

As fontes de informação digitais sobre política: estudo exploratório com jovens adultos portugueses

The web sources of information about politics: an exploratory study among Portuguese adults

Sónia Pedro Sebastião*, Joana Lourenço**

*Professora Auxiliar no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa; Investigadora Integrada do Centro de Administração e Políticas Públicas, Universidade de Lisboa, Pólo Universitário da Ajuda, Rua Almerindo Lessa, 1300-663 Lisboa (ssebastiao@iscsp.ulisboa.pt)

**Mestranda em Comunicação Social, na vertente de Comunicação Estratégica, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa (joanalourenco.91@gmail.com)

Resumo

Este artigo é um estudo exploratório quantitativo que visa aferir que fontes informativas digitais sobre política são utilizadas pelos jovens adultos portugueses dos 18 aos 34 anos. Os resultados do inquérito utilizado apontam para a preferência por órgãos de comunicação social como fontes de informação sobre política, dado o baixo nível de confiança nos *websites* de redes sociais.

Palavras-chave: Política, fontes informativas, jovens adultos, inquérito

Abstract

This paper is an exploratory quantitative study that aims to assess which digital information sources about politics are used by the Portuguese young adults, aged 18 to 34 years old. The survey results indicate the preference for media as sources of information about politics, given the low level of trust in social networking websites.

Keywords: Politics, sources of information, young adults, survey

Introdução

A perspectiva normativa dos estudos de comunicação e ciência política advoga, desde as suas origens, a importância da informação credível sobre os assuntos e a actividade política, permitindo ao cidadão tomar decisões sustentadas e racionais. Contudo, a prática democrática tem mostrado que, ao invés de racionais, as decisões dos cidadãos são baseadas na ignorância e no preconceito face à opção pela não informação, pela utilização de fontes pouco credíveis ou pela mediatização política que acaba por transformar a informação política em conteúdos personalizados e *faits divers* (McNair, 2009).

A alteração do espectro mediático provocada pela evolução tecnológica e pelo surgimento da internet e de numerosas plataformas digitais multiplicou exponencialmente o número de fontes de informação e as

possibilidades de eco de informações não controladas pelas estruturas dominantes da sociedade (Gurevitch, Coleman & Blumler, 2009). Mas estarão os cidadãos interessados nestas fontes aparentemente “não controladas”?

Se do tipo de informação consumida depende o interesse e a participação política dos cidadãos, torna-se fundamental compreender que fontes de informação são usadas pelos cidadãos e a sua opinião sobre as mesmas, especialmente sobre as fontes digitais que “invadem” o quotidiano dos jovens cidadãos. Consequentemente, o objectivo deste estudo exploratório é a aferição do uso de plataformas digitais como fontes de informação sobre política por parte dos jovens adultos portugueses. A opção pela faixa etária dos 18 aos 34 anos relaciona-se com a maior utilização feita por este estrato etário da web e, particularmente, das redes sociais digitais.

Na elaboração deste estudo realizou-se uma pesquisa bibliográfica para a elaboração da revisão da literatura sobre cidadania, fontes de informação e da participação política; um inquérito por questionário *online* com questões fechadas, semiabertas e abertas sobre fontes informativas sobre política utilizadas pelos jovens adultos portugueses.

1. Cidadania e Fontes de Informação

Por cidadania entende-se, vulgarmente, os direitos e deveres atribuídos aos indivíduos que estão inseridos numa determinada comunidade de um Estado-nação (Marshall, 2008). A relação do indivíduo com a comunidade deve ser entendida como sendo recíproca e dependente, ou seja, implica legitimidade, integração, mas também participação activa (Giddens, 1984).

A conjuntura tecnológica e política influencia a redefinição do Estado, o que implica, igualmente, a redefinição do conceito de cidadania, uma vez que este conceito é centrado no Estado. Para Isin e Turner, a cidadania compreende quatro dimensões: (1) legal - consagrada na Constituição; (2) política - direito e dever de participar na *polis*; (3) económica - direitos e deveres do cidadão enquanto consumidor e trabalhador; e (4) cívica - participação do cidadão nos assuntos cívicos (2003, p. 2). Durante e após a educação para a participação cívica, o cidadão tem a liberdade de usar os meios disponíveis para complementar essa educação. Pode fazê-lo a partir dos hábitos de leitura e pesquisa que os *media*, tradicionais ou digitais, disponibilizam. Consequentemente, a cidadania digital, utilizando as ferramentas oferecidas pelas tecnologias de informação e comunicação (TIC), não é mais do que a extensão da dimensão cívica da cidadania (Sebastião, 2012). Ser-se cidadão, idealmente, é ser-se participativo e activo na sociedade. Mas para isso é necessário que os indivíduos estejam educados nesse sentido, ou seja, sejam estimulados por uma “boa” cultura política: uma cultura participativa. A reestruturação educacional, proposta por Barber (1999), vem no sentido da participação do indivíduo, nos assuntos políticos, como algo que faça parte da sua educação desde cedo.

Para além da educação ser uma das limitações da cidadania digital (Barber, 1999), com a questão da literacia digital, também se deve ter atentar no acesso às TIC, que pode ser condicionado por questões educacionais, linguísticas, étnicas e raciais (e.g. Barber, 1999; Shelley, Thrane, Shulman, Lang, Beisser, Larson, & Mutiti, 2004); por questões económicas, sociais e políticas (e.g. Mossberger, Tolbert, & McNeal, 2008; e Martins,

2010). Este último autor frisa que o interesse do cidadão em participar é um factor muito importante, que advém da educação, e é estimulado, ou não, por motivos psicológicos, atitudes e motivações (Martins, 2010, p. 279).

Verifica-se, portanto, que a educação e o acesso aos meios tecnológicos condicionam o cidadão na sua procura por informação política, isto é, limitam o tipo de fontes de informação sobre política que o cidadão escolhe para participar e o conhecimento sobre o que acontece na *polis*.

Neste trabalho, as fontes de informação são consideradas como redes de indivíduos, grupos ou instituições que fornecem dados e recursos sobre questões políticas e sociais que podem influenciar, e as atitudes e comportamentos dos cidadãos. Estas fontes são estruturas de comunicação, canais de mediação informativa que englobam redes interpessoais, organizacionais e de *media* com um papel no processo de formação de opinião política.

A fonte de informação política pode ter duas bases: uma pessoal (família e colegas originalmente estudados por Katz & Lazarsfeld, 1955) decorrente de relações primárias, marcada por laços fortes e estreitos, e caracterizada pela confiança, credibilidade e proximidade (e.g. McNair, 2000; Barber, 2003); e uma impessoal (Mutz, 1998) que emana de relações formais e mediadas, principalmente estabelecidas entre o indivíduo e os *media* ou outras organizações que respondam à necessidade ampla de informações. Fontes impessoais de informação política são caracterizadas por laços fracos e dominados por especialistas (Blumler & Gurevitch, 1995; Entman, Matthes & Pellicano, 2009, p. 179).

2. Fontes de Informação Digitais e Participação

Com a sociedade da informação é possível identificar uma terceira fonte de informação que pode ser definida como híbrida, uma vez que reúne laços fracos e fortes e pode surgir a partir de fontes primárias e organizacionais. Esta fonte híbrida é a *web*, usada em campanhas políticas e no dia-a-dia para informar e mobilizar os cidadãos para as causas e questões públicas. De acordo com Gurevitch, Coleman, & Blumler (2009), a evolução histórica e tecnológica tornou os profissionais da informação mais cépticos e intervencionistas, levando-os a assumir um papel de construtores e árbitros da vida política, ao mesmo tempo que se assiste à fragmentação das audiências e expansão do número de canais de informação. Os *media* despolitizaram a política, criando histórias, personalizando e mundanizando os assuntos políticos.

Com o crescimento do acesso à internet, as plataformas *web* tornam-se igualmente instrumento de mediatização política, disponibilizando mais informação ou canais para a disseminar de forma rápida. Vários estudos têm procurado enfatizar as virtudes da *web* para a emancipação do eleitor/consumidor anteriormente subjugado ao modelo unidireccional (*broadcast*) e controlado (*gatekeeper*) da televisão - e dos *media* ditos tradicionais - para se informar sobre política (e.g. Dahlgren, 2001; Shane, 2004; Chadwick, 2006). Não obstante, e apesar de todas as possibilidades tecnológicas exploradas pelas correntes "ciberoptimistas", estudos conduzidos em várias democracias ocidentais (e.g. Hindman, 2008; Chadwick, 2009; Karlsson, Clerwall, & Buskqvist, 2013; Sebastião & Trindade, 2014), mostram a fraca utilização destes instrumentos numa perspectiva multidireccional, interactiva ou participativa. Isto é, existem três níveis a considerar na

relação entre o indivíduo e a tecnologia: o acesso, muitas vezes condicionado por questões económicas e de disponibilidade de infra-estruturas, para além da motivação e interesse (visto anteriormente); a utilização que implica a pesquisa e selecção de informação, a interacção do indivíduo com outros indivíduos em ambiente digital e a participação que pressupõe a criação de conteúdos, a sua partilha e o envolvimento no debate (Mossberger, Tolbert, & McNeal, 2008, p. 140).

Neste trabalho, procura-se perceber a atitude de jovens portugueses em relação a esta fonte de informação híbrida sobre política, procurando colmatar uma lacuna existente nos estudos sobre fontes de informação política em Portugal, com foco em jovens cidadãos. Com uma pesquisa sistematizada em reportórios digitais, identificámos: o estudo *Os Jovens e a Política* (Magalhães & Moral, 2008) que conclui que o consumo de notícias e informações sobre política, pelos jovens portugueses, é muito baixo e que o meio favorito é a televisão; e a tese de mestrado de Jorge (2013) que, com um inquérito digital aplicado a uma amostra de conveniência construída em bola de neve, conclui que, em termos políticos e apesar de pouco motivados, os jovens inquiridos usam mais a internet como fonte de informação sobre política do que como plataforma de envolvimento e participação política.

3. Apresentação e análise de resultados

Como referido, o principal objectivo desta investigação é a aferição do uso de plataformas digitais como fontes de informação sobre política por parte dos jovens adultos portugueses. Recorreu-se a um inquérito digital utilizando o *Google Docs* e divulgado através de *e-mail* e do *website* da rede social *facebook*, entre os dias 7 e 17 de Novembro de 2012. A amostra dos respondentes é constituída por 100 inquiridos com idades compreendidas entre os 18 e os 34 anos; 48% do sexo feminino e 52% do sexo masculino.

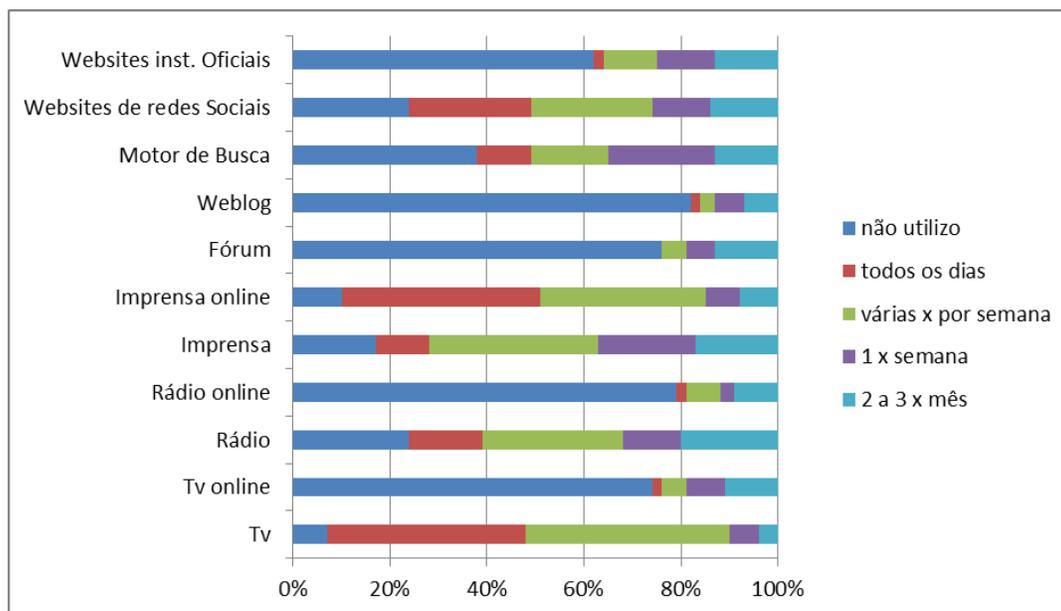
Os resultados do inquérito revelam que quase metade dos indivíduos (44%) costuma informar-se todos os dias sobre política portuguesa. Menos de 9% da amostra informa-se apenas entre uma vez por semana ou menos. Em períodos de campanha eleitoral os resultados são muito semelhantes: verifica-se apenas um ligeiro aumento da frequência com que os indivíduos se informam sobre política, que poderá ser associada ao aumento do número e da frequência de notícias sobre o tema.

A primeira escolha dos inquiridos para se informarem sobre política portuguesa é a televisão (33%), as notícias veiculadas pelos órgãos de comunicação social tradicionais no geral (televisão, jornais e rádio) (29%) e os jornais (26%). Contudo, verifica-se que mais de metade dos inquiridos utilizam diariamente ou várias vezes por semana os *websites* de redes sociais para se informarem sobre política. O mesmo se passa com a imprensa *online* que tem uma grande percentagem de utilização diária e semanal frequente como fonte informativa sobre política. Desta forma se constata a supremacia da imprensa *online*, apenas ultrapassada pela televisão tradicional em termos de preferência dos inquiridos. Neste cenário, os jornais (ou imprensa tradicional) são o meio menos preferido dos inquiridos.

Os motores de busca também têm uma percentagem considerável de utilização diária ou semanal, porém quase 40% dos indivíduos ainda não os utiliza para este fim. Os *weblogs* e *fora* não são utilizados por grande parte dos indivíduos (entre 70% a 85%) e os que os utilizam fazem-no com pouca frequência. De sublinhar a

elevada percentagem (mais de 60%) dos inquiridos que afirma não utilizar os *websites* das instituições oficiais (ver figura 1).

Figura 1. Frequência da utilização das fontes informativas sobre política portuguesa



| | não utilizo | todos os dias | várias x por semana | 1 x semana | 2 a 3 x mês |
|---------------------------|-------------|---------------|---------------------|------------|-------------|
| Websites inst. Oficiais | 62% | 2% | 11% | 12% | 13% |
| Websites de redes Sociais | 24% | 25% | 25% | 12% | 14% |
| Motor de Busca | 38% | 11% | 16% | 22% | 13% |
| Weblog | 82% | 2% | 3% | 6% | 7% |
| Fórum | 76% | 0% | 5% | 6% | 13% |
| Imprensa online | 10% | 41% | 34% | 7% | 8% |
| Imprensa | 17% | 11% | 35% | 20% | 17% |
| Rádio online | 79% | 2% | 7% | 3% | 9% |
| Rádio | 24% | 15% | 29% | 12% | 20% |
| Tv online | 74% | 2% | 5% | 8% | 11% |
| Tv | 7% | 41% | 42% | 6% | 4% |

n=100

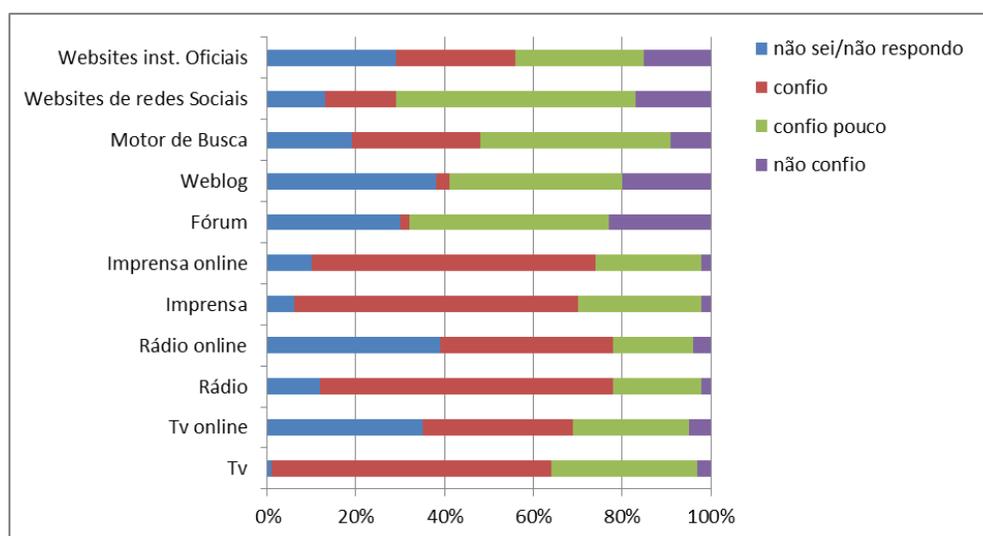
Constata-se, por conseguinte, um baixo interesse dos inquiridos se manterem informados sobre política. Contudo, quem tem interesse no tema, informa-se com frequência diária. Apesar de não serem questionados sobre o porquê de se informarem ou não sobre política, na frequência indicada, arriscamos a atribuir o ónus deste comportamento ao interesse nos assuntos políticos mas igualmente ao tipo de apresentação da informação sobre política feita pelas fontes de informação política, classificada por Gurevitch, Coleman e Blumler (2009) como despolitizada e mundanizada. Verifica-se, ainda, uma utilização significativa das plataformas digitais, isto é, das fontes de informação que anteriormente classificámos como híbridas. De sublinhar, no entanto, a preferência pelas fontes secundárias e controladas (profissionais identificados,

especialistas), isto é, pelos *websites* dos órgãos de comunicação social (Blumler & Gurevitz, 1995; Mutz, 1998; Entman, Matthes & Pellicano, 2009).

Os “*media* tradicionais” (imprensa, rádio e televisão) são os que apresentam maior percentagem de confiança por parte dos indivíduos como fontes informativas (figura 2). Não obstante, as plataformas digitais desses mesmos *media* também são confiáveis aos olhos dos inquiridos: imprensa *online*, rádio *online* e televisão *online*. Contudo, perto de 40% dos inquiridos refere que “não sabe/não respondo” quando questionados sobre o nível de confiança dos *websites* de rádio e televisão. De notar que, embora os níveis de confiança da rádio e da televisão “tradicionais” sejam superiores aos da rádio e televisão *online*, na imprensa os valores são relativamente semelhantes nos dois formatos.

Ainda na figura 2, é evidenciado que há maiores níveis de desconfiança em plataformas digitais (*websites* de instituições oficiais, *websites* de redes sociais, *weblogs*, fórum e motores de busca) e um certo desconhecimento sobre o seu grau de confiança. Porém, os *websites* das instituições oficiais e os motores de busca têm uma percentagem de confiança que se aproxima dos 30%.

Figura 2. Grau de confiança nas plataformas



| | não utilizo | todos os dias | várias x por semana | 1 x semana | 2 a 3 x mês |
|---------------------------|-------------|---------------|---------------------|------------|-------------|
| Websites inst. Oficiais | 62% | 2% | 11% | 12% | 13% |
| Websites de redes Sociais | 24% | 25% | 25% | 12% | 14% |
| Motor de Busca | 38% | 11% | 16% | 22% | 13% |
| Weblog | 82% | 2% | 3% | 6% | 7% |
| Fórum | 76% | 0% | 5% | 6% | 13% |
| Imprensa online | 10% | 41% | 34% | 7% | 8% |
| Imprensa | 17% | 11% | 35% | 20% | 17% |
| Rádio online | 79% | 2% | 7% | 3% | 9% |
| Rádio | 24% | 15% | 29% | 12% | 20% |
| Tv online | 74% | 2% | 5% | 8% | 11% |
| Tv | 7% | 41% | 42% | 6% | 4% |

Além disso, o grau de confiança que os indivíduos depositam nos *media* tradicionais é consideravelmente maior do que nos *weblogs*, *fora* ou *websites* que não pertençam a um órgão de comunicação social. Esta conclusão corrobora o estudo de Chyi e Yang (2009), que mostra a preferência das pessoas pelos conteúdos dos órgãos de comunicação social, especialmente pelos físicos e não tanto pelos *online*; e confirma a maior utilização da televisão pelos jovens, conforme estudo de Magalhães & Moral (2008).

Estes dados, confirmam igualmente a classificação das fontes de informação sobre política anteriormente apresentada. Isto é, as fontes ditas secundárias, mediadas e distantes dos inquiridos, baseadas em laços fracos, não colhem elevados níveis de confiança; com excepção dos órgãos de comunicação social que poderão ser reconhecidos pelos inquiridos como produtores de conteúdos mais isentos politicamente e até intervencionistas (Gurevitch, Coleman, & Blumler, 2009).

Os 5% dos inquiridos que visitam *fora* ou *weblogs* como fontes informativas sobre política referiram os seguintes endereços:

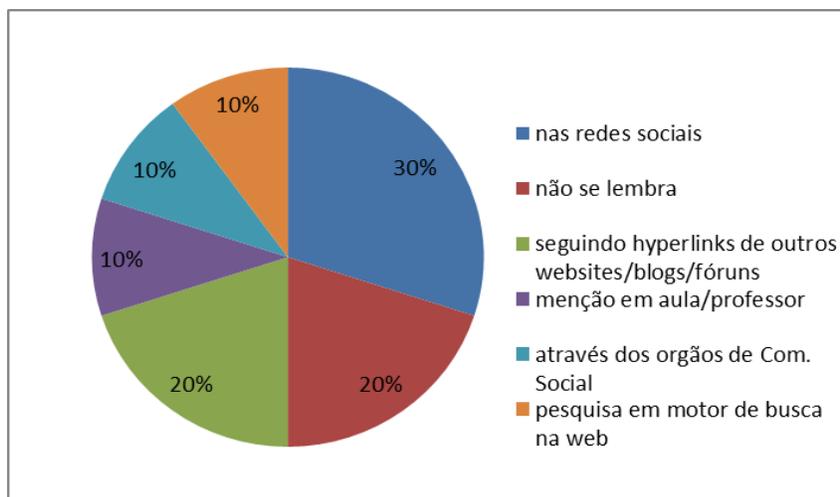
- 31 da armada: <http://31daarmada.blogs.sapo.pt/>, *weblog* colectivo com publicações sobre a actualidade. No seu editorial, os autores comprometem-se a ser “livres a pensar”, dependentes das suas convicções a opinar, sem “ambição de ser isentos”, mas tentando ser “rigorosos e sérios”. As publicações são sobre a actualidade existindo entre os seus 22 autores militantes e simpatizantes do Partido Social Democrático e do Centro Democrático Social-Partido Popular.
- Arrastão: <http://arrastao.org/>, começou por ser um *weblog* individual de Daniel Oliveira, ex. deputado do Bloco de Esquerda, participante do programa da SIC Notícias *Eixo do Mal* e colunista na plataforma digital do jornal *Expresso*. Quando o fim das publicações é anunciado em Janeiro de 2014 e após oito anos de existência, contava com a colaboração de mais oito autores: Pedro Sales, Pedro Vieira, Andreia Peniche, Bruno Sena Martins, Miguel Cardina, João Rodrigues, Sérgio Lavos e Ana Mafalda Nunes.
- 5dias.net: <http://blog.5dias.net/>, *weblog* colectivo com publicações desde Setembro de 2006, com cerca de 37 autores. Com publicações de temática livre, mas sobretudo sobre a actualidade. Apesar de não existir uniformidade na apresentação dos diferentes colaboradores existe uma predominância de apoiantes de partidos ditos de esquerda (Partidos Socialista, Bloco de Esquerda e Coligação Democrática Unitária).
- O insurgente: <http://oinsurgente.org/>, *weblog* colectivo com publicações desde Outubro de 2006, cerca de 43 autores e uma comunidade no *facebook* com cerca de 4700 seguidores. As publicações são essencialmente sobre a actualidade económica, política, internacional e nacional. Não existe uma apresentação formal dos seus autores com indicação de afiliação política ou ideológica.
- Ladrões de bicicletas: <http://ladroesdebicicletas.blogspot.pt/> *weblog* colectivo de Nuno Serra, Ricardo Paes Mamede, Jorge Bateira, José Gusmão, Alexandre Abreu, Sara Rocha, Pedro Nuno Santos, Nuno Teles, José M. Castro Caldas, João Rodrigues e João Galamba. Apresentam-se como economistas com “partidos e ideologias diferentes e divergentes”, mas opositores do “consenso

neoliberal” e defensores do “pleno-emprego, serviços públicos, redistribuição da riqueza e do rendimento, controlo democrático da economia”.

- Momentos Económicos: <http://momentoseconomicos.wordpress.com/> de Pedro Pita Barros, Professor Catedrático de Economia e Vice-Reitor da Universidade Nova de Lisboa. Aborda assuntos de economia e economia política do ponto de vista técnico e científico. Não se afirma como apoiante de nenhum partido político nem informa sobre simpatias ideológicas no perfil que disponibiliza.
- Jonasnuts: <http://jonasnuts.com/> de Maria João Nogueira autodenominada como influenciadora não oficial, “madrinha”, guru, benfiquista e sem afiliação política assumida. Maria João Nogueira ganhou notoriedade em finais de 2010, início de 2011, com o que ficou conhecido como o “caso Ensitel”. O *weblog* é de opinião e versa essencialmente sobre o seu quotidiano e opiniões pessoais.

Quando questionados sobre a forma como tomaram conhecimento dos mesmos, 30% dos inquiridos afirmam que foi através dos *websites* de redes sociais, 20% seguindo hiperligações de outros *websites/weblogs/ fora* e 20% não se lembra (figura 3).

Figura 3. De que forma os inquiridos tiveram conhecimento dos *weblogs* e *fora*



n=100

Considerando o tipo de *weblogs* identificados e a forma como chegaram ao conhecimento dos inquiridos, verifica-se a preferência por autores com projecção mediática ou profissões ligadas à política e/ou à vida académica (deputados, antigos deputados, assessores políticos, académicos). Desta forma, os laços mantêm-se fracos, contudo existe um reconhecimento social da opinião apresentada pelos autores dos *weblogs* que, à semelhança dos *media* tradicionais, criam narrativas, personalizam e mundanizam os assuntos políticos.

Finalmente e de acordo com os inquiridos, a internet ou os motiva a participar mais na vida política (50%) ou não tem influência nenhuma (47%). Em termos de principal contribuição da *web*, 68% dos inquiridos

considera que é a maior facilidade de acesso à informação, 15% assinala a quantidade de informação; 9% dos inquiridos destaca a possibilidade de interacção com os actores e as instituições e 8% valoriza a liberdade de expressão.

Com este estudo, aprendeu-se que a utilização dos diferentes meios e plataformas como fontes informativas certifica a afirmação de Howard (2005) que a utilização da internet como fonte informativa sobre política é menor em *websites* oficiais e maior noutros tipos de *websites* que se dedicam a grupos de interesse. Exemplo disso são os *websites* de redes sociais onde os indivíduos procuram informação sobre o que lhes interessa.

Pelos resultados apresentados e pela sua análise desenvolvida tendo em conta o enquadramento teórico explanado anteriormente, verificamos que as fontes híbridas dividem os inquiridos. Por um lado, as plataformas oficiais das instituições políticas são pouco consultadas, eventualmente por falta de confiança, afiliação ideológica ou apresentação da informação; por outro, as redes sociais digitais enfermam do problema de falta de confiança e, provavelmente, de credibilidade, atributos reconhecidos aos órgãos de comunicação social.

Conclusões

Com a veloz e constante evolução das sociedades, os indivíduos e os Estados têm de acompanhar as transformações subjacentes a esse desenvolvimento. Se houve tempos em que a participação política se materializava na participação institucional que incluía votar e militar em partidos políticos, hoje em dia outras formas de participação se afirmam, fora da formalidade das instituições e recorrendo, particularmente, às tecnologias da informação e da comunicação. Com o acesso facilitado a grandes quantidades de informação, o indivíduo tem a oportunidade de se informar, envolver e participar civicamente, tanto no espaço físico como no digital. As TIC facilitam esse envolvimento, porém, não se trata apenas de uma questão tecnológica. A educação, as atitudes e o interesse são elementos a considerar para aferir o nível de participação cívica e política.

Para haver participação é necessário cumprir um conjunto de pré-condições (previamente enunciadas) e existir interesse. Não basta consultar informação sobre política. As fontes informativas que os jovens adultos mais frequentemente utilizam continuam a ser os órgãos de comunicação social, porém também em plataformas digitais. Afere-se que a internet deverá ser encarada como um complemento dos *media* tradicionais, pois ainda não faz totalmente parte da rotina de consumo de notícias da maioria do inquiridos. Além disso, o grau de confiança que os indivíduos depositam nos *media* tradicionais é consideravelmente maior do que nos *weblogs*, *fora* ou *websites* que não pertençam a um órgão de comunicação social.

Conclui-se também que os *media* digitais podem ser um incentivo à participação política e cívica, contudo não é claro que atraia mais indivíduos para além dos que já têm interesse no *offline*. A forma como a *web* contribui para a participação política limita-se ao facilitar o acesso e à disponibilização de grande quantidade de informação, o que também é concluído por Jorge (2013). Contudo, tal não quer dizer que potencialize a vontade de consumir essa informação nem que despolitize a vontade de participar na política. De facto, se tudo o que envolvesse o acto de participar politicamente dependesse exclusivamente da informação, então

haveria uma forte relação entre a participação política e os meios de comunicação de tradicionais como a rádio ou a imprensa, o que não se confirmou, neste estudo. Portanto, sem interesse por parte dos indivíduos de pouco servem o acesso e a grande quantidade informação. É necessária uma educação de raiz onde a literacia (digital) e a cultura participativa sejam estimuladas.

Reconhecemos as limitações deste estudo, não só pelo seu carácter exploratório, mas essencialmente pela sua componente quantitativa. Estudos sobre atitudes requerem uma dimensão qualitativa que lhe confira profundidade e acima de tudo procure perceber os usos e gratificações obtidos pelos jovens portugueses da informação sobre política que consomem. Em última instância seria interessante perceber o que os jovens aprendem com a informação política consumida *online*.

Bibliografia

- Barber, B. R. (1999) Neither Leaders nor Followers: citizenship under strong democracy. B. R. Barber & R. M. Battistoni (eds.) *Education for Democracy: citizenship, community, service*. Iowa: Kendall/Hunt.
- Barber, B. (2003). *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age* (20th Anniversary ed.). Berkeley: University of California Press.
- Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1995). *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- Chadwick, A. (2006). *Internet politics: states, citizens, and new communication technologies*. London: Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2009). Web 2.0: new challenges for the study of e-Democracy in an era of informational exuberance. *I/S Journal of Law and Policy for the Information Society*, 5 pp. 9-42.
- Chyi, H. I., & Yang, M. J. (2009). Is Online News an Inferior Good? Examining the Economic Nature of Online News. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 86(3), pp. 594-612.
- Dahlgren, P. (2001). The Public Sphere and the Net: Structure, Space, and Communication. In & R. W. L. Bennett (Ed.), *Mediated Politics. Communication in the future of democracy* (pp. 33-55). New York: Cambridge University Press.
- Entman, R. M., Matthes, J., & Pellicano, L. (2009). Nature, Sources, and Effects of News Framing. K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 175-190). London / New York: Routledge.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Gurevitch, M., Coleman, S., & Blumler, J. (2009). Political communication - old and new media relationships. *Annals, AAPSS*, 625, 164-181.
- Hindman, M. (2008). *The Myth of Digital Democracy*. New Jersey: Princeton 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.

- Isin, E. F. & Turner, B. S. (2003). Citizenship Studies: An Introduction. E. F. Isin, & B. S. Turner (eds.), *Handbook of Citizenship Studies* (pp. 1-10). London: Sage Publications. Consulta a 28 de outubro de 2012 em: http://www.uk.sagepub.com/upm-data/9440_010767ch1.pdf.
- Jorge, H. M. (2013). *Política e sociedade online. A participação política dos estudantes universitários em Portugal*. Tese de mestrado em Ciência Política. Lisboa: ISCSP.
- Karlsson, M.; Clerwall, C., & Buskqvist, U. (2013). Political Public Relations on the Net. A Relationship Management Perspective. *Public Relations Journal*, 7(4), pp. 1-35.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: the part played by people in the flow of mass communication*. Glencoe: Free Press.
- Magalhães, P., & Moral, J. S. (2008). *Os Jovens e a Política*. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa.
- Marshall, G. (2008). Citizenship. *Oxford Dictionary of Sociology*. Oxford: Oxford University Press.
- Martins, M. M. (2010). *Cidadania e Participação Política*. Lisboa: ISCSP.
- McNair, B. (1995/2000). *An Introduction to Political Communication* (2 ed.). London / New York: Routledge.
- McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 237-249). London / New York: Routledge.
- Mossberger, K., Tolbert, C., & McNeal, R. (2008). *Digital Citizenship: the internet, society and participation*. Massachusetts: MIT Press.
- Mutz, D. (1998). *Impersonal Influence: how perceptions of mass collectives affect political attitudes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sebastião, S. P. (2012). *Cultura Contemporânea. Contributos para os Estudos Culturais, Mediáticos e Digitais*. Lisboa: ISCSP-UTL.
- Sebastião, S. P., & Trindade, A. (2014). Social media in political public relations. The cases of the Portuguese Social Democratic Party (PSD) and the Socialist Party (PS) in the 2009 Parliamentary Campaign. In A. M. Solo (Ed.), *Political Campaigning in the Information Age*. (pp. 32-50). Hershey PA: IGI Global.
- Shane, P. (Ed.). (2004). *Democracy Online: The Prospects for Political Renewal through the Internet*. New York: Routledge.
- Shelley, M., Thrane, L., Shulman, S., Lang, E., Beisser, S., Larson, T., & Mutiti, J. (2004). Digital Citizenship: Parameters of the Digital Divide. *Social Science Computer Review*, 22(2), pp. 256-269.

Date of submission: February 1, 2014

Date of acceptance: January 30, 2016