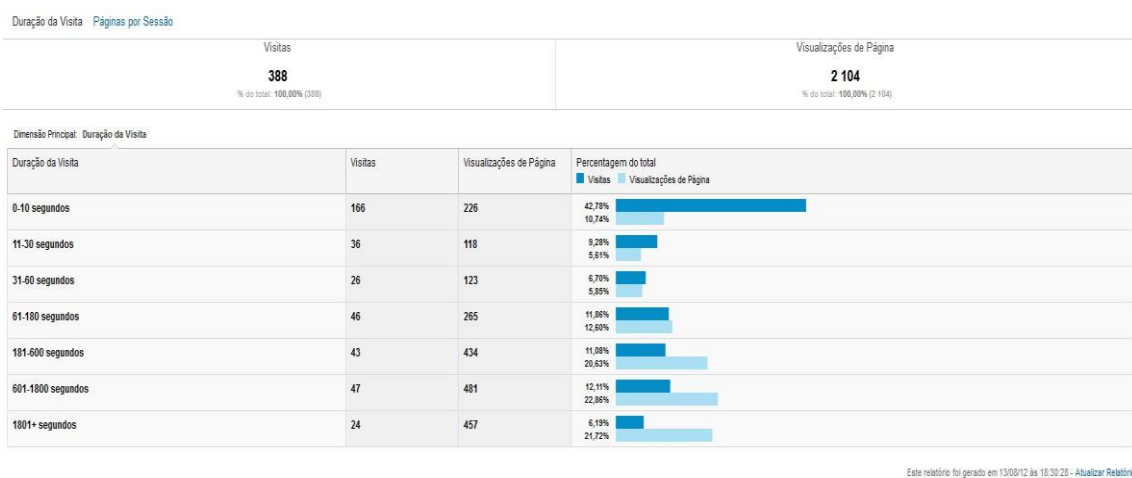


Figura 121 – Relatório que mostra a duração das visitas realizadas ao *iLeger*, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010. Fonte: *Google Analytics*

Através da observação da figura verifica-se que 42,78% das visitas teve uma duração inferior a 10 segundos. Porém, é importante notar que este valor tão elevado pode estar relacionado com o facto de as visitas a uma única página serem atribuídas, pelo *Google Analytics*, à duração da visita de 0 a 10 segundos, independentemente do tempo que o utilizador despende nessa página.

Assim, considerando que a taxa de rejeições, que indica a percentagem de visitas de página única (isto é, visitas em que o utilizador abandonou o *iLeger* na página de entrada), registada pelo *Google Analytics* entre esse intervalo de tempo foi de 29,64%, verifica-se que não é possível contabilizar o tempo despendido pelos utilizadores nessas visitas. Por outras palavras, apenas se pode constatar que aproximadamente 13% (42,78% - 29,64%) de 42,27% das visitas tiveram uma duração inferior a 10 segundos.

Por outro lado, mesmo considerando o número significativo de visitas de página única e admitindo que não é possível contabilizar o tempo despendido pelos utilizadores nessas visitas, é notável que 29,38% das visitas tenham tido uma duração igual ou superior a 3 minutos e que tenham sido responsáveis por 65,03% das visualizações de página no *iLeger*, durante o período em análise. Isto revela um nível significativo de interesse nos conteúdos da plataforma e, por conseguinte, de envolvimento dos utilizadores que realizaram essas visitas.

Na Figura 122, apresenta-se o relatório que permite analisar o número de páginas visualizadas por cada sessão realizada no *iLeger*, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010.

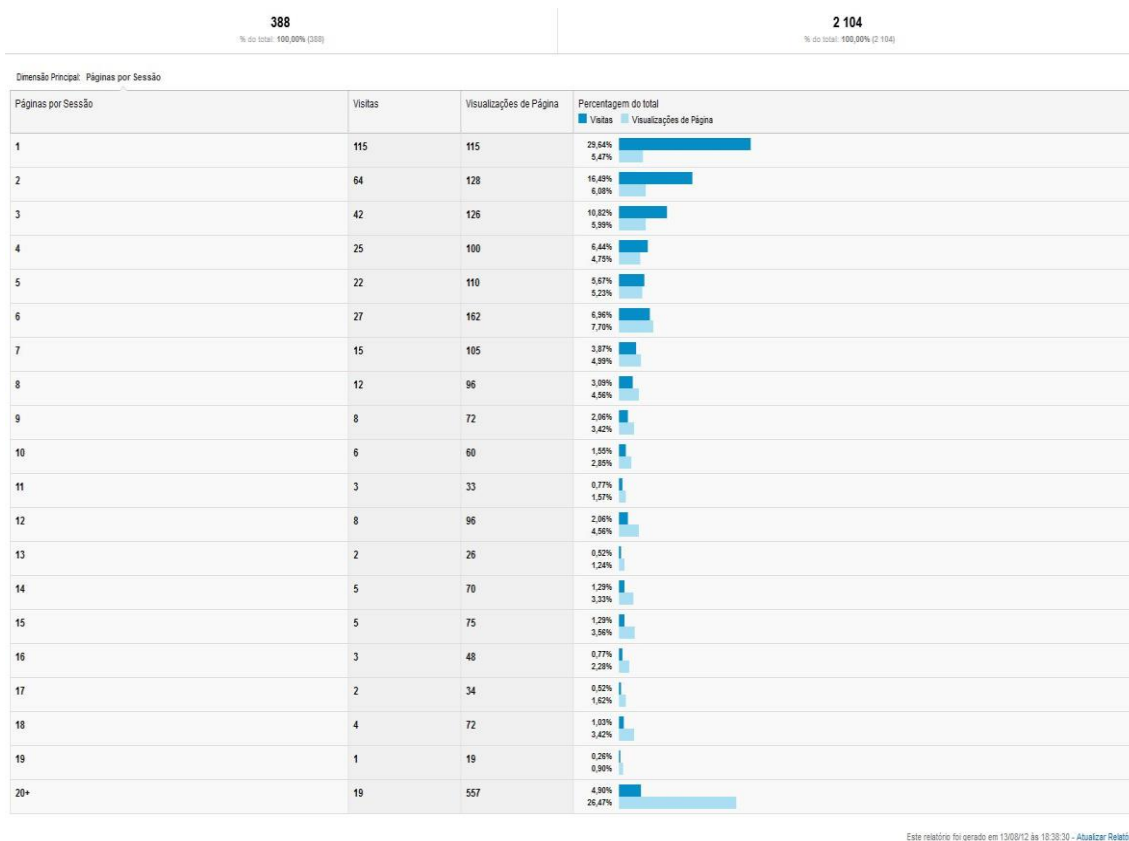


Figura 122 – Relatório que mostra o número de páginas por cada sessão realizada no *iLeger* entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010. Fonte: *Google Analytics*

Através da observação da figura verifica-se que, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010, em 29,64% das visitas somente se visualizou uma página. Este valor é igual ao da taxa de rejeições. Por outro lado, mesmo considerando o número de visitas de página única, é notável que em 53,87% das visitas tenham sido visualizadas 3 ou mais páginas por visita, representando 88,45% das visualizações de páginas na plataforma *iLeger*. Estes dados também podem revelar um notável nível de interesse nos conteúdos do *iLeger* e, por conseguinte, de envolvimento dos utilizadores responsáveis por essas visitas.

O *Google Analytics* também permite gerar relatórios sobre a distribuição geográfica das visitas a um sítio Web. Assim, a Figura 123 ilustra o relatório de cobertura geográfica, gerado pelo *Google Analytics*, para o *iLeger*, entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010.

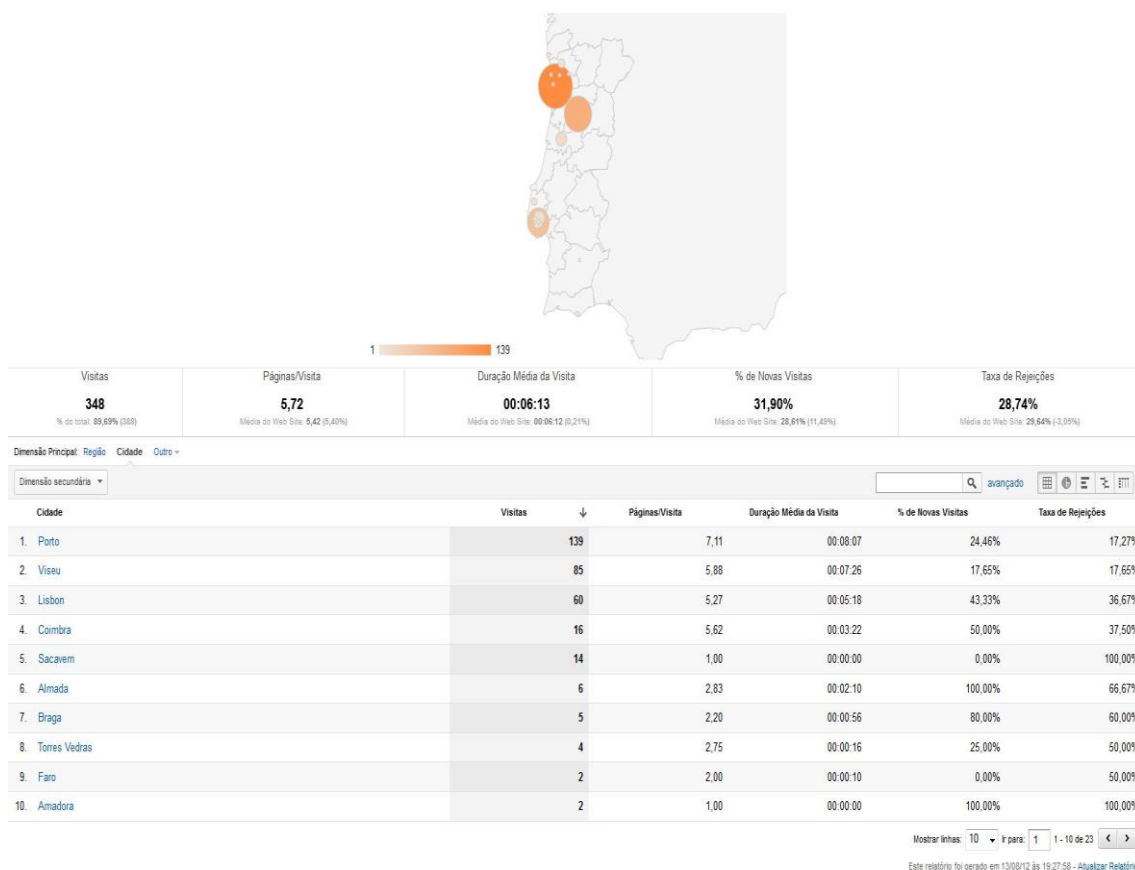


Figura 123 – Distribuição demográfica dos acessos ao *iLeger* a partir de Portugal entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010, na campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da OM de 2010. Fonte: *Google Analytics*.

Note que os dados indicados na figura se referem apenas às visitas feitas a partir de Portugal. Por exemplo, pode-se verificar que houve 40 (388 - 348) visitas ao *iLeger* a partir do estrangeiro (aproximadamente 10%), entre 26 de Novembro e 15 de Dezembro de 2010. Verifique-se ainda que as visitas provenientes de Portugal abrangeram 23 cidades.

8.2.3 Experiência III: Eleições Presidenciais de Portugal de 2011

A plataforma *iLeger* foi usada, em parceria com o maior portal Web de Portugal, o SAPO⁵¹, propriedade da Portugal Telecom⁵¹, durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais Portuguesas (<http://presidenciais.ileger.sapo.pt/>), realizadas em

⁵¹ Em 14 de Novembro de 2012, o portal SAPO é o sítio Web português melhor colocado no ranking dos 100 sítios Web mais acedidos em Portugal divulgado pela empresa Alexa (<http://www.alexa.com/topsites/countries/PT>), estando apenas atrás do Google, Facebook e YouTube.

Janeiro de 2011. Abrangeu as duas últimas semanas e meia, anteriores às eleições, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Durante o período de reflexão, não foi possível submeter conteúdos nem votar. Isto é, a plataforma apenas esteve disponível para consulta de conteúdos.

A versão da plataforma usada foi configurada de modo a que os utilizadores tivessem que se registar para poderem submeter conteúdos (perguntas, sugestões e comentários) e votar. Todos os conteúdos escritos submetidos por cidadãos foram sujeitos a moderação e as candidaturas apenas participaram em debates em direto. Note-se, todavia, que para participar nos debates em direto não era necessário estar registado no *iLeger*.

Foram convidadas a participar no *iLeger* todas as seis candidaturas às Eleições Presidenciais de 2011 e todas aceitaram o repto. Mais concretamente, participaram nos debates em direto realizados na plataforma *iLeger* as candidaturas de Cavaco Silva, Defensor Moura, Fernando Nobre, Francisco Lopes, José Manuel Coelho e Manuel Alegre. A Figura 124 ilustra os resultados globais das Eleições Presidenciais de Portugal de 2011 divulgados pela Direção Geral da Administração Interna e pelo Ministério da Justiça de Portugal.



Figura 124 – Resultados globais das Eleições Presidenciais de Portugal de 2011. Fonte: Direção Geral da Administração Interna e Ministério da Justiça <http://www.eleicoes.mj.pt/presidenciais2011/>. Acedido em 7 de Agosto de 2012

Para o registo dos utilizadores foi usado o mecanismo de *Single Sign On* (SSO) do nosso parceiro. Desta forma, os utilizadores já registados no SAPO poderiam entrar no *iLeger* sem necessitarem de efetuar um novo registo. Foram contabilizados 947 utilizadores distintos que efetuaram o *login* no *iLeger*, isto é, que ficaram habilitados a votar e a submeter perguntas, sugestões e comentários. As estatísticas obtidas a partir do *Google Analytics* indicam que, durante as duas semanas e meia, 23375 utilizadores únicos visitaram o *iLeger*, perfazendo um total de 27996 visitas e de 61886 visualizações de página. A Tabela 15 e a Figura 125 mostram o número de visitantes únicos (NVU) e o número de visitantes únicos que efetuaram Login (NVL) no *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011.

Tabela 15 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Presidenciais de 2011

Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL)	
NVU	NVL
23375	947

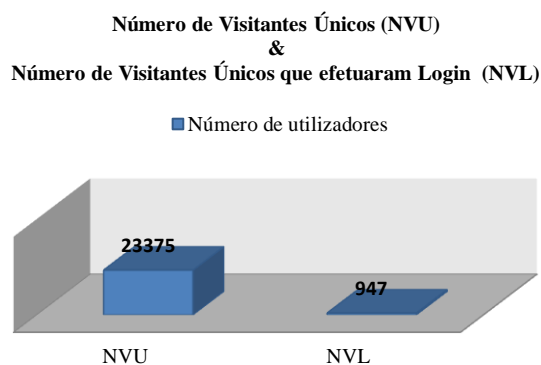


Figura 125 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Presidenciais de 2011

A Figura 126 mostra que 3,9% dos visitantes distintos chegaram a efetuar *login* no *iLeger*, durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de Portugal de 2011.

Percentagem de visitantes únicos que efetuaram login no *iLeger* (NVL)
Eleições Presidenciais de 2011

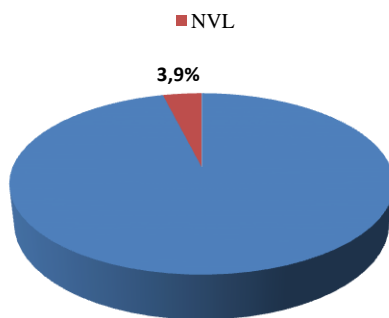


Figura 126 – Percentagem de Visitantes Únicos que efetuaram Login no *iLeger* – Eleições Presidenciais de 2011

A comunidade foi convidada a criar um top de perguntas para ser depois apresentado a representantes de todas as candidaturas, durante debates em direto realizados no *iLeger*. Os temas escolhidos pelo editor da plataforma, o portal SAPO, para a submissão de perguntas foram “Economia”, “Estado Social”, “Política”, “Mundo” e “Outros”. Os utilizadores registados enviaram perguntas e votaram, de acordo com a sua pertinência. Nessa fase, foram aceites pelo moderador 187 das 253 perguntas submetidas pela comunidade, como é ilustrado na Tabela 16 e na Figura 127.

Tabela 16 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas – Eleições Presidenciais 2011

	Número de Perguntas	Percentagem
Perguntas aceites	187	74%
Perguntas rejeitadas	66	26%
Total	253	100%

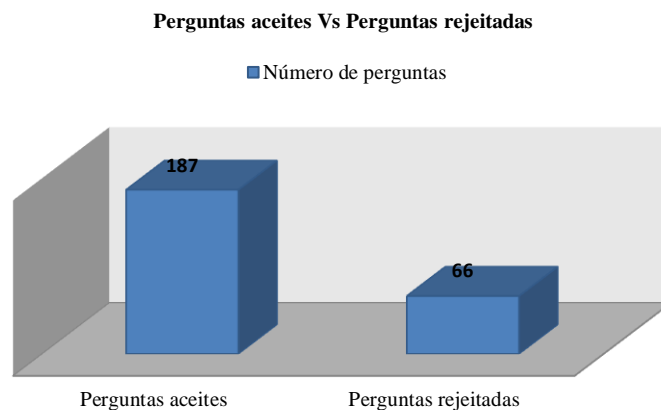


Figura 127 – Perguntas aceites Vs perguntas rejeitadas pelo moderador – Eleições Presidenciais 2011

Assim, como se pode verificar na Figura 128, o moderador rejeitou 26% das perguntas submetidas pelos utilizadores registados no *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011.



Figura 128 – Taxa de rejeição de perguntas – Eleições Presidenciais 2011.

Além disso, foram submetidos 48 comentários em torno de algumas das perguntas, o que evidencia um baixo nível de debate.

Durante a segunda semana, foram realizados seis debates em direto no *iLeger*, cada um com uma candidatura. Note-se que, para a realização dos debates em direto, foi incorporado na plataforma *iLeger* o componente *CoveritLive*. As entradas submetidas através deste componente ficaram registadas na base de dados do componente e não na base de dados da plataforma *iLeger*. Entre a informação estatística disponibilizada por esse componente, encontra-se precisamente o número de entradas submetidas em cada

evento (debate em direto). Lembra-se ainda que para participar nos debates em direto os utilizadores não tinham que estar registados no *iLeger*.

A seguir, a Tabela 17 e a Figura 129 apresentam o número de perguntas e o número de respostas ocorridas em cada um dos debates em direto, realizados com as candidaturas às Eleições Presidenciais de Portugal de 2011.

Tabela 17 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas por candidatura – Eleições Presidenciais 2011

		Candidaturas						
		Cavaco Silva	Manuel Alegre	Fernando Nobre	Francisco Lopes	José Coelho	Defensor Moura	Total
Número de Entradas		82	327	108	84	313	58	972
Número de Respostas		18	13	12	27	13	10	93

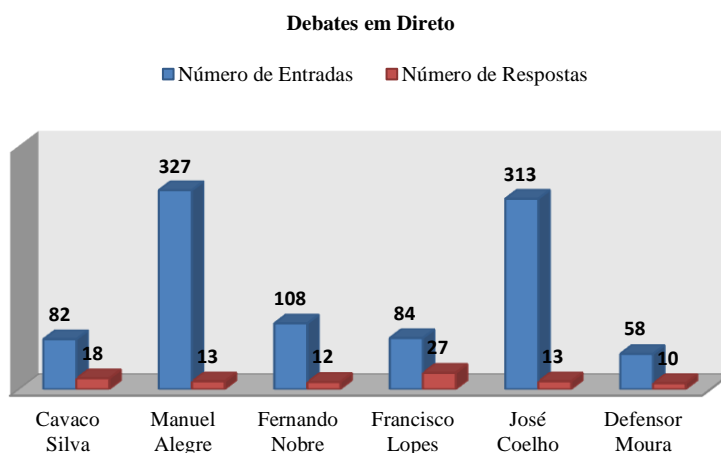


Figura 129 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas por candidatura – Eleições Presidenciais 2011

Portanto, ao longo dos seis debates, houve 972 entradas submetidas na forma de perguntas ou de comentários. No entanto, por restrições de tempo e de moderação,

apenas 93 dessas entradas foram abordadas pelas candidaturas. A Tabela 18 e a Figura 130 mostram o número total de entradas da comunidade e de respostas dos candidatos, durante a realização dos seis debates em direto.

Tabela 18 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas – Eleições Presidenciais 2011.

Debates em direto Entradas Vs Respostas	
Número de entradas da comunidade	Número de respostas das candidaturas
972	93

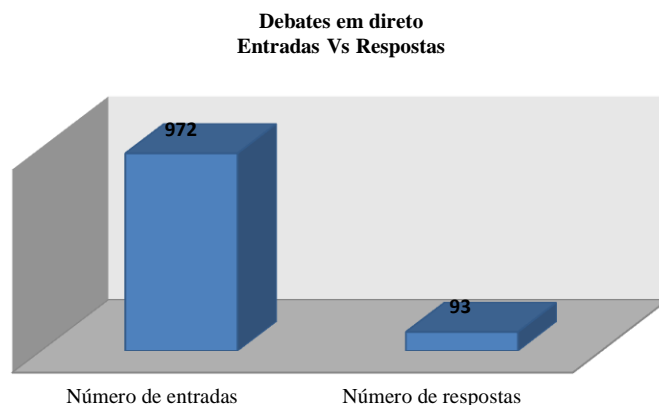


Figura 130 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas – Eleições Presidenciais 2011.

A Figura 131 ilustra a percentagem de entradas submetidas pelos utilizadores do *iLeger*, durante os seis debates em direto, que os candidatos abordaram, através de comentários ou respostas.



Figura 131 – Percentagem de entradas dos cidadãos, durante a realização dos seis debates em direto, que tiveram resposta dos candidatos – Eleições Presidenciais 2011

Assim, as candidaturas conseguiram responder a aproximadamente 9% das perguntas colocadas pela comunidade durante os seis debates em direto realizados no *iLeger*.

Na Figura 132, ilustra-se a descrição geral das visitas ao *iLeger* entre 6 e 23 de Janeiro de 2011.

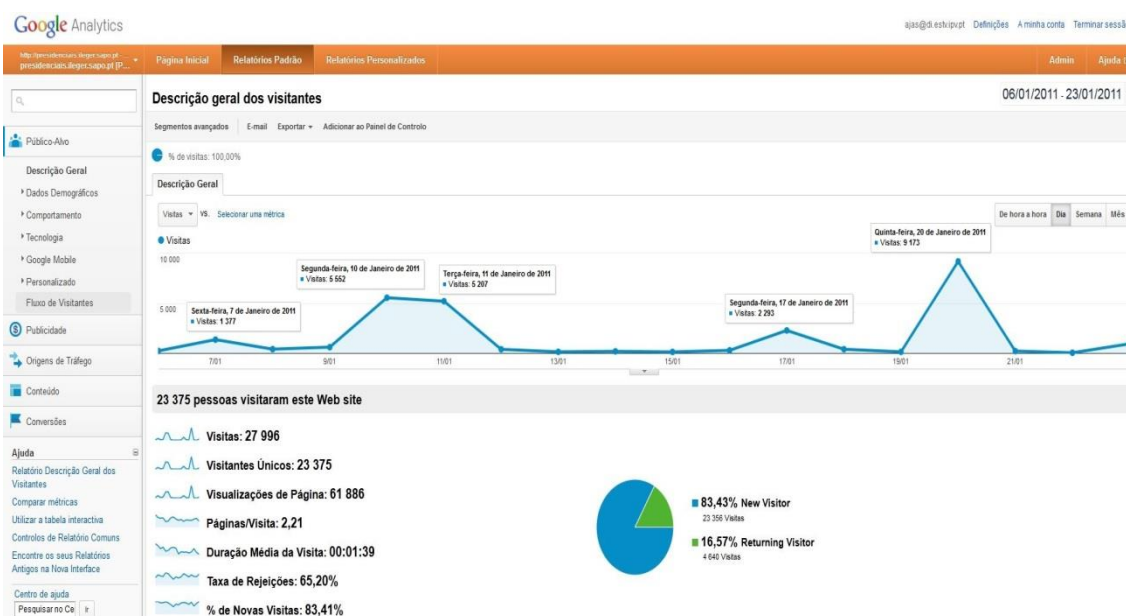


Figura 132 – Descrição geral dos visitantes da plataforma *iLeger* utilizada, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011, na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. Fonte: *Google Analytics*.

Através da observação da Figura 132, verifica-se que, por exemplo, em média, foram visualizadas 2,21 páginas por cada visita ao *iLeger*, durante o período de tempo em análise. A duração média de cada visita foi de 1 minuto e 39 segundos. A taxa de rejeições, isto é, a percentagem de visitas em que o utilizador abandonou o *iLeger* na página de entrada, foi de 65,2%. Por outro lado, a percentagem de utilizadores recorrentes, ou seja, que voltaram ao *iLeger*, além da visita inicial, foi de 16,5%. Mais à frente tentar-se-á perceber melhor o significado destes valores.

A análise da Figura 132 permite ainda verificar que os picos de visitas à plataforma *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011, ocorreram nos dias 7, 10, 11, 17 e 20. A Tabela 19 mostra o número de visitas registadas nos dias de maior afluência à plataforma *iLeger* utilizada na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011, de acordo com os dados recolhidos do *Google Analytics*.

Tabela 19 – Picos de visitas à plataforma *iLeger* utilizada, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011, na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. Fonte: *Google Analytics*.

Dia	Núm. Visitas	Acontecimento
7 de Janeiro de 2011	1377	Forte divulgação e destaque aos eventos de angariação de perguntas da plataforma <i>iLeger</i>
10 de Janeiro de 2011	5552	Três debates em direto com as candidaturas de Manuel Alegre, Francisco Lopes e de Defensor Moura
11 de Janeiro de 2011	5207	Dois debates em direto com as candidaturas de Cavaco Silva e de José Manuel Coelho
17 de Janeiro de 2011	2293	Debate em direto com a candidatura de Fernando Nobre
20 de Janeiro de 2011	9173	Forte divulgação e destaque às áreas de inquéritos e de sugestões da plataforma <i>iLeger</i>

Portanto, nestes 5 dias ocorreram 23602 visitas, cobrindo, assim, 84,3% das 27996 visitas ao *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Isto evidencia a importância dos eventos em direto e da divulgação das iniciativas de participação.

A Tabela 20 ilustra as datas e a hora de início e de conclusão de cada um dos seis debates em direto realizados no *iLeger*, durante a campanha eleitoral das Eleições Presidenciais de 2011.

Tabela 20 – Data e horário dos 6 debates em direto realizados no *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais 2011. Fonte: <http://presidenciais.ileger.sapo.pt/liveconf.php>. Acedido em 11 de Agosto de 2012

Candidatura	Data Debate em direto	Hora Início do debate	Hora Fim do debate
Manuel Alegre	10 de Janeiro de 2011	11:07	12:42
Francisco Lopes	10 de Janeiro de 2011	16:07	17:51
Defensor Moura	10 de Janeiro de 2011	19:03	20:09
Cavaco Silva	11 de Janeiro de 2011	11:14	12:35
José Manuel Coelho	11 de Janeiro de 2011	15:47	17:24
Fernando Nobre	17 de Janeiro de 2011	18:06	19:07

É também importante salientar que no dia 7 e, sobretudo, no dia 20 de Janeiro, como se pode observar na Figura 133, o portal SAPO divulgou, na sua *home page*, alguns eventos de participação da plataforma *iLeger* com mais destaque e maior duração do

que o habitual. O objetivo foi tentar dinamizar as áreas destinadas às sugestões e aos inquéritos à comunidade. Uma vez que a área das perguntas funcionou essencialmente para angariar perguntas para os debates em direto com as candidaturas, não fazia tanto sentido estar a divulgar essa área da plataforma, pois já tinham sido realizados todos os debates em direto.



Figura 133 – Exemplo de destaques na *home page* do portal SAPO às áreas de inquéritos e de sugestões da plataforma *iLeger* durante o dia 20 de Janeiro de 2011

Durante o dia 20 de Janeiro de 2011, o portal SAPO dedicou aproximadamente quatro horas de destaque às áreas de sugestões e de inquéritos da plataforma *iLeger*, sensivelmente entre as 11:30 e as 15:30. Normalmente, o SAPO destacava um evento de participação do *iLeger* por curtos espaços de tempo, exceto para os debates em direto, em que fazia a divulgação durante o tempo do debate e uns instantes antes e depois do debate. Note-se que a duração da divulgação e o tipo de destaque atribuído a um evento de participação estava dependente dos critérios editoriais do SAPO e, por inerência, da atualidade noticiosa. Por exemplo, o nível de destaque dado a um debate em direto

enquanto o debate decorria, podia ser reduzido, ou mesmo retirado, caso aparecesse, nesse intervalo de tempo, um furo jornalístico, ou por razões de índole editorial.

O *Google Analytics* permite visualizar a descrição geral das visitas ao *iLeger* hora a hora, durante um determinado intervalo de tempo, como se pode observar na Figura 134.

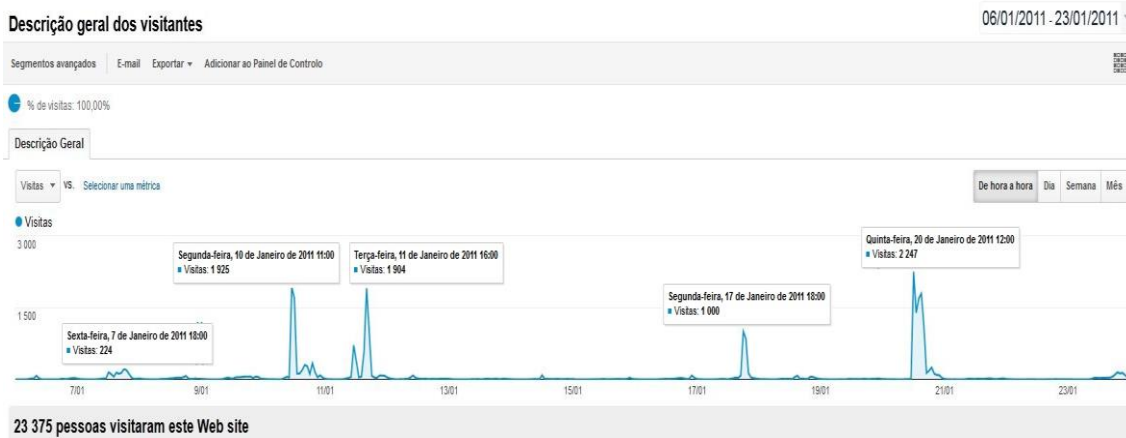


Figura 134 – Descrição geral das visitas ao *iLeger*, de hora a hora, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Fonte: *Google Analytics*.

Da observação da Tabela 20 e da Figura 134 sobressaem dois aspetos. Primeiro, em relação à importância dos debates em direto, pode-se verificar que foi durante as horas dos debates, ou nos momentos circunjacentes (isto é, em seu redor), que ocorreram os máximos de visitas ao *iLeger* desses dias (10, 11 e 17 de Janeiro de 2011), denotando o interesse dos cidadãos para participar em eventos ao vivo e de curta duração. Por exemplo, a Figura 134 mostra que no dia 11 de Janeiro de 2011 o pico de visitas ocorreu por volta das 16 horas, altura em que decorria o debate em direto com o candidato José Manuel Coelho, como é ilustrado na Tabela 20. O outro aspeto relevante está relacionado com a importância da divulgação (em horário nobre) dos eventos de participação. Por exemplo, a Figura 134 mostra que no dia 20 de Janeiro de 2011 o pico de visitas ocorreu por volta das 12 horas, altura em que decorria a forte divulgação na *home page* do SAPO para dinamizar as áreas de sugestões e de inquéritos da plataforma *iLeger*.

A Figura 135 é reveladora do interesse dos utilizadores por eventos ao vivo e da importância da divulgação das iniciativas de participação.

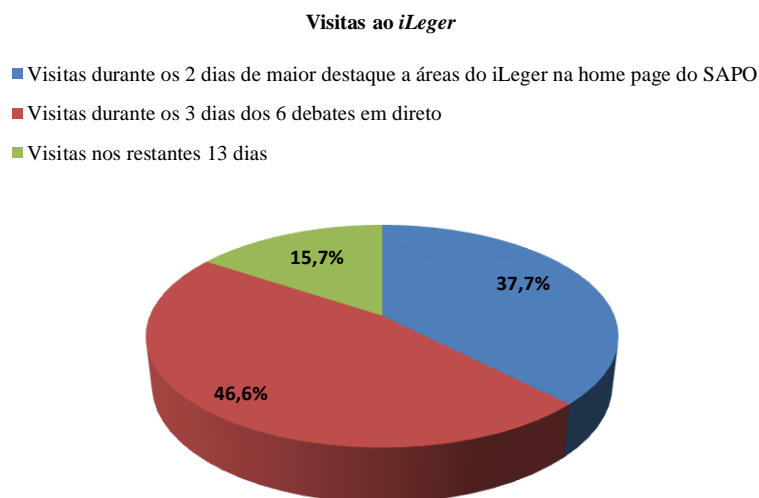


Figura 135 – Visitas à plataforma *iLeger* entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Fonte *Google Analytics*

Assim, como se pode observar, 46,6% (i.e. 13052) das visitas ao *iLeger* ocorreram durante os três dias em que se realizaram os seis debates em direto com representantes das candidaturas. Por outro lado, nos dois dias em que foi feita uma divulgação mais forte do que o normal, ocorreram 37,7% (i.e. 10550) das visitas à plataforma. Note-se que era comum o portal SAPO realizar destaques momentos antes, durante e momentos depois de cada debate em direto. Nos restantes 13 dias do intervalo de tempo em análise, apenas se verificaram 15,7% (i.e. 4394) das visitas. Nesses dias, a divulgação na *home page* do portal SAPO aos eventos de participação do *iLeger* foi muito reduzida e, em alguns dias foi mesmo nula.

Durante as duas semanas, os utilizadores registados submeteram, na área destinada à angariação de sugestões, um total de 201 propostas, das quais 20 foram rejeitadas pelo moderador, como se pode observar na Tabela 21 e na Figura 136.

Tabela 21 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Presidenciais 2011

	Número de Sugestões	Percentagem
Sugestões aceites	181	90%
Sugestões rejeitadas	20	10%
Total	201	100%

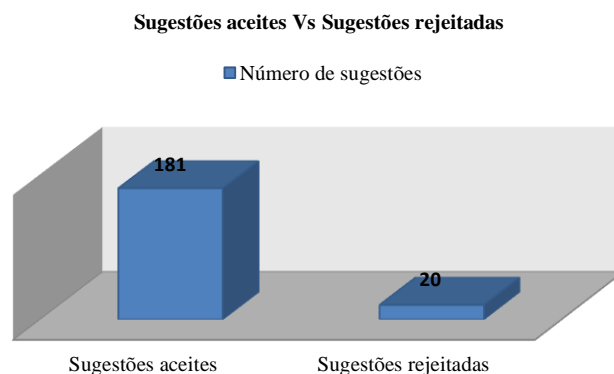


Figura 136 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Presidenciais 2011

Portanto, como se pode verificar na Figura 137, o moderador rejeitou 10% das sugestões submetidas pelos utilizadores registados no *iLeger*.



Figura 137 – Taxa de rejeição de sugestões – Eleições Presidenciais 2011

Nesta secção do *iLeger*, o editor convidou os membros da comunidade a dizerem o que fariam, se fossem o Presidente da República.

Na Tabela 22 e na Figura 138, apresenta-se o número de entradas escritas (perguntas, comentários e sugestões) que foram submetidas pela comunidade antes e depois dos debates em direto (502), a convite do editor da plataforma, e o número de entradas submetidas durante os seis debates em direto (972) realizados no *iLeger*.

Tabela 22 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Presidenciais 2011

	Número de Entradas	Porcentagem
Submetidas fora de DD	502	34,1%
Submetidas durante os 5 DD	972	65,9%
Total	1474	100%

Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD)

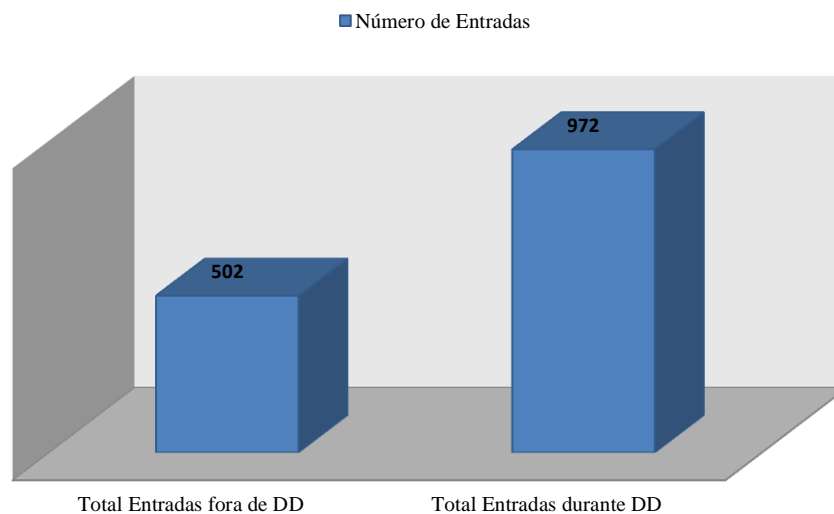


Figura 138 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Presidenciais 2011

Assim, ao comparar o número de entradas escritas submetidas pela comunidade antes e depois dos debates em direto com o número de entradas submetidas durante os seis debates em direto, como é ilustrado na Figura 139, pode-se verificar que 65,9% do total das entradas foram submetidas no decorrer dos debates em direto realizados no *iLeger*.

Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD)

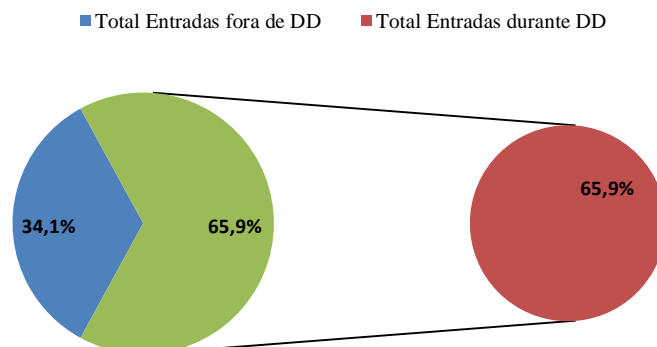


Figura 139 – Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Presidenciais 2011

Considere-se que as 972 entradas foram submetidas durante aproximadamente oito horas de duração dos seis debates em direto. Por outro lado, contabilizando para cada dia 16 horas (das 8 da manhã até às 24h), e retirando as cerca de oito horas dos debates em direto, determinam-se aproximadamente 280 horas entre o dia 6 e o dia 23 de Janeiro, em que se registaram as 502 entradas submetidas pela comunidade “fora” dos debates em direto. Assim, enquanto durante os debates em direto foram submetidas em média cerca de 121 entradas por hora, durante os restantes dias foram apenas submetidas aproximadamente 1,7 entradas por hora. Estes valores sugerem que pode existir uma preferência dos cidadãos para participar, submetendo conteúdos escritos, em eventos ao vivo e de curta duração.

Note-se ainda que os utilizadores não necessitavam de estar registados na plataforma para submeter conteúdos escritos durante os debates em direto e que, ao invés, para submeter conteúdos fora (antes e depois) dos debates em direto, precisavam de estar registados no *iLeger*. A não necessidade de registo poderá ter sido, eventualmente, um fator catalisador para a participação durante os debates em direto.

No global, houve 886 votos em perguntas, 1292 votos em sugestões e 6265 votos nas 15 questões do inquérito aos cidadãos, como se pode observar na Tabela 23 e na Figura 140.

Tabela 23 – Número de votos nas áreas de perguntas, sugestões e de inquéritos – Eleições Presidenciais 2011.

Número de votos		
Perguntas	Sugestões	Inquéritos
886	1292	6265

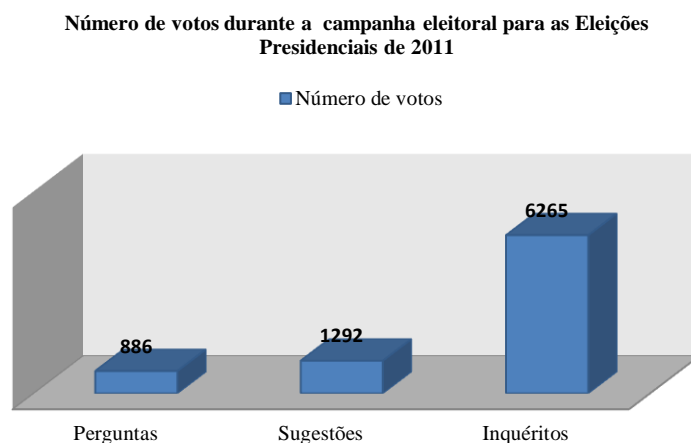


Figura 140 – Número de votos nas áreas de perguntas, sugestões e de inquéritos – Eleições Presidenciais 2011.

É também pertinente notar que, como é ilustrado na Tabela 24 e na Figura 141, se não se contabilizarem os debates em direto, pois não era necessário registar nem iniciar sessão para participar, dos 947 utilizadores únicos que efetuaram *login* no *iLeger*, 845 submeteram conteúdos escritos (253 perguntas, 48 comentários e 201 sugestões) ou votaram nas perguntas, nas sugestões e nos inquéritos.

Tabela 24 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no *iLeger* – Eleições Presidenciais 2011

Número de utilizadores que efetuaram login	Número de utilizadores que participaram ativamente (não contabilizando os debates em direto)
947	845

Número de utilizadores que efetuaram login e que participaram ativamente

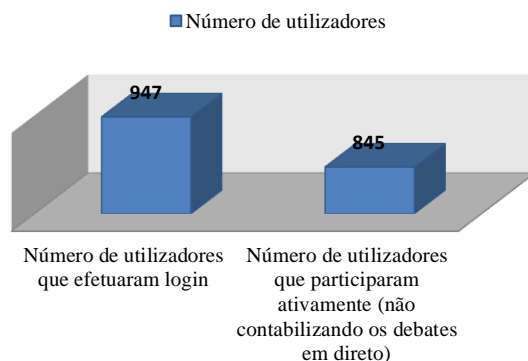


Figura 141 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no *iLeger* – Eleições Presidenciais 2011

Isto indica que, como é ilustrado na Figura 142, participaram ativamente no *iLeger* aproximadamente 90% dos utilizadores que efetuaram *login*.

Percentagem de participação dos utilizadores que efetuaram *login* (não contabilizando os debates em direto)

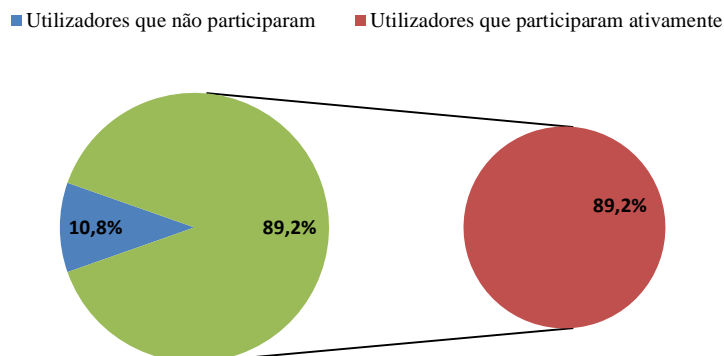


Figura 142 – Percentagem de participação dos utilizadores que efetuaram *login* (não contabilizando os debates em direto) – Eleições Presidenciais 2011

O *Google Analytics* permite gerar um conjunto de relatórios para analisar o comportamento dos utilizadores de um sítio Web. Na Figura 143, apresenta-se um relatório que proporciona uma visão rápida da proporção entre novas visitas e visitas recorrentes ao *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011.

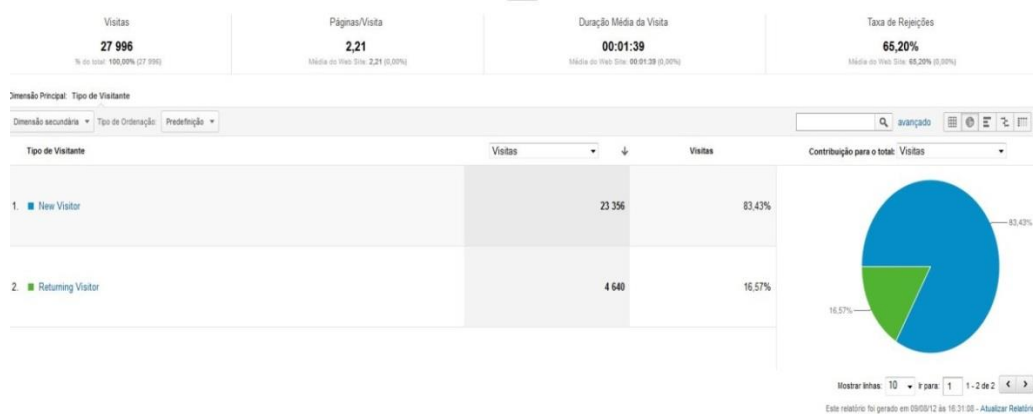


Figura 143 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011 – Novas visitas Vs Visitas de regresso. Fonte: *Google Analytics*

Através da observação da figura, verifica-se que houve cerca de 16,5% de visitas recorrentes ao *iLeger*. Todas as restantes foram contabilizadas como novas visitas. Mais tarde, voltar-se-á a este assunto, de modo a tentar conhecer possíveis razões para estes valores.

Na Figura 144, apresenta-se um relatório, gerado pelo *Google Analytics*, que permite analisar o nível de interesse dos utilizadores no *iLeger*, do ponto de vista da frequência com que regressaram (uma, duas, ..., cem ou mais vezes) ao sítio Web, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Note-se que, para a contabilização, são analisadas as sessões (visitas), não os visitantes únicos.

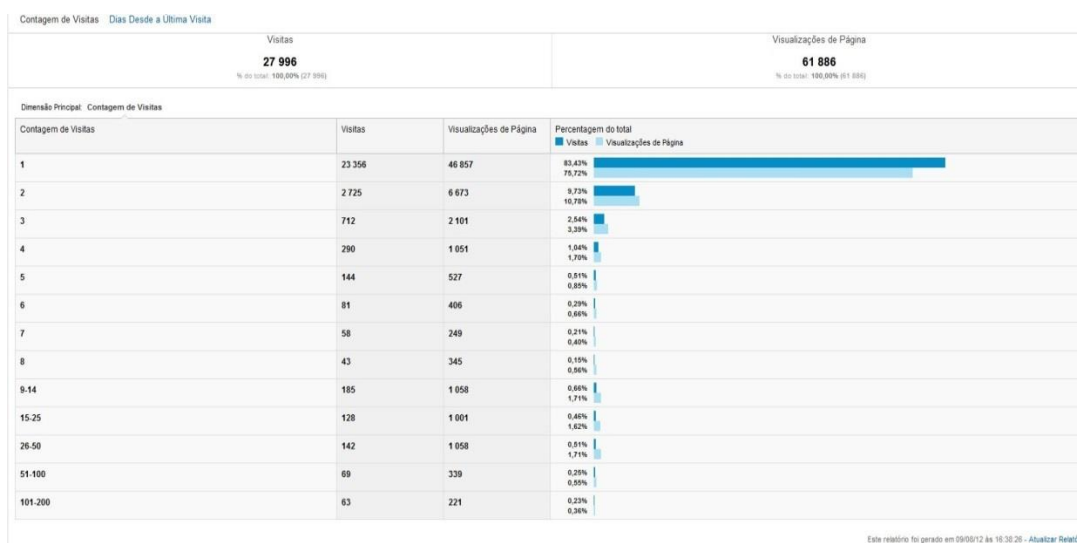


Figura 144 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011 – Frequência das visitas. Fonte: *Google Analytics*

Como se pode observar, 2,1% das visitas foram contabilizadas como sendo a nona visita, ou em número superior, de um utilizador. Note-se, porém, que, dado o reduzido intervalo de tempo em análise (aproximadamente 18 dias), esta percentagem de visitas representa uma média de uma visita ao *iLeger* a cada dois dias. Isto é, esta pequena fatia de visitas (perto de 6 centenas em número absoluto) denota uma frequência de regresso considerável por parte dos utilizadores que as fizeram. Destaque-se ainda o facto de 63 visitas terem representado o regresso entre a centésima e a ducentésima vez dos utilizadores que as fizeram.

Na Figura 145, apresenta-se o relatório que permite analisar a duração das visitas ao *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011.

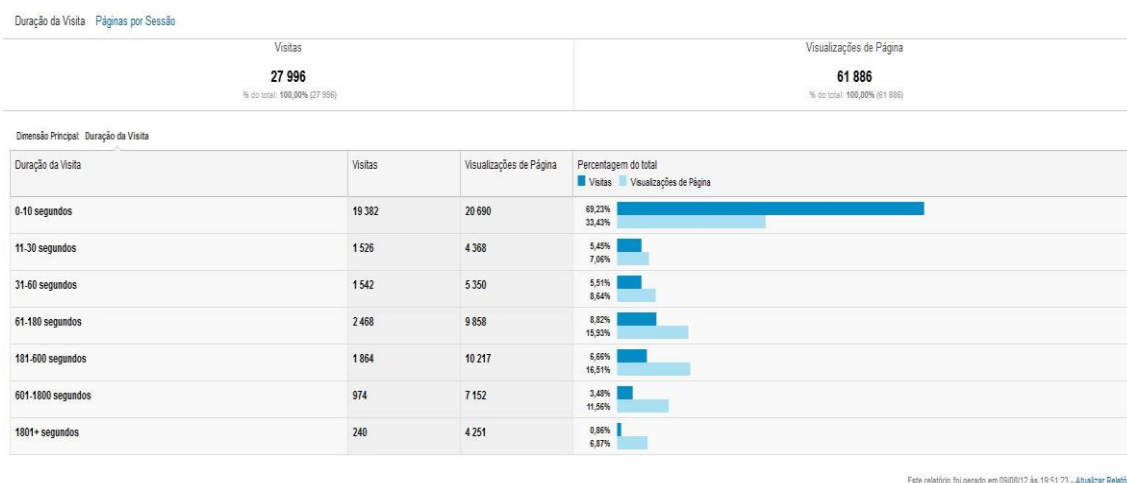


Figura 145 – Relatório que mostra a duração das visitas realizadas ao *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Fonte: *Google Analytics*

Através da observação da figura, verifica-se que a maioria das visitas (69,23%) teve uma duração inferior a 10 segundos. Porém, é importante notar que este valor tão elevado pode estar relacionado com o facto de as visitas a uma única página serem atribuídas, pelo *Google Analytics*, à duração da visita de 0 a 10 segundos, independentemente do tempo que o utilizador despender nessa página, e que a divulgação feita na home page do portal SAPO aos debates em direto canalizava os utilizadores diretamente para a página do *iLeger* onde estava a ser realizado o debate.

Portanto, para os utilizadores que “entraram” no *iLeger* através da página onde estava a ser realizado um debate em direto (que tinha a duração de aproximadamente uma hora),

e “abandonaram” a plataforma sem visitar outras páginas, não se consegue contabilizar o seu tempo de permanência. Note-se ainda que, como ilustrado na Figura 135, uma parte substancial das visitas ao *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011, foi feita durante os debates em direto e nos períodos circunjacentes.

Considere-se ainda que a taxa de rejeições, que indica a percentagem de visitas de página única (ou seja, visitas em que o utilizador abandonou o sítio Web na página de entrada), registada pelo *Google Analytics* entre esse intervalo de tempo, foi de 65,20%, um valor próximo do verificado para as visitas com duração inferior a 10 segundos. Estes dados sugerem que existe a possibilidade de uma grande parte dos utilizadores ter vindo ao *iLeger* apenas para assistir ou participar em debates em direto e que não acedeu às outras áreas funcionais da plataforma. Isto é, os utilizadores teriam entrado no *iLeger* diretamente para a página de um debate em direto e depois saíram da plataforma sem aceder a qualquer outra página. Estão, contudo, por apurar as razões deste comportamento.

Por outro lado, mesmo considerando o elevado número de visitas de página única e admitindo que não é possível contabilizar o tempo despendido pelos utilizadores nessas visitas, é assinalável que 11% das visitas tenham tido uma duração igual ou superior a 3 minutos e que tenham sido responsáveis por 39,94% das visualizações de página no *iLeger*, durante o período em análise. Isto revela um nível apreciável de interesse nos conteúdos da plataforma e, por conseguinte, de envolvimento dos utilizadores que realizaram essas visitas.

Na Figura 146 apresenta-se o relatório que permite ver o número de páginas visualizadas por cada sessão realizada no *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011.

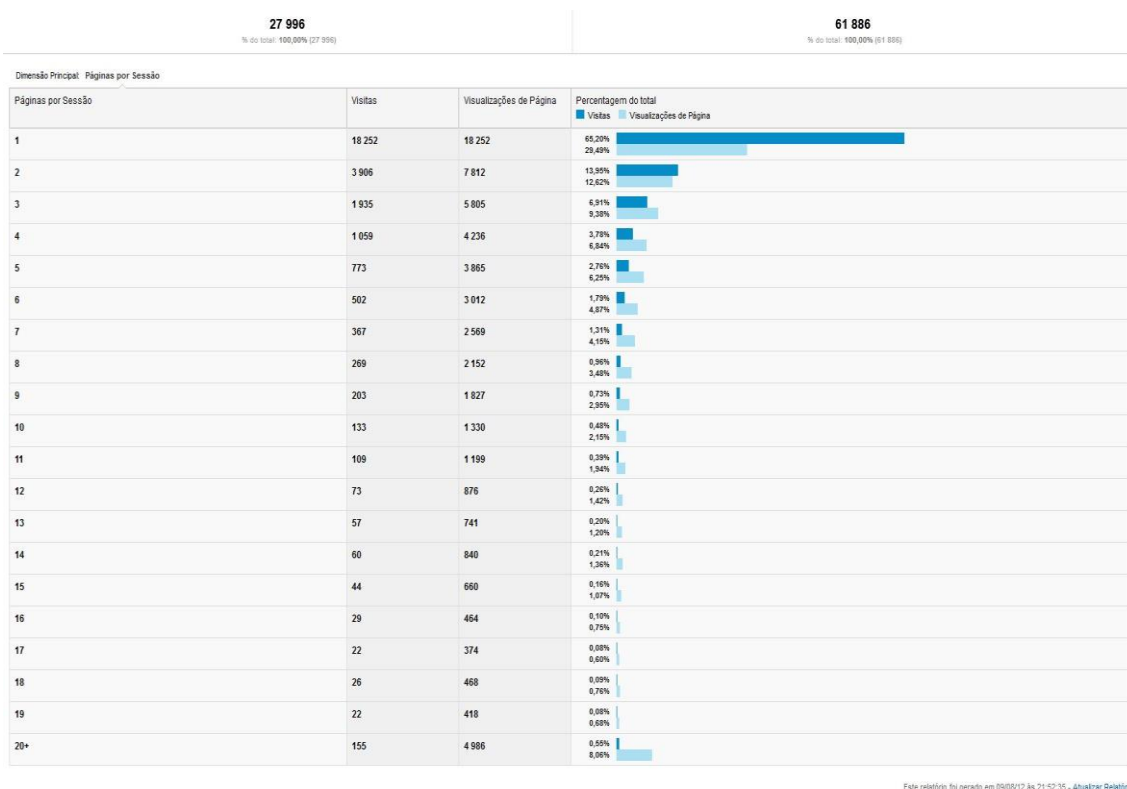


Figura 146 – Relatório que mostra o número de páginas por cada sessão realizada no *iLeger* entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Fonte: *Google Analytics*

Através da observação da figura, verifica-se que na maioria das visitas (65,20%) somente se visualizou uma página. Este valor é igual ao da taxa de rejeições. Considerando que as visitas de página única são atribuídas, pelo *Google Analytics*, à categoria de páginas por sessão (=1), tal como previamente sugerido, este valor pode estar intimamente relacionado com o facto de os utilizadores terem vindo ao *iLeger* apenas para assistir ou participar em debates em direto.

Por outro lado, mesmo considerando o elevado número de visitas de página única, é notável que em 20,85% das visitas tenham sido visualizadas 3 ou mais páginas por visita, representando 57,89% das visualizações de páginas na plataforma *iLeger*. Outro dado interessante, que resulta da observação da Figura 146, é que em 155 visitas foram visualizadas mais de 20 páginas durante cada visita, tendo abrangido aproximadamente 8% das visualizações de páginas na plataforma, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011. Estes dados também podem revelar um considerável nível de interesse nos conteúdos do *iLeger* e, por conseguinte, de envolvimento dos utilizadores responsáveis por essas visitas.

O *Google Analytics* também permite gerar relatórios sobre a distribuição geográfica das visitas a um sítio Web. Assim, a Figura 147 ilustra o relatório de cobertura geográfica mundial, gerado pelo *Google Analytics*, para o *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011.

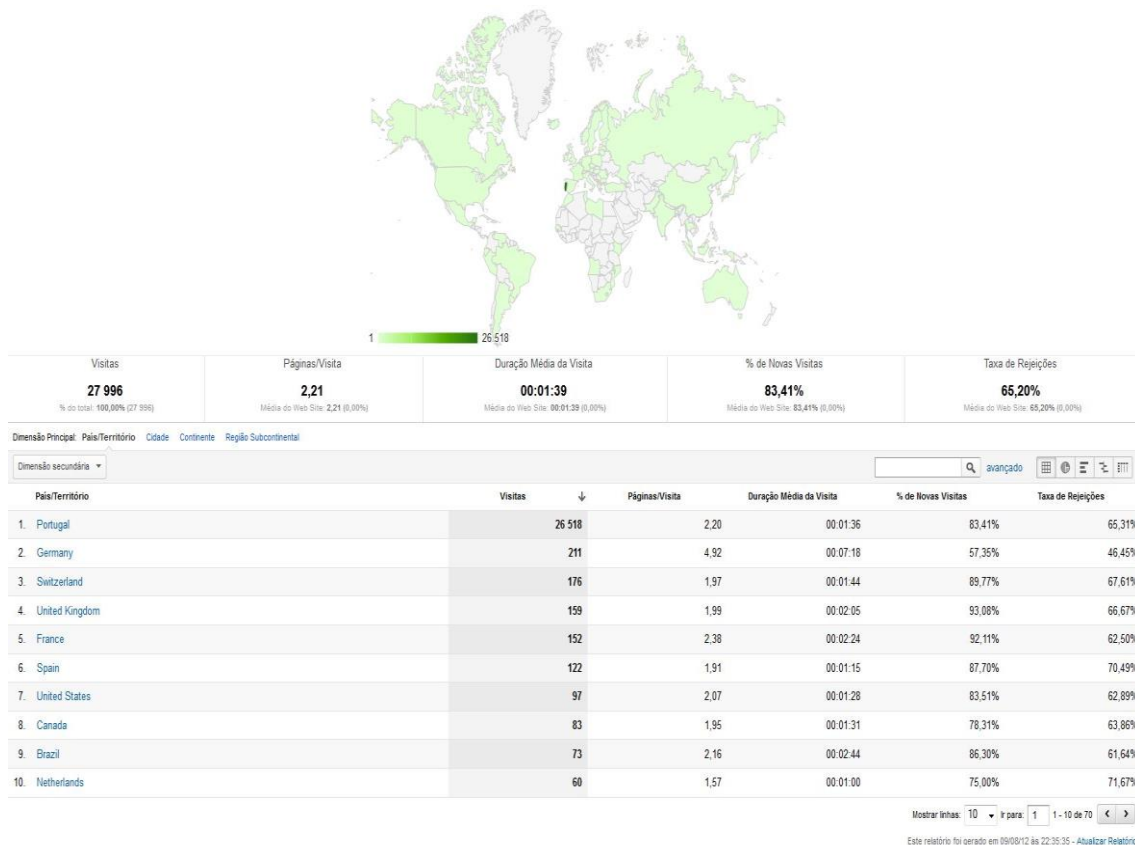


Figura 147 – Relatório sobre a cobertura geográfica mundial das visitas ao *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. Fonte: *Google Analytics*

Como se pode observar, a distribuição geográfica das visitas ao *iLeger* durante a campanha eleitoral nas Presidenciais de 2011 foi bastante abrangente, cobrindo 70 países. Considera-se este relatório como um sinal do enorme potencial das ferramentas de participação eletrónica, como o *iLeger*, para dar voz aos cidadãos emigrantes interessados em participar na vida política do seu país de origem, aproximando-os dos candidatos e dos restantes intervenientes na campanha eleitoral num espaço partilhado de debate.

Um aspeto interessante deste relatório é que permite ainda discriminar a distribuição da localização das visitas por país. Assim, a Figura 148 ilustra o relatório de cobertura

geográfica em Portugal, gerado pelo *Google Analytics*, para o *iLeger*, entre 6 e 23 de Janeiro de 2011.

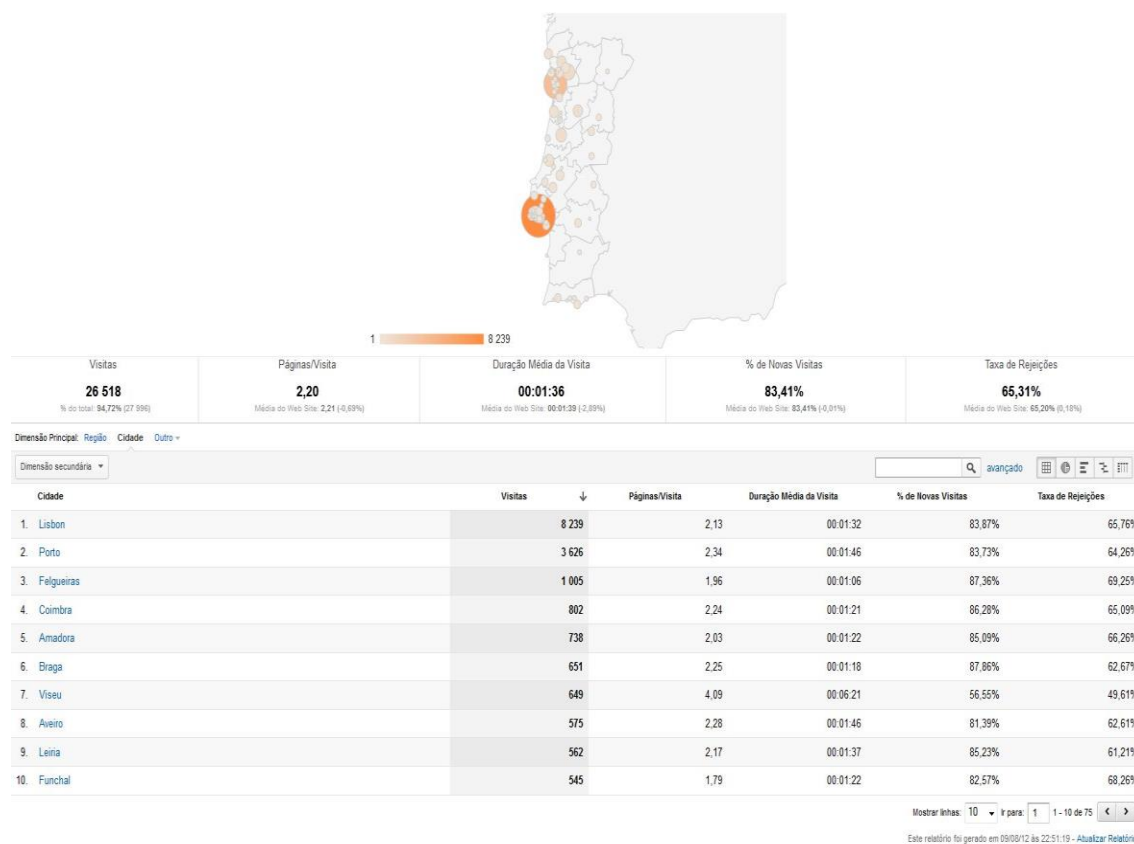


Figura 148 – Relatório sobre a cobertura geográfica em Portugal das visitas ao *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. Fonte: *Google Analytics*

Note-se que das 27996 visitas ao *iLeger* durante esse período, 26518 (isto é, aproximadamente 95%) foram efetuadas a partir de Portugal. Verifique-se também que as visitas provenientes de Portugal abrangeram 75 cidades. Considerando as 156 cidades portuguesas contabilizadas pelo Instituto Nacional de Estatística em 31 de Julho de 2011 (INE, 2011), constata-se que a cobertura das visitas abrangeu quase metade das cidades de Portugal. De um modo geral, nesta lista de 71 cidades encontram-se as cidades com maior densidade populacional em Portugal.

8.2.4 Experiência IV: Eleições Legislativas de Portugal de 2011

A plataforma *iLeger* foi usada, em parceria com o portal SAPO, durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas Portuguesas em Junho de 2011 (<http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/>). Cobriu as duas últimas semanas antes das eleições, entre vinte e quatro de Maio e cinco Junho de 2011. Durante o período de reflexão, não foi possível submeter conteúdos nem votar. Isto é, a plataforma apenas esteve disponível para consulta de conteúdos.

A versão do *iLeger* usada foi configurada de modo a que os utilizadores tivessem de se registar para poderem submeter conteúdos (perguntas e sugestões) e votar. Todos os conteúdos escritos submetidos por cidadãos foram sujeitos a moderação e as candidaturas apenas participaram em debates em direto. Note-se, contudo, que para participar nos debates em direto não era necessário estar registado no *iLeger*.

Das dezassete candidaturas às Eleições Legislativas de 2011, cinco participaram em debates em direto no *iLeger*. Mais concretamente, participaram nos debates em direto o Partido Socialista (PS), o Partido do Centro Democrático Social – Partido Popular (CDS-PP), o Partido Comunista dos Trabalhadores Portugueses (PCTP/MRPP), o Partido pelos Animais e pela Natureza (PAN), e a Coligação Democrática Unitária (CDU), que representa a coligação do Partido Comunista Português (PCP) com o Partido Ecologista “Os Verdes” (PEV). Assim, com a exceção do Partido Social Democrata (PSD), estiveram representados todos os partidos com acento parlamentar na altura, isto é, os maiores partidos nacionais. Porém, num debate que ocorreu no *Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas* (ISCSP), em que foram usadas perguntas submetidas no *iLeger*, e que foi transmitido em direto no *iLeger*, estiveram representados todos os cinco partidos com assento na Assembleia da República na ocasião, nomeadamente o Bloco de Esquerda (BE), o CDS-PP, o PCP, o PS e o PSD. Portanto, das dezassete candidaturas às Eleições Legislativas de 2011, sete participaram na iniciativa que usou a plataforma *iLeger*. De acordo com os dados divulgados pela Direção Geral da Administração Interna e pelo Ministério da Justiça de Portugal, estas sete candidaturas foram as mais votadas nas eleições do dia 5 de Julho de 2011, tendo

recebido 93,65% dos votos (tendo em conta que existiram 2,66% de votos em branco e 1,43% de votos nulos), como se pode verificar na Figura 149.



Figura 149 – Resultados globais das Eleições Legislativas de Portugal de 2011. Fonte: Direção Geral da Administração Interna e Ministério da Justiça
<http://www.eleicoes.mj.pt/legislativas2011/> (acedido em 7 de Agosto de 2012)

Para o registo dos utilizadores foi usado o mecanismo de *Single Sign On* (SSO) do nosso parceiro. Assim, os utilizadores já registados no SAPO poderiam entrar no *iLeger* sem necessitarem de efetuar um novo registo. Foram contabilizados 290 utilizadores distintos que efetuaram o *login* no *iLeger*, ou seja, que ficaram habilitados para submeter conteúdos escritos e para votar. As estatísticas extraídas do *Google Analytics* indicam que, durante as duas semanas, 18213 utilizadores únicos visitaram o *iLeger*,

perfazendo um total de 21237 visitas e de 39913 visualizações de páginas. A Tabela 25 e a Figura 150 mostram o número de visitantes únicos (NVU) e o número de visitantes únicos que efetuaram Login (NVL) no *iLeger*, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011.

Tabela 25 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Legislativas de 2011

Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL)	
NVU	NVL
18213	290

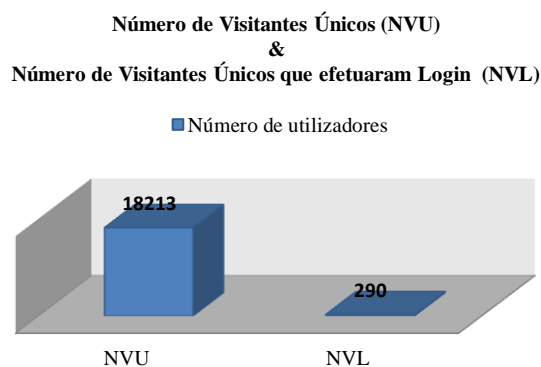


Figura 150 – Número de Visitantes Únicos (NVU) & Número de Visitantes Únicos que efetuaram Login (NVL) – Eleições Legislativas de 2011

Assim, como se pode observar na Figura 151, apenas 1,6% dos visitantes distintos chegaram a efetuar *login* no *iLeger*, durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de Portugal de 2011.

Percentagem de visitantes únicos que efetuaram login no *iLeger*
Eleições Legislativas de 2011

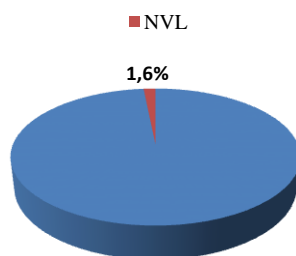


Figura 151 – Percentagem de Visitantes Únicos que efetuaram Login no *iLeger* – Eleições Legislativas de 2011

Os cidadãos foram convidados a criar um top de 10 perguntas para ser depois apresentado, simultaneamente a representantes dos partidos políticos com assento parlamentar, durante um debate em direto realizado no dia 31 de Maio de 2011, no *ISCSP*. Sucintamente, foram criados três eventos de participação. Cada iniciativa tinha a data limite de 30 de Maio de 2011 para a submissão de perguntas e tinha um tema associado, nomeadamente o crescimento da economia, o estado social e a ajuda externa. Convém referir que, dado o contexto económico e financeiro de Portugal nesse momento, esses foram os temas dominantes da campanha eleitoral. Os cidadãos registados enviaram perguntas e votaram, de acordo com a sua relevância. Nessa fase, foram aceites pelo moderador 101 das 116 perguntas submetidas pelos cidadãos, como é ilustrado na Tabela 26 e na Figura 152.

Tabela 26 – Perguntas aceites Vs Perguntas rejeitadas – Eleições Legislativas 2011

	Número de Perguntas	Percentagem
Perguntas aceites	101	87%
Perguntas rejeitadas	15	13%
Total	116	100%

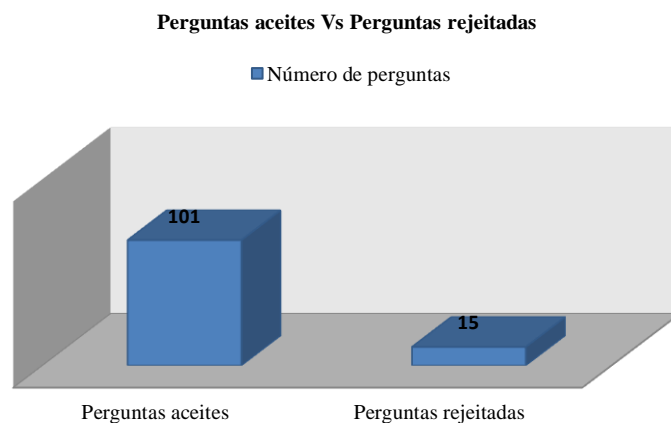


Figura 152 – Perguntas aceites Vs perguntas rejeitadas pelo moderador – Eleições Legislativas 2011

Portanto, como se pode verificar na Figura 153, o moderador rejeitou 13% das perguntas submetidas pelos utilizadores registados no *iLeger*.



Figura 153 – Taxa de rejeição de perguntas – Eleições Legislativas 2011.

O debate do *ISCSP* foi moderado pela diretora do canal de notícias do portal *SAPO* e, através de uma parceria entre a estação de televisão *SIC Notícias* e o portal *SAPO*, foi difundido em direto no *iLeger*, via *streaming* de vídeo. O debate teve duas fases. Na primeira, participaram representantes dos partidos políticos com assento parlamentar. Na segunda, participaram representantes das juventudes partidárias. As 10 perguntas mais votadas no *iLeger* foram as únicas usadas em ambas as fases do debate e foram respondidas por cada um dos políticos convidados. A Figura 154 mostra a difusão do debate na área do *iLeger* destinada aos debates em direto.



Figura 154 – Debate em direto transmitido via *streaming* de vídeo no *iLeger* nas Eleições Legislativas 2011

Destaque-se o facto de terem aderido a esta iniciativa políticos conceituados, entre os quais líderes parlamentares e elementos que acabariam por vir a fazer parte do governo eleito, como ministros (ver anexo 2).

Adicionalmente, foram realizados cinco debates em direto no *iLeger*, cada um com uma candidatura. Cada debate durou cerca de uma hora. Ao longo dos cinco debates, houve 2976 entradas submetidas na forma de perguntas ou de comentários. No entanto, por restrições de tempo e de moderação, apenas 123 dessas entradas foram abordadas pelas candidaturas.

A Tabela 27 e a Figura 155 mostram o número total de entradas dos cidadãos e de respostas dos candidatos, durante a realização dos cinco debates em direto. Lembra-se que para participar nos debates em direto os utilizadores não tinham de estar registados no *iLeger*, e que para a realização dos debates em direto foi incorporado na plataforma *iLeger* o componente *CoveritLive*.

Tabela 27 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas – Eleições Legislativas 2011.

Debates em direto	
Entradas Vs Respostas	
Número de entradas	Número de respostas
2976	123

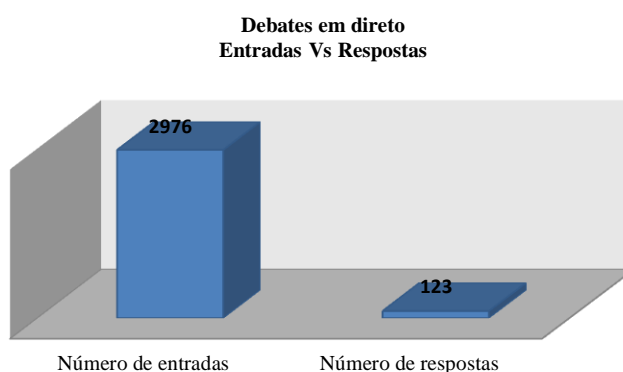


Figura 155 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas – Eleições Legislativas 2011.

A Figura 156 ilustra a percentagem de entradas submetidas pelos utilizadores do *iLeger*, durante os cinco debates em direto, que os candidatos abordaram, através de

comentários ou respostas. Assim, os candidatos responderam a 4% das perguntas colocadas pela comunidade durante os debates em direto.



Figura 156 – Percentagem de entradas dos cidadãos, durante a realização dos cinco debates em direto, que tiveram resposta dos candidatos – Eleições Legislativas 2011

Convém referir que, por razões técnicas, o portal SAPO apenas colocou a plataforma *iLeger* disponível no seu “Especial Eleições Legislativas 2011”, a partir do final da tarde do dia 24 de Maio de 2011, um pouco depois de ter sido realizado um debate em direto com uma representante do Bloco de Esquerda, Ana Drago. Para participar no debate, os utilizadores acederam a uma página do Especial Eleições, do SAPO. Todavia, logo que o *iLeger* ficou incorporado no Especial Eleições, o debate ficou disponível para consulta na área de debates em direto do *iLeger*. É ainda importante referir que o debate realizado no dia 31 de Maio de 2011 no ISCSP, além de ter sido mostrado em direto na plataforma *iLeger*, foi também difundido ao vivo numa página do Especial Eleições do SAPO. A principal divulgação feita para o debate foi toda direcionada para essa página.

Portanto, nas estatísticas ilustradas na Figura 155 e na Figura 156 não foram considerados os valores do debate realizado com a representante do BE. A seguir, na Tabela 28 e na Figura 157, apresenta-se o número de perguntas e o número de respostas ocorridas em cada um dos debates em direto, incluindo o debate com a representante do BE.

Tabela 28 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas por candidatura – Eleições Legislativas 2011

	CDU	CDS-PP	PS	PCTP/MRPP	PAN	Total 5 debates	BE	Total 6 debates
Número de Entradas	611	726	831	291	517	2976	803	3779
Número de Respostas	30	27	14	20	32	123	10	133

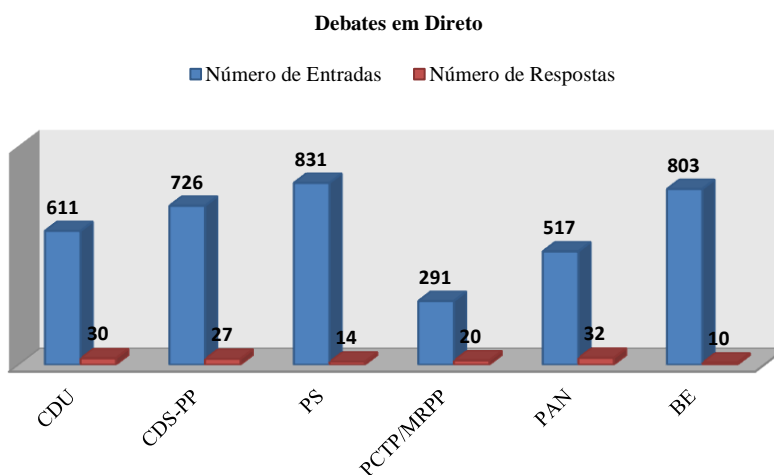


Figura 157 – Debates em direto. Entradas Vs Respostas por candidatura – Eleições Legislativas 2011

É importante notar que, segundo as estatísticas do *Google Analytics*, das 21237 visitas registadas entre 24 de Maio de 2011 e 5 de Junho de 2011, 19419 ocorreram durante os dias dos cinco debates em direto realizados no *iLeger*, denotando o interesse dos cidadãos em eventos ao vivo e de curta duração. Na Figura 158, ilustra-se a descrição geral das visitas ao *iLeger* entre o final da tarde do dia 24 Maio e 5 de Junho de 2011. Note-se que no gráfico não estão contabilizadas as visitas ocorridas durante o debate com a representante do BE, no dia 24 de Maio de 2011, pois o *iLeger* ficou *on-line* horas depois de o debate ter sido realizado.

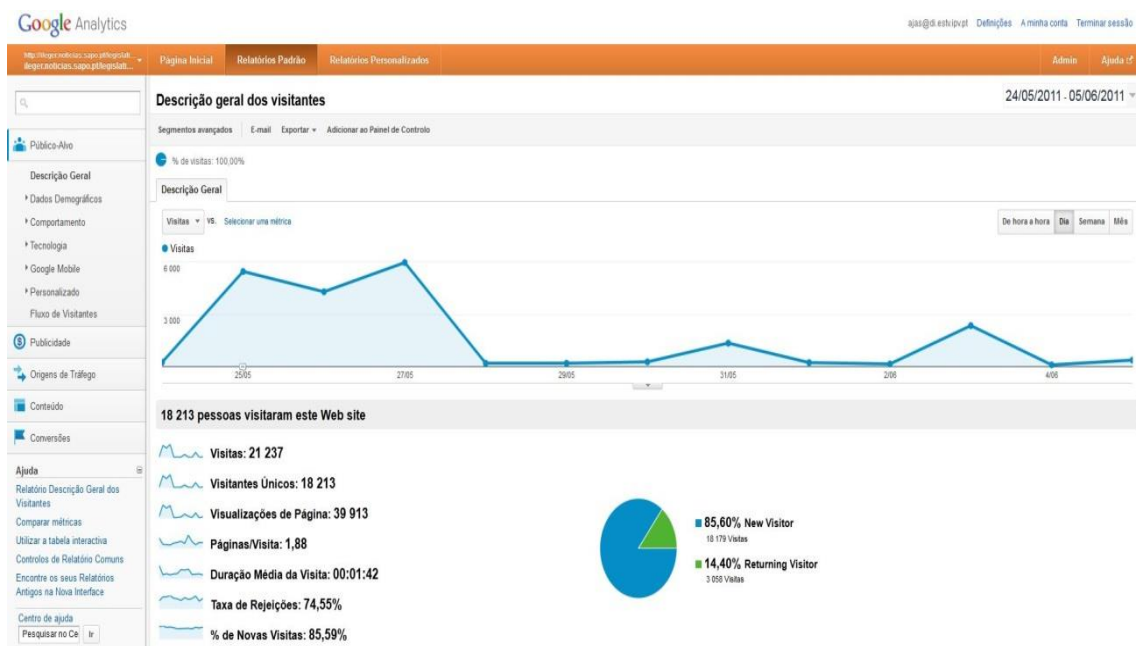


Figura 158– Descrição geral dos visitantes da plataforma *iLeger* utilizada, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011, na campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011. Fonte: *Google Analytics*.

Através da observação da Figura 158, verifica-se que, por exemplo, em média, foram visualizadas 1,88 páginas por cada visita ao *iLeger*, durante o período de tempo em análise. A duração média de cada visita foi de 1 minuto e 42 segundos. A taxa de rejeições, isto é, a percentagem de visitas em que o utilizador abandonou o *iLeger* na página de entrada, foi de 74,55%. Por outro lado, a percentagem de utilizadores recorrentes, ou seja, que voltaram ao *iLeger*, além da visita inicial, foi de 14,4%. Mais à frente, tentar-se-á perceber melhor o significado destes valores.

Note-se ainda que os picos refletem os dias em que se realizaram debates em direto. A Tabela 29 e a Figura 159 mostram o número de visitas e as datas dos cinco debates em direto realizados no *iLeger*, durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011.

Tabela 29 – Número de visitas e datas dos 5 debates em direto – Eleições Legislativas 2011

	CDU	CDS-PP	PS	PCTP/MRPP	PAN
Número de visitas (total dia)	5455	4293	5966	1352	2353
Data do debate	25 de Maio 2011	26 de Maio 2011	27 de Maio 2011	31 de Maio 2011	3 de Junho 2011

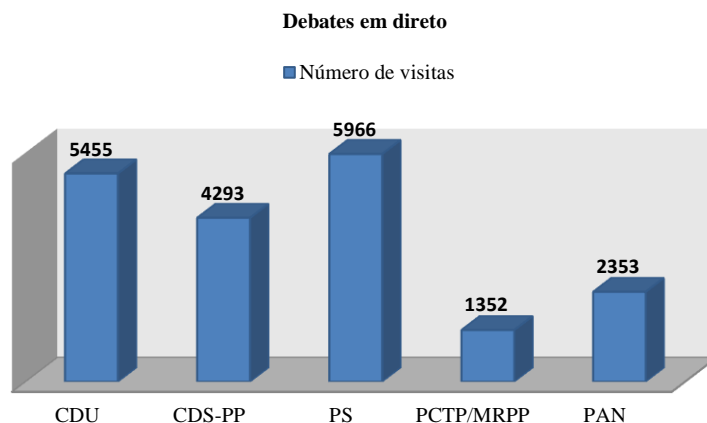


Figura 159 – Número de visitas dos 5 debates em direto – Eleições Legislativas 2011

A Figura 160 mostra o número total de visitas ao *iLeger* entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011 e o número total de visitas que ocorreram nos dias dos cinco debates em direto realizados no *iLeger*.

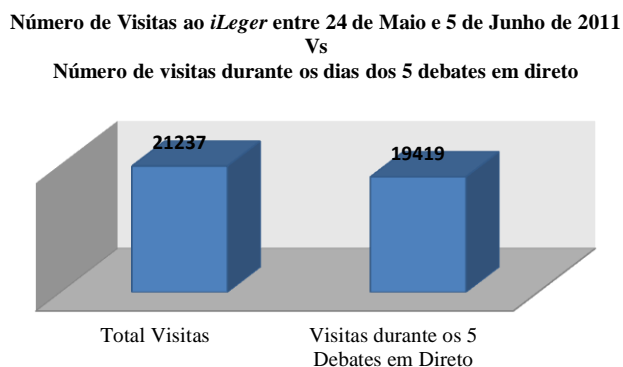


Figura 160 – Número de Visitas ao *iLeger* entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011 Vs Número de visitas durante os dias dos 5 debates em direto – Eleições Legislativas 2011

A Figura 161 mostra a percentagem de visitas durante os dias dos cinco debates em direto, relativamente ao total de visitas ao *iLeger* entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011.

Percentagem de visitas durante os 5 debates em direto

■ Visitas durante os dias dos 5 Debates em Direto

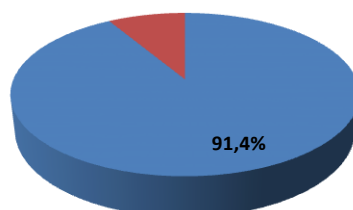


Figura 161 – Percentagem de visitas durante os dias dos 5 debates em direto – Eleições Legislativas de 2011

Como se pode observar, 91,4% (i.e. 19419 em 21237) das visitas ao *iLeger*, entre o intervalo de tempo em análise, ocorreram durante os dias em que se realizaram os debates em direto com representantes de cinco candidaturas, evidenciando o interesse dos cidadãos em eventos ao vivo e de curta duração.

A Tabela 30 ilustra as datas e a hora de início e de conclusão de cada um dos cinco debates em direto realizados no *iLeger*, durante a campanha eleitoral das Eleições Legislativas de 2011.

Tabela 30 – Data e horário dos 5 debates em direto realizados no *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas 2011. Fonte: <http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/liveconf.php> (acedido em 25 de Julho de 2012)

Candidatura	Data Debate em direto	Hora Início do debate	Hora Fim do debate
CDU	25 de Maio de 2011	18:24	19:30
CDS	26 de Maio de 2011	17:05	18:18
PS	27 de Maio de 2011	16:16	17:29
PCTP/MRPP	31 de Maio de 2011	15:21	16:44
PAN	3 de Junho de 2011	15:22	16:32

Uma das características interessantes do *Google Analytics* está relacionada com a possibilidade de visualizar a descrição geral das visitas ao *iLeger* hora a hora, durante um determinado intervalo de tempo, como se pode observar na Figura 162.

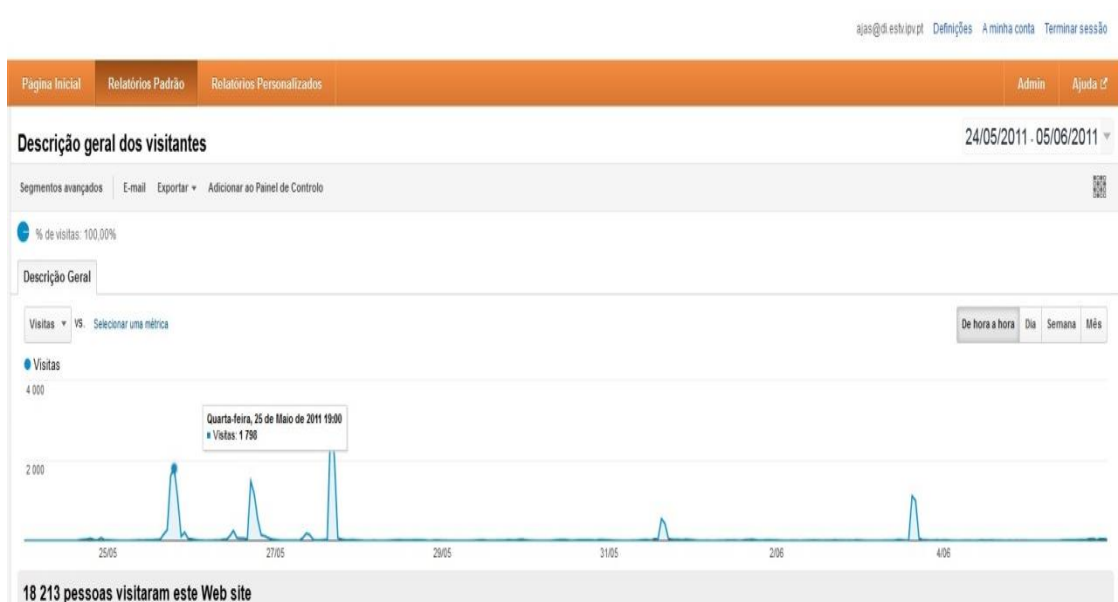


Figura 162 – Descrição geral das visitas ao *iLeger*, de hora a hora, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Fonte: *Google Analytics*.

Assim, observando a Tabela 30 e a Figura 162, verifica-se que foi precisamente durante as horas dos debates, ou nos momentos circunjacentes, que ocorreram os máximos de visitas ao *iLeger*, denotando o interesse dos cidadãos em eventos ao vivo e de curta duração. Por exemplo, a Figura 162 mostra que no dia 25 de Maio de 2011 o pico de visitas ocorreu por volta das 19 horas, altura em que decorria o debate em direto com a representante da candidatura da CDU, como é ilustrado na Tabela 30.

Contudo, uma das possíveis razões para a grande adesão dos cidadãos nos dias dos debates em direto pode ter sido o facto de o nosso parceiro ter feito nesses dias maior divulgação dos eventos na zona de maior destaque da sua *home page*, como se pode observar na Figura 163. Por exemplo, era comum o portal SAPO realizar destaques momentos antes, durante e momentos depois de cada debate em direto.



Figura 163 – Exemplo de destaques na *Home Page* do portal SAPO a debates em direto realizados no *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011

Isto também evidencia a grande importância da divulgação das iniciativas de participação. Acredita-se que os Media têm, também a este nível, um papel muito importante.

Durante as duas semanas, os utilizadores registados submeteram, na área destinada à angariação de sugestões, um total de 59 sugestões, das quais 21 foram rejeitadas pelo moderador, como se pode observar na Tabela 31 e na Figura 164.

Tabela 31 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas – Eleições Legislativas 2011

	Número de Sugestões	Percentagem
Sugestões aceites	38	64%
Sugestões rejeitadas	21	36%
Total	59	100%

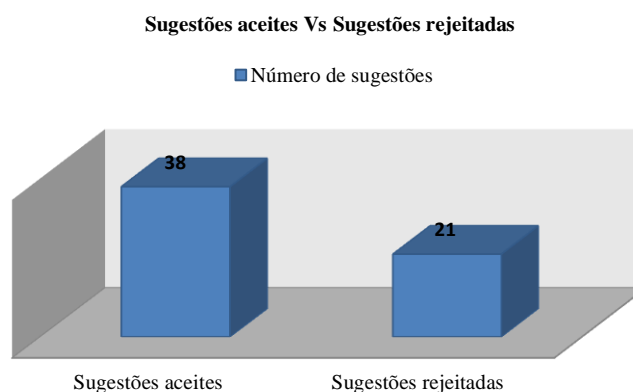


Figura 164 – Sugestões aceites Vs Sugestões rejeitadas pelo moderador – Eleições Legislativas 2011

Portanto, como se pode verificar na Figura 165, o moderador rejeitou 36% das sugestões submetidas pelos utilizadores registados no *iLeger*.



Figura 165 – Taxa de rejeição de sugestões – Eleições Legislativas 2011

Nesta secção do *iLeger*, o editor criou, em simultâneo, três iniciativas de angariação de sugestões; desafiou os cidadãos a dizer o que fariam se fossem a Chanceler Alemã Angela Merkel, o presidente do FMI (Fundo Monetário Internacional) ou o presidente da União Europeia. Note-se que o editor assumiu que as personagens (tomadoras de

decisão) consideradas nas três iniciativas de recrutamento de ideias tinham um papel preponderante na eventual ajuda externa a Portugal.

Na Tabela 32 e na Figura 166, apresenta-se o número de entradas escritas (perguntas e sugestões) que foram submetidas pela comunidade antes e depois dos debates em direto (175), a convite do editor da plataforma, e o número de entradas submetidas durante os 5 debates em direto (2976) realizados no *iLeger*.

Tabela 32 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Legislativas 2011

	Número de Entradas	Percentagem
Submetidas fora de DD	175	5,6%
Submetidas durante os 5 DD	2976	94,4%
Total	3151	100%

Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD)

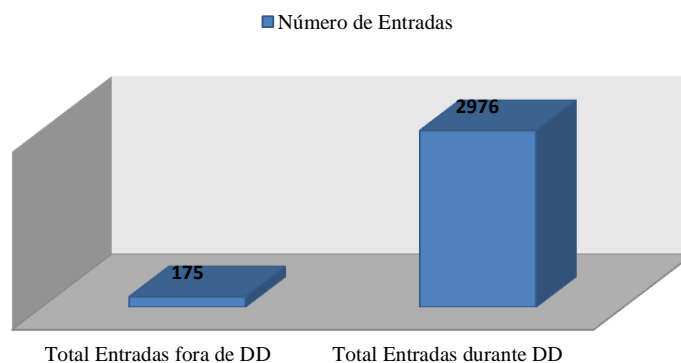


Figura 166 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Legislativas 2011

Assim, ao comparar o número de entradas escritas submetidas pela comunidade antes e depois dos debates em direto com o número de entradas submetidas durante os cinco debates em direto, como ilustra a Figura 167, pode-se verificar que 94% do total das entradas foram submetidas no decorrer dos debates em direto realizados no *iLeger*. Este

valor demonstra o interesse dos cidadãos em participar (submetendo conteúdos escritos) em eventos ao vivo e de curta duração.

Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD)

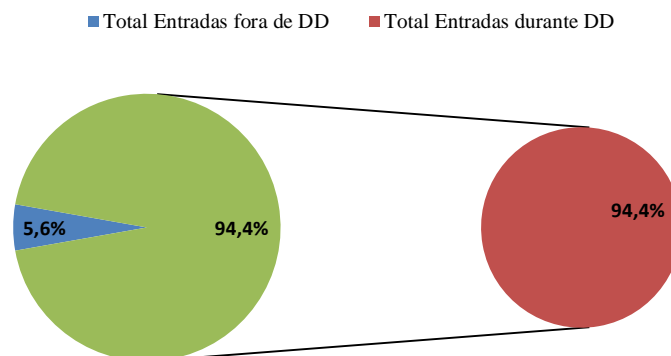


Figura 167 – Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) – Eleições Legislativas 2011

Uma vez mais, relembra-se que os utilizadores não necessitavam de estar registados na plataforma para submeter conteúdos escritos durante os debates em direto e que, contrariamente, para submeter conteúdos fora (antes e depois) dos debates em direto precisavam de estar registados no *iLeger*. A não necessidade de registo poderá ter sido, eventualmente, um fator facilitador da participação durante os debates em direto.

Considerando ainda que cada debate em direto teve a duração aproximada de uma hora, verifica-se que foram submetidas 2976 entradas durante as aproximadamente cinco horas de duração dos cinco debates em direto. Por outro lado, contabilizando para cada dia 16 horas (das 8 da manhã até às 24h), e retirando as cerca de cinco horas dos debates em direto, determinam-se aproximadamente 187 horas entre o dia 25 de Maio e o dia 5 de Junho, em que se registaram apenas 175 entradas submetidas pela comunidade “fora” dos debates em direto. Assim, enquanto durante os debates em direto foram submetidas em média cerca de 595 entradas por hora, durante os restantes dias foram apenas submetidas aproximadamente uma entrada por hora.

No global, houve 299 votos em perguntas, 92 votos em sugestões e 1073 votos nas 15 questões do inquérito aos cidadãos, como ilustra a Tabela 33 e a Figura 168.

Tabela 33 – Número de votos nas áreas de perguntas, sugestões e de inquéritos – Eleições Legislativas 2011

Número de votos		
Perguntas	Sugestões	Inquéritos
299	92	1073

Número de votos durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011

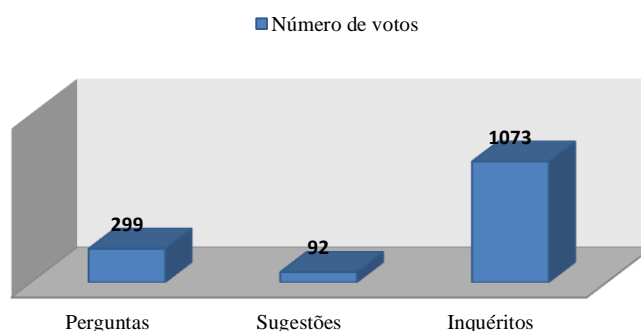


Figura 168 – Número de votos nas áreas de perguntas, sugestões e de inquéritos – Eleições Legislativas 2011

É também pertinente notar que, como ilustra a Tabela 34 e a Figura 169, se não se contabilizarem os debates em direto, pois não era necessário registar nem iniciar sessão para participar, dos 290 utilizadores únicos que efetuaram *login* no *iLeger*, 156 submeteram conteúdos escritos (116 perguntas e 59 sugestões) ou votaram nas perguntas, nas sugestões e nos inquéritos.

Tabela 34 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no *iLeger* - Eleições Legislativas 2011

Número de utilizadores que efetuaram login	Número de utilizadores que participaram ativamente (não contabilizando os debates em direto)
290	156

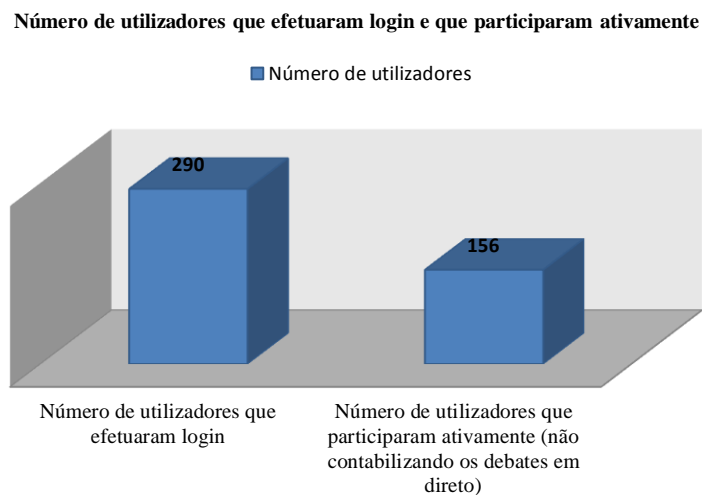


Figura 169 – Número de utilizadores que efetuaram login e número de utilizadores que participaram ativamente no *iLeger* – Eleições Legislativas 2011

Isto indica que, como ilustra a Figura 170, participaram ativamente no *iLeger* aproximadamente 54% dos utilizadores que efetuaram *login*.

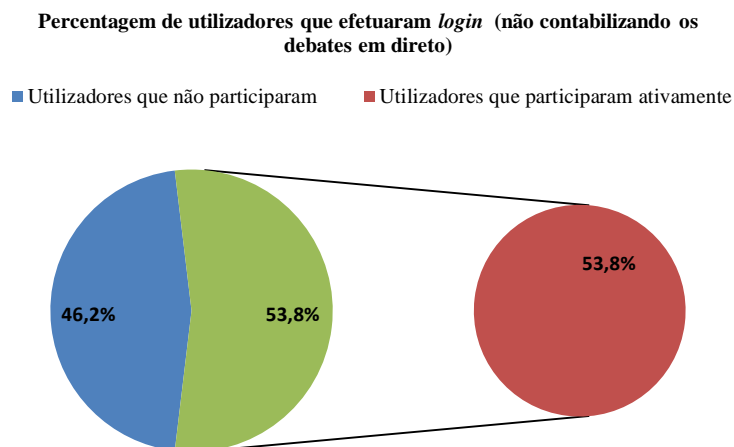


Figura 170 – Percentagem de utilizadores que efetuaram *login* e que participaram ativamente (não contabilizando os debates em direto) – Eleições Legislativas 2011

O *Google Analytics* permite gerar um conjunto de relatórios para analisar o comportamento dos utilizadores de um sítio Web. Na Figura 171, apresenta-se um relatório que proporciona uma visão rápida da proporção entre novas visitas e visitas recorrentes ao *iLeger*, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011.

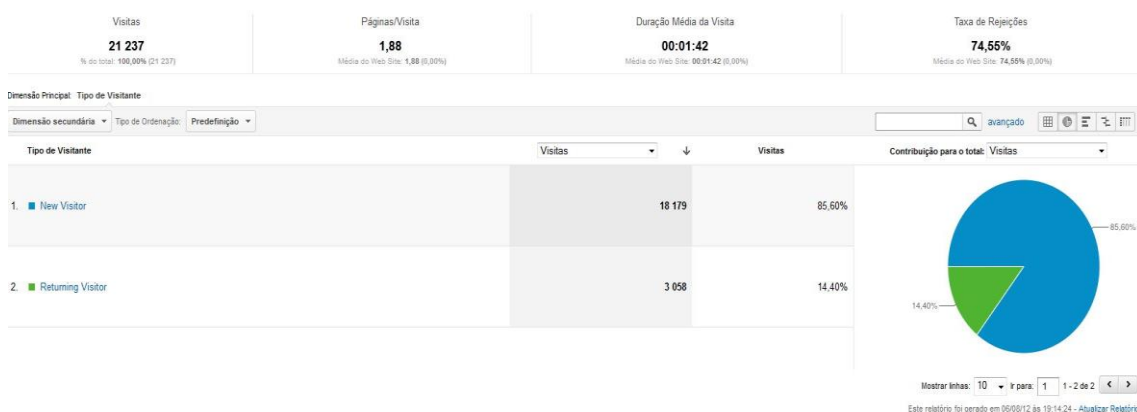


Figura 171 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011 – Novas visitas Vs Visitas de regresso. Fonte: *Google Analytics*

Através da observação da figura, verifica-se que houve apenas cerca de 14% de visitas recorrentes ao *iLeger*. Todas as restantes foram contabilizadas como novas visitas. Mais tarde, voltar-se-á a este assunto.

Na Figura 172, apresenta-se um relatório, gerado pelo *Google Analytics*, que permite analisar o nível de interesse dos utilizadores no *iLeger*, do ponto de vista da frequência com que regressaram (uma, duas, ..., cem vezes) ao sítio Web, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Note-se que, para a contabilização, são analisadas as sessões (visitas), não os visitantes únicos.

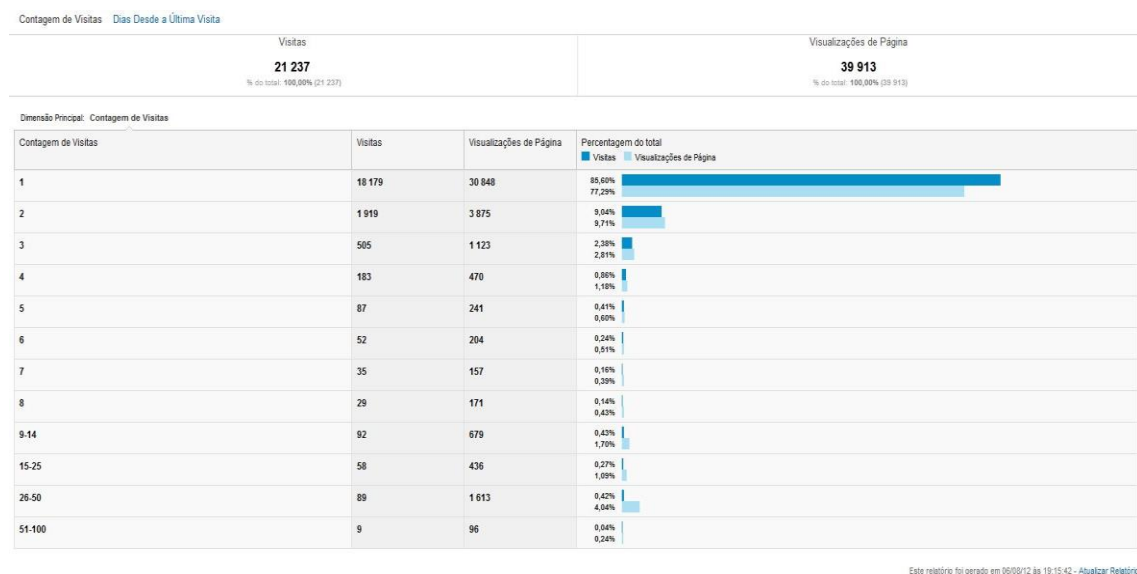


Figura 172 – Relatório sobre o comportamento dos utilizadores que visitaram o *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011 – Frequência das visitas. Fonte: *Google Analytics*

Como se pode observar, apenas 1,6% das visitas foram contabilizadas como sendo a sexta visita, ou em número superior, de um utilizador. Note-se, contudo, que, dado o curto intervalo de tempo em análise (aproximadamente 12 dias), esta percentagem de visitas representa uma média de uma visita ao *iLeger* a cada dois dias. Isto é, esta pequena fatia de visitas (cerca de 3 centenas e meia em número absoluto) denota uma frequência de regresso considerável dos utilizadores que as fizeram. Principalmente, tendo em conta que o período de tempo analisado pode representar uma janela demasiado estreita para permitir o retorno de visitantes.

Com o intuito de analisar o nível de envolvimento dos utilizadores no *iLeger*, verificando quanto tempo as pessoas passaram na plataforma, em incrementos de segundos, apresenta-se, na Figura 173, o relatório que permite ver a duração das visitas, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Note-se que as visitas a uma única página são atribuídas à duração da visita de *0 a 10 segundos* e que o *Google Analytics* determina a duração das visitas acompanhando o tempo decorrido entre as visualizações de página. A última página de uma visita não é registada, pois não há uma visualização de página subsequente.

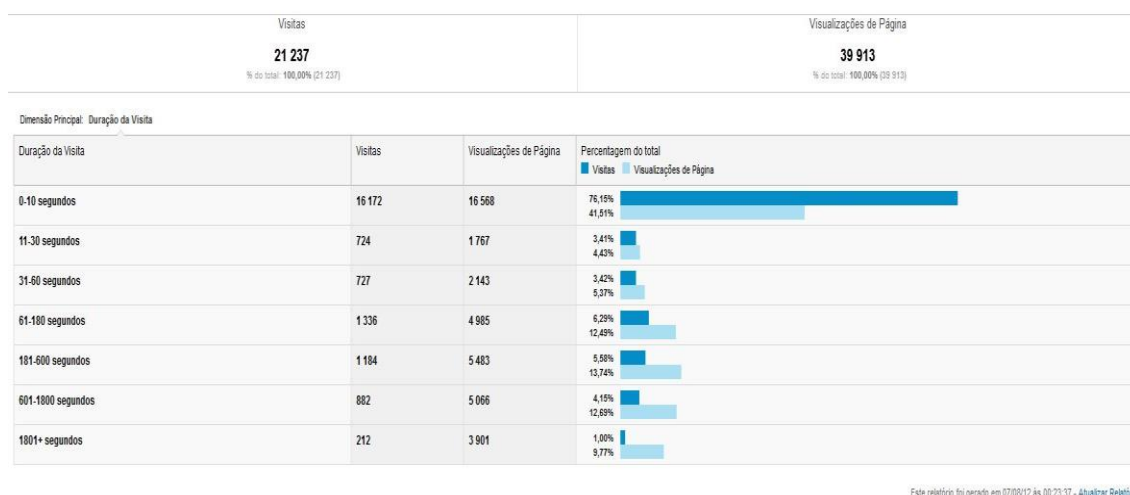


Figura 173 – Relatório que mostra a duração das visitas realizadas ao *iLeger*, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Fonte: *Google Analytics*

Através da observação da figura, verifica-se que a grande maioria das visitas (76,15%) teve uma duração inferior a 10 segundos. Porém, é importante notar que as visitas a uma única página são atribuídas, pelo *Google Analytics*, à duração da visita de 0 a 10

segundos, independentemente do tempo que o utilizador despende nessa página, e que a divulgação feita na *home page* do portal SAPO aos debates em direto canalizava os utilizadores diretamente para a página do *iLeger* onde estava a ser realizado o debate.

Assim, para os utilizadores que “entraram” no *iLeger* através da página onde estava a ser realizado um debate em direto (que tinha a duração de aproximadamente uma hora), e “abandonaram” a plataforma sem visitar outras páginas, não se consegue contabilizar o seu tempo de permanência na plataforma. Note-se ainda que, como ilustra a Tabela 30 e a Figura 162, grande parte das visitas ao *iLeger*, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011, foi feita durante os debates em direto e nos períodos circunjacentes.

Considere-se ainda que a taxa de rejeições, que indica a percentagem de visitas de página única, registada pelo *Google Analytics* entre esse intervalo de tempo foi de 74,55%, um valor muito próximo do verificado para as visitas com duração inferior a 10 segundos. Estes dados podem sugerir que uma grande parte dos utilizadores veio ao *iLeger* apenas para assistir ou participar em debates em direto e que não acedeu às outras áreas funcionais da plataforma. Estão, todavia, por apurar as razões deste comportamento. Terá sido devido à não apreensão da interface da plataforma? Isto é, não se aperceberam de que existiam outras áreas para “navegar”. Será que, embora se tenham apercebido de outras funcionalidades disponibilizadas na plataforma, não tiveram interesse ou curiosidade em ir consultar? Ou terá sido porque foram direcionados e estimulados, pelo portal SAPO, a aceder àqueles eventos (debates em direto) e, como estão habituados, usaram a barra de navegação do SAPO para acederem a novas páginas do portal, revelando, eventualmente, uma integração imperfeita da plataforma *iLeger* no portal SAPO?

Por outro lado, mesmo considerando o elevado número de visitas de página única e admitindo que não é possível contabilizar o tempo despendido pelos utilizadores nessas visitas, é assinalável que 10,73% das visitas tenham tido uma duração igual ou superior a 3 minutos e que tenham sido responsáveis por 36,2% das visualizações de páginas no *iLeger*. Note-se que estes valores estão muito próximos dos verificados na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011 e podem significar um nível apreciável

de interesse nos conteúdos da plataforma e, por conseguinte, de envolvimento dos utilizadores responsáveis por estas visitas.

Ainda com o objetivo de avaliar o nível de envolvimento dos utilizadores no *iLeger*, averiguando quantas páginas visualizam por cada sessão (visita), apresenta-se, na Figura 174, o relatório que permite ver o número de páginas visualizadas por cada visita realizada ao *iLeger*, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Note-se que as visitas a uma única página são atribuídas à categoria de páginas por sessão (=1).

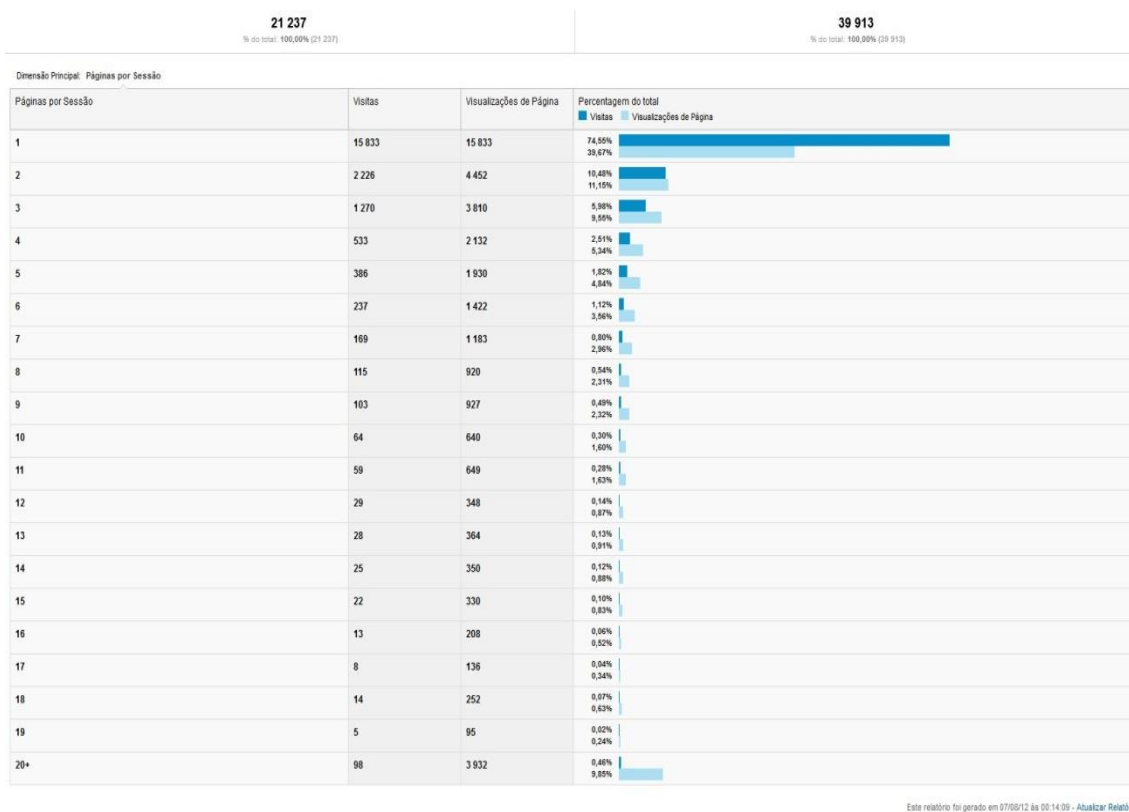


Figura 174 – Relatório que mostra o número de páginas por cada sessão realizada no *iLeger* entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011. Fonte: *Google Analytics*

Através da observação da figura, verifica-se que na maioria das visitas (74,55%) somente se visualizou uma página. Este valor é igual ao da taxa de rejeições. Note-se que, tal como foi abordado anteriormente, este valor pode estar intimamente relacionado com o facto de os utilizadores terem vindo ao *iLeger* fundamentalmente para assistir ou participar em debates em direto.

Por outro lado, mesmo considerando o elevado número de visitas de página única, é notável que em 14,97% das visitas tenham sido visualizadas 3 ou mais páginas por visita, representando 49,18% das visualizações de páginas no *iLeger*. Outro dado interessante, que resulta da observação da Figura 174, é que 98 visitas foram responsáveis por cerca de 10% das visualizações de páginas na plataforma, durante o espaço temporal analisado. Estes dados também podem revelar um considerável nível de interesse nos conteúdos do *iLeger* e, por conseguinte, de envolvimento dos utilizadores responsáveis por estas visitas.

Sucintamente, as análises da Figura 158, da Figura 161, da Figura 162, da Figura 167, da Figura 173 e da Figura 174 sugerem que é provável que uma grande parte dos utilizadores veio ao *iLeger*, entre 24 de Maio e 5 de Junho, essencialmente para assistir ou participar em debates em direto, revelando um grande interesse dos cidadãos em eventos de participação ao vivo e de curta duração.

O *Google Analytics* permite ainda gerar relatórios sobre a distribuição geográfica das visitas a um sítio Web. Assim, a Figura 175 ilustra o relatório de cobertura geográfica, gerado pelo *Google Analytics*, para o *iLeger*, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011.

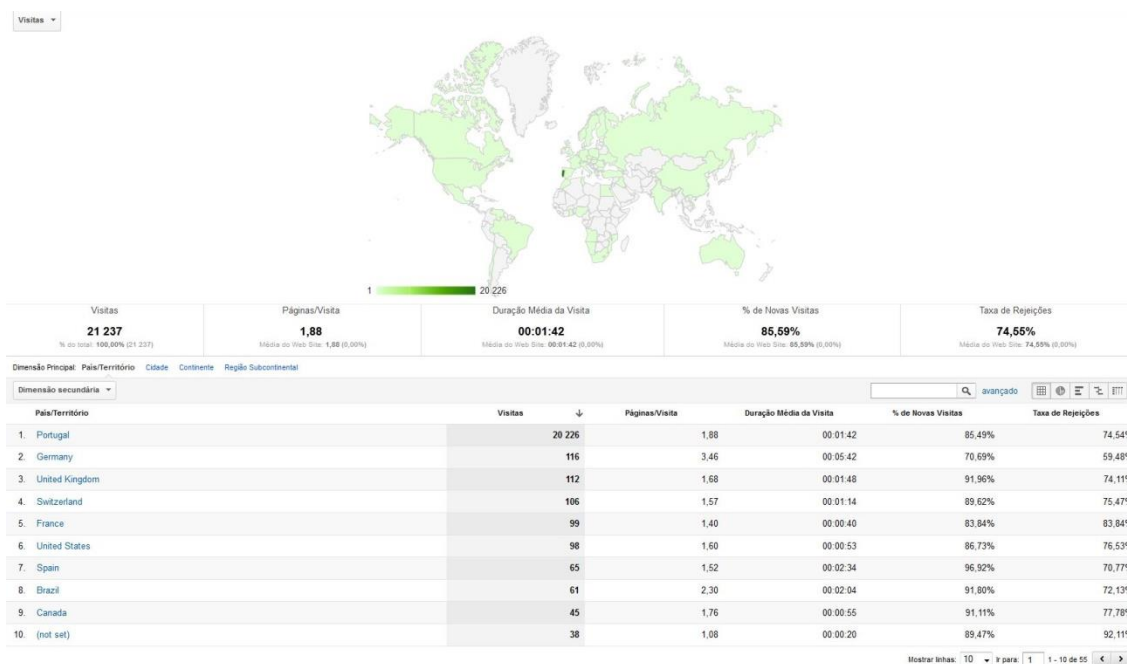


Figura 175 – Relatório sobre a cobertura geográfica mundial das visitas ao *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011. Fonte: *Google Analytics*

Como se pode observar, a distribuição geográfica das visitas ao *iLeger*, durante a campanha eleitoral nas Legislativas de 2011, foi bastante abrangente, cobrindo 55 países. Considera-se este relatório como um sinal do enorme potencial das ferramentas do tipo do *iLeger* para contribuir para “juntar” os candidatos e os cidadãos emigrantes, interessados em participar na vida política do seu país de origem, criando um espaço partilhado de debate e um canal de comunicação multidirecional entre estes e os restantes intervenientes numa campanha eleitoral. Aproveitam-se, deste modo, as vantagens do uso da Internet para dar voz aos cidadãos que, apesar de estarem longe, estão interessados em contribuir para o progresso do seu país.

Um aspeto interessante deste relatório é que permite ainda discriminar a distribuição da localização das visitas por país. Assim, a Figura 176 ilustra o relatório de cobertura geográfica em Portugal, gerado pelo *Google Analytics*, para o *iLeger*, entre 24 de Maio e 5 de Junho de 2011.

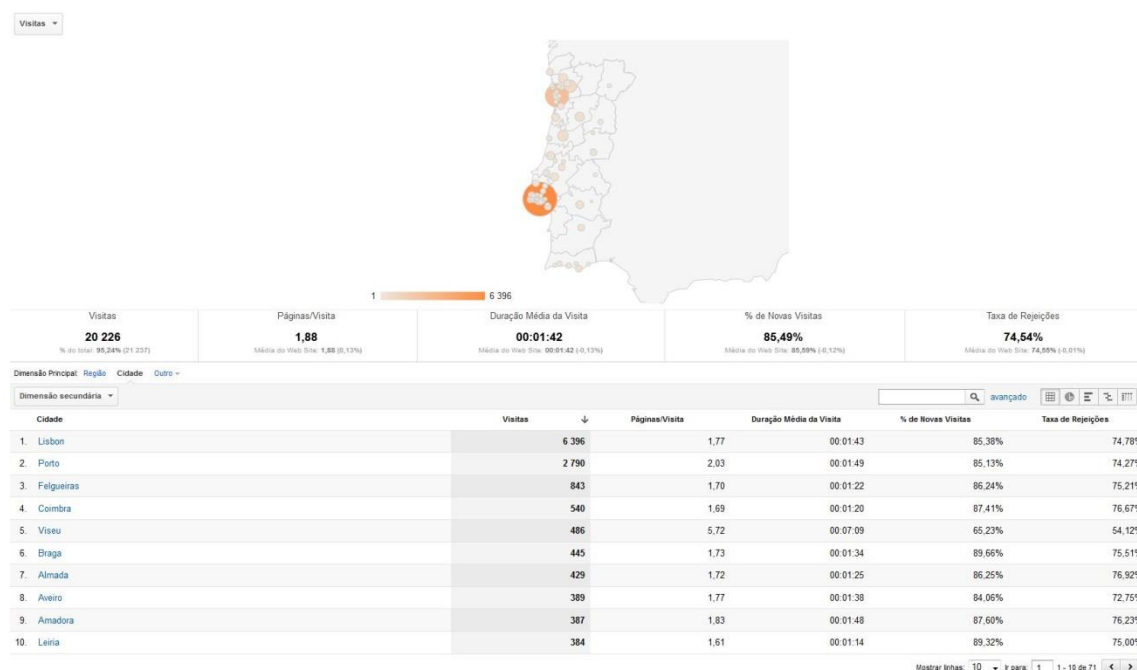


Figura 176 – Relatório sobre a cobertura geográfica em Portugal das visitas ao *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011. Fonte: *Google Analytics*

Note-se que das 21237 visitas ao *iLeger* durante esse período, 20226 foram efetuadas a partir de Portugal. Isto é, tal como na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011, cerca de 95% das visitas à plataforma foram oriundas de Portugal. Verifique-se

também que as visitas provenientes de Portugal abrangeram 71 cidades. Considerando as 156 cidades portuguesas contabilizadas pelo Instituto Nacional de Estatística em 31 de Julho de 2011 (INE, 2011), constata-se que, tal como nas Eleições Presidenciais de 2011, a cobertura das visitas abrangeu quase metade das cidades de Portugal. De um modo geral, nesta lista de 71 cidades encontram-se as cidades com maior densidade populacional em Portugal.

8.3 Análise, comparação e discussão dos resultados

A seguir apresentam-se, comparam-se e discutem-se, sucintamente, os principais resultados obtidos nas experiências de utilização da plataforma *iLeger* anteriormente descritas, essencialmente na perspetiva das visitas à plataforma e das ações de participação dos intervenientes. Apresentam-se também os resultados de outras iniciativas de participação pública e, sempre que possível, fazem-se comparações.

Na Tabela 35, resumem-se os principais resultados relacionados com as visitas à plataforma *iLeger* ocorridas durante as experiências de utilização. Os valores “N/A” significam “Não aplicável” e os valores “N/D” significam informação “Não disponível”.

Tabela 35 – Resumo dos principais resultados relacionados com as visitas à plataforma *iLeger* ocorridas durante as experiências de utilização

	N.º Candidatos	N.º Visitas	NVU	NVUL	Pct VUL	Pct Visitas dias DD
Legislativas 2009	5 em 16	N/D	3012	380	11,2%	N/A
Autárquicas 2009 (Viseu)	2 em 5	N/D				N/A
OM 2010	2 em 4	388	131	39	22,9%	N/A
Presidenciais 2011*	6 em 6	27996	23375	947	3,9%	46,6%
Legislativas 2011*	7 em 17	21237	18213	290	1,6%	91,4%

* Iniciativas realizadas em parceria com o portal SAPO da Portugal Telecom

N.º Candidatos – Número de candidatos

N.º Visitas – Número de visitas à plataforma *iLeger*

NVU – Número de visitantes únicos à plataforma

NVUL – Número de visitantes únicos que efetuaram *login* na plataforma

Pct VUL – Percentagem de visitantes únicos que efetuaram *login* na plataforma

Pct Visitas dias DD – Percentagem de visitas ocorridas nos dias dos debates em direto

Da análise da Tabela 35 sobressaem vários aspetos. O primeiro diz respeito ao potencial dos Media para atrair os vários intervenientes de iniciativas de participação *on-line* durante campanhas eleitorais. Como se pode observar na coluna “NVU”, as duas

iniciativas realizadas em parceria com o portal SAPO (campanhas eleitorais das Eleições Presidenciais e Legislativas de Portugal em 2011) trouxeram muito mais visitantes ao *iLeger* do que as restantes iniciativas realizadas sem a respetiva parceria. Nas campanhas das Eleições Legislativas e Autárquicas em 2009 e da Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos em 2011, o *iLeger* esteve *on-line* sem qualquer parceria.

A capacidade dos Media para atrair as candidaturas, especialmente em eleições políticas de maior dimensão (âmbito nacional), também merece registo. Através da observação da coluna “N.º Candidatos”, verifica-se que na iniciativa levada a cabo na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de Portugal em 2011 participaram na plataforma *iLeger* todas as candidaturas. Por outro lado, a iniciativa conduzida pelo SAPO na campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de Portugal em 5 de Junho 2011 participaram sete das dezassete candidaturas. Note-se, contudo, que essas candidaturas foram as sete mais votadas nas eleições, tendo recebido 93,65% dos votos. Considere-se ainda que existiram 2,66% de votos em branco e 1,43% de votos nulos. Este último exemplo deixa em aberto uma questão pertinente: por que motivo não participaram as restantes dez candidaturas? Terá sido por critérios editoriais? Por falta de meios? É muito importante que todas as candidaturas tenham oportunidade de participar com as mesmas condições.

É relevante referir ainda que na iniciativa levada a cabo, sem qualquer tipo de parceria, na campanha para as Eleições Legislativas 2009 não participou nenhuma candidatura associada aos maiores partidos políticos de Portugal. Pelo contrário, participaram cinco candidaturas que obtiveram apenas 1,4% dos votos na Eleição de 27 de Setembro de 2009. Por outro lado, na iniciativa conduzida durante a campanha eleitoral para o município de Viseu em Outubro de 2009, participaram as duas candidaturas mais representativas (obtiveram 88,36% dos votos nos resultados eleitorais). Na campanha para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em 2010, embora tenha participado na plataforma *iLeger* o candidato que acabou por vencer as eleições, não participou uma das principais candidatas, a Dr.^a Isabel Caixeiro.

O segundo aspeto que sobressai da observação da Tabela 35 está, de certo modo, relacionado com o primeiro, e diz respeito à importância da divulgação das iniciativas e dos eventos de *e-participação* em períodos eleitorais. Como foi anteriormente referido, as duas iniciativas realizadas em parceria com o portal SAPO trouxeram muito mais visitantes ao *iLeger* do que as restantes iniciativas realizadas sem essa parceria. O SAPO é o portal mais visitado de Portugal, com uma média mensal de visitas acima dos trinta milhões (Netscope, 2012). Sempre que o SAPO divulgou as iniciativas e os respetivos eventos de participação do *iLeger* na sua *home page*, foi notório um acréscimo considerável de visitas à plataforma *iLeger*. A título de exemplo, a Figura 135 ilustra que nos dois dias da campanha eleitoral das Eleições Presidenciais de 2011, em que foi feita uma divulgação mais forte do que o normal aos eventos do *iLeger*, ocorreram 37,7% (i.e. 10550) das visitas à plataforma. Note-se que a iniciativa *iLeger* para essa campanha eleitoral teve a duração de 18 dias. Por outro lado, a Figura 134 mostra que os picos de visitas nesses dois dias ocorreram precisamente durante os momentos em que decorria a forte divulgação na *home page* do SAPO para dinamizar as áreas de sugestões e de inquéritos da plataforma *iLeger*. Assim, parece que a divulgação pode ter um impacto positivo no número de acessos a iniciativas de participação *on-line*.

Ainda no que toca à importância da divulgação, em (Gatautis et al., 2011) refere-se que foram usadas várias táticas para divulgar uma iniciativa de participação pública levada a cabo na Lituânia, entre 22 de Abril e 31 de Dezembro de 2010, e conclui-se que os anúncios no *Google Adwords* e no *Facebook* foram muito eficazes na condução de tráfego para o sítio Web da iniciativa, mas não foram igualmente decisivos para envolver os utilizadores na discussão.

Um terceiro aspeto que ressalta da observação da Tabela 35 está relacionado com a importância dos eventos de curta duração e em direto nas visitas a iniciativas de *e-participação*. Como se pode observar na coluna “Pct visitas dias DD”, na iniciativa levada a cabo na campanha eleitoral das Eleições Presidenciais de Portugal de 2011, 46,6% das visitas ao *iLeger* ocorreram nos dias em que se realizaram os debates em direto. Na iniciativa realizada na campanha eleitoral das Eleições Legislativas de Portugal de 2011, 91,4% das visitas à plataforma *iLeger* ocorreram nos dias dos debates

em direto. Por outro lado, considere-se ainda que, como é mostrado na Figura 134 e na Figura 162, os picos das visitas nos dias dos debates em direto ocorreram durante as horas em que se realizaram os debates e nos momentos circunjacentes. Parece, assim, existir uma preferência dos cidadãos por eventos em direto e de curta duração.

Este terceiro aspeto pode estar, de certa forma, relacionado com o segundo aspeto aqui evidenciado, pois uma das possíveis razões para a grande adesão dos cidadãos nos dias dos debates em direto pode também ter sido o facto de o SAPO ter feito nesses dias maior divulgação dos eventos na zona de maior destaque da sua *home page*. Por exemplo, era comum o portal SAPO realizar destaques momentos antes, durante e momentos depois de cada debate em direto. Isto também manifesta a grande importância da divulgação dos eventos de participação. Acredita-se que os Media têm, também a este nível, um papel muito importante.

Por outro lado, este tipo de eventos (de curta duração e em direto) parece ser também atrativo para as candidaturas, uma vez que estas se mostraram mais abertas a participar nestes cenários. Esta abordagem reduz os recursos necessários para participar na plataforma, pois apenas têm de responder a um número reduzido de questões, durante um tempo também limitado. Ademais, algumas das questões, as dos TOPs determinados pela votação da comunidade, são conhecidas antes dos debates em direto, permitindo, assim, elaborar as respostas de forma mais cuidada.

Um quarto aspeto que se pode salientar da observação da Tabela 35 diz respeito à percentagem de utilizadores que, no universo de utilizadores únicos, efetuaram *login* na plataforma *iLeger* utilizada nas iniciativas de participação *on-line* anteriormente apresentadas. Na Tabela 36, apresentam-se os resultados de um estudo empírico sobre dois projetos de participação pública, levados a cabo em Itália (*OpenParlamento*) e em França (*NosDéputés*).

Tabela 36 – Dados estatísticos dos projetos *OpenParlamento* e *NosDéputés*. Fonte: (Ostling, 2011)

	NVU	NVUL	Pct VUL
<i>OpenParlamento</i> [*]	421897	12237	2,9%
<i>NósDéputés</i> ^o	370100	966	0,26%

^{*} <http://www.openparlamento.it> ou <http://parlamento.openpolis.it/>. Dados cobrem o intervalo de tempo entre Julho de 2009 e Junho de 2010

^o <http://www.nosdeputes.fr/>. Dados cobrem o intervalo de tempo entre Setembro de 2009 e Outubro de 2010

NVU – Número de visitantes únicos

NVUL – Número de visitantes únicos que efetuaram *login*

Pct VUL – Percentagem de visitantes únicos que efetuaram *login*

Assim, comparando as colunas “Pct VUL” da Tabela 35 e da Tabela 36, verifica-se que, à medida que aumenta consideravelmente o número de utilizadores nas iniciativas de participação, diminui a percentagem de visitantes únicos que efetuaram *login*. Assim, nas experiências onde a plataforma *iLeger* foi visitada por um número de utilizadores na ordem das dezenas de milhar, nomeadamente nas campanhas eleitorais para as Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011, também se verificaram percentagens de utilizadores que efetuaram *login* na plataforma (3,9% e 1,6%, respetivamente) próximas das encontradas noutros projetos com muitos visitantes, tais como o *OpenParlamento* (2,9%) e o *NosDéputés* (0,26%).

Um aspeto interessante que pode denotar o sucesso das iniciativas de utilização da plataforma *iLeger* nas campanhas eleitorais das Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011 está relacionado com o número de visitas e de páginas vistas na plataforma.

A Tabela 37 ilustra o número de visitas, as visualizações de páginas e o número de páginas por visita ocorridos na plataforma *iLeger* e no *Parlamento Global* (<http://www.parlamentoglobal.pt/>), durante as campanhas eleitorais para as Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011. O *Parlamento Global* é um projeto que resulta da parceria de dois dos maiores grupos de Comunicação Social de Portugal, o grupo *Impresa* e o grupo *Rádio Renascença*. O projeto tem como fundadores o canal de televisão *SIC*, o jornal semanário *Expresso* e a *Rádio Renascença*. Conta ainda com o apoio de várias instituições, nomeadamente da Fundação *Calouste Gulbenkian*, Fundação *Champalimaud*, Universidade do Porto, Universidade Nova de Lisboa, entre outras. Sucintamente, a *SIC*, o *Expresso* e a *Rádio Renascença* têm uma longa tradição de cobertura parlamentar que querem aprofundar através do *Parlamento Global*. Para

isso, criaram uma redação multimédia, autónoma, que funciona, em permanência, na Assembleia da República.

Tabela 37 – Número de visitas, visualizações de páginas e número de páginas por visita ocorridos na plataforma *iLeger* e no *Parlamento Global* durante as campanhas eleitorais para as Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011

	Intervalo de tempo	Visitas	Visualizações de página	N.º de páginas por visita
<i>iLeger</i> - Presidenciais 2011	06-01-2011 a 23-01-2011	27996	61886	2,21
<i>Parlamento Global</i> - Presidenciais 2011 °	01-01-2011 a 31-01-2011	14093	41581	2,95
<i>iLeger</i> - Legislativas 2011 °	24-05-2011 a 05-06-2011	21237	39913	1,88
<i>Parlamento Global</i> - Legislativas 2011 °	01-05-2011 a 31-05-2011	24042	60227	2,51

° Dados não contabilizam o debate em direto realizado com Ana Drago, representante da candidatura do Bloco de Esquerda. De acordo com os dados fornecidos pelo portal SAPO, ocorreram 4321 visitas à página do “Especial Eleições” do SAPO, dedicada a esse debate.

° Dados extraídos de <http://netscope.marktest.pt/>, em 22 de Agosto de 2012

Como se pode observar, a iniciativa *iLeger*, levada a cabo em parceria com o portal SAPO, durante 18 dias da campanha eleitoral das Eleições Presidenciais de 23 de Janeiro de 2011, foi alvo de aproximadamente o dobro das visitas que o *Parlamento Global* registou nos 31 dias do mês de Janeiro de 2011. O número de visualizações de páginas também foi bastante superior no *iLeger* nesse período, embora o número de páginas vistas em cada visita (sessão) tenha sido maior no *Parlamento Global*. Recorde-se que, como já foi referido, uma grande quantidade de visitas à plataforma *iLeger* terão ocorrido apenas para assistir aos debates em direto. Desse modo, um utilizador podia assistir a todo o debate acedendo somente a uma única página.

Por outro lado, na campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011, se fossem contabilizadas as visitas ocorridas no debate em direto com a candidatura do Bloco de Esquerda, a iniciativa *iLeger* conseguia, em 12 dias e meio, quase tantas visitas como as que o *Parlamento Global* teve durante todo o mês de Maio de 2011. Em relação ao número de visualizações de páginas e de páginas acedidas por sessão, o *Parlamento Global* obteve melhores valores do que a iniciativa *iLeger*.

A Tabela 38 resume os principais resultados relacionados com as ações de participação na plataforma *iLeger* ocorridas durante as experiências de utilização. Novamente, os valores “N/A” significam “Não aplicável” e os valores “N/D” significam “Não disponível”.

Tabela 38 – Resumo dos principais resultados relacionados com as ações de participação na plataforma *iLeger* ocorridas durante as experiências de utilização

	NVU	Votos	Entradas fora dos debates em direto				Entradas dentro dos debates em direto	% Entradas dentro dos debates em direto
			Perguntas	Sugestões	Comentários	Total		
Legislativas 2009		N/D	125	45	12	182	N/A	N/A
Autárquicas 2009 (Viseu)	3012	N/D	36	1	7	44	N/A	N/A
OM 2010	131	70	28	N/A	5	33	N/A	N/A
Presidenciais 2011	23375	8443	253	201	48	502	972*	65,9%
Legislativas 2011	18213	1464	116	59	N/A	175	2976*	94,4%

* Entradas contabilizadas pelo componente *Coveritlive* (<http://coveritlive.com>), incorporado na plataforma *iLeger* para a realização dos debates em direto.

NVU – Número de visitantes únicos à plataforma *iLeger*

Da análise da Tabela 38 sobressaem vários aspetos. O primeiro está relacionado com o impacto dos eventos de curta duração e em direto, na participação em iniciativas de *e-participação* em períodos eleitorais. Assim, como se pode observar na coluna “% entradas dentro dos debates em direto”, na iniciativa levada a cabo na campanha eleitoral das Eleições Presidenciais de Portugal de 2011, 65,9% das entradas foram submetidas na plataforma *iLeger*, no decorrer dos debates em direto. Por outro lado, na iniciativa realizada na campanha eleitoral das Eleições Legislativas de Portugal de 2011, 94,4% das entradas na plataforma *iLeger* foram submetidas nos debates em direto. Note-se, contudo, que os utilizadores não necessitavam de estar registados na plataforma para submeter conteúdos escritos durante os debates em direto e que, ao invés, para submeter conteúdos fora (antes e depois) dos debates em direto, precisavam de estar registados no *iLeger*. A não necessidade de registo poderá ter sido, eventualmente, um fator catalisador para a participação durante os debates em direto.

Com o intuito de reforçar a ideia de que os eventos de curta duração e em direto parecem ser mais estimulantes para os intervenientes de iniciativas de participação *on-line* em períodos eleitorais, apresenta-se, na Tabela 39 e na Figura 177, o número de entradas escritas submetidas pela comunidade antes e depois dos debates em direto (4), e o número de entradas submetidas durante seis debates em direto (120) realizados com candidaturas às Eleições Legislativas de Portugal de 2011, numa outra iniciativa de participação *on-line*, que decorreu paralelamente à iniciativa *iLeger*, durante a campanha eleitoral para as eleições de 5 de Junho de 2011. A iniciativa, que pode ser consultada em <http://www.euparticipo.org/juventude/debate>, foi levada a cabo pelo

Conselho Nacional da Juventude (CNJ), em parceria com a plataforma de participação *euparticipo* (<http://www.euparticipo.org>), com o apoio da Fundação para a Computação Científica Nacional (FCCN).

Tabela 39 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) realizados na iniciativa do CNJ – Eleições Legislativas 2011

	Número de Entradas	Percentagem
Submetidas fora de DD	4	3,2%
Submetidas durante os 6 DD	120	96,8%
Total	124	100%

Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) realizados na iniciativa do CNJ

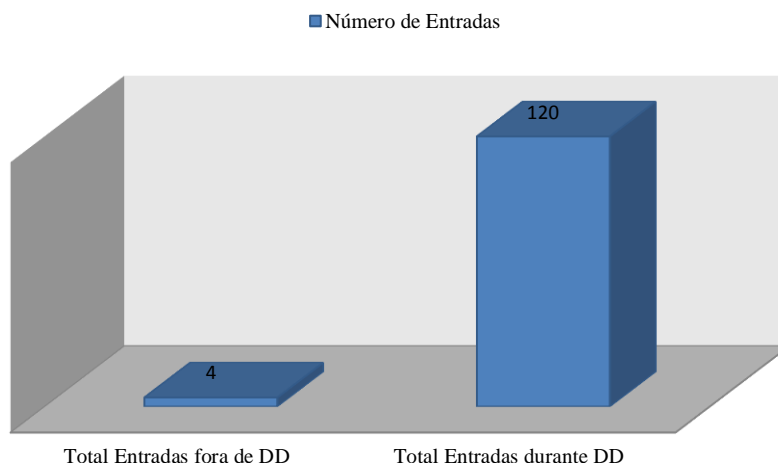


Figura 177 – Número de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) realizados na iniciativa do CNJ – Eleições Legislativas 2011

Assim, ao comparar o número de entradas escritas submetidas pela comunidade antes e depois dos debates em direto, com o número de entradas submetidas durante os seis debates em direto, como é ilustrado na Figura 178, verifica-se que 96,8% do total das entradas foram submetidas no decorrer dos debates em direto realizados na iniciativa levada a cabo pelo CNJ, durante a campanha eleitoral das Eleições Legislativas de Portugal de 2011.

Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) realizados na iniciativa do CNJ

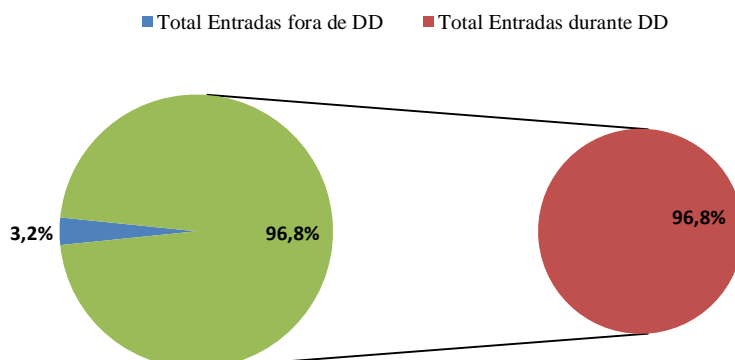


Figura 178 – Percentagem de submissão de entradas escritas fora e durante os Debates em Direto (DD) realizados na iniciativa do CNJ – Eleições Legislativas 2011

Portanto, os resultados obtidos através da análise da iniciativa conduzida pelo CNJ estão de acordo com os obtidos na iniciativa *iLeger*, no que concerne ao impacto dos eventos de curta duração e em direto, na participação em iniciativas de *e-participação* em períodos eleitorais.

Em geral, a participação passiva prevalece inequivocamente sobre a participação ativa (Nielsen, 2006). As iniciativas de participação descritas neste capítulo não são exceção a esta tendência, como se pode observar na Tabela 40. O número de visitantes únicos excede sobremaneira o número de votos e de entradas/contribuições escritas submetidas (fora dos debates em direto) na plataforma *iLeger*.

Tabela 40 – Número de votos e de entradas escritas submetidas fora dos debates em direto por utilizadores únicos nas iniciativas de participação *iLeger* em momentos eleitorais

	NVU	NVUL	N.º Entradas escritas fora dos debates em direto	N.º Votos	N.º Entradas escritas fora dos debates em direto / NVU	N.º Votos / NVU
OM 2010	131	39	33	70	0,251	0,534
Presidenciais 2011	23375	947	502	8443	0,021	0,361
Legislativas 2011	18213	290	175	1464	0,009	0,080

NVU – Número de visitantes únicos à plataforma *iLeger*

NVUL – Número de visitantes únicos que efetuaram *login* na plataforma *iLeger*

O desequilíbrio existente entre os participantes passivos e ativos é particularmente flagrante quando o envolvimento requer a submissão de entradas escritas fora dos debates em direto. Todavia, a proporção de participação ativa parece mais animadora,

quando se considera a ação de votar. Na iniciativa de participação levada a cabo, em parceria com o portal SAPO, nas Eleições Presidenciais de 2011, o número de votos (8443) é considerável, quando comparado com o número de visitantes únicos (23375). Isto pode ser devido à facilidade de executar a ação de votar – basta premir um botão –, em comparação com o trabalho de submeter conteúdos escritos inteligíveis. Convém referir que estes resultados estão totalmente ajustados com os resultados reportados em (Ostling, 2011).

Por outro lado, é também importante referir que na Tabela 40 não foram consideradas as contribuições/entradas nos debates em direto levados a cabo em cada uma das iniciativas de participação, por não ter sido requerido o registo para participar nesses eventos. Caso contrário, a perspetiva seria mais animadora, denotando, uma vez mais, a importância dos debates em direto na participação dos utilizadores. Ademais, se, em vez de analisar o número de entradas e de votos em relação ao número de visitantes únicos (NVU) das iniciativas de participação, se analisar em relação ao número de visitantes únicos que efetuaram *login* na plataforma *iLeger* (NVUL), a proporção é ainda mais encorajadora.

Um aspeto que sobressai da observação da Tabela 40 está relacionado com a diferença do número de votos registados nas iniciativas de participação. Analisando também a Tabela 23 e a Figura 140, verifica-se que, dos 8443 votos registados na plataforma *iLeger* ao longo da campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011, 886 ocorreram na área das perguntas, 1292 surgiram na área das sugestões e 6265 ocorreram na área de consulta da opinião da comunidade (inquéritos). Ademais, analisando a Tabela 33 e a Figura 168, constata-se que, dos 1464 votos registados no *iLeger* durante a campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011, 299 ocorreram na área das perguntas, 92 surgiram na área das sugestões e 1073 ocorreram na área de consulta da opinião da comunidade (inquéritos). Portanto, ao comparar o número de votos registados nas instâncias do *iLeger* usadas nas Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011, é notória uma grande diferença do número de votações, especialmente nas áreas destinadas à angariação de sugestões e dos inquéritos à comunidade.

Por outro lado, note-se que, durante o período em que o *iLeger* esteve aberto à participação na campanha eleitoral das Eleições Presidenciais de 2011, o portal SAPO incentivou os utilizadores a manifestar a sua opinião sobre temas quentes relacionados com a eleição, através da zona do *iLeger* destinada a inquéritos. Para o efeito, no dia 20 de Janeiro de 2011, deu destaque a esse evento de participação, durante sensivelmente quatro horas, na parte principal da zona de destaques na sua *home page*, como se pode observar na Figura 133. Contrariamente, ao longo do período em que a plataforma *iLeger* esteve aberta à participação na campanha eleitoral das Eleições Legislativas de 2011, os destaques aos eventos de sondagem da opinião da comunidade (inquéritos) e de angariação de sugestões na *home page* do portal SAPO foi residual. Posto isto, parece existir também um impacto positivo da divulgação dos eventos de participação na participação dos utilizadores no *iLeger*.

Ainda no que concerne à participação dos utilizadores na plataforma *iLeger* ao longo das experiências apresentadas neste capítulo, ilustra-se na Tabela 41 as Percentagens de utilizadores que efetuaram *login* na plataforma e que participaram ativamente nas iniciativas levadas a cabo nas campanhas eleitorais da Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos, nas Eleições Presidenciais e nas Eleições Legislativas de 2011.

Tabela 41 – Percentagem de utilizadores que efetuaram *login* na plataforma *iLeger* e que participaram ativamente nas iniciativas levadas a cabo nas campanhas eleitorais da Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos, nas Eleições Presidenciais e nas Eleições Legislativas de 2011

	NVUL	N.º Utilizadores que participaram ativamente	% Utilizadores que efetuaram <i>login</i> no <i>iLeger</i> e que participaram ativamente
OM 2010	39	34	87,2%
Presidenciais 2011*	947	845	89,2%
Legislativas 2011*	290	156	53,8%

* Sem contabilizar os debates em direto, pois não era necessário registar nem iniciar sessão para participar.

NVUL – Número de visitantes únicos que efetuaram *login* na plataforma *iLeger*

Considerem-se agora os resultados de um projeto de participação pública (designado *WAVE*) levado a cabo na Lituânia, ilustrados na Tabela 42.

Tabela 42 – Dados estatísticos do projeto *WAVE*. Fonte (Gatautis et al., 2011)

	NVU	NVUL	Pct VUL	N.º Utilizadores que participaram ativamente	% Utilizadores que efetuaram <i>login</i> e que participaram ativamente
<i>WAVE</i> *	9987	4214	42%	393	9,3%

* <http://www.waveproject.eu/>. Dados cobrem o intervalo de tempo entre 22 de Abril de 2010 e 31 de Dezembro de 2010.

NVU – Número de visitantes únicos

NVUL – Número de visitantes únicos que efetuaram *login*

Pct VUL – Percentagem de visitantes únicos que efetuaram *login*

Como se pode observar, embora o número de visitantes únicos que efetuaram *login* (NVUL) nas três iniciativas em que foi utilizada a plataforma *iLeger* tenha sido consideravelmente inferior ao verificado no projeto-piloto *WAVE*, constata-se, por outro lado, que as percentagens de utilizadores que efetuaram *login* e que participaram na plataforma *iLeger* utilizada nas três experiências foram muito superiores à verificada no projeto *WAVE*. Mais precisamente, nas campanhas eleitorais para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010, Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011, as percentagens de utilizadores que efetuaram *login* na plataforma *iLeger* e que participaram ativamente foram 53,8%, 89,2% e 87,2%, respetivamente. Enquanto no projeto *WAVE* essa percentagem foi de apenas 9,3%.

Considera-se que a deliberação é um aspeto muito importante a ter em conta no desenvolvimento e uso de plataformas de *e-participação*. Por outro lado, entende-se que a funcionalidade de introdução de comentários e de resposta a comentários é um mecanismo facilitador da deliberação, através do diálogo na plataforma. Na Tabela 43, ilustra-se a percentagem de comentários, submetidos nas áreas de recolha de perguntas e de sugestões, em função do número de entradas publicadas e do número de visitantes únicos que efetuaram *login* na plataforma *iLeger*, ao longo das experiências apresentadas neste capítulo. Os valores “-” significam que não se pode efetuar o cálculo. Os valores “N/A” significam “Não aplicável”. Note-se, por exemplo, que na versão da plataforma *iLeger* utilizada na campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de 2011 a funcionalidade de introdução de comentários não foi implementada, por manifesta falta de tempo.

Tabela 43 – Número de comentários por número de entradas (escritas) publicadas e por número de visitantes únicos que efetuaram *login* (NVUL) na plataforma *iLeger* durante as experiências de utilização

	N.º Entradas Publicadas	NVUL	N.º Comentários	Comentários/Entradas	Comentários/NVUL
Legislativas 2009	161	380	12	0,07	-º
Autárquicas 2009 (Viseu)	34		7	0,20	-º
OM 2010	28	39	5	0,17	0,12
Presidenciais 2011	187*	947	48*	0,25	0,05
Legislativas 2011	139	175	N/A	-	-

* Na iniciativa *iLeger* da campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011 só podiam ser submetidos comentários na área da plataforma dedicada às perguntas. Na área destinada à submissão de sugestões não foi possível introduzir comentários.

º Não se pode efetuar o cálculo, pois apenas é conhecido o número de visitantes únicos que efetuaram *login* na plataforma *iLeger* utilizada nas campanhas eleitorais das eleições Legislativas e Autárquicas de 2009. Não é possível saber quantos utilizadores fizeram *login* em cada uma das iniciativas.

NVUL – Número de visitantes únicos que efetuaram *login* na plataforma *iLeger*

Em relação ao número de comentários submetidos, é notório que foi reduzido em todas as experiências de utilização da plataforma *iLeger* descritas neste capítulo. Desde os 5 registados na campanha eleitoral para a Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos aos 48 verificados na campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2011. O número de comentários por cada entrada publicada na plataforma *iLeger* verificado em todas as iniciativas é também globalmente baixo, entre os 0,07 (7% Eleições Legislativas 2009) e os 0,25 (25% – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010). A média de comentários por utilizador que efetuou o *login* na plataforma *iLeger* usada em todas as experiências aqui apresentadas é igualmente reduzida. Varia entre 0,05 (5% – Eleições Presidenciais de 2011) e os 0,12 (12% – Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010). Estes valores indicam um baixo nível de debate e de deliberação.

Estes resultados estão, contudo, em linha com outros encontrados na literatura (Aichholzer & Westholm, 2009). Também estão de acordo com um estudo realizado no Reino Unido, onde foram avaliadas 10 iniciativas de participação pública e se concluiu que não se materializou um discurso deliberativo eficaz entre os participantes (Coleman & Ross, 2002).

Assim, é fundamental encontrar uma forma de estimular o uso desta funcionalidade por parte de todos os intervenientes. No que concerne à plataforma *iLeger*, entende-se que é ainda necessário avaliar e repensar o desenho desta funcionalidade.

8.4 Resumo do capítulo

Neste capítulo, apresentaram-se os resultados obtidos a partir das experiências de utilização da plataforma *iLeger* em campanhas eleitorais decorridas em Portugal, entre 2009 e 2011. Analisaram-se, compararam-se e discutiram-se, sucintamente, os principais resultados obtidos nessas experiências, essencialmente na perspetiva das visitas à plataforma e das ações de participação dos intervenientes. Apresentaram-se ainda os resultados de outras iniciativas de participação pública e, sempre que possível, fizeram-se comparações.

Sobressai deste trabalho de análise o papel que os Media podem ter na condução de iniciativas de participação pública em períodos eleitorais e a importância da divulgação das iniciativas e dos eventos de participação, quer nas visitas, quer na própria participação dos intervenientes. Os Media têm, também a este nível, um grande potencial. Por último, mas não menos importante, registre-se a influência dos eventos de curta duração e em direto, nas visitas e na participação ativa em iniciativas de participação em períodos eleitorais.

CAPÍTULO IX – CONCLUSÕES E TRABALHO FUTURO

9.1 Introdução

Neste capítulo, começa-se por rever os objetivos enunciados na introdução desta tese. Depois, apresentam-se uns breves comentários finais. Posteriormente, expõem-se os principais contributos da tese, seguidos de algumas recomendações de boas práticas a considerar em iniciativas de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais. Para terminar, sugerem-se algumas propostas para trabalho futuro, fundamentalmente na vertente de melhoria e atualização de funcionalidades já implementadas e de desenvolvimento de novas funcionalidades e aplicações de participação, e na perspectiva de estudos e questões para futura investigação.

9.2 Revisitar os objetivos

Após constatar que o tipo de comunicação política entre candidatos e os membros da sociedade, e a cobertura das campanhas eleitorais operada pelos órgãos de comunicação social tradicionais, estão mais concentrados na comunicação unidirecional e não suportam um eficiente processo de comunicação escalável, baseado nos objetivos e necessidades de todas as partes interessadas, acredita-se que pode ser útil e desejável ter uma solução tecnológica que agregue, num único local, neutro e regulado, os principais intervenientes num processo eleitoral e que possibilite uma comunicação multidirecional (horizontal e vertical), síncrona e assíncrona, entre eles.

Assim, a primeira fase de construção do modelo proposto nesta tese incidiu na identificação dos principais intervenientes (e das respetivas funções) em campanhas eleitorais. Como resultado da revisão bibliográfica realizada, do *feedback* recolhido junto de personalidades com experiência em campanhas eleitorais e ligadas à política e associativismo nacional, bem como da experiência de utilização do *iLeger*, entendeu-se pertinente considerar os seguintes atores num modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais: os cidadãos, os candidatos e os seus representantes (candidaturas), as associações, os partidos políticos e os movimentos sociais e políticos. Ficou, deste modo, cumprido o primeiro objetivo (O1) enunciado na introdução. No capítulo 5, apresentam-se e descrevem-se os atores, bem como o modelo

de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais, o segundo objetivo (O2) deste trabalho de investigação e desenvolvimento.

Para alcançar o objetivo operacional número três (O3), validar a prova de conceito, construiu-se uma aplicação Web, designada *iLeger*, especificamente concebida para reunir, durante o período eleitoral, os intervenientes de uma eleição, num espaço deliberativo compartilhado. A interação e a colaboração são suportadas através de perguntas, respostas, sugestões, comentários, votações e debates em direto. Com esta aplicação, pretende-se contribuir para colmatar a lacuna de comunicação identificada entre os principais intervenientes em campanhas eleitorais, para tornar as campanhas mais abertas a discussões com o eleitorado e para converter o eleitor – que antes exercia a função de consumidor de informação – num agente com capacidade de intervir e de produzir informação. A aplicação *iLeger* está detalhadamente descrita no capítulo 6.

Para cumprir o quarto objetivo (O4), realizaram-se experiências de utilização da plataforma *iLeger* durante campanhas eleitorais decorridas em Portugal, nomeadamente nas Eleições Legislativas e Autárquicas de 2009, na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de 2010, e nas Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011. No capítulo 8, apresentam-se, analisam-se, comparam-se e discutem-se, sucintamente, os principais resultados obtidos nas experiências de utilização.

Finalmente, neste capítulo, propõe-se um conjunto de recomendações de boas práticas a considerar em iniciativas de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais, tendo por base os conhecimentos adquiridos ao longo das experiências de utilização da solução tecnológica desenvolvida, satisfazendo, assim, o quinto objetivo operacional (O5) declarado na introdução desta tese.

9.3 Comentários finais

Os partidos políticos e os candidatos a eleições têm vindo a realizar grandes investimentos (tempo, dinheiro e recursos humanos) em ferramentas de comunicação baseadas na Web, tais como as redes sociais (*Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Flickr*,

Myspace, entre outras), a blogosfera, e os *Web sites* de campanha, para transmitir as suas mensagens eleitorais à comunidade (Castells, 2007c; Livne et al., 2011).

Apesar de se acreditar fortemente que as ferramentas de participação baseadas na Internet, tais como as redes sociais e como a aplicação aqui apresentada, serão cada vez mais importantes em campanhas eleitorais, e que, se forem convenientemente usadas, têm potencial para contribuir significativamente para reverter o atual afastamento dos cidadãos dos debates eleitorais, defende-se que o foco tem que estar essencialmente na participação e nas pessoas (cidadãos e candidatos) e não tanto na tecnologia.

Perante os resultados das experiências de utilização do *iLeger* nas Eleições Legislativas e Autárquicas Portuguesas de 2009, na Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal de 2010, e nas Eleições Presidenciais e Legislativas Portuguesas de 2011, e à luz do *feedback* recebido de alguns atores envolvidos nessas eleições, quando se tentou responder à questão de investigação preliminar “*Como estimular os cidadãos a envolverem-se e a participar ativamente nos debates eleitorais, através de mediação digital?*”, alega-se que, apesar de os resultados das experiências sugerirem que os eventos de curta duração e em direto e o envolvimento dos Media podem ser fatores catalisadores da participação dos cidadãos, não se alcançou uma resposta conclusiva e completa.

Assim, tal como em (Stromer-Galley, 2000; Moreira et al., 2009; Freschi et al., 2009; Effing, Hillegersberg & Huibers, 2011; Susha & Gronlund, 2012), argumenta-se que o problema da *e-participação* não é apenas uma questão de tecnologia, mas também sobre a mudança para uma cultura mais aberta e de colaboração. A propósito, Manuel Castells refere que a tecnologia não deve ser encarada simplesmente como uma ferramenta, mas como um meio, uma construção social com as suas próprias implicações (Castells, 2007c). Além disso, a forma como é utilizada é, segundo Castells, o reflexo da cultura das sociedades. Pedro Ferraz de Abreu e João Melo argumentam que, no que concerne à participação pública, a parte da tecnologia é a mais fácil (Ferraz de Abreu & Melo, 1999).

Em (Macintosh, Coleman & Lalljee, 2005), advoga-se que é necessário e importante desfazer o mito de que a tecnologia (*hardware* e *software*) pode resolver os problemas da democracia. As tecnologias são produtos culturais e só funcionam, ou não, dentro de contextos políticos, económicos e organizacionais. Segundo os autores, o envolvimento através da tecnologia abrange uma série de práticas, técnicas e tecnologias que não compreendem “soluções” intrínsecas, mas devem ser integradas numa adaptação mais ampla da construção do relacionamento entre políticos e cidadãos.

Sebastião, Pacheco e Santos referem que, apesar de potenciadora, a tecnologia ao serviço da democracia só terá um efeito sustentado, se a própria cultura política da sociedade se alterar (Sebastião, Pacheco & Santos, 2012). Já Victor Santos alega que a concretização de uma desejável e indispensável governação largamente participada por atores da sociedade civil, baseada em políticas públicas, cujos resultados constituirão formas de legitimação democrática dos dirigentes políticos e de justificação das suas ações, passa também, e em última análise, por alterações de atitudes e comportamentos decorrentes da reformulação evolutiva das mentalidades individuais e coletivas (Santos, 2010b).

Por outro lado, Macintosh, Coleman e Schneeberger alegam que, sem um envolvimento sério dos políticos, o alcance e o potencial das iniciativas de *e-participação* continua extremamente limitado. É, portanto, crucial mudar para uma cultura onde haja vontade e um comprometimento claro dos representantes políticos em envolverem-se nas iniciativas de *e-participação*. Defendem que a presença *on-line* dos decisores políticos em atividades de *e-participação* é um fator importante para facilitar a confiança e o envolvimento dos cidadãos neste género de iniciativas (Macintosh, Coleman & Schneeberger, 2009).

Assim, espera-se que os candidatos e os representantes democráticos aproveitem as características de ubiquidade da Internet e as oportunidades da Web colaborativa, emancipando-se dos Media tradicionais, em favor da Web 2.0 e dos Media Sociais, para as suas estratégias eleitorais e de comunicação e que, cada vez mais, promovam e participem em iniciativas de participação que os aproximem mais dos cidadãos.

Sugere-se que, os partidos políticos, a administração pública e os governos (nacionais e municipais) adotem estratégias de comunicação com os cidadãos, que recorram a ferramentas *on-line*, além dos blogues e das redes sociais, e que visem, numa fase inicial, informar, comunicar, esclarecer e envolver a comunidade. Acredita-se que a abertura dos partidos, da administração pública e dos governos e o diálogo franco, aberto e esclarecedor com os cidadãos podem contribuir para o aumento da confiança destes naqueles.

Ferramentas como o *iLeger* também podem contribuir do ponto de vista pedagógico, na medida em que estimulam o espírito cívico, a partilha, a colaboração e a abertura ao diálogo civilizado e construtivo. Acredita-se que essa abertura é essencial para aproximar os vários intervenientes de uma campanha eleitoral, especialmente os cidadãos e os candidatos, e para fomentar a sua participação.

Ainda em relação à experiência de utilização do *iLeger*, considera-se, tal como em (Mantilla, 2009), que a divulgação é um fator chave para o sucesso deste tipo de iniciativas de participação. Luhrs e os seus colegas, ao analisarem os fatores críticos de sucesso para iniciativas de *e-participação*, no âmbito de um projeto levado a cabo na cidade de Hamburgo, na Alemanha, afirmam que a publicidade e o Marketing são um desses fatores, juntamente com a capacidade de resposta dos governantes, e os prémios ou recompensas (Luhrs et al., 2003). Em (Ferreira, 2011), refere-se que um aspeto relevante e que pode ter influência no nível de adoção da *e-participação* em iniciativas de âmbito local é o esforço feito simultaneamente na promoção/divulgação junto dos cidadãos. O autor refere que os resultados obtidos no seu estudo de caracterização da oferta de *e-participação* ao nível local em Portugal revelam que existe já uma preocupação e prática corrente de divulgação em cerca de 79% das iniciativas de *e-participação*.

Era claramente perceptível que sempre que havia divulgação na *home page* do nosso parceiro, o portal SAPO, aumentava consideravelmente o número de visitas na plataforma *iLeger* (contabilizando cerca de 90% dos acessos). Por outro lado, a parceria com um dos principais órgãos de Media de Portugal também se revelou como um fator facilitador para atrair os políticos a participar.

Por conseguinte, como resposta à segunda questão de investigação “*Qual o papel dos Media em iniciativas de e-participação em períodos eleitorais?*”, alega-se, tal como em (Greengard, 2009; Millard et al., 2009; Howard, 2011; Livne et al., 2011), que os Media podem desempenhar um papel muito relevante, pois têm grande potencial para divulgar iniciativas de participação e, conseqüentemente, para atrair os vários intervenientes à participação. Ademais, eles possuem já grandes comunidades de utilizadores com alguns hábitos de participação *on-line*.

Por outro lado, a disponibilização de informação sobre as questões públicas tem vindo a ser assegurada de forma crescente pelos órgãos de comunicação social, encarados pela generalidade dos cidadãos como entidades mais independentes, em detrimento dos governos e da propaganda partidária, capazes de fomentar debates pluralistas sobre os temas da agenda política (Lourenço et al., 2008). Polat alega que, para aumentar e promover a participação na esfera pública virtual, os meios de comunicação social *on-line* precisam de estar presentes (Polat, 2005). Para Rogério Santos, os Media digitais promovem a cidadania e expressam a sociedade do conhecimento (Santos, 2010a). De acordo com (Volkmer, 2003; Cardoso, 2007), os Media eletrónicos tornaram-se no espaço privilegiado da política. Peter Mambrey, no seu estudo sobre políticas de *e-participação* e projetos de *e-participação*, de âmbito local na Alemanha, afirma que o apoio dos Media é vital para mobilizar os cidadãos, e que, caso não exista esse apoio, a participação permanece fraca (Mambrey, 2008). Gil Ferreira argumenta que os Media possuem um potencial particularmente importante no desenvolvimento da democracia deliberativa (Ferreira, 2010). José Manuel Mendes afirma que os Media constituem um dos componentes centrais das sociedades democráticas (Mendes, 2004).

Manuel Castells evidencia o papel crucial dos Media eletrónicos na política contemporânea (Castells, 2007b). Argumenta que os candidatos utilizam os Media como principal veículo de comunicação, influência e persuasão, e que as pessoas recebem informações e formam a sua própria opinião política essencialmente por intermédio dos Media. Castells chega mesmo a afirmar que, “*em virtude dos efeitos convergentes da crise dos sistemas políticos tradicionais e do grau de penetrabilidade bem maior dos novos meios de comunicação, a comunicação e as informações políticas são capturadas essencialmente no espaço dos Media. Fora da esfera dos Media existe*

apenas marginalidade política”. O mesmo autor defende que o espaço de comunicação se modificou, aumentando as possibilidades de participação autónoma e que, por sua vez, faz aumentar a necessidade de um maior controlo político e empresarial (Castells, 2009). Na perspetiva de Luís Borges Gouveia, esta é também uma leitura do impacto sentido e ampliado dos Media Sociais (Gouveia, 2009).

Além disso, considera-se que os Media têm também um conjunto de comentadores e analistas que podem contribuir para a qualidade das discussões. A experiência jornalística que possuem pode também contribuir para uma melhor dinamização da plataforma *iLeger* e para garantir a qualidade dos conteúdos editoriais. É, no entanto, muito importante que tudo seja feito com total neutralidade política, isto é, a exploração da tecnologia deve ser feita de forma absolutamente neutra. Perante esta tese, existem inúmeros autores que defendem a impossibilidade de um sistema neutro, em parte fundamentado pelo atual quadro económico e de controlo de que muitos dos media se enquadram, ou seja, não é consensual considerar que os Media estão numa posição privilegiada para desempenhar o papel de curador de informação (Rosembaum, 2011) de plataformas de *e-participação*. No entanto, embora se aceite a posição, verifica-se que o trabalho futuro é precisamente o de sustentar e providenciar os meios que assegurem a tese deste trabalho e não o lidar com a subjetividade resultante da existência de sistemas assimétricos e defensores de interesses - algo que a literatura refere como uma atividade de *lobbying*.

Outro contributo importante resultante das experiências de utilização do *iLeger* diz respeito à gestão editorial deste tipo de aplicações. Os utilizadores habituais da Internet gostam de novidade constante. Assim, entende-se que os intervenientes deste tipo de iniciativas devem ser convidados a participar em eventos de curta duração (por exemplo, debates em direto) e sobre temas da atualidade.

Deste modo, a tese defende que a mediação digital propõe uma ecologia em que o espaço de participação é também um espaço de confrontação de poder. Neste contexto, e de forma o mais transparente possível, é que se propõe o uso de uma plataforma digital, neutra e de regulação de base tecnológica, que transfira para os interesses em confronto a produção dos resultados de participação.

9.4 Contributos

Nesta secção, apresentam-se os principais contributos deste trabalho de investigação e desenvolvimento. Assim, identificaram-se os principais atores em campanhas eleitorais e propôs-se um modelo de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais. Com base no modelo proposto, concebeu-se de raiz uma solução tecnológica, o *iLeger*, no âmbito dos Media Sociais, com ênfase na interação entre utilizadores, para usar durante as campanhas eleitorais.

A noção de sistema pode ser aplicada a qualquer objeto ou fenómeno que queiramos estudar. Um sistema é definido como um conjunto integrado de partes, íntima e dinamicamente relacionadas, que desenvolve uma atividade ou função e é destinado a atingir um objetivo específico (Bertalanffy 1950, Bertalanffy 1968).

Considerando o *iLeger* um sistema de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais, que permite a gestão de eventos de participação em linha, e supondo que os eventos de participação pública são atividades, utiliza-se a seguir uma abordagem semelhante à da SADT (*Structured Analysis and Design Technique*), com o intuito de apresentar uma visão funcional global (isto é, de alto nível) do sistema *iLeger*. Pretende-se, essencialmente, identificar e mostrar, numa forma diagramática, as entradas, os principais componentes, as saídas, e os fatores que influenciam a qualidade e o sucesso das atividades (isto é, das iniciativas e dos eventos de participação) levadas a cabo na plataforma *iLeger*.

Sucintamente, a SADT é uma metodologia de engenharia de *software* para a modelação de problemas e de sistemas complexos, desenvolvida por Douglas Ross, em meados dos anos 70 (Ross, 1977). A SADT utiliza uma abordagem de decomposição estruturada *top-down* e oferece uma notação diagramática projetada especificamente para ajudar a descrever e a compreender os sistemas. Fornece, portanto, uma visão funcional de um sistema.

A SADT tem três partes principais: um conjunto de métodos que auxiliam o analista na obtenção de um entendimento de um sistema complexo, uma linguagem gráfica que

pode ser usada para registrar e comunicar esse entendimento, e as diretrizes administrativas que contribuem para o progresso ordenado da análise e para a detecção precoce de problemas (Marca & McGowan, 1987).

Esta metodologia foi amplamente utilizada, entre as décadas de 70 e 80, no campo da engenharia de *software*, como ferramenta de modelação de uso geral particularmente eficaz para a definição dos requisitos de sistemas. Todavia, foi caindo em desuso a partir do momento em que a complexidade dos requisitos dos sistemas de *software* aumentou e com o surgimento das abordagens orientadas aos objetos (Pyo Suh, 2007).

A SADT utiliza dois tipos de diagramas: modelos de atividades e modelos de dados. Os elementos básicos da SADT estão representados na Figura 179.

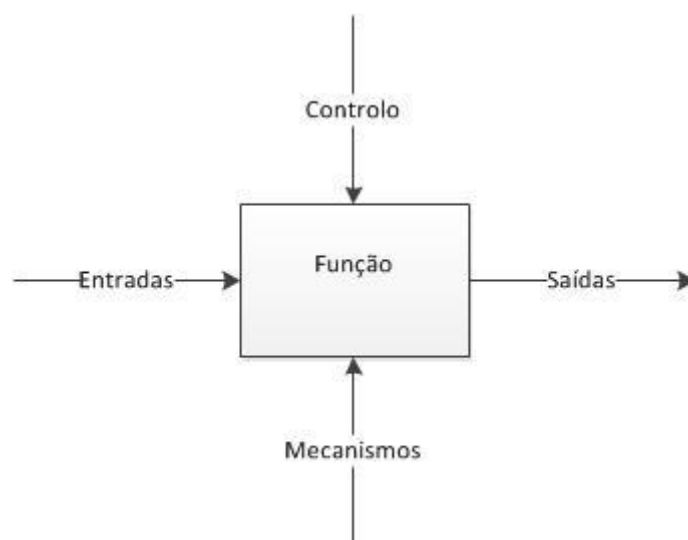


Figura 179 – Elementos básicos da SADT. Fonte: (Ross, 1977)

De acordo com (Mylopoulos, 2004), a semântica das setas para os modelos de atividades é a seguinte: Na caixa principal especifica-se o nome do processo ou da atividade. As setas do lado esquerdo da caixa representam as entradas da atividade, isto é, os dados ou consumíveis que são necessários pela atividade. As setas da parte superior representam os comandos que influenciam a execução de uma atividade, mas não são consumidos. As setas da parte inferior da caixa representam os meios, componentes ou ferramentas utilizados para realizar a atividade. As setas do lado direito

representam as saídas da atividade, isto é, os dados ou produtos que são produzidos pela atividade.

Seguindo uma abordagem semelhante à SADT, ilustra-se na Figura 180 o modelo funcional de alto nível do *iLeger*. A caixa representa as atividades realizadas no sistema *iLeger*, ou seja, os eventos de participação pública. As setas do lado esquerdo da caixa representam as entradas do sistema, isto é, as contribuições dos atores do *iLeger* nos vários eventos de participação criados e geridos pelo editor. As setas da parte superior da caixa representam os fatores que influenciam a qualidade e o sucesso das iniciativas e dos eventos de participação. As setas da parte inferior da caixa representam os componentes (do sistema *iLeger*) utilizados para realizar os eventos de participação. As setas do lado direito representam as saídas do sistema, isto é, o que se obtém com a utilização da plataforma *iLeger*.

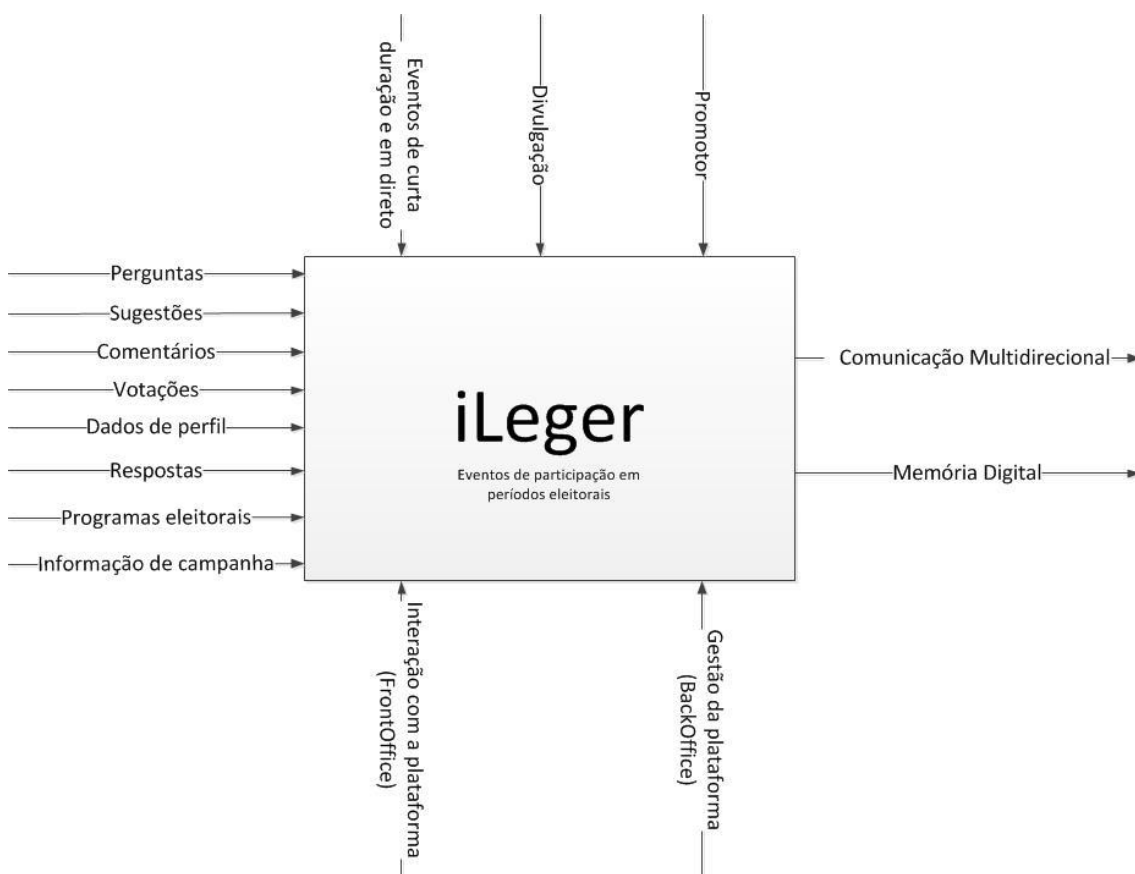


Figura 180 – Modelo funcional de alto nível do sistema *iLeger*. Plataforma de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais

As contribuições dos utilizadores da plataforma *iLeger*, isto é, as entradas submetidas nos eventos de participação criados no sistema, podem tomar a forma de: perguntas, sugestões, comentários, votações, dados de perfil, respostas, medidas de programas eleitorais e informação de campanha. Note-se que neste modelo não se discriminam as contribuições, nem as ações que cada ator pode executar individualmente no *iLeger*.

As atividades de participação são realizadas através dos dois principais componentes do sistema *iLeger*, o *frontoffice* e o *backoffice*. Concretamente, os intervenientes na campanha eleitoral, isto é, os cidadãos, os candidatos e os seus representantes, os partidos políticos, as associações e os movimentos sociais e políticos participam, através das várias áreas do *frontoffice* do *iLeger*, nos eventos criados, geridos e moderados (à luz dos termos de utilização) pelo editor (curador) da plataforma, a partir de uma área dedicada, o *backoffice*.

Como se pode observar na Figura 180, é ao nível dos fatores que podem influenciar a qualidade e o sucesso dos eventos de participação em períodos eleitorais que se encontram alguns dos principais contributos deste trabalho de investigação e desenvolvimento. Esses contributos são decorrentes dos resultados obtidos a partir das experiências de utilização da plataforma *iLeger* nas campanhas eleitorais das Eleições Legislativas e Autárquicas de Portugal em 2009, da Eleição do Bastonário da Ordem dos Médicos de Portugal em 2010, e das Eleições Presidenciais e Legislativas de Portugal em 2011.

Entre os principais resultados, destaque-se o papel que os Media podem ter na condução de iniciativas de participação pública em períodos eleitorais. Portanto, o promotor de iniciativas de participação pública tem um peso significativo, quer na qualidade editorial, quer no sucesso das iniciativas (em termos de número de visitas e de quantidade de ações de participação). As duas iniciativas realizadas em parceria com o portal SAPO (campanhas eleitorais das Eleições Presidenciais e Legislativas de Portugal em 2011) trouxeram muito mais visitantes à plataforma *iLeger* do que as restantes iniciativas realizadas sem a respetiva parceria. Por outro lado, a capacidade dos Media e das Instituições Públicas para atrair as candidaturas, especialmente em eleições políticas de maior dimensão (âmbito nacional), também ficou patente nas

experiências de utilização da plataforma *iLeger* em campanhas eleitorais decorridas em Portugal, entre 2009 e 2011, bem como na iniciativa do CNJ (Conselho Nacional da Juventude).

Também merece destaque a importância da divulgação das iniciativas e dos eventos de participação, quer nas visitas, quer na própria participação dos intervenientes. Os Media têm, também a este nível, um grande potencial. A Figura 181 ilustra um exemplo de uma notícia que divulga um evento transmitido na plataforma *iLeger* durante a campanha eleitoral das Eleições Legislativas de Portugal de 2011.

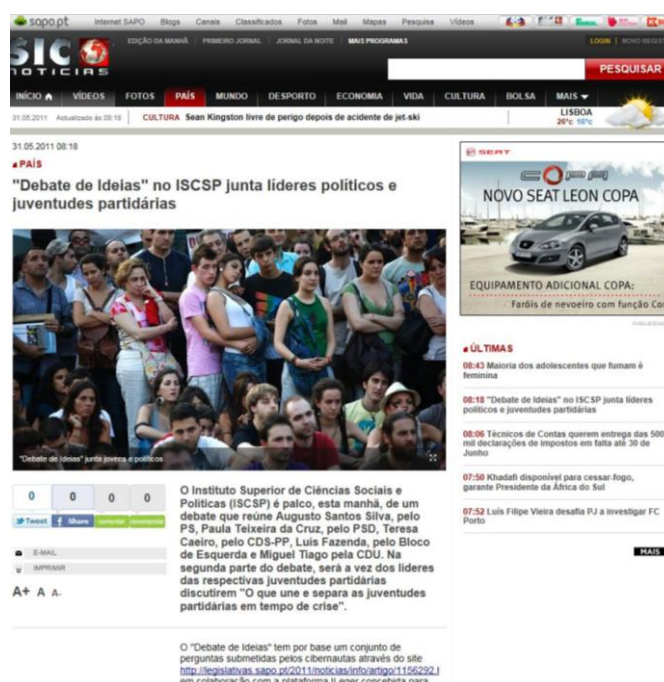


Figura 181 – Notícia que divulga um evento transmitido na plataforma *iLeger* durante a campanha eleitoral das Eleições Legislativas de Portugal de 2011

Por último, mas não menos importante, é de assinalar a influência dos eventos de curta duração e em direto nas visitas e na participação ativa dos intervenientes em iniciativas de participação em períodos eleitorais. Recorde-se, por exemplo, que na iniciativa *iLeger* levada a cabo nas Eleições Legislativas de 2011, ao comparar o número de entradas escritas submetidas pela comunidade antes e depois dos debates em direto com o número de entradas submetidas durante os cinco debates em direto realizados na plataforma *iLeger*, verifica-se que 94% do total das entradas foram submetidas no decorrer dos debates em direto. Este valor demonstra o interesse dos cidadãos em

participar (submetendo conteúdos escritos) em eventos ao vivo e de curta duração. Por outro lado, este tipo de eventos parece ser também atrativo para as candidaturas, uma vez que se mostraram mais abertas a participar nestes cenários. Deste modo, os candidatos podem interagir com a comunidade em eventos breves e esporádicos. Assim, esta abordagem reduz os recursos necessários para participar na plataforma, pois apenas têm de responder a um número reduzido de questões, durante um tempo também limitado.

Em relação ao que se obtém com a utilização do *iLeger*, isto é, às saídas, evidencie-se que, depois de cada campanha eleitoral, todos os conteúdos da plataforma ficam disponíveis para futura consulta (24 horas por dia, 7 dias por semana e 365 dias por ano), criando, assim, uma memória digital. As respostas e as propostas dos candidatos, bem como as contribuições dos partidos políticos, das associações e dos movimentos sociais e políticos representarão, seguramente, um compromisso assumido para períodos pós-eleitorais, com o qual poderão depois ser confrontados durante o exercício de funções.

Destaque-se ainda que, como é ilustrado na Figura 182, um dos contributos da plataforma *iLeger* é permitir a comunicação multidirecional (horizontal, vertical, síncrona e assíncrona) entre os vários intervenientes de uma campanha eleitoral (ver Figura 182), colmatando, assim, uma lacuna de comunicação, identificada entre os principais intervenientes, que era essencialmente unidirecional.

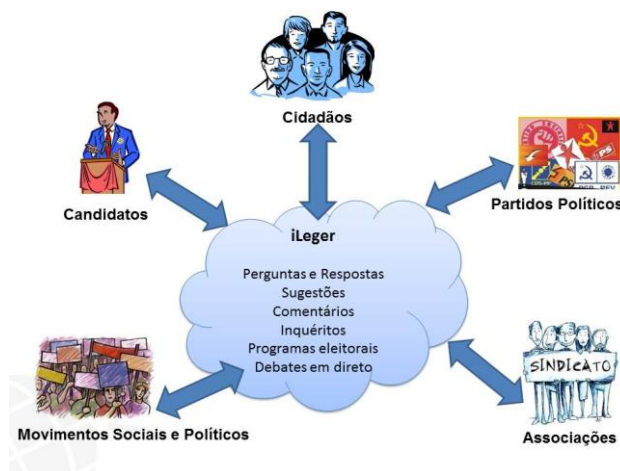


Figura 182 – Comunicação multidirecional entre os vários intervenientes numa campanha eleitoral

A este nível, a plataforma *iLeger* pode contribuir também para tornar as campanhas mais abertas a discussões com o eleitorado e para converter o cidadão – que antes exercia a função de consumidor de informação – num agente com capacidade de intervir e de produzir informação durante as campanhas eleitorais. A informação produzida pelos cidadãos pode depois servir de *input* para outros cidadãos (essencialmente no sentido deliberativo), para os restantes intervenientes (candidatos, associações, partidos políticos e movimentos sociais e políticos) que a podem usar para definir ou rever as suas posições, e para os Media para a criação de notícias, como se pode observar na Figura 183.



Figura 183 – Notícia criada pelo canal de notícias do SAPO com base em informação gerada pelos cidadãos que participaram na plataforma *iLeger* utilizada na campanha eleitoral para as Eleições Legislativas de Portugal de 2011

Finalmente, ainda como contributos deste trabalho de investigação e desenvolvimento, apresenta-se na próxima secção um conjunto de recomendações que surgem como resultado da experiência adquirida ao longo de várias iniciativas de participação eletrónica em campanhas eleitorais em Portugal entre 2009 e 2011.

9.5 Recomendações

Nesta secção propõe-se um conjunto de boas práticas, identificadas ao longo do desenvolvimento deste trabalho, a considerar em iniciativas de mediação digital para a participação pública direta em períodos eleitorais. Assim, recomenda-se:

- Caso se decida criar uma solução tecnológica de raiz, envolver na sua conceção, desenho e desenvolvimento os intervenientes da iniciativa de participação;
- Escolher para promotor da iniciativa de participação eletrónica uma pessoa/instituição ou um conjunto de pessoas/instituições com grande capacidade para angariar participantes (candidatos, cidadãos, partidos políticos, associações e movimentos sociais e políticos), para divulgar a iniciativa e os eventos de participação, para estimular a participação e para garantir uma qualidade editorial elevada. No caso de campanhas eleitorais políticas de âmbito nacional, considera-se que os Media têm, a este nível, um grande potencial;
- Convidar formalmente (e, sempre que exequível, pessoalmente) o maior número possível de intervenientes a participar, no que concerne a candidatos, a partidos políticos, a associações e a movimentos sociais e políticos. Tratando-se de eleições políticas, é importante convidar e garantir todos os candidatos e todos os partidos políticos inscritos na Comissão Nacional de Eleições;
- Divulgar antecipada e continuamente as iniciativas e os eventos de participação no maior número possível de canais adequados. Esta medida irá certamente contribuir para o aumento de cidadãos a visitar a iniciativa. Considera-se que, a este nível, os Media e as redes sociais têm um grande potencial. Por outro lado, a utilização de mecanismos de notificações (por exemplo, por *e-mail*) podem também ser um contributo para fidelizar os utilizadores já registados na plataforma. Ainda em relação à divulgação das iniciativas de participação, é aconselhável apostar nos jovens como público-alvo. Note-se que, segundo os resultados de um inquérito recente do Instituto Nacional de Estatística (INE), a utilização das Tecnologias de

Informação e Comunicação encontra-se largamente difundida entre os jovens portugueses dos 10 aos 15 anos. Concretamente, 98% utilizam computador e 95% acedem à Internet (INE, 2012);

- Definir com clareza e concisão os termos de utilização da plataforma. Os termos devem ser facilmente identificados e acedíveis e devem incentivar o espírito crítico e construtivo, bem como o respeito mútuo. Caso exista moderação, deve ser feita completamente à luz dos termos de utilização. Sempre que o moderador recusa uma contribuição, o utilizador que a submeteu deve ser notificado dos motivos da rejeição, de acordo com as regras de utilização da plataforma de participação. Por outro lado, a escolha do moderador ou da equipa de moderação revela-se de extrema importância, pois têm de ser pessoas com sensibilidade, sensatas, e com conhecimentos sobre as áreas em que estão a moderar. Têm de garantir absoluta neutralidade e imparcialidade. Note-se, contudo, que o tema da moderação e o papel do moderador são considerados assuntos ainda em aberto e a merecer futura investigação;
- Começar as iniciativas de participação atempadamente, de modo a permitir que as contribuições da comunidade, especialmente as sugestões para problemas identificados nas várias áreas governativas, possam ser consideradas e, eventualmente, incorporadas nos programas eleitorais das candidaturas;
- Dinamizar a gestão editorial da plataforma. Sugere-se a criação de vários eventos de participação de curta duração, para estimular os cidadãos com desafios diferentes e variados. O(s) tema(s), a data de início e de conclusão, os objetivos e os interlocutores (por exemplo, candidatos) de cada evento devem estar claramente identificados. Os temas escolhidos devem ser os mais atuais e quentes da campanha eleitoral. Os interlocutores, não sendo candidatos, devem ser pessoas de reconhecido mérito. O editor da plataforma deve agendar constantemente debates em direto, pois são eventos apreciados pelos vários intervenientes na campanha eleitoral;
- Reduzir ao máximo os recursos necessários para participar. É muito importante que a iniciativa de participação não seja muito consumidora de recursos dos

intervenientes. A este nível, os TOP perguntas/sugestões da comunidade e os debates em direto podem ter um papel preponderante, pois permitem concentrar esforços em períodos esporádicos e de duração reduzida;

- Promover o *feedback* dos candidatos e dos partidos políticos às solicitações dos cidadãos, das associações e dos movimentos sociais e políticos. Acredita-se que este pode ser um fator determinante para estimular a sua participação. A incorporação, nos programas eleitorais das candidaturas, de medidas propostas pela comunidade, durante a iniciativa de participação, será certamente um estímulo extraordinário à participação;
- Criar outros mecanismos para premiar as contribuições dos utilizadores, por exemplo, instrumentos de reputação. Outras soluções podem passar por destacar na plataforma as melhores contribuições e por criar notícias para a comunicação social, com base nas contribuições dos utilizadores;
- Fazer um resumo, por exemplo através de uma infografia, de um relatório ou de uma notícia, com os principais conteúdos e contributos de cada evento e da iniciativa de participação.

9.6 Trabalho futuro

Num projeto desta natureza, há certamente melhorias possíveis e novas direções para futura investigação e desenvolvimento. Deve-se, aliás, salientar que o processo de desenvolvimento da plataforma *iLeger* é incremental e baseia-se nas metodologias ágeis da engenharia do *software* (Agile Manifesto, 2001; Cockburn, 2006; Larman, 2004b). Assim, começou-se a partir de um conjunto limitado de recursos e foi-se atualizando a plataforma, de acordo com o *feedback* recolhido junto de intervenientes em campanhas eleitorais e com a aprendizagem realizada através das várias experiências de utilização entre 2009 e 2011.

Assim, nesta secção, apresentam-se várias propostas para trabalho futuro, essencialmente em duas perspetivas. Primeiro, na vertente de funcionalidades da plataforma *iLeger*, que podem ainda ser alvo de melhoria ou atualização e de novas funcionalidades que podem ser implementadas. A este nível, é ainda proposto o desenvolvimento de novas aplicações de participação pública direta. Numa segunda perspetiva, são sugeridos alguns estudos para futura investigação e são deixadas algumas questões em aberto.

9.6.1 Funcionalidades a melhorar ou a implementar e desenvolvimento de novas aplicações

Considerando o desenvolvimento contínuo e as experiências de utilização da plataforma *iLeger*, e depois de uma consulta mais aprofundada a vários intervenientes em um processo eleitoral, julga-se pertinente melhorar algumas das funcionalidades já implementadas e desenvolver novas funcionalidades. Assim, ao nível das funcionalidades da plataforma *iLeger*, pretende-se como trabalho futuro:

- Criar um novo perfil para assessor. Permitir que os candidatos e os representantes de associações, partidos políticos e movimentos sociais e políticos criem novos utilizadores com esse perfil. Possibilitar também a atribuição de permissões a esse novo perfil, tais como publicar, criar novo assessor, eliminar, entre outras. Fazer a gestão de trabalho em colaboração entre os assessores e os seus responsáveis, que podem ser os candidatos, os representantes de associações, partidos políticos e movimentos sociais e políticos, ou um outro assessor. A implementação destas funcionalidades é muito importante, pois espera-se que contribua para a divisão de trabalho e, conseqüentemente para a diminuição da carga de trabalho dos candidatos e dos representantes de associações, partidos políticos e movimentos sociais e políticos. Note-se que a carga de trabalho que uma plataforma como o *iLeger* acarreta foi uma das principais preocupações apontadas por esses intervenientes. Deste modo, pretende-se ainda contribuir para atrair, ou pelo menos não “afugentar”, alguns dos principais atores a participar neste tipo de iniciativas;

- Criar uma zona de biblioteca em cada evento de participação. É muito importante facultar informação aos utilizadores do *iLeger*, para que estes possam debater os vários assuntos de forma mais esclarecida e fundamentada. Assim, numa primeira fase, nesta zona de biblioteca, o editor da plataforma pode disponibilizar um conjunto de hiperligações e de documentos com informação relacionada com o tema subjacente ao evento de participação. Numa fase posterior, seria interessante definir um mecanismo que permitisse aos utilizadores da plataforma sugerir documentos e hiperligações para publicação nesta zona;
- Concluir a implementação da área destinada à introdução e debate das medidas dos programas eleitorais (PE) das várias candidaturas, nomeadamente a matriz eleitoral. Criar ainda um símbolo para os candidatos associarem a uma medida eleitoral que signifique que essa medida se baseia numa proposta submetida por um membro da comunidade na plataforma *iLeger*. Deste modo, cria-se um mecanismo comunitário para reforçar e identificar visualmente as melhores propostas. Note-se que os cidadãos são previamente incentivados a propor ideias e soluções para resolver os problemas da atualidade eleitoral e governativa. As melhores ideias são realçadas através da votação dos utilizadores. Por outro lado, os candidatos e os partidos políticos podem também tirar partido do conhecimento coletivo geral e especializado, encontrando aqui uma fonte de ideias num momento particular, as eleições, em que lhes são pedidas soluções para os problemas que afetam a comunidade. Em suma, espera-se com esta funcionalidade contribuir para um processo político mais colaborativo, pois, por um lado, estimulam-se os cidadãos a apresentar as suas propostas e, por outro lado, permite-se aos candidatos coligirem ideias para os seus programas e enfatizarem-nas;
- Avaliar e repensar o desenho do componente de submissão de comentários. Considera-se que a deliberação é um aspeto muito importante a ter em conta no desenvolvimento e uso de plataformas de *e-participação*. Por outro lado, entende-se que a funcionalidade de introdução de comentários e de resposta a comentários é um mecanismo facilitador da deliberação, através do diálogo na plataforma. Uma vez que na análise de resultados foi notório que o número de comentários submetidos em todas as experiências de utilização da plataforma *iLeger* foi reduzido, é

fundamental encontrar uma forma de estimular o uso desta funcionalidade por parte de todos os intervenientes;

- Incorporar o componente de introdução de comentários na área destinada aos inquéritos, com o intuito de permitir o debate sobre os assuntos mais quentes da campanha eleitoral;
- Permitir a gestão das contribuições favoritas dos cidadãos. Por exemplo, um cidadão poder marcar uma contribuição publicada na plataforma (e.g. pergunta, comentário, sugestão, entre outras) e depois ter uma área ou um filtro que lhe permita visualizar as contribuições favoritas;
- Acrescentar à última versão do *iLeger* a possibilidade de publicar diretamente na rede social *Twitter* os conteúdos submetidos na plataforma *iLeger*. A par do *Facebook*, o *Twitter* é das redes sociais mais usadas em Portugal⁵². Assim, esta funcionalidade pode ter um impacto positivo no alcance e na divulgação dos conteúdos inseridos na plataforma *iLeger*. Note-se que na versão mais recente já é possível partilhar no *Facebook* os conteúdos do *iLeger* e que na primeira versão da plataforma era permitido publicar no *Twitter* os conteúdos do *iLeger*;
- Acrescentar à última versão do *iLeger* as características das redes sociais já implementadas nas versões 2 e 3 da plataforma, nomeadamente seguir utilizador e o perfil público. Desse modo, um utilizador registado poderia seguir outros utilizadores registados na plataforma, sendo depois possível visualizar toda a atividade (questões, sugestões e comentários) realizada no *iLeger* por esses utilizadores. Acredita-se que esta funcionalidade possa contribuir para incentivar o espírito de comunidade entre os utilizadores da plataforma. Todavia, serão necessários estudos para averiguar esta suposição;
- Acrescentar à última versão do *iLeger* o mecanismo de notificações (por *e-mail*) usado na primeira versão da plataforma. Adicionar mais tipos de notificações. Por

⁵² <http://www.alexa.com/topsites/countries/PT>

exemplo: notificar um assessor que tem “trabalho” pendente; notificar o responsável de um assessor a referir que o assessor tem trabalho realizado, mas que necessita de ser aprovado antes de ser publicado; notificar o responsável de um assessor, sempre que o assessor publicar conteúdos na plataforma; notificar um utilizador que passou a ser seguido por outro utilizador; notificar um utilizador a indicar que comentaram um comentário seu; notificar um utilizador, sempre que seja criado um evento de participação sobre um tema por si definido previamente como favorito, entre outros. Eventualmente, criar uma zona, na plataforma *iLeger*, onde os utilizadores possam visualizar as notificações. Note-se que na primeira versão do *iLeger* foram implementadas algumas notificações;

- Acrescentar à última versão do *iLeger* a possibilidade de os candidatos poderem marcar perguntas e sugestões para responder ou comentar mais tarde. Permitir ainda aos candidatos guardar rascunho das suas entradas, de modo a publicá-las mais tarde. Note-se que estas funcionalidades foram implementadas nas primeiras versões da plataforma. Eventualmente, permitir que estas funcionalidades fiquem disponíveis para todos os outros tipos de atores do *iLeger*;
- Acrescentar a possibilidade de submeter conteúdos escritos (perguntas, comentários e sugestões) durante a visualização de debates em direto transmitidos na plataforma *iLeger*, via *streaming* de vídeo. Por exemplo, adicionar um componente de submissão de conteúdos por baixo da zona onde está a ser transmitido o debate em direto. O objetivo é permitir que as pessoas que não podem ir ao local do debate participem ativamente no debate em direto, a partir da Internet;
- Desenvolver um mecanismo que permita realizar os debates em direto por escrito, de modo a prescindir do componente incorporado para o efeito na plataforma *iLeger*, o *CoveritLive*;
- Averiguar a pertinência de implementação de um mecanismo de reputação baseado nas teorias de *Gamification* (Pew Research Center, 2012; CubePoints, 2012), isto é, a utilização noutros contextos de mecanismos e técnicas de desenho provenientes do domínio dos jogos, a fim de tornar as ferramentas tecnológicas mais atraentes e

envolventes. Assim, acredita-se, tal como em (Velikanov, 2010), que esta funcionalidade pode contribuir para elevar a qualidade das contribuições e para estimular os utilizadores a participar, permitindo-lhes obter notoriedade como recompensa. No entanto, num estudo sobre as motivações dos voluntários para participar ativamente, através da Internet, em dois projetos científicos, concluiu-se que os motivos de reputação, de recompensa e de interação social não desempenharam um papel importante. Ao invés, os motivos coletivos e intrínsecos foram os fatores motivacionais mais relevantes (Nov et al., 2011);

- Preparar a plataforma para poder ser utilizada em dispositivos móveis (telefones inteligentes e *tablets*). Note-se que, segundo um inquérito do Instituto Nacional de Estatística (INE), de Novembro de 2012, sobre a utilização de Tecnologias de Informação e Comunicação pelas famílias portuguesas em 2012, verifica-se que 60% das pessoas dos 16 aos 74 anos utilizam a Internet e 35% destas efetuam o acesso em mobilidade (através de equipamentos portáteis). Especificamente, os telemóveis ou *smartphones* são usados para aceder à Internet por quase 21% dos utilizadores (que utilizam a Internet), um crescimento significativo face aos 12% registados no ano anterior (INE, 2012).

Voltando à possibilidade da plataforma *iLeger* funcionar como uma memória digital, pois após cada campanha eleitoral todos os conteúdos da plataforma ficam disponíveis para futura consulta, considera-se pertinente o desenvolvimento de um novo sítio Web de acompanhamento da atividade governativa, que se inicia com uma nova eleição. Nesse novo lugar de discussão (de âmbito nacional, local ou institucional), poderão os cidadãos comuns analisar e debater o progresso da atuação dos eleitos nas suas várias facetas, como também o poderão fazer especialistas qualificados, partidos políticos, movimentos sociais e políticos e associações ligadas aos diversos temas em causa. Terão estes a oportunidade não só de sugerir iniciativas e medidas a aplicar para o futuro, como de cotejar a atuação concreta dos partidos políticos e dos eleitos e os seus resultados com o teor do projeto de atuação manifestado por si antes das eleições. Isto é, as respostas e as propostas dos candidatos, bem como as contribuições dos partidos políticos na plataforma *iLeger* durante a campanha eleitoral, funcionam como uma memória digital que representa um compromisso assumido para períodos pós-eleitorais,

com o qual poderão depois ser confrontados durante o exercício de funções. Esse novo sítio Web encontra-se em fase inicial de desenvolvimento e tem o nome de *Governómetro* (Afonso de Sousa, Agante & Borges Gouveia, 2010a; Afonso de Sousa, Agante & Borges Gouveia, 2010b; Afonso de Sousa & Gouveia, 2011).

Com o intuito de fomentar a participação noutras áreas, além das campanhas eleitorais, considera-se que pode ser útil e desejável adequar a plataforma *iLeger* a outras áreas de participação. Assim, criaram-se, entretanto, mais sete versões temáticas da plataforma *iLeger*, sob a designação *Liberopinion*⁵³, nomeadamente:

- Organizações (<http://organizacoes.liberopinion.com>) – destinada à participação eletrónica em organizações de grande dimensão. Por exemplo, grandes empresas, associações, academias, sindicatos (<http://sindicato.liberopinion.com>), ordens profissionais, instituições públicas e governamentais, entre outras.
- Cultura (<http://cultura.liberopinion.com>) – destinada à participação eletrónica em sítios web de instituições ligadas à cultura.
- Conhecimento (<http://conhecimento.liberopinion.com>) – destinada à participação eletrónica em sítios web de instituições ligadas ao conhecimento.
- City (<http://city.liberopinion.com>) – destinada à participação eletrónica em sítios web de instituições ligadas ao debate sobre a vida nas cidades. Considera-se que pode ser muito útil incorporar esta plataforma nos sítios Web de Câmaras Municipais e, eventualmente de Juntas de Freguesia.
- Notícias (<http://noticias.liberopinion.com>) – destinada à participação eletrónica em sítios web de órgãos de Media sobre notícias generalistas.
- Desporto (<http://desporto.liberopinion.com>) – destinada à participação eletrónica em sítios web de órgãos de Media sobre desporto.
- Fama (<http://fama.liberopinion.com>) – destinada à participação eletrónica em sítios web de órgãos de Media sobre celebridades.

Estas plataformas podem ser facilmente incorporadas em sítios Web, de forma totalmente transparente para os seus utilizadores. Assim, ainda como trabalho futuro, é

⁵³ <http://liberopinion.com/>

importante estabelecer um conjunto de parcerias nas mais diversas áreas, de modo a utilizar a plataforma para estimular a participação das pessoas. Acredita-se que a utilização da plataforma pode ser especialmente útil nas organizações e nas instituições públicas e governativas (por exemplo, como iniciativas de *e-participação* em soluções de *e-government*), de modo a contribuir para democratizar ainda mais o seu modo de gestão e funcionamento e a dar voz a todos os seus membros.

9.6.2 Questões e estudos para trabalho futuro

Uma outra vertente de utilização da plataforma *iLeger*, ainda por explorar, diz respeito à sua integração num sítio Web especificamente desenvolvido para a campanha eleitoral (de âmbito nacional e local) de um determinado candidato. Seria, assim, interessante estudar o impacto que uma iniciativa deste género teria no envolvimento de cidadãos comuns e de membros ligados ao candidato ou ao partido político subjacente à candidatura, e no sucesso da própria campanha eleitoral. Ademais, seria muito interessante poder realizar estudos comparativos de vários casos de estudo de iniciativas de utilização da plataforma *iLeger* neste cenário.

Acredita-se que pode ser frutuoso estabelecer ligações da plataforma *iLeger* para os recursos *on-line* dos vários intervenientes (por exemplo, páginas nas redes sociais e sítios Web de cidadãos, candidatos, partidos políticos, associações e movimentos sociais e políticos) e vice-versa. Assim, seria relevante investigar se este fator tem impacto nos acessos, no envolvimento e na participação. Concretamente, conhecer que percentagem das visitas ao *iLeger* é oriunda desses locais e qual o impacto dessas visitas na participação no *iLeger*. Por outro lado, também pode ser considerado interessante averiguar o impacto das visitas provenientes do *iLeger* nesses locais *on-line*.

Após usar a plataforma em organizações de índole profissional, tais como ordens e sindicatos de classes profissionais, seria interessante realizar estudos comparativos, para averiguar a qualidade e o impacto da participação em comparação com iniciativas de participação de natureza política. Por exemplo, seria proveitoso investigar se é mais estimulante para os cidadãos participar em iniciativas de carácter profissional ou de índole política.

Durante as várias experiências de utilização da plataforma *iLeger* em campanhas eleitorais realizadas em Portugal entre 2009 e 2011, todos os conteúdos escritos submetidos por cidadãos estiveram sujeitos a moderação. Como um tópico para futura pesquisa, deixam-se em aberto duas questões: Qual deve ser o papel e o alcance da moderação? Até que ponto é importante o papel de um curador de informação neste contexto? Seria ainda interessante usar a plataforma *iLeger* sem moderação e comparar os resultados com outros obtidos em iniciativas que usem plataformas de participação eletrónica criadas sob o conceito da *democracia transparente (liquid democracy)*, tais como as plataformas de código aberto *liquid feedback* (<http://liquidfeedback.org/>) e *Adhocracy* (<http://code.adhocracy.de/en>).

Seria também proveitoso analisar aprofundadamente o impacto, ao nível da qualidade e da quantidade da participação, provocado pelo envolvimento dos partidos políticos, das associações e dos movimentos sociais e políticos na plataforma *iLeger*, no contexto das campanhas eleitorais.

Durante as campanhas eleitorais para as Eleições Presidenciais e Legislativas de 2011, os utilizadores não necessitaram de efetuar o registo prévio na plataforma *iLeger*, para poderem participar ativamente nos debates em direto, com representantes das candidaturas. Assim, seria interessante realizar novas experiências de participação semelhantes, mas, em que os utilizadores necessitem de se registar, para poder participar em debates em direto, de modo a analisar o impacto da necessidade de registo na quantidade e qualidade da participação dos utilizadores nos debates. Por outro lado, também seria pertinente estudar o impacto da não necessidade de registo, para poder participar em todos os eventos da plataforma *iLeger* (áreas de recolha de perguntas e de sugestões, inquéritos e programas eleitorais), na quantidade e na qualidade da participação dos utilizadores.

Adicionalmente, identificam-se as seguintes questões para futura investigação: Como melhorar a usabilidade e a arquitetura de informação da plataforma? Como evitar entradas duplicadas? Como gerir uma grande quantidade de perguntas, de propostas e de dados históricos? A este nível, julga-se ser importante analisar alguns dos tópicos dos campos de investigação da Web semântica e da escalabilidade, para eventualmente

contemplar no futuro, nos requisitos da plataforma *iLeger*. Note-se, contudo, que no *iLeger* foram já usadas várias abordagens simples para lidar com este problema de escalabilidade. A fim de tentar reduzir o número de perguntas e de ideias, os utilizadores foram incentivados a votar nas questões ou sugestões existentes, em vez de submeter repetidamente as mesmas perguntas e ideias, mesmo que de forma reformulada. Além disso, as questões e as sugestões foram classificadas por tópicos que fornecem uma estrutura de navegação e de organização para os dados submetidos.

Para finalizar, como resultado da experiência obtida, surgem diversas possibilidades de exploração e aprofundamento dos dados obtidos. Em particular, torna-se pertinente colocar a questão para futuro trabalho: Qual o impacto dos mecanismos de mediação digital na participação?

REFERÊNCIAS

- Abbott, M. L. & Fische, M. T. (2009). *The Art of Scalability: Scalable Web Architecture, Processes, and Organizations for the Modern Enterprise*. San Francisco: Addison-Wesley Professional; 1st edition.
- Abbott, M. L. & Fische, M. T. (2011). *Scalability Rules: 50 Principles for Scaling Web Sites*. San Francisco: Addison-Wesley Professional; 1st edition.
- Abgeordneten. (2010). S/T. Disponível em: <http://www.abgeordnetenwatch.de/>. Acedido em 20 de Maio de 2010.
- Adamic, L. & Glance, N. (2005). The political blogosphere and the 2004 U.S. election: divided they blog. 3rd International Workshop on Link Discovery (LinkKDD '05), Chicago, Illinois, USA.
- Adams, N. J., Macintosh, A., and Johnston, J. (2005). ePetitioning: Enabling Ground-up Participation. 5th IFIP Conference on E-Commerce, E-Business and E-Government - I3E'2005. Matorisa Funabashi and Adam Grzech (eds). Poznan, Poland, pp. 265-271
- Afonso de Sousa, A. & Borges Gouveia, L. (2010). Liberopinion: a Web Platform for Elections 2.0. Proceedings of 5th Iberian Conference on Information Systems and Technologies – CISTI2010, Santiago de Compostela, Spain.
- Afonso Sousa, A., Agante, P. & Borges Gouveia, L. (2010a). Governmeter: Monitoring Government Performance. A Web based Application proposal. EGOVIS 2010 – International Conference on Electronic Government and the Information Systems Perspective, Springer – Verlag LNCS 6267, pp. 158-165, Bilbao, Spain.
- Afonso de Sousa, A., Agante, P. & Gouveia, L. B. (2010b). Liberopinion: a Web Platform for enhancing e-Democracy. In Proceedings of eChallenges e-2010, Warsaw, Poland. IEEE-CS.
- Afonso de Sousa, A., Agante, P. & Borges Gouveia, L. B. (2010c). Liberopinion as an enabling platform for elections 2.0. Proceedings of the 8th Eastern European eGov Days: Changing Concepts & eGovernment as a Service, Prague City Hall, Czech Republic.
- Afonso de Sousa, A., Agante, P., Borges Gouveia, L. B. (2010d). Liberopinion: Democracy for a New Age, Presentation in the World E-Gov Forum for the European eDemocracy Award 2010, Paris, France, 13-15 October 2010
- Afonso de Sousa, A. & Borges Gouveia, L. B. (2011). Governmeter: a Web Application for Monitoring Governmental Activity. Proceedings of 6th Iberian Conference on Information Systems and Technologies – CISTI2011, Chaves.
- Afonso Sousa, A., Agante, P. & Borges Gouveia, L. B. (2011). iLeger – a Web based Application for Participative Elections. Third International Conference on eParticipation (ePart 2011), Springer–Verlag LNCS 6847, pp. 228-239, Delft, Netherlands.
- Afonso de Sousa, A. & Borges Gouveia, L. (2012). iLeger: Uma proposta de Mediação Digital para Períodos Eleitorais. *RISTI – Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*. Edição N.º 9, 6/2012.
- Afonso Sousa, A., Agante, P. & Borges Gouveia, L. B. (2012). A worked proposal on eParticipation for state wide elections. International Conference on Electronic Government and the Information Systems Perspective and International Conference on

Electronic Democracy – EGOVIS/EDEM 2012 – Advancing Democracy, Government and Governance. Springer–Verlag LNCS 7452, pp. 178-190, Vienna, Austria.

Aggio, C., Marques, J., & Sampaio, R. (2011). Campanhas Online, Participação Política e Esfera Pública: O Caso do Plano de Governo Colaborativo nas Eleições Brasileiras de 2010. *Public Sphere Reconsidered –Theories and Practices*, LabCom Books, pp. 3-21.

Agile Manifesto (2001). Manifesto for Agile Software Development. Disponível em <http://agilemanifesto.org/>. Acedido em 1 de Setembro de 2012.

Aichholzer, G. and Westholm, H. (2009). Evaluating eParticipation Projects: Practical Examples and Outline of an Evaluation Framework. *European Journal of ePractice*, Vol. 7, pp. 27-44

Alber, S. M. (2011). *A Toolkit for Action Research*. Plymouth: Rowman & Littlefield Publishers.

Allen, J. & Chudley, J. (2012). *Smashing UX Design: Foundations for Designing Online User Experiences*. Chichester: Wiley; 1st edition.

Ambler, S. W. (2004). *The Object Primer: Agile Model Driven Development with UML 2*. Cambridge: Cambridge University Press.

ANACOM (2012). Relatório do Serviço de Acesso à Internet – 2.º Trimestre de 2012. Disponível em: <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1127093>. Acedido em 16 de Setembro de 2012.

Andersen, K. N. & Medaglia, R. (2009). The use of Facebook in National Election Campaigns: Politics as Usual?. In A. Macintosh, & E. Tambouris (Eds.), *Proceedings of 1st international conference on electronic participation – ePart 2009*, pp. 101-111. Berlin/Heidelberg: Springer–Verlag LNCS 5694

ANSOL (2012). Manifesto do Campo das Cebolas. Disponível em: <https://ansol.org/manifesto/campo-das-cebolas> Acedido em 21 de Outubro de 2012

Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *JAIP*, Vol. 35, No 4, July 1969, pp. 216-224.

Bakardjieva, M. (2009). Subactivism: Lifeworld and politics in the age of the internet. *The Information Society*, 25(2), pp. 91-104.

Balkin, J. (2004). What I learned about blogging in a year. Disponível em: http://balkin.blogspot.pt/2004_01_18_balkin_archive.html#107480769112109137,200. Acedido em 3 de Novembro de 2012.

Bang, H. (2003). A new ruler meeting a new citizen: culture governance and everyday making. In Bang, H. (ed.) *Governance as social and political communication*, Manchester: Manchester University Press, pp. 241-66.

Barber, B. R. (2004). *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. Twentieth Anniversary Edition. Berkeley: University California Press.

Bassey, M. (1998). *Action Research for Improving Practice*. Buckingham: Buckingham Open University Press.

BBC (2012). Germany's Pirate Party riding high. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-18017064> Acedido em 21 de Outubro de 2012

- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Londres
- Benson, R. (2009). Shaping the Public Sphere: Habermas and Beyond. *The American Sociologist*. *Springer Science Business Media*, Volume 40, Issue 3, pp. 175-197
- Bertalanffy, L. V. (1950). An Outline of General System Theory. *The British Journal for the Philosophy of Science*, Vol. 1, No. 2, pp. 134-165.
- Bertalanffy, L. V. (1968). *General System Theory: Essays on its foundation and development*. Rev. ed. New York: George Braziller.
- Bimber, B. & Davis, R. (2003). *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Bobbio, N. (1984). *O Futuro da Democracia. Uma Defesa das Regras do Jogo*. São Paulo: Paz e Terra. Tradução de Marco Aurélio Nogueira, 1997.
- Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D., Marlow, C., Settle, J. & Fowler, J. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature* 489, pp. 295-298.
Disponível em: http://ucsdnews.ucsd.edu/pressrelease/facebook_fuels_the_friend_vote
e <http://www.nature.com/news/facebook-experiment-boosts-us-voter-turnout-1.11401>
Acedido em 9 de Novembro de 2012.
- Bonnie, N., Schiano, D. & Gumbrecht, M. (2004). Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary? *Proceedings of Computer Supported Cooperative Work*.
- Brown, P. (2012). Assembling Transparency and Accountability: A Citizen-Candidate Social Media Collaboration. *Proceedings of the 2012 iConference*. ACM Digital Library, pp. 520-522. Toronto, Ontario, Canada.
- Cardoso, G. (2007). *The Media in the Network Society: Browsing, News, Filters and Citizenship*. Lulu.com e Centro de Investigação e Estudos de Sociologia – ISCTE.
- Carr, W. & Kemmis, S. (1986). *Becoming Critical*. Lewes Falmer.
- Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press, USA.
- Castells, M. (2007a). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Volume I – A Sociedade em Rede*. 3.^a Edição. Fundação Calouste Gulbenkian. Serviço de Educação e Bolsas.
- Castells, M. (2007b). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Volume II – O Poder da Identidade*. 2.^a Edição. Fundação Calouste Gulbenkian. Serviço de Educação e Bolsas.
- Castells, M. (2007c). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of communication* 1 (2007), pp. 238-266
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Cervelló, G. (2009). The eParticipation Project of Neuchâtel. *European Journal of ePractice*. Vol. 7 – eParticipation. pp. 73-78
- Chadwick A. and Howard P. (2010). New Directions in Internet Politics Research. *The Routledge Handbook of Internet Politics*. Routledge Taylor & Francis Group, pp. 1-9

- CNN ElectionCenter2008. (2008). Disponível em: <http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/issues/>. Acedido em 6 de Maio de 2010.
- Cockburn, A. (2001). *Writing Effective Use Cases*. Addison-Wesley.
- Cockburn, A. (2006). *Agile Software Development 2nd Edition*. Cockburn - Highsmith Series Editors.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2005). *Research Methods in Education*. Fifth Edition. Routledge Falmer. Taylor & Francis.
- Coleman S. & Gotze J. (2001). *Bowling Together: Online Public Engagement in Policy Deliberation*. London: Hansard Society.
- Coleman, S. & Ross K. (2002). *The Public, Politics and the Spaces Between: Election Call and Democratic Accountability*. London: Hansard Society
- Coleman S. & Blumer J. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship - Theory, Practice and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 166-197
- Corey, S.M. (1953). *Action Research to Improve School Practice*. New York Teachers College, Columbia University.
- Creighton, J. L. (2005). *The Public Participation Handbook: Making Better Decisions Through Citizen Involvement*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Cruickshank, P., & Smith, C. (2009). Self-efficacy as a factor in the evaluation of e-petitions. In A. Prosser, & P. Parycek (Eds.), *Proceedings of EDEM 2009 – Conference on Electronic Democracy*, pp. 223-232. Vienna: Austrian Computer Society.
- CubePoints. (2012). *Ignite your users*. Disponível em: <http://cubepoints.com/>. Acedido em 27 de Outubro de 2012.
- Dahlberg, L. (2007). Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: From consensus to contestation. *New Media and Society*, 9(5), pp. 827-847.
- Darren G. Lilleker, D. G., Pack, M., & Jackson, N. (2010). Political Parties and Web 2.0: *The Liberal Democrat Perspective*. *Politics*, Vol. 30, Issue 2, pp. 105-112. Political Studies Association.
- DEMO-net Consortium. (2006). D4.1 – The Initial DEMO-net Landscape. Macintosh A. (Ed.), May 2006.
- DEMO-net Consortium (2006b). *Introducing eParticipation*. DEMO-net Booklet Series. vol. 1.
- Dryzek, J.S. (2000). *Deliberative democracy and beyond: liberals, critics, contestations*. Oxford University Press.
- Dutton, W. H. & Peltu, M. (2010). *The new politics of the Internet: multi-stakeholder policy-making and the Internet technology*. Routledge Taylor & Francis Group, pp. 384-400
- Ebbutt, D. (1985). Educational Action Research: some general concerns and specific quibbles. In R.G. Burgess (ed.) *Issues in Educational Research: Qualitative Methods*. pp. 152-74.

- Effing, R., Hillegersberg, J.V., & Huibers, T. (2011). Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?. E. Tambouris, A. Macintosh, and H. de Bruijn (Eds.): ePart 2011, LNCS 6847, pp. 25-35
- Elliott, J. (1991). Action Research for Educational Change. Buckingham: Buckingham Open University Press.
- Erkul, A, K. & Erkul, R. E. (2009). Web 2.0 in the Process of e-participation: The Case of Organizing for America and the Obama Administration. National Center for Digital Government, Working Paper No. 09-001, October 2009. Disponível em: <http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1031&context=ncdg>. Acedido em 19 de Novembro de 2012.
- European Commission. (2004). eGovernment Research in Europe. European Commission.
- European Commission. (2005). Action plan to improve communicating Europe by the Commission. Disponível em: http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf Consultado em 29 de Outubro de 2012.
- European Commission. (2006). i2010 eGovernment Action Plan: Accelerating eGovernment in Europe for the Benefit of All. COM (2006) 173, Brussels, 25.4.2006. Disponível em: http://www.epractice.eu/files/media/media_191.pdf Acedido em 29 de Outubro de 2012
- European Commission. (2007). Communicating about Europe via the Internet, engaging the citizens. SEC (2007) 1742, Brussels, 21.12.2007. Disponível em: http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/internet-strategy_en.pdf Consultado em 29 de Outubro de 2012.
- European Commission (2009). Recommendation CM/Rec (2009) 1 of the Committee of Ministers to member states on electronic democracy (e-democracy). Adopted by the Committee of Ministers on 18 February 2009 at the 1049th meeting of the Ministers' Deputies, 2009.
- European Commission. (2010). The European eGovernment Action Plan 2011-2015, Harnessing ICT to promote smart, sustainable & innovative Government. COM(2010) 743. Brussels, 15 December 2010. Disponível em: http://ec.europa.eu/information_society/activities/egovernment/action_plan_2011_2015/docs/action_plan_en_act_part1_v2.pdf
- Facebook. (2012). Facebook Encourages Users To Vote In 2012 Election. Facebook. Disponível em: http://allfacebook.com/facebook-encourage-vote-election_b103923. Acedido em 9 de Novembro de 2012.
- Fearon, J. D. (1998). Deliberation as discussion. In J. Elster (Ed), Deliberative Democracy. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 44-68.
- Ferguson, R. & Howell, M. (2004). Political Blogs – Craze or Convention. London: Hansard Society.
- Ferraz de Abreu, P. & Melo, J. J. (1999). Introducing new information technologies in public participation: Technology is the easy part. Public Participation and Information Technologies. CITIDEP. DCEA-FCT-UNL, pp. 393-405

- Ferreira, G. B. (2010). Espaços discursivos on-line e democracia deliberativa: promessas e limites. *Cidadania Digital*, pp. 101-115
- Ferreira, V. (2011). Caracterização das iniciativas de e-participação nas autarquias portuguesas. Dissertação de Mestrado submetida à Universidade do Minho. Departamento de Sistemas de Informação. Universidade do Minho. Disponível em: <http://www3.dsi.uminho.pt/gavea/>. Acedido em 9 de Novembro de 2012.
- Fischer, F. (1993). Citizen Participation and the Democratization of Policy Expertise: From Theoretical Inquiry to Practical Cases. *Policy Sciences*, Kluwer Academic Publishers, The Netherlands, Vol. 26, pp. 165-187
- Freschi, A. C., Medaglia, R., & Norbjerg, J. (2009). A tale of six countries: eParticipation research from an administration and political perspective. In A. Macintosh, & E. Tambouris (Eds.), *Proceedings of 1st international conference on electronic participation, ePart 2009*, pp. 36-45. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag LNCS 5694.
- Friedman, T. L. (2006). *O Mundo é Plano – Uma História Breve do Século XXI*. (Oitava) edição atualizada e ampliada. Lisboa: Actual Editora.
- Fung, A. (2007). *Minipublics: Deliberative Designs and their Consequences*. In *Deliberation, Participation and Democracy: Can the people govern?* New York: Palgrave Macmillan.
- Gallup. (1999). *Gallup International Millennium Survey*. Gallup International Association (<http://www.wingia.com/>).
- Gassner, D. (2008). *Adobe Flex 3 Bible*. John Wiley & Sons.
- Gatautis, R., Stravinskiene, J. and Gudauskas, R. (2011). Users Engagement in ICT Based Public Discussions: Evidences from Pilot Action. *Economics and Management:2011.16*. pp. 1253-1258
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: outline of the theory of structuration*, Cambridge: Polity Press.
- Global Voices (2012). *Ativistas Digitais ao Serviço da Cidadania em Portugal*. Postado em 20 Outubro, 2012 10:18 GMT. Disponível em: <http://pt.globalvoicesonline.org/2012/10/20/portugal-activismo-digital-cidadania/> Acedido em 21 de Outubro de 2012.
- Google Analytics. (2012). *Suporte on-line do Google Analytics*. Disponível em <http://support.google.com/analytics/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=1032796> Acedido em 7 de Agosto de 2012.
- Gouveia, L. B. (2004). *Local e-Government – A Governação Digital na Autarquia*. Sociedade Portuguesa de Inovação – SPI.
- Gouveia, L. B. & Gaio, S. (2004). *Sociedade da Informação: Balanço e oportunidades*. Edições Universidade Fernando Pessoa, 2004. Consultar: http://www2.ufp.pt/~lmbg/livro_si04.htm
- Gouveia, L. B. (2009). *Conceito de Rede no Digital face aos Media Sociais*. XI Forum «Communiquer et Entreprendre». 26/27 Novembre. RCMFM et Université Fernando Pessoa. Porto, Portugal

- Greengard, S. (2009). The First Internet President. *Communications of the ACM*, 52(2), pp.16-18
- Gronlund, A. & Horan, T. A. (2004). Introducing e-Gov: History, Definitions and Issues. *Communications of the Association for Information Systems*. Vol. 15, 2004, pp. 713-729
- Gronlund, A. (2009). ICT is not participation is not democracy - eParticipation development models revisited. In A. Macintosh, & E. Tambouris (Eds.), Proceedings of 1st international conference on electronic participation – ePart 2009, pp. 12-23. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag LNCS 5694.
- Grundy, S. (1987). Curriculum: Product or Praxis. Lewes Falmer.
- Gutman, A. & Thompson, D. (2004). Why Deliberative Democracy?. Princeton University Press.
- Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere: An inquiry into a category of bourgeois society. Cambridge MA: MIT Press, 1989.
- Hacker, K. L., & Van Dijk, J. (2000). Digital democracy: Issues of theory and practice. London: SAGE.
- Hacker, K. L., Mason, S. M., & Morgan, E. L. (2009). Digital Disempowerment in a Network Society. *International Journal of Electronic Government Research*, 5(2), pp. 57-71.
- Hargittai, E., Gallo, J. e Kane, M. (2008). Cross-ideological discussions among conservative and liberal bloggers. *Public Choice*, 134, 1-2, pp. 67-86
- Herr, K. & Anderson, G. L. (2005). The Action Research Dissertation a guide for students and faculty. SAGE Publications.
- Hogg, T. & Lerman, T. (2010). Social Dynamics of Digg. Association for the Advancement of Artificial Intelligence, pp. 247-250
- Hohberg, B., Lubcke, M. & Luhrs, R. (2009). Family Policies - A Promising Field of eParticipation. *European Journal of ePractice*. Vol. 7 – eParticipation. pp. 64-72
- Hopkins, D. (2002). A Teacher's Guide to Classroom Research. Buckingham: Buckingham Open University Press.
- Howard, P. N. (2005). Deep Democracy, Thin Citizenship: The Impact of Digital Media in Political Campaign Strategy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597, pp. 153-170.
- Howard, P. N. (2011). Castells and the Media. Cambridge: Polity Press.
- Hult, M. & Lennung, S. (1980). Towards a definition of action-research: a note and bibliography. *Journal of Management Studies*, 17 (2), pp. 24-50.
- IAP2. (2004). The IAP2 Public Participation Toolbox. International Association for Public Participation.
Disponível em: <http://www.iap2.org/associations/4748/files/toolbox.pdf> e acessado em 3 de Novembro de 2012.
- IAP2. (2007). The IAP2 Spectrum of Public Participation. International Association for Public Participation.

Disponível em: <http://www.iap2.org/associations/4748/files/spectrum.pdf>. Acedido em 3 de Novembro de 2012.

IBM. (2006). Public Deliberation: A Manager's Guide to Citizen Engagement. Center for The Business of Government. Disponível em: <http://www.businessofgovernment.org/sites/default/files/LukensmeyerReport.pdf> e em: http://www.whitehouse.gov/files/documents/ostp/opengov_inbox/ibmpubdelib.pdf. Acedido em 3 de Novembro de 2012.

INE (2011). Instituto Nacional de Estatística. Estatísticas territoriais. Cidades Estatísticas (N.º). Disponível em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_princindic. Acedido em 6 de Agosto de 2012.

INE. (2012). Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias em 2012. Sociedade da Informação e do Conhecimento. Instituto Nacional de Estatística, 6 de Novembro de 2012. Disponível em: http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=133548146&DESTAQUESmodo=2 Acedido em: 7 de Novembro de 2012

Ireland, E. & Nash, P. T. (2001). *Winning Campaigns Online: Strategies for Candidates and Causes*. Science Writers Press; 2nd edition.

Islam, M. (2008). Towards a sustainable eParticipation implementation model. *European journal of ePractice*, Vol. 5, pp. 1-12

Jensen, J. L. (2003). Virtual democratic dialogue? Bringing together citizens and politicians. *Information Polity: The International Journal of Government and Democracy in the Information Age*, 8(1/2), pp. 29-47.

Jessop, B. (2003). Governance and meta-governance: on reflexivity, requisite variety and requisite irony. In Bang, H. (ed.) *Governance as social and political communication*, Manchester: Manchester University Press, pp. 101-106

Jones, R. (2009). Social Media Marketing 101, Part 1. About.com Business and finances. Canada. Disponível em: <http://sbinfocanada.about.com/gi/o.htm?zi=1/XJ&zTi=1&sdn=sbinfocanada&cdn=money&tm=83&f=10&tt=8&bt=0&bts=0&zu=http%3A//searchenginewatch.com/3632809> Acedido em 26 de Novembro de 2012.

Kaasgaard, K. (2000). *Software Design & Usability: Talks With Bonnie Nardi, Jakob Nielsen, David Smith, Austin Henderson & Jed Harris, Terry Winograd & Stephanie Rosenbaum*. Copenhagen: Copenhagen Business School Pr, 1st edition.

Kalampokis, E., Tambouris, E., & Tarabanis, K. (2008). A Domain Model for eParticipation. Proceedings of the Third International Conference on Internet and Web Applications and Services – ICIW 2008. pp 25-30. IEEE CS

Kampen, J. K. and Snijkers, K. (2003). E-Democracy: A Critical Evaluation of the Ultimate E-Dream. *Social Science Computer Review*. vol. 21, no. 4, pp. 491-496.

Kemmis, S. & McTaggart, R. (1992). *The Action Research Planner* (third edition). Geelong, Victoria, Australia: Deakin University Press.

- Kemmis, K. & McTaggart, R. (2000). Participatory Action Research. In N. Denzin and Y. Lincoln. (eds.), *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage.
- Kemp, R. (1998). Planning, public hearings, and the politics of discourse. in J. Forrester (Ed), *Critical Theory and Public Life*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, pp.177-201.
- Kes-Erkul, A. & Erdem-Erkul, R. (2009). Web 2.0 in the Process of e-participation: The Case of Organizing for America and the Obama Administration. National Center for Digital Government, Working paper No. 09-001
- Kies, R., Mendez, F. & Schmitter, P. (2003). Evaluation of the use of new technologies in order to facilitate democracy in Europe. European Parliament: Scientific and Technological Options Assessment Series.
- Klinenberg, E. & Perrin, A. (2000). Symbolic politics in the information age: the 1996 presidential campaigns in cyberspace. *Information, Communication & Society*, vol. 3 (1), pp. 17-38.
- Koshy, V. (2005). *Action Research for Improving Practice*. SAGE Publication Company.
- Larman, C. (2004a). *Applying UML and Patterns: An Introduction to Object-Oriented Analysis and Design and Iterative Development*. Addison Wesley.
- Larman, C. (2004b). *Agile and Iterative Development: A Manager's Guide*. Addison Wesley.
- Lewin, K. (1948). *Resolving Social Conflicts*. New York: Harper.
- Livne, A., Simmons, M. P., Adar, E. & Adamic, L. A. (2011). The Party is Over Here: Structure and Content in the 2010 Election. *Association for the Advancement of Artificial Intelligence*, pp. 201-208.
- Loudon, K. (2010). *Developing Large Web Applications: Producing Code That Can Grow and Thrive*. Yahoo Press; 1st edition.
- Lourenço, R. (2009). O caráter deliberativo da blogosfera política portuguesa: uma análise preliminar. *Proceedings da Conferência da Associação Portuguesa de Sistemas de Informação - CAPSI 2009*. Viseu, Portugal.
- Lourenço, R., Simões, A. P., Vidigal, L. & Montargil, F. (2008). O desenvolvimento da democracia eletrónica em Portugal. *Associação para a Promoção e Desenvolvimento para a Sociedade da Informação*.
Disponível em:
<http://www.inst-informatica.pt/servicos/informacao-e-documentacao/biblioteca-digital/sociedade-da-informacao-1/2008/o-desenvolvimento-da-democracia-electronica-em>. Acedido em: 10 de Novembro de 2012.
- Luhrs, R., Albrecht, S., Lubcke, M., & Hohberg, B. (2003). EGOV 2003, Springer LNCS 2739, pp. 79-84
- Macintosh, A. (2004). Characterizing e-Participation in policy-making. *Proceedings of the 37th annual Hawaii international conference on system sciences (HICSS'04)*, pp. 1-10, IEEE Press.
- Macintosh, A., Coleman, A. and Lalljee, M. (2005). *E-Methods for Public Engagement: Helping Local Authorities communicate with citizens*.

Disponível em: http://itc.napier.ac.uk/itc/Documents/eMethods_guide2005.pdf.

Acedido em: 22 de Outubro de 2012

Macintosh, A., & Whyte, A. (2008). Towards an evaluation framework for eParticipation. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 2(1), pp. 16-30.

Macintosh, A., Adams, N., Whyte, A. & Johnston, J. (2008). ePetitioning in the Scottish Parliament. *Digital Government – E-Government Research, Case Studies, and Implementation*. Eds. Chen, H., Brandt, L., Gregg, V., Traunmuller, R., Dawes, S., Hovy, E., Macintosh, A. & Larson, C. A. SPRINGER, pp. 487-502

Macintosh, A., Coleman, S., & Schneeberger, A. (2009). eParticipation: The Research Gaps. In: A. Macintosh and E. Tambouris (Eds.): *Proceedings of ePART2009*, LNCS, Vol. 5694, pp. 1-11. Springer, Heidelberg

Mambrey, P. (2008). From Participation to e-Participation: The German Case. *ICEGOV 2008*, Cairo, Egypt. ACM, pp. 355-360

Manin, B. (1987). On Legitimacy and Political Deliberation. *Political Theory*, 15(3), pp.338-368.

Mantilla, C. C. (2009). E-democracy and inclusion: The role for government agencies in mobilizing participation. In J. Davies, & T. Janowski (Eds.), *Proceedings of 3rd international conference on theory and practice of electronic governance, ICEGOV 2009*. pp. 211-217. New York: Association for Computing Machinery (ACM).

Marca, D. A., & McGowan, C. L. (1988). *SADT: Structured Analysis and Design Technique*. McGraw-Hill.

Martins, M. (2004). *Participação Política e Democracia - O Caso Português (1976-2000)*. Lisboa, ISCSP.

Matheus, R. & Ribeiro, M. M. (2009). Models for Citizen Engagement in Latin America – Case Studies of Public Digital Budgeting. *ICEGOV 2009*. ACM, pp. 109-116

Matilla, J. (2003). Participatory e-governance - A new solution to an old problem?. In *Governing Networks*. Salminen, A. Ed. Amsterdam: IOS Press, pp. 161-170.

Matos, L. S. (1992). O Sistema Político Português e a Comunidade Europeia. *Análise Social*, vol. XXVII (118-119), 1992 (4.º-5.º), pp. 773-787.

McKernan, J. (1991). *Curriculum Action Research*. London: Kogan Page.

Medaglia, R. (2007). The challenged identity of a field: The state of the art of eParticipation research. *Information Polity*, 12, pp. 169-181

Medaglia, R. (2011). eParticipation research: A longitudinal overview. In E. Tambouris, A. Macintosh, & H. de Bruijn (Eds.), *Proceedings of the third international conference on electronic participation, ePart 2011*. August 29 - September 1, 2011, Delft, the Netherlands. pp. 99-108, LNCS Springer-Verlag

Medaglia, R. (2012). eParticipation research – Moving characterization forward. *Government Information Quarterly* 29 (2012), pp. 346-360. Elsevier

Mendes, J. M. (2004). Media, públicos e cidadania: Algumas notas breves. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 70, Dezembro 2004, pg. 147-158

Metric Mail. (2012). *Google Analytics Market Share*.

Disponível em: <http://metricmail.tumblr.com/post/904126172/google-analytics-market-share>. Acedido em 24 de Agosto de 2012.

Millard, J., Nielsen, M. M., Warren, J., Smith, S., Macintosh, A., Tarabanis, K., Tambouris, E., Panopoulou, E., Efraxia, D., & Parisopoulos, K. (2009). European eParticipation summary report. European Commission, Directorate for Information Society and Media. Web, February 1, 2011.

Disponível em:

http://ec.europa.eu/information_society/activities/egovernment/docs/reports/eu_eparticipation_summary_nov_09.pdf

Moreira, A.M., Moller, M., Gerhardt, G., & Ladner, A. (2009). E-Society and E-Democracy, eGovernment Symposium, Berne, Switzerland

Moreno-Jimenez, J. M., & Polasek, W. (2003). E-democracy and knowledge. A multicriteria framework for the new democratic era. Institute for Advanced Studies, Economics Series, Vienna: Department of Economics and Finance Economics Series: 142.

Morozov, E. (2011). The Dark Side of the Internet Freedom: The Net Delusion. New York: PublicAffairs.

MSI. (1997). Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal. Missão para a Sociedade de Informação.

Disponível em <http://www2.ufp.pt/~lmbg/formacao/lvfinal.pdf>. Acedido em 4 de Novembro de 2012

Mylopoulos, J. Chung, L. and Yu, E. (1999). From object-oriented to goal-oriented requirements analysis. *Communications of the ACM*, vol. 42, pp. 31-37.

Mylopoulos, J. (2004). Conceptual Modelling III. Structured Analysis and Design Technique (SADT).

Disponível em: <http://www.cs.toronto.edu/~jm/2507S/Notes04/SADT.pdf>. Acedido em Junho de 2010.

Nash, K. (2010). Contemporary Political Sociology: Globalization, Politics and Power. Wiley-Blackwell.

Netscope. (2012). Ranking de tráfego de entidades Web. Disponível em <http://netscope.marktest.pt>. Acedido em 18 de Agosto de 2012.

Nielsen, J. (1993). Usability engineering. Morgan Kaufmann; 1st edition.

Nielsen, J. & Loranger, H. (1993). Prioritizing Web Usability. New Riders; 1st edition.

Nielsen, J. (2000). Designing Web Usability: The Practice of Simplicity. New Riders Publishing.

Nielsen, J. (2006) Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute. Disponível em: http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html. Acedido em 23 de Agosto de 2012

Nov, O., Arazy, O., & Anderson, D. (2011). Technology-Mediated Citizen Science Participation: A Motivational Model. Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. pp. 249-256. Barcelona. Spain.

- Nye, Jr., Zelikow, P. D. & King, D. C. (1997). *Why people don't trust government*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nye, Jr. (2010). *O futuro do Poder*. Temas e Debates, Círculo de Leitores, 1.ª edição: Março de 2012.
- O'Leary, Z. (2004). *The Essential Guide to Doing Research*. London: Sage.
- Oliveira, J. N., Santos, L & Amaral, L. (2003). *Guia de Boas Práticas na Construção de Web Sites da Administração Direta e Indireta do Estado*. Gávea – Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação, Universidade do Minho, Guimarães, Portugal. Disponível em: <http://www3.dsi.uminho.pt/gavea/>. Acedido em 9 de Novembro de 2012.
- Orçamento Participativo Portugal. (2012). Aveiro fecha primeira edição do OP. Disponível em: <http://www.op-portugal.org/noticias.php?id=1023>. Acedido em: 9 de Novembro de 2012.
- Organization for Economic Co-operation and Development – OECD (2001). *Citizens as partners: OECD handbook on information. Consultation and public participation in policy-making*, OECD, Paris
- Organization for Economic Co-operation and Development – OECD (2003). *Promises and problems of edemocracy; Challenges of Citizen on-line Engagement*. OECD, Paris.
- Ostling, A. (2011). *How democratic is e-participation? A comparison between e-Petition and e-Parliament cases in four European countries*. Conference for eDemocracy and Open Government – CeDEM 2011. pp. 59-70. Danube University Krems. Krems. Austria.
- Panopoulou, E., Tambouris, E., Tarabanis, K. (2008). *A framework for evaluating web sites of public authorities*. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives* 60(5), pp. 517-546.
- Panopoulou, E., Tambouris, E. & Tarabanis, K. (2009). *eParticipation initiatives: How is Europe progressing?.* *European journal of ePractice*, Vol. 7, pp. 15-26
- Parlamento. (2005). *Constituição da República Portuguesa*. Assembleia da República. Disponível em: <http://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx> Acedido em: 13 de Novembro de 2012.
- Paivarinta, T. & Saebo, O. (2006). *Models of E-Democracy*. *Communications of the Association for Information Systems*, 17(1), article 37, pp. 818-840.
- Peixoto, T. (2009). *Beyond Theory: e-Participatory Budgeting and its Promises for eParticipation*. *European Journal of ePractice*. Vol. 7 – eParticipation. pp. 55-63
- Pérez Serrano, G. (1994). *Investigación Cualitativa. Retos e Interrogantes. I. Métodos*. Madrid, La Muralla.
- Peters, J. D. (1999). *Public Journalism and Democratic Theory: Four Challenges*. In Ed. Theodore Lewis Glasser. New York: Guilford Press, pp. 99-117.
- Petrik, K. (2009). *Participation and e-democracy: How to utilize Web 2.0 to policy decision-making*. In S. A. Chun, R. Sandoval, & P. Regan (Eds.), *Proceedings of the 10th annual international conference on digital government research*, pp. 254-263. New York: Digital Government Society of North America.

- Pew Research Center. (2012). Gamification: Experts expect “game layers” to expand in the future, with positive and negative results. Pew Research Center’s Internet & American Life Project.
- Pinto, M. (1983). Enciclopédia Polis da Sociedade e do Estado. Verbo. Vol. 1. Col. 428
- Polat, R. K. (2005). The Internet and political participation - Exploring the explanatory links. *European Journal of Communication*, 20(4), pp. 435-459.
- Pordata. (2011). Base de Dados Portugal Contemporâneo. Participação eleitoral 2009: Presidentes de Câmara - total por partido político ou coligação. Fundação Francisco Manuel dos Santos. Disponível em: <http://www.pordata.pt/Portugal/Presidentes+da+Camara+total+e+por+partido+politico+ou+coligacao-2194>
Acedido em 13 de Agosto de 2012.
- Porto Editora. (1993). Dicionário da Língua Portuguesa. 6.ª Edição. pp. 253
- Pressman, R. S. (2005). Software Engineering - A Practitioner’s Approach. Sixth Edition. Mc Graw Hill.
- Putnam R. D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Simon & Schuster.
- Pyo Suh, N. (2007). Axiomatic Design - Advances and Applications. Oxford: Oxford University Press. pp. 239-298.
- Rainie, L. (2012). Social Media and Voting. Pew Research Center, 6 November 2012. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/Reports/2012/Social-Vote-2012.aspx>.
Acedido em 26 de Novembro de 2012.
- Reason, P. and Bradbury, H. (2001). Handbook of Action Research: Participative Enquiry and Practice. London: Sage.
- Rethemeyer, K. R. (2007). The empires strike back: Is the internet corporatizing rather than democratizing policy processes? *Public Administration Review*, 67(2), pp.199-215.
- Roeder, S. (2007). Online Moderation in eParticipation - Socio-technical dynamics in multi polar communication. Understanding eParticipation - Contemporary PhD eParticipation research in Europe. Eds. Avdic, A., Hedstrom, K., Rose, J, & Gronlund, A. DEMO-net The eParticipation Network. pp. 85-102
- Rosebaum, S. (2011). Curation Nation: How to Win in a World Where Consumers are Creators. McGraw-Hill; 1st edition
- Ross, D. T. (1977). Structured Analysis (SA): A Language for Communicating Ideas. *IEEE Transactions on Software Engineering*, vol. 3, no. 1, pp. 16-34.
- Ruggieri, R. (1996). Address to Singapore Ministerial Conference. World Trade Organization. Singapore, 9 December 1996. CNNI, World News and Internet Press Release.
Disponível em: http://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/min96_e/sing_dg_e.htm.
Consultado em 15 de Novembro de 2012.
- Saebø, O., Rose, J., & Flak, L. S. (2008). The shape of eParticipation: Characterizing an emerging research field. *Government Information Quarterly*, 25, pp. 400-428.

- Saebø, O., Rose, J., & Nyvang, T. (2009). The role of social networking services in eParticipation. In A. Macintosh, & E. Tambouris (Eds.), *Proceedings of 1st International Conference on Electronic Participation, ePart 2009*, pp. 46-55. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag LNCS 5694.
- Salmon, G. (2004). *E-Moderating: The Key to Teaching and Learning Online*. Routledge; 2nd edition.
- Sanford, C., & Rose, J. (2007). Characterizing eParticipation. *International Journal of Information Management*, vol. 27, pp. 406-421.
- Santos, B. S. (1998). Participatory Budgeting in Porto Alegre: Toward a Redistributive Democracy. *Politics & Society*, 26, pp. 461-510.
- Santos, R. (2010a). *Media Digitais e Responsabilidade Social*. *Cidadania Digital*, pp. 59-69.
- Santos, V. M. (2010b). A “Era do conhecimento” e as Problemáticas globais: Manifestações de Cidadania Participativa na Sociedade da Informação. *Cidadania Digital*, Junho de 2010, pp. 41-58
- Santos, L. D., Oliveira, J. N. & Amaral, L. (2003). *Método de Avaliação dos Web Sites dos Organismos da Administração Direta e Indireta do Estado*. Gávea - Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação, Universidade do Minho, Guimarães, Portugal.
Disponível em: <http://www3.dsi.uminho.pt/gavea/downloads/MetodoAvalRes.pdf>
Acedido em 9 de Novembro de 2012.
- Santos, L. D. & Amaral, L. (2012). *Presença na Internet das câmaras municipais portuguesas em 2009: Estudo sobre Local eGovernment em Portugal*. Gávea – Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação, Universidade do Minho, Guimarães. Disponível em: <http://www3.dsi.uminho.pt/gavea/>. Acedido em 7 de Novembro de 2012.
- Sartori, G. (2000). *Homo Videns – Televisão e pós-pensamento*. Lisboa: Terramar.
- Scherer, S., Karamagioli, E., Titorencu, E., Schepers, J., Wimmer, M. A: & Koulolias, V. (2009). Usability Engineering in eParticipation. *European Journal of ePractice*. Vol. 7 – eParticipation. pp. 79-91
- Schlossnagle, T. (2006). *Scalable Internet Architectures*. Sams Publishing; 1st edition.
- Sebastião, S. (2012). *Cultura Contemporânea. Contributos para os estudos culturais, mediáticos e digitais*, Lisboa, ISCSP, 2012.
- Sebastião, S., Pacheco, A. & Santos, M. (2012). Cidadania Digital e Participação Política: O Caso das Petições Online e do Orçamento Participativo. *Estudos em Comunicação*, n.º 11, pp. 29-48.
- Sintomer, Y. & Gret, M. (2002). *Porto Alegre A esperança de uma outra democracia*. Campo das Letras. Primeira edição.
- SmartVote (2011). Disponível em: <http://www.smartvote.ch/>. Acedido em 15 de Março de 2011.
- Smith, A. (2009). *The Internet’s Role in Campaign 2008*. Pew Research Center.
- Smith, A. (2010). *Government online*. Pew Research Center.

- Smith, S. & Dalakiouridou, E. (2009). Contextualizing Public (e)Participation in the Governance of the European Union. *European Journal of ePractice*. Vol. 7 – eParticipation. pp. 4-14.
- Smith, A. (2011a). 22% of online Americans used social networking or Twitter for politics in 2010 campaign. Pew Research Center, 27 January 2011. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/Press-Releases/2011/Politics-and-Social-Media.aspx>. Consultado em 26 de Novembro de 2012
- Smith, A. (2011b). The Internet and Campaign 2010. Pew Research Center, 17 March 2011. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/Press-Releases/2011/The-Internet-and-Campaign-2010.aspx>. Consultado em 26 de Novembro de 2012
- Smith, A & Duggan, M. (2012). The State of the 2012 Election – Mobile Politics. Pew Research Center, 9 October 2012. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/Reports/2012/Election-2012-Mobile.aspx>. Consultado em 26 de Novembro de 2012.
- Socialbakers. (2012). Portugal Facebook Statistics. Disponível em: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/portugal> Acedido em: 11 de Novembro de 2012.
- Stangroom, J. (2006). Pequenos livros grandes ideias – Filosofia. Círculo de Leitores, 1.ª edição: Julho de 2012.
- Stromer-Galley, J. (2000). On-Line Interaction and Why Candidates Avoid It. *Journal of Communication*, 50(4) pp. 111-132
- Sunstein, C. R. (2001). Republic.com. Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2008). Neither Hayek nor Habermas. *Public Choice*, 134, 1-2 (2008), pp. 87-95
- Surowiecki, J. (2007). A Sabedoria das Multidões (1ª ed.). Porto: Asa Editores,S.A.
- Susen, S. (2011). Critical Notes on Habermas’s Theory of the Public Sphere. City University London, *Sociological Analysis*, 5 (1), pp.37-62.
- Susha, I., & Gronlund, A. (2012). eParticipation research: Systematizing the field. *Government Information Quarterly*. Volume 29, Issue 3, pp. 37-382. Elsevier
- Talbot, D. (2008). How Obama Really Did It: The social-networking strategy that took an obscure senator to the doors of the White House. *Technology Review*, 9/10
- Talk Meter. (2012). U.S. Election Day Transcends Borders On Facebook. Facebook. Disponível em: http://allfacebook.com/u-s-election-canada-u-k-australia_b104080. Acedido em 9 de Novembro de 2012.
- Tambouris, E., Liotas, N., Kaliviotis, D. & Tarabanis, K. (2007). A Framework for Scoping eParticipation. Proceedings of the 8th Annual International Conference on Digital Government Research, Philadelphia, pp.288-289.
- Tambouris, E., Liotas, N. & Tarabanis, K. (2007). A Framework for Assessing eParticipation Projects and Tools. Proceedings of the 40th International Conference on System Sciences (HICCS-40), Hawaii, pp.90-98. IEEE CS
- Tambouris, E., Kalampokis, E., & Tarabanis, K. (2008). eParticipation Research Projects in the European Union: A Survey. *Int. J. Electronic Business*, 2008, Vol. 6, No. 6, pp.554-571.

- Taylor-Smith, E. and Lindner, R. (2009). Using Social Networking Tools to Promote eParticipation Initiatives. In: Alexander Prosser and Peter Parycek (eds.) Proceedings of EDEM 2009 – Conference on Electronic Democracy, pp. 115 -121. Vienna
- Teixeira, M. E. (2003). Estado Democrático – O Sistema Político Português. Centro de Documentação 25 de Abril, Universidade de Coimbra.
Disponível em: <http://www1.ci.uc.pt/cd25a/wikka.php?wakka=OSPP>.
Acedido em: 13 de Novembro de 2012
- Thompson, D. and Gutmann, A. (2004). Why Deliberative Democracy?. Princeton University Press.
- Toffler, A. (1984). The Third Wave. Bantam.
- Toffler, A. & Toffler, H. (1996). Creating a New Civilization: The politics of the Third Wave. *Harvard Journal of Law & Technology*. Vol. 9, Number 1, pp. 225-229
- Tomkova, J. (2009). E-consultations: New tools for civic engagement or facades for political correctness?. *European Journal of ePractice*. Vol. 7 – eParticipation. pp. 45-54
- Trammell, K. D., Williams, A. P., Postelnicu, M. & Landreville, K. D. (2006). Evolution of Online Campaigning: Increasing Interactivity in Candidate Web Sites and Blogs Through Text and Technical Features. *Mass Communication & Society*, 9(1), pp. 21-44.
- Tumasjan, A., Sprenger, T., Sandner, P. G., & Welpe, I. M. (2010). Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment. Association for the Advancement of Artificial Intelligence, pp. 178-185
- UMIC. (2003). Uma nova Dimensão de Oportunidades – Plano de Ação para a Sociedade da Informação. Unidade de Missão Inovação e Conhecimento. Aprovado em Conselho de Ministros em 26 de Junho de 2003.
- UMIC. (2004). Democracia Eletrónica, Cidadania e Governo na Sociedade da Informação 2004/2006. Observatório da Sociedade da Informação e do Conhecimento. Unidade de Missão Inovação e Conhecimento.
- UMIC. (2011). Sociedade da Informação e do Conhecimento. Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP – UMIC, 1 de Junho de 2011. Disponível em:
http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes4/Relatorio_SIC_Nov2009_Mai2011.pdf
- UNDESA (2008). United Nations e-Government Survey 2008, From e-Government to Connected Governance. United Nations Department of Economic and Social Affairs. 978-92-1-123174-8. New York. Disponível em:
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan028607.pdf>
- UNDESA. (2010). Leveraging E-government at a time of financial and economic crisis. 2010 United Nations e-Government survey. United Nations Department of Economic and Social Affairs. 978-92-1-123183-0. January 15, 2011.
Disponível em: http://www2.unpan.org/egovkb/global_reports/10report.htm
- UNDESA. (2012). eGovernment for the People. United Nations e-Government survey. United Nations Department of Economic and Social Affairs. 978-92-1-123190-8.
Disponível em: http://www2.unpan.org/egovkb/global_reports/12report.htm
- Unger, R. & Chandler, C. (2012). A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making. New Riders, 2nd edition.

- Velikanov, C. (2010). Requirements and Tools for an Efficient eParticipation. Proceedings of the 11th Annual International Conference on Digital Government Research. ACM. pp. 32-40. Puebla, Mexico.
- Volkmer, I. (2003). The global network society and the global public sphere. *Journal of Development*, Vol. 46 (1), pp. 9-16
- Web Index (2012). Web Index Report and Key Findings. Measuring the Web's Global Impact. World Wide Web Foundation.
Disponível em <http://thewebindex.org/2012/09/2012-Web-Index-Key-Findings.pdf>.
Acedido em: 16 de Setembro de 2012.
- Web Index Portugal (2012). Measuring the Web's Global Impact. World Wide Web Foundation.
Disponível em: <http://thewebindex.org/data/all/country/PRT>
Acedido em: 16 de Setembro de 2012.
- Williams, C., & Gulati, G. (2008). What is a Social Network Worth? Facebook and Vote Share in the 2008 Presidential Primaries. In Annual Meeting of the American Political Science Association, pp. 1-17. Boston, MA.
- Winkler, R. (2007). Online Deliberation: Towards a research framework for the assessment of online debates. Understanding eParticipation – Contemporary PhD eParticipation research in Europe. Eds. Avdic, A., Hedstrom, K., Rose, J., & Gronlund, A. DEMO-net The eParticipation Network. pp. 183-200.
- Wired (2009). Pirate Party Wins EU Parliament Seat. Wired on-line, 8 August 2009.
Disponível em: <http://www.wired.com/threatlevel/2009/06/pirate-party-wins-eu-parliament-seat/>
Acedido em 21 de Outubro de 2012
- Witschge, T. (2002). Online Deliberation: Possibilities of the Internet for Deliberative Democracy. Euricom Colloquium Electronic Networks & Democratic Engagement.
- Wright, S. (2006). Government-run Online Discussion Fora: Moderation, Censorship and the Shadow of Control. *British Journal of Politics and International Relations*, Vol. 8 No.4, pp.550-568
- W3C. (2012). Web Accessibility Initiative. Disponível em: <http://www.w3.org/WAI/>.
Acedido em 28 de Outubro de 2012.
- W3Techs. (2012). Usage of traffic analysis tools for Web sites.
Disponível em: http://w3techs.com/technologies/overview/traffic_analysis/all. Acedido em 24 de Agosto de 2012
- Zakaria, F. (2003). O futuro da Liberdade – A Democracia Iliberal nos Estados Unidos e no Mundo. Gradiva, segunda edição.
- Zirakzadeh, C. (2011). Social and Political Movements. Sage Vol. 1.
- Zuber-Skerritt, O. (1996a). Emancipatory action research for organisational change and management development. In O.Zuber-Skerritt (ed.) *New Directions in Action Research*. London, pp. 83-105.
- Zuber-Skerritt, O. (1996b). Introduction. In O.Zuber-Skerritt (ed.) *New Directions in Action Research*. London, pp. 3-9.

ANEXO 1 – TERMOS DE UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA *ILEGER*

Termos de utilização da plataforma *iLeger*⁵⁴

1. Estes termos de utilização regem o uso e a participação dos utilizadores do sítio web *iLeger*, criado e gerido pela sociedade Libertrium, e não afastam a aplicação das regras legais em vigor.
2. O *iLeger* é um sítio web edificado no campo da Web 2.0 e que se insere na temática da democracia eletrónica (*e-democracy*), visando fomentar a participação cívica e enriquecer o debate social através da criação e partilha de ideias, questões, propostas e soluções, pelo contacto entre os cidadãos eleitores, associações civis e os cidadãos elegendos. Serão estes os seus utilizadores.
3. A participação no *iLeger* carece de registo prévio, de acordo com os requisitos fixados. Os dados pessoais recebidos dos utilizadores serão tratados de acordo com as normas legais vigentes.
4. O utilizador será o único responsável pelo conteúdo das suas contribuições e obriga-se a respeitar todas as regras legais relevantes, assim como os deveres indicados nestes termos de utilização.
5. Além das regras gerais, os utilizadores deverão respeitar as seguintes normas específicas:
 - a. Não serão permitidos quaisquer conteúdos de carácter que se repute de injurioso ou difamatório, contrário assim ao objetivo de criar neste *site* um ambiente de discussão construtivo, cordial e civilizado. Quando tais funcionalidades se encontrarem disponíveis, o mesmo grau de exigência se estenderá ao conteúdo de avatares, *links* introduzidos ou de ficheiros anexos, que além do já descrito, não poderão conter material de carácter pornográfico, violento, racista ou por qualquer modo passível de chocar os utilizadores mais sensíveis.
 - b. Os utilizadores deverão exprimir-se empregando unicamente a língua portuguesa na sua forma convencional, isto é, sem o uso de formas alternativas de linguagem, por exemplo, de linguagem vulgarmente utilizada em SMS e “*chats*”.
 - c. As perguntas e sugestões devem ser inseridas na área temática adequada e formuladas de forma direta, contextualizada e objetiva. As perguntas devem terminar num ponto de interrogação. Deverá evitar-se que o conteúdo essencial da questão represente juízos de valor e opiniões pessoais, frases inócuas ou vagas, acusações ou remoques. É reservado o direito de não publicar perguntas e sugestões que entenda violarem este princípio.
 - d. A Libertrium reserva-se ao direito de não publicar perguntas e sugestões que entenda estarem repetidas.
 - e. Na introdução de perguntas, sugestões não será permitido aos utilizadores o apelo explícito ao voto.

⁵⁴ <http://ileger.noticias.sapo.pt/legislativas/2011/conteudos.php?5>

- f. Os utilizadores têm direito a um único voto por votação. Um segundo voto implica a revogação do anterior.
 - g. O mecanismo de votação neste *site* não se reporta a qualquer critério de validade científica das sondagens de opinião e não representará com rigor estatístico as opções dos eleitores e público em geral, nem mesmo as dos utilizadores deste site, revestindo a qualidade de um mero indicador das preferências destes últimos.
 - h. Ao apresentar as suas contribuições no *iLeger*, os Utilizadores tornam o seu conteúdo de uso público e livre.
 - i. A Libertrium reserva para si todos os direitos autorais sobre a informação estatística resultante das intervenções efetuadas e publicadas no *iLeger*.
 - j. No caso de ser detetado um uso da aplicação para fins abusivos e passíveis de ação judicial, será disponibilizada toda a informação requisitada nos termos legais e com a correspondente cooperação com as entidades oficiais envolvidas.
 - k. O incumprimento destes Termos de Utilização atribui à entidade administradora deste sítio web o direito de eliminar as contribuições onde se verificou a situação de incumprimento, podendo o mesmo comportamento implicar o cancelamento do registo do Utilizador neste sítio web, sem prejuízo das possíveis consequências legais.
6. A Libertrium poderá a qualquer momento, sem aviso prévio e com efeitos imediatos, alterar, acrescentar ou revogar, parcial ou totalmente, os presentes termos de utilização. As suas novas versões serão imediatamente disponibilizadas.
7. Deverá o utilizador consultar periodicamente os termos de utilização e os elementos que os complementam, obrigando-se a cessar imediatamente a utilização das funcionalidades do *iLeger* na hipótese de discordar de qualquer das suas regras.
8. A participação dos respetivos utilizadores no *iLeger* implica o conhecimento e aceitação de todo o teor destes termos de utilização, nos quais se inserem ainda a política de privacidade.

ANEXO 2 – LISTA DE DEBATES EM DIRETO REALIZADOS NA PALTAFORMA
ILEGER

Eleições Presidenciais de Portugal de 2011

Debates em direto no formato de texto:

- Jacinto Lucas Pires
Mandatário Nacional de Juventude
Candidatura de Manuel Alegre
- Sérgio Ribeiro
Mandatário Distrital de Santarém
Candidatura de Francisco Lopes
- Defensor Moura
Candidato à Presidência da República
- Artur Pereira
Diretor nacional de campanha
Candidatura de Fernando Nobre
- Diogo Vasconcelos
Mandatário Digital
Candidatura de Cavaco Silva
- José Manuel Coelho
Candidato à Presidência da República

Eleições Legislativas de Portugal de 2011

Debates em direto no formato de Vídeo:

- Augusto Santos Silva
Partido Socialista
- Paula Teixeira da Cruz
Partido Social Democrata
- Tereza Caeiro
Centro Democrático Social – Partido Popular
- Luís Fazenda
Bloco de Esquerda
- Bernardino Soares
Coligação Democrática Unitária

Debates em direto no formato de texto:

- Rita Rato
Coligação Democrática Unitária
- Pedro Mota Soares
Centro Democrático Social – Partido Popular
- João Galamba
Partido Socialista
- Garcia Pereira
Partido Comunista dos Trabalhadores Portugueses / Movimento Reorganizativo do Partido do Proletariado
- Paulo Borges
Partido pelos Animais e pela Natureza