

Teoria da Participação Pública na Internet

Theory of Public Participation in the Internet

João Fernando Ferreira Gonçalves*

*Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, Portugal

Resumo

A participação pública *online* aparenta ser aleatória, supérflua e imprevisível, mas um olhar mais atento permite desconstruir categorias e padrões que não só explicam os novos mecanismos permitidos pela Web como apontam novas possibilidades para a participação nas organizações. Usando o método da teoria fundamentada nos dados de Strauss e Glaser (1969), foi realizada uma análise comparativa a vários mecanismos de participação pública na internet. O estudo mostrou que a credibilidade, motivação e acesso são centrais para a morfologia e sucesso dos novos movimentos sociais e propõe uma base estruturada para a discussão das organizações sociais espontâneas virtuais.

Palavras chave: Participação, teoria, acesso, credibilidade, motivação.

Abstract

Online public participation seems to be random, superfluous and unpredictable. However, a more thorough look allows us to deconstruct categories and patterns that, not only explain the new mechanisms allowed by the Web, but also aim at new possibilities for participation in organizations. A comparative analysis was applied to several public participation mechanisms in the internet using Strauss and Glaser's grounded theory method. The study showed that credibility, motivation and access are central to the morphology and success of new social movements. It also proposes a structured foundation for discussing virtual spontaneous social organizations.

Keywords: Participation, theory, access, credibility, motivation.

*Vast Numbers throng'd the fruitful Hive;
Yet those vast Numbers made 'em thrive;
Millions endeavouring to supply
Each other's Lust and Vanity;
While other Millions were employ'd,
To see their Handy-works destroy'd;
(Mandeville, 1714, The Fable of Bees)*

Teoria da Participação Pública na Internet

Vivemos cada vez mais *online*. Os fenómenos da info-exclusão (Castells, 2004), constituindo uma realidade extremamente pertinente a diversos níveis, são cada vez menores a diversos níveis. Construímos e

cristalizamos relações com o Facebook, partilhamos os nossos pensamentos e ações com o Twitter, compramos na Amazon e contemplamos o mundo no Youtube. A *web* diversifica-se, concentra e oferece cada vez mais serviços e a reflexão académica tenta acompanhar-lhe o ritmo. Livingstone (2009:10) fala em “*explore the possible and actual mediation of everything*”.

Esta simbiose da Internet com todos os campos da vida em sociedade atinge também o domínio dos movimentos sociais e da participação pública. “Os movimentos do século XXI, ações colectivas direccionadas para a transformação dos valores e das instituições sociais, manifestam-se na e através, da Internet.” (Castells, 2004:167). Fortunati (2011:19) também afirma que a Internet e os telemóveis se tornaram ferramentas capazes de transmitir a participação pessoal e social. São vários os sites que emergiram dedicados à participação pública e os efeitos dessa participação são cada vez mais visíveis. Existem, inclusive, projetos dedicados a desenvolver ferramentas da Internet que permitam uma governação coletiva¹.

Note-se que a info-exclusão não é o único fator que limita a participação *online*. No Japão, apesar da elevada cultura informática, é ilegal os partidos políticos fazerem qualquer tipo de campanha na Internet. As gerações mais novas votam menos, existindo um rácio de 1:11 quando comparadas com as mais velhas (Miura, 2013). O país nunca teve um referendo tendo-se considerado a hipótese relativamente à energia nuclear aquando do desastre de Fukushima. Apesar destas limitações, já surgiram no Japão movimentos *online* como o *ivote*, que procura incentivar os jovens a votar².

A participação, segundo a definição adotada para este artigo, é todo o tipo de comportamento que procura intervir numa determinada situação, instituição ou causa, tomar parte em relação a algo. O estudo centrar-se-á na participação pública, assumidamente visível e de acesso aberto, que se desenvolve em suportes e estruturas que não têm referente físico direto. Esta é uma abordagem que difere de vários estudos que ligam a interação *online* a fenómenos de participação físicos (Martins *et al.*, 2012; Loureiro, 2011; Castells, 2012). Considera-se que o carácter público da participação pressupõe a existência de um fenómeno coletivo, mesmo que alguns dos intervenientes sejam apenas espectadores.

O que se pretende é estabelecer uma base teórica relevante que permita explicar, compreender e configurar a realidade da participação pública *online*. Assim, este trabalho não apresenta um resultado final, mas pretende ser o ponto de partida e um instrumento para um processo que irá conduzir a uma melhor compreensão e aplicação da participação pública na *web* e, por conseguinte, na sociedade que esta abrange.

¹ http://www.metagovernment.org/wiki/Active_projects

² http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1917631_1917629_1917624,00.html

Metodologia

Com o objetivo assumido de gerar conhecimento, a base metodológica adotada para este trabalho é a *grounded theory*, ou teoria fundamentada nos dados, desenvolvida por Strauss e Glaser (1967). Apesar de os autores terem retomado esta metodologia de formas diferentes com o avançar dos anos, este artigo apoia-se na versão apresentada na obra original (Glaser & Strauss, 1967).

Esta metodologia não pressupõe a criação prévia de hipóteses e conceitos para verificação. Toda a teoria e estrutura conceptual apresentada surgiram a partir da análise dos dados e foram posteriormente enquadradas com as noções teóricas e estudos empíricos de outros autores. Esta precedência da recolha e análise ao enquadramento teórico garante que a teoria elaborada é fiel aos dados e não foi 'contaminada' por perspectivas prévias.

Foram consultados e analisados vários casos alojados em dez estruturas de participação³ e efetuadas quatro entrevistas⁴, complementados com pesquisa documental em publicações de órgãos de comunicação social, blogues e outros *websites* relevantes para o tema. Todos os casos foram comparados constantemente em busca de pontos comuns e divergências que identificassem conceitos com poder explicativo.

A partir dos dados emergiram três categorias com pertinência teórica: acesso, credibilidade e motivação. Cada uma das categorias foi codificada, observada e analisada em todos os casos até ganhar estabilidade, definição e ficar "saturada" (Glaser & Strauss, 1967). Foram definidas subcategorias, propriedades e hipóteses a partir dos dados. A solidez e a consistência da estrutura teórica foram asseguradas através de uma procura exaustiva de casos negativos, em que a teoria se ajustasse, que procurou garantir a maior diversidade de dados possível. Quando se verificaram casos negativos ou divergências significantes, a teoria sofreu as adaptações necessárias para abranger estas situações. Apesar de terem sido analisados vários casos, apenas serão apresentados aqueles que são mais ilustrativos do conceito ou hipótese que se pretende explicar. Caso considere necessário, o leitor facilmente poderá verificar as considerações tecidas através da experiência pessoal ou de uma consulta rápida na Internet.

Admite-se a limitação relativamente ao número de entrevistas, que poderia ter sido superior para garantir uma maior diversidade de dados. Com acesso a um maior leque de recursos e tempo, a realização de entrevistas poderá enriquecer as conclusões apresentadas, estima-se, no entanto, que iriam saturar as categorias e não modificá-las.

A integração da teoria estará orientada para a compreensão do sucesso ou insucesso das estruturas e causas *online*. O formato de artigo limita de alguma forma a elaboração das categorias, mas a estrutura

³ Facebook, Petição Pública Portugal, Petição Pública Brasil, We The People, Change.org, Causes, O Meu Movimento, Petition Online, Youtube, eMPower.

⁴ Entrevista a um responsável de um *website* de participação pública que pediu a não divulgação do nome, Sósuke Miura, estudante universitário japonês, Sergio Denicoli, investigador da Universidade do Minho e dois estudantes dessa universidade selecionados por conveniência.

apresentada assume validade para ser aplicada com sucesso e contribuir para o campo de estudos onde se insere.

Acesso

Todas as formas de participação pública têm um alvo ou destinatário. Este pode ser claro e explícito, como no caso das petições, ou pode estar subentendido no discurso adotado pelos participantes. Por exemplo, a designação do grupo do Facebook “Protesto contra o fim do Câmara Clara”, que reclama a continuidade de um programa cultural da televisão portuguesa, não aponta um alvo direto, mas depreende-se que o “Protesto” é dirigido aos responsáveis pelo fim do programa. Mesmo desconhecendo os nomes destes responsáveis, os participantes dirigem-se-lhes de uma forma abstrata, como demonstra este comentário: “QUEREM ACABAR COM TUDO O QUE FAZ PENSAR!”⁵.

Apesar de existir uma tendência natural para conotar os movimentos sociais como protesto, é limitador pensar que esta é a única vertente assumida. Por exemplo, existem movimentos que se focam num esforço de solidariedade que visa apoiar um indivíduo, uma organização ou conjunto de pessoas. Um caso exemplar encontra-se na demonstração de apoio às vítimas do ataque à escola primária em Newtown, nos Estados Unidos, com uma petição⁶ que, uma semana após o atentado, chegava aos dois milhões de assinaturas. Estes movimentos assumem, frequentemente, uma dicotomia apoio/protesto, um exemplo claro é a página do Facebook ‘Eu apoio Sergio Denicoli contra o lobbie PT/ANACOM’⁷, em que se manifesta uma dupla intenção de solidariedade com o investigador, que neste caso é a vítima, e recriminação da empresa e da entidade reguladora, os agressores.

Por fim, é errado considerar que o agressor e a vítima são os destinatários únicos dos protestos. O alvo dos movimentos pode não estar diretamente relacionado com o problema ou situação mas tem autoridade para agir sobre ele. No abaixo-assinado com mais signatários do *site* Petição Pública Brasil⁸, um caso em que uma enfermeira maltratou um cachorro, os destinatários são as autoridades (POLICIA CIVIL, MINISTÉRIO PÚBLICO, GOVERNO DE GOIAS, COREN-GO E COFEN) e não a responsável direta pela ação. A propósito do fim do programa Câmara Clara foi criada uma petição dirigida à Assembleia da República⁹. Apesar dos exemplos anteriores, a autoridade exercida numa determinada situação não é necessariamente formal, os clientes de uma determinada empresa detêm poder sobre as decisões da empresa uma vez que esta

⁵ <http://www.facebook.com/groups/446577442070042/?fref=ts>

⁶ http://www.causes.com/actions/1715318?ctm=cat_nav_1

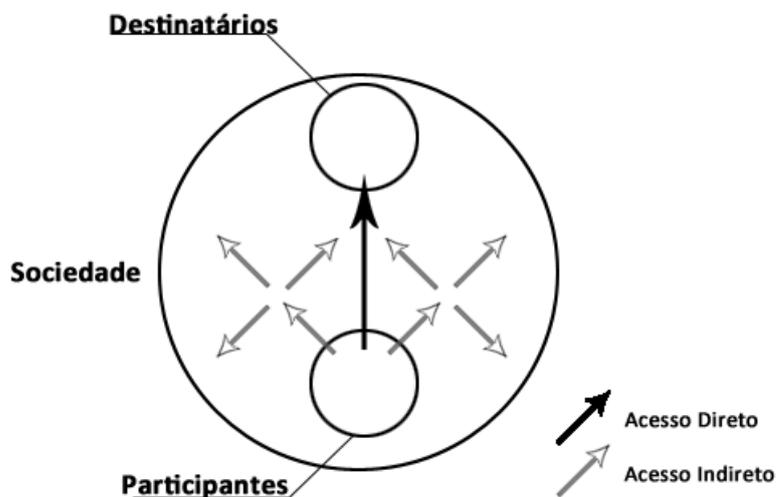
⁷ <http://www.facebook.com/EuApoioSergioDenicoliContraOLobbiePTAnacom?fref=ts>

⁸ <http://www.peticaopublica.com.br/PeticaoVer.aspx?pi=Yorkshir>

⁹ <http://peticaopublica.com/PeticaoVer.aspx?pi=P2012N32936>

depende deles. Veja-se o exemplo do movimento Boycott BP¹⁰, dirigido aos clientes da petrolífera, que ultrapassou os 700 mil participantes.

Assim, chegamos a uma tríade à qual os participantes procuram aceder: a vítima, o agressor ou a autoridade, os **destinatários** do movimento de participação. Importa referir que esta classificação não é mutuamente exclusiva, o agressor pode também ser o detentor da autoridade, e que não é estática, uma petição pode considerar determinada instituição como o agressor e outra petição sobre a mesma situação considerá-la como vítima. Quando Pedro Passos Coelho, primeiro-ministro de Portugal, publicou no Facebook o seu 'desabafo' sobre as medidas de austeridade¹¹, alguns comentários eram acusatórios enquanto outros manifestavam apoio. O político assumia simultaneamente o papel de agressor e de vítima. O acesso a estes atores constitui um dos fatores mais determinantes para a génese, morfologia e localização dos fenómenos de participação pública *online*. Os participantes organizam-se em torno dos canais de acesso que consideram mais eficazes e as tentativas de limitação do acesso pelos destinatários podem facilmente reavivar uma situação moribunda¹². Dentro da categoria do acesso importa fazer a distinção entre o acesso direto e o acesso indireto (Esquema 1).



Esquema 1 – Acesso direto e indireto Fonte: Elaboração Própria

O **acesso direto** distingue-se por depender do destinatário e garantir que esta entidade irá tomar conhecimento das intenções dos participantes. Um exemplo claro deste tipo de acesso são as páginas do

¹⁰ <http://www.facebook.com/pages/Boycott-BP/119101198107726?fref=ts>

¹¹ <http://www.facebook.com/pedropassoscoelho?fref=ts>

¹² Ver Ensitel contra Jonasnuts: <http://jonasnuts.com/387191.html>

Facebook oficiais dos destinatários. A campanha Detox Zara¹³, organizada pela Greenpeace, inundou a página do Facebook da empresa de comentários que alertavam para a necessidade de eliminar as toxinas dos processos de produção têxtil. Com esta manobra, os participantes asseguravam que conseguiam atingir dois grupos de destinatários, por um lado o agressor (Zara) e os detentores de autoridade (os clientes da Zara) por outro.

Em alguns casos o acesso direto apenas acontece sob certas condições. Esta é prática frequente quando o destinatário em questão é o Estado, em que é imposto um limiar de assinaturas para a admissão de uma petição. Pode-se verificar esta situação na plataforma de petições do Governo dos Estados Unidos, We The People¹⁴. Neste caso, é garantida uma resposta aos signatários caso se ultrapasse o limiar de 25 mil assinaturas, um número que varia conforme o número de solicitações que o atingem. No caso português, O Meu Movimento¹⁵, apenas a proposta mais votada terá acesso ao primeiro-ministro.

O acesso direto é, normalmente, preferencial e dita o canal usado para veicular o movimento de participação pública. No caso do tiroteio de Newtown, apesar da petição de solidariedade do *site* Causes ser a mais assinada, a petição que pede um controlo de armas mais rígido com mais signatários está no site do governo, We The People¹⁶. No entanto o acesso direto é impossível ou entendido como ineficaz quando existe a percepção que os mecanismos são condicionados pelo destinatário para benefício próprio, por exemplo, através da eliminação de comentários no Facebook, ou proporcionam um falso acesso, a participação não é considerada pelo destinatário. Nestas situações, os movimentos de participação podem perder força ou investir no acesso indireto.

O **acesso indireto** pressupõe que os destinatários se integram na sociedade. Assim, se o movimento de participação atingir uma dimensão relevante, os destinatários levarão necessariamente a intenção dos participantes em consideração. Este tipo de função desempenhada pelos movimentos é semelhante à esfera pública descrita por Habermas (1984). Também Castells (2004:171) se aproxima deste conceito quando refere que as manifestações através da Internet “agem sobre as instituições e as organizações graças ao seu impacto na opinião pública”. Castells escreve que “estes movimentos são destinados a *tomar* as mentes e não o poder do Estado”.

Neste contexto aparecem as páginas do Facebook desvinculadas de organizações, as petições que não têm garantia de resposta, os vídeos no Youtube e outros casos semelhantes. Não há nenhuma garantia que o esforço coletivo chegue aos destinatários, mas a participação pressupõe que a partir de uma certa dimensão não pode ser ignorada. A página de Facebook Boycott BP foi criada na altura do derrame petrolífero no golfo do México. Para contrariar esta tentativa de acesso indireto à empresa e, sobretudo,

¹³ <http://www.greenpeace.org/seasia/ph/What-we-do/Toxics/Detox-Campaign/zara/>

¹⁴ <https://www.whitehouse.gov/petitions>

¹⁵ <http://www.portugal.gov.pt/pt/o-meu-movimento.aspx>

¹⁶ Cerca de 54 mil assinaturas no site Causes contra mais de 190 mil no We The People a 2 de janeiro de 2013

aos seus clientes, a BP abriu uma enorme quantidade de mecanismos de acesso direto públicos e privados à empresa, com um *live feed* do problema e uma linha de atendimento exclusiva para as questões relacionadas com o derrame. A abertura ou encerramento do acesso é um dos fatores que determina o comportamento dos participantes.

Uma vez que o acesso indireto lida com um processo tão abrangente como a presença na sociedade, é impossível encontrar uma forma objetiva de o medir. No entanto, há alguns indicadores relevantes, como a presença na comunicação social. Quando um movimento *online* é noticiado, significa, à partida, que ganhou alguma relevância na atualidade. A presença na rede também é relevante, se um movimento é muito partilhado e visível numa rede social como o Facebook é espetável que o destinatário, que estará de alguma forma ligado à rede, acabe por se aperceber e levar em consideração o mesmo. O acesso indireto permite aos participantes chegar ao destinatário através de uma cadeia de contacto, uma sucessão de publicações, partilhas e encaminhamentos direcionados para o centro da participação. Para além de chegar ao alvo, este incremento do número de contactos tem potencial para aumentar a dimensão do movimento, com a adesão de participantes que tomaram conhecimento através da comunicação social ou das suas redes sociais *online*.

Esta distinção entre acesso direto e indireto nem sempre é tão linear como aparenta. Mesmo não existindo mecanismos de acesso direto, os utilizadores podem recorrer a meios menos comuns para chegarem ao objetivo. No protesto contra a despromoção de Portugal ao *rating* de 'lixo' pela agência Moody's, vários cibernautas conseguiram inviabilizar o site através do acesso simultâneo¹⁷. Frequentemente, um mecanismo de acesso indireto é veiculado diretamente para o destinatário usando o *email* ou a entrega pessoal. Esta situação acontece frequentemente com as petições *online*.

O acesso é uma categoria central para a compreensão da participação pública *online*. O site Change.org¹⁸ destaca as vitórias na sua página principal, uma forma de mostrar que as petições chegam aos destinatários. Alterações a regulamentos e atitudes de personalidades relevantes são alguns dos acontecimentos apresentados como provas de acesso e eficácia.

Pensar o efeito da abertura e da restrição do acesso, a existência de acesso direto ou indireto e a contribuição das provas de acesso para o crescimento de um movimento de participação leva-nos a uma maior compreensão destas formas de participação. O maior *site* de petições português, Petição Pública, surgiu da necessidade de um serviço de petições que cumprisse a lei portuguesa e, por consequência, garantisse o acesso direto das petições ao Estado. Claro que esta iniciativa não se prende apenas com uma questão de acesso, mas também com a procura de credibilidade.

¹⁷ http://economico.sapo.pt/noticias/site-da-moodys-indisponivel-apos-ataque-combinado_122417.html

¹⁸ <http://www.change.org/>

Credibilidade

A **credibilidade** de um movimento de participação determina os efeitos que este pode ter na opinião pública e nos destinatários. A credibilidade espelha-se na 'força' e no impacto que a participação tem na sociedade. Uma vez que a participação *online* é um fenómeno recente, a busca da credibilidade é uma preocupação constante e as estruturas que a oferecem têm uma maior probabilidade de sucesso. No entanto, para o participante individual a avaliação da credibilidade acontece no momento em que este toma contacto com a causa ou movimento.

O **número** é o primeiro indicador da credibilidade de uma causa. Não existe participação pública *online* sem o número. Claro que esta importância do número já estava presente nos meios tradicionais de participação: é com o número que se ganham eleições, que se aceitam petições e que se tomam decisões no parlamento. Mas na *web* tudo é mensurável e quantificável, pelo que esta obsessão com o número cresce exponencialmente. O número já não é estático mas dinâmico e acompanhar a evolução do número torna-se um hábito. Veja-se o caso do vídeo Gangnam Style¹⁹, em que o caminhar para o milhar de milhão de visualizações foi acompanhado (e noticiado) por muitos.

Tanto em questões de acesso direto como indireto o número é importante. Como foi referido, é frequente existir um limiar para o acesso direto. Quando noticiados pela comunicação social, os números destes movimentos são sempre disponibilizados, sendo frequentemente o centro da notícia²⁰. O número funciona também como agente de seleção para evitar a dispersão da participação. É habitual existir mais do que um movimento de participação com o mesmo tema, mas habitualmente apenas um prevalece sobre os outros e concentra os esforços dos participantes, distingue-se pelo número.²¹ Nas entrevistas realizadas, o número de signatários também foi indicado como um dos fatores que determina a assinatura de uma petição.

Para além do número propriamente dito, é necessário compreender o que é que este número implica. O comentário é diferente da visualização, assinar uma petição em que é pedido o número de identificação civil é diferente de assinar uma em que apenas se pede o *email*. Este problema colocou-se, por exemplo, na petição contra o fim do programa Câmara Clara, em que o campo do BI/CC não era obrigatório. Este tipo de exigências e diferenças podem ser impostas legalmente, mas também contribuem para um aumento da credibilidade da participação. Regra geral, quanto maior é a participação individual que um número implica, maior é a sua credibilidade, porque significa que as pessoas possuíam um maior grau de motivação para participar e que atribuem maior importância à causa.

Não menos importante que o número, a **documentação base** é central para a credibilidade de um movimento de participação pública. Todas as formas de participação possuem uma base documental, que

¹⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>

²⁰ <http://p3.publico.pt/actualidade/media/5718/mais-de-1500-pessoas-ja-assinaram-peticao-contra-o-fim-de-camara-clara>

²¹ O site da Casa Branca encoraja os utilizadores a assinarem uma petição já existente quando estes procuram criar uma petição com o mesmo tema.

pode ser maior ou mais reduzida, estática ou dinâmica. Estes documentos não são necessariamente textos, admite-se que podem assumir qualquer forma possibilitada pela *web*. Os movimentos de participação pública mostram as intenções de milhares de pessoas, a forma como esta está manifesta determina a adesão ou não ao movimento.

No que respeita à documentação há duas vertentes que se distinguem: a explicitação do objetivo/intenção e a sua fundamentação. Quanto ao primeiro, importa considerar que a participação pública é uma ação concertada, um objetivo pouco claro é um dos fatores que contribui para a dispersão dos participantes e para o insucesso do movimento. É o objetivo que dá o título aos grupos do Facebook e às petições. A fundamentação desempenha um papel variável, por vezes mais evidente no lado dos efeitos do que no da adesão. Como será explorado na categoria da motivação, os participantes possuem mais mecanismos para a fundamentação do que a documentação que é apresentada pelos criadores de um movimento, a *web* permite uma consulta fácil e imediata de informações. Não obstante, a fundamentação é percebida como relevante, muitas petições *online* citam leis, documentos e situações para legitimar a sua causa. É habitual escolher-se imagens fortes para o 'rosto' de uma causa para reforçar a motivação, que servem simultaneamente como fundamento e objetivo. A página Boycott BP apresenta um pelicano banhado em crude, o *site* Detox Zara depende fortemente da imagem e mesmo no caso Vamos ajudar a Marta²², os investigadores identificam a importância de uma identidade visual coerente (Martins *et al.*, 2012:151), Importa salientar que esta documentação tem vários patamares que podem ser facilmente percebidos através de um exemplo. No *site* Causes²³ existem três níveis distintos de documentação: um primeiro, de carácter estático, que consiste no título e no texto da petição redigidos pelo autor; um segundo, de carácter intermédio, que contém as atualizações do autor à petição; um terceiro, claramente dinâmico, onde se encontram os comentários e observações dos participantes. Todas estas camadas estão à disposição dos participantes e podem ser consideradas. Acrescente-se que é possível hierarquizá-las, atribuindo maior relevância ao título e ao texto original do que aos restantes elementos. Como o título e o texto são os conteúdos com os quais os participantes mais se identificam, é particularmente importante que estes se mantenham estáticos, caso contrário corre-se o risco de os utilizadores se sentirem defraudados e revoltados por aquela que é, no fundo, uma alteração da sua vontade aparente por terceiros.

Ao referir a documentação base, não podemos deixar de mencionar o **autor** da documentação, seja ele uma pessoa ou uma organização. A este nível, podemos distinguir três tipos de efeitos na credibilidade: adverso, neutro ou favorável. O efeito adverso ocorre quando existe a ideia de que o autor da petição tem outros interesses que não os expressos na documentação base, posição que é frequentemente atribuída, por exemplo, aos partidos políticos em Portugal. Estes interesses são necessariamente motivações dúbias

²² <http://expresso.sapo.pt/solidariedade-no-facebook-para-ajudar-menina-com-leucemia=f509787>

²³ http://www.causes.com/actions/1715318?ctm=cat_nav_1

ou ocultas, podem consistir numa simples autopromoção através de uma causa. Este comentário na página do Facebook do programa O Meu Movimento (Imagem 1)²⁴, organizado pelo Governo de Portugal, ilustra bem esta preocupação, com uma referência à credibilidade do autor e a sua relação com a documentação base:

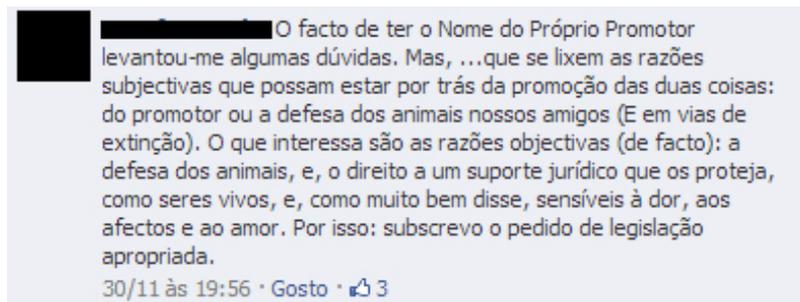


Imagem 1 – Fonte: Facebook- O Meu Movimento

Neste caso, a credibilidade do autor levanta algumas dúvidas ao potencial signatário. No entanto, quer a documentação base (o pedido de legislação), quer a motivação (o interesse do potencial signatário pela defesa dos animais) são suficientes para o fazer suspender esta dúvida.

O efeito neutro é dado pelo anonimato, que não consiste necessariamente numa ocultação de identidade, mas simplesmente numa secundarização do autor da documentação. Apesar de se apelar de neutro, o anonimato pode ter uma intervenção favorável uma vez que concentra a atenção dos participantes na documentação e na causa e pressupõe que não existem interesses ocultos, o que contribui para aumentar a identificação com o movimento.

Finalmente, o efeito é favorável quando é reconhecido o interesse real do autor na causa. Isto pode acontecer com organizações cuja área de atividade é associada diretamente à causa, por exemplo a Greenpeace na campanha Detox²⁵. Este efeito verifica-se também no caso dos movimentos promovidos pelas vítimas da situação em questão. A estas é reconhecido um maior grau de credibilidade do que ao simples anónimo, uma vez que os seus interesses são menos questionáveis e podem fundamentar a causa com o seu testemunho direto. Sobre o movimento Vamos Ajudar a Marta, Martins *et al.* (2012:149) consideram: "O que provocou a espetacularidade do movimento da Marta foi o facto de ter sido criada por cidadãos anónimos". Neste caso, os promotores do movimento são anónimos na medida em que a sua identidade pessoal não é revelada, no entanto assumem-se claramente como estando próximos da Marta,

²⁴ <http://www.facebook.com/omeumovimento>

²⁵ <http://www.greenpeace.org/seasia/ph/What-we-do/Toxics/Detox-Campaign/zara/>

constituindo-se como vítimas na causa e retirando daí o efeito favorável que este tipo de credibilidade lhes confere, bem como o de constituírem uma garantia de acesso direto à Marta.

O discurso utilizado na descrição dos autores pode induzir o leitor a pensar que estes efeitos só ocorrem a um nível público com organizações como a Greenpeace ou os partidos políticos. Na verdade, a avaliação da credibilidade é constante e faz-se inclusivamente ao nível das relações pessoais. A documentação considerada pode não ser, por exemplo, exclusivamente uma petição, mas o pedido de um amigo para assinar a petição, em que é a credibilidade dessa pessoa a ser avaliada.

Para além dos autores, a própria **estrutura anfitriã** do movimento de participação vê a sua credibilidade escrutinada. Uma imagem descuidada e um controlo menos rigoroso da autenticidade da participação são alguns dos fatores que contribuem para descredibilizar uma estrutura e, por conseguinte, a participação que aí se desenvolve. Também o proprietário da plataforma poderá condicionar a credibilidade. Um dos comentários na página do Facebook de O Meu Movimento afirma: “O site é como o governo: lento, desorganizado, censurado e de sentido único”, associando a credibilidade da plataforma à entidade que a promove. Ao longo da análise foram encontrados exemplos de signatários que assinavam as petições com nomes fictícios com o propósito de as descredibilizar, intenção manifestada nos comentários. O problema chegou a ser abordado pelos media²⁶, mas prontamente o Petição Pública, e os próprios utilizadores, nos comentários à notícia, responderam para restabelecer a credibilidade e identificar mecanismos de controlo para evitar essas situações. É importante notar que as vertentes que se aplicam aos movimentos, como o número e a autoria, também se aplicam às estruturas. No caso da plataforma eMPower, o baixo número de signatários foi apresentado pelo jornal Público como um fator negativo que contribui, portanto, para uma credibilidade reduzida²⁷.

Há um último fator que deve ser considerado, a **exequibilidade** do objetivo da participação pública. Os participantes aderem mais facilmente quando acreditam que a sua participação pode, efetivamente, fazer a diferença. Martins *et al.* (2012:151) mostram que existiu esta preocupação no movimento “Ajudar a Marta”: “O movimento não se limitou a pedir ajuda, preocupou-se em explicar como é que essa ajuda poderia ser feita”. Apesar de neste caso o apelo se dirigir para uma contribuição *offline* (fazer o teste de compatibilidade), esta preocupação contribui para a credibilidade *online* do movimento e para um aumento da motivação dos participantes.

Objetivos mais realistas também têm uma maior probabilidade de ser considerados pelos destinatários. Uma petição para construir uma ‘Estrela da Morte’, a estação espacial da saga Star Wars, até pode reunir um elevado número de signatários²⁸, atingindo o limiar necessário para obter uma resposta, mas

²⁶ http://www.dn.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=2893305&seccao=Media

²⁷ <http://www.publico.pt/ciencia/noticia/plataforma-de-peticoes-ambientais-lancada-ha-um-ano-tem-apenas-800-assinaturas-1465565>

²⁸ <https://petitions.whitehouse.gov/petition/secure-resources-and-funding-and-begin-construction-death-star-2016/wlKzFkN>

difícilmente terá algum impacto real que não animar o dia a algumas pessoas. A falta de credibilidade e exequibilidade coloca-a no domínio do ridículo perante a sociedade.

Assim, no domínio da credibilidade, podemos distinguir quatro subcategorias: o número e nível de participação associado; a documentação, quer para a definição do objetivo, quer para fundamentação; o autor e a plataforma; a exequibilidade do protesto. Em cada caso particular é possível hierarquizar a importância destas vertentes para a participação, mas fazê-lo num modelo teórico limita a aplicabilidade da teoria.

Motivação

Por que é que certos assuntos despoletam movimentos de participação em rede e outros não? O que leva as pessoas a aderir a um movimento? Até que ponto estão dispostas a dar o seu contributo? A categoria da **motivação** pretende completar a resposta a estas perguntas, analisando o processo de adesão ao movimento e estabelecendo uma cronologia centrada na decisão. No momento de contacto é avaliada a credibilidade do movimento, no entanto, anteriormente a este contacto e durante o mesmo, existe uma série de fatores que predisõem o indivíduo para a adesão, ou não, à causa em questão. A credibilidade está no meio, a motivação está no indivíduo.

Em primeiro lugar é necessário estabelecer o carácter de **resposta** da grande maioria dos movimentos de participação pública. Este tipo de organização *online* surge como ricochete de um determinado acontecimento que, segundo os participantes, implica uma necessidade de ação. “Os movimentos emocionais, provocados por um evento mediático ou por uma grande crise, parecem ser frequentemente fontes de mudança social mais importantes que a rotina quotidiana das ONGs responsáveis” (Castells, 2004:171).

É fácil compreender este efeito reflexivo quando consideramos que a petição no We The People que pedia regulação para a venda de armas criada aquando o atentado de Newtown atingiu 67 mil assinaturas em apenas um dia. Uma semana depois, o ‘cartão de condolências’ do site Causes ultrapassava os dois milhões de signatários. Para reforçar ainda mais esta ideia, o responsável do *website* de participação refere em entrevista: “Não verificamos aumento de Petições na altura de eleições, mas sim quando são tomadas decisões polémicas por parte dos nossos governantes, assim como a subida de impostos ou os cortes salariais.” Não são os períodos de maior debate das questões que suscitam um aumento da participação, mas os atos polémicos relacionados com estes assuntos que funcionam como gatilho.

Quanto mais relevante e mais próximo o ato, mais as pessoas estarão predispostas a aderir ao movimento. Nem todos os acontecimentos afetam da mesma forma as mesmas pessoas. No grupo do Facebook Em

Defesa do Hospital de Fafe²⁹, os mais motivados são os utentes do hospital que são afetados mais diretamente pelo ato, o seu encerramento. Esta proximidade não é necessariamente geográfica ou direta. Os brasileiros sentiram a necessidade de se mobilizar ao verem o vídeo da enfermeira a maltratar o cão³⁰, apesar de não existir uma relação direta. Existiu **empatia** com o cão. Este tipo de acontecimentos públicos geram vídeos e notícias que podem não integrar a documentação base de uma causa, mas predispoem os participantes a aderir. Quanto maior for o alcance e consensualidade deste tipo de conteúdos, maior será o número de pessoas predispostas a aderir ao movimento. Quando maior é a sua difusão menor é a necessidade de fundamentar a causa na sua documentação do movimento, que também pode contribuir para um incremento da motivação.

Estes acontecimentos despertam solidariedade e revolta e quanto maior é a perceção de que existe um **desnível de poder**, maior é a necessidade que os participantes sentem de o colmatar com a sua participação. Assim, os movimentos cuja documentação encarne estas intenções terão uma adesão mais fácil em caso de contacto. Não é por acaso que a causa da defesa dos direitos dos animais é tão expressiva nos *sites* de participação pública, pois os animais são entidades incapazes de se defender por si e de credibilidade inatacável, não possuem outros interesses. No seu trabalho sobre a dádiva de medula óssea a crianças, Martins *et al.* (2012) consideram que o facto de a vítima ser uma criança era relevante: "Neste tipo de questões de solidariedade ligadas à doença, este factor é de grande peso, pela carga dramática que acrescenta ao problema".

Importa referir que as causas como respostas a acontecimentos estão longe de ser uma norma absoluta, há muitas petições e grupos que lidam com questões longitudinais em termos temporais. No entanto, mesmo essas são suscetíveis de beneficiar do efeito do carácter de resposta ou elas próprias se constituem como resposta a uma sucessão de atos. É, por exemplo, o caso da página do Facebook Movimento Antipartidário³¹, com 44 mil gostos. No entanto, quando o movimento perde o carácter de resposta e se estende no tempo, tem tendência a perder o foco, dispersar-se e consequentemente perder a motivação dos potenciais participantes.

O que leva a que estas respostas ocorram *online* e não de outra forma qualquer? Os movimentos na *web* surgem a partir de uma perceção de que os **meios alternativos** que podem ser acionados são ineficazes ou insuficientes. Veja-se, por exemplo, que o autor da segunda petição mais assinada no *site* Petição Pública³² em Portugal refere que contactou sem resultados o Presidente da República, o Governo e os partidos políticos. *Online*, os participantes procuram combater uma sensação de impotência e encontram o acesso que lhes é vedado noutros locais. Os constrangimentos físicos deixam de existir e a coordenação é

²⁹ <http://www.facebook.com/groups/526638104030661/?fref=ts>

³⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=Z-AkerkZEH4>

³¹ <http://www.facebook.com/pages/Movimento-Antipartidario/211010882302572?fref=ts>

³² A 21-12-12 Petição Desperdício Alimentar

muito mais fácil e abrangente em rede. Mossberger *et al.* (2008:76-77) citam um estudo por Lupia e Philpot (2002) em que se conclui que os indivíduos procuram as notícias *online* em primeiro lugar pela conveniência e em segundo plano por considerarem que os outros meios são inadequados.

Considerando este tipo de fenómenos em massa, é frequente falar em **influência**. O princípio é de que estamos mais motivados a aderir a uma causa que nos é proposta por algum amigo ou entidade credível do que a outra que não o seja. O que está aqui em questão é a forma do contacto com a causa, que pode ser através de um amigo, de um blogue, de um grupo ou dos media. Este tipo de influência é explícito, por exemplo, no sistema de Friend Invites do *site* Causes³³, em que o compromisso assumido é *"I will get x friends to sign the petition"*. Atribuímos diferentes graus de credibilidade e proximidade a cada elemento da nossa rede de relações e embora se possa admitir que existe um grau de influência, a maior parte dos participantes não assinará um documento contra a sua motivação ou que não considere credível. A influência, para ser eficaz, deverá seguir um itinerário que predispõe o participante a assinar o documento. Por exemplo, no caso da enfermeira brasileira, a influência será mais eficaz se o vídeo do incidente for enviado antes do convite de adesão ao movimento.

Os amigos, os grupos e a comunicação social desempenham um papel extremamente relevante no sentido de aumentar o número de contactos com a causa. Um movimento está condenado ao fracasso se ninguém o conhecer. "Sempre que uma Petição dispara, para milhares de assinaturas diárias, sabemos que teve alguma exposição nos média", refere o responsável do *website*. Para o impulso inicial de um movimento, o desafio do autor é difundir o contacto de modo a que este chegue às pessoas predispostas a aderir ao movimento. O autor da petição portuguesa mais assinada do *site* Causes³⁴ pertence a vários grupos do Facebook que reúnem pessoas com características que as predispõem a subscrever o tema em questão.

A reflexão foi centrada no momento da decisão da adesão, mas é importante referir que o efeito da motivação pode transcender este marco. É a motivação constante que leva o participante a partilhar o movimento com os amigos e a tomar iniciativas próprias, ambos momentos de decisão próprios.

Integração

Definidas as três categorias essenciais, torna-se possível prever e distinguir com algum nível de precisão quais as formas de participação pública que têm potencial de adquirir visibilidade, reunir participantes e provocar efeitos. Uma causa com sucesso tem uma sustentação credível numa estrutura com elevado

³³ <http://blog.causes.com/2012/11/infographic-invitations/>

³⁴ http://www.causes.com/actions/1674996?query=portugal&rank=0&utm_campaign=search

acesso que estabelece contacto com os indivíduos motivados. Claro que esta fórmula se presta a variações e especificidades, que merecem ser analisadas.

Uma causa pode estar estruturada de forma exemplar, cumprindo todas as categorias explicitadas, mas se não contactar com os participantes está condenada ao insucesso. A comunicação social pode servir como catalisador, mas o próprio promotor da causa pode assegurar um elevado número de contactos bem-sucedidos no arranque da iniciativa. Identificando os aglomerados de indivíduos motivados, o autor pode divulgar nestes locais a sua causa ou petição.

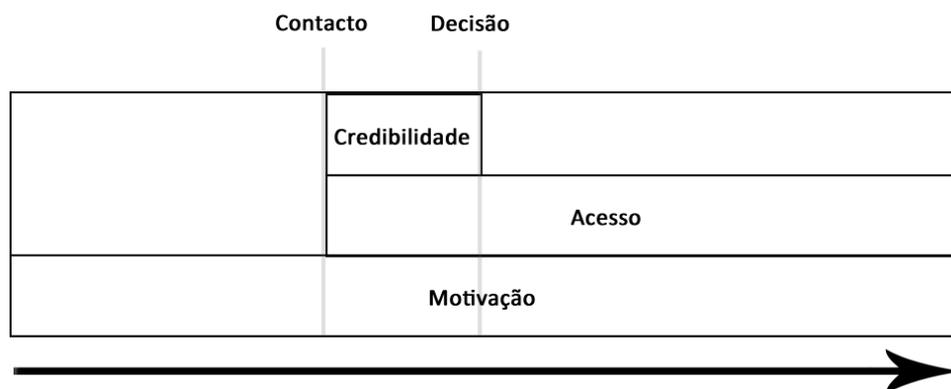
Efetuada o primeiro contacto, a importância que o potencial participante dá à credibilidade é tanto maior quanto menor é a sua motivação para a causa e maior cuidado terá que ter o autor ao produzir a documentação. Quando a motivação é muito elevada, o participante está disposto a adotar um maior número de mecanismos de participação com que estabelecer contacto.

O acesso e a motivação também estão relacionados. Quando um destinatário tenta diminuir o acesso dos participantes, a predisposição para a participação tende a aumentar. O desnível de poder é acentuado e, a não ser que a credibilidade da causa seja muito questionável, os participantes acrescentarão a liberdade de expressão à sua lista de reivindicações. Foi este o caso no confronto Jonasnut contra EnsiteL. Pelo contrário, a abertura do acesso não tem um efeito tão linear na participação e pode apaziguar ou encorajar a participação, que ganha força com o acesso renovado.

Na que respeita à credibilidade, o objetivo assume particular relevância. Perante uma ferramenta extremamente útil para motivar multidões, o objetivo pode comprometer a participação caso não seja coincidente com a intenção do autor. Quando o limiar de assinaturas é atingido numa petição, os participantes deixam de ter uma das razões para estimular o aumento do contacto com a petição. O objetivo pelo número é uma impressionante ferramenta de mobilização, na medida em que contribui para a exequibilidade da participação, mas deve ser usado com cautela. Não é por capricho que muitos dos *sites* de petições permitem ajustar os objetivos.

Deve-se também acautelar a relação entre o número e a forma de participação. Grande parte dos modelos de participação generalizados é limitativa uma vez que cada participante apenas pode dar uma contribuição. Útil para credibilizar a causa, já que cada participação equivale a um indivíduo, esta forma de contagem diminui consideravelmente a longevidade da participação. Mesmo que a motivação dos indivíduos seja elevada, cada um pode participar apenas uma vez da mesma forma. No caso do vídeo Gangnam Style, esta limitação não estava imposta, o que permitiu que o movimento ganhasse constantemente credibilidade pelo número durante seis meses até atingir o objetivo do milhar de milhão de visualizações. A possibilidade de participação múltipla e a divulgação do vídeo fizeram com que o número de visualizações continuasse a

crescer. Tal não aconteceu com o Cartão de Condolências do *site* Causes, que após uma primeira semana de crescimento alucinante se aproximou com progressivo vagar dos dois milhões e meio de assinaturas. Com os conceitos e categorias definidos, pode-se propor uma cronologia do ponto de vista do participante (Esquema 2).



Esquema 2 – Fonte: Elaboração Própria

Para o participante, a acumulação de motivação começa muito antes do momento de contacto. Nesse instante a motivação é mobilizada e, dependendo do conteúdo da documentação, pode sofrer um incremento ou não. É entre o contacto e a decisão que mais é avaliada a credibilidade do movimento, que também influencia a decisão final. É nesta fase que o participante começa a pensar o acesso e, após participar ou não no movimento, poderá acompanhar respetivos efeitos. Mesmo após a decisão, a motivação continua a desempenhar um papel decisivo. Apesar do sentimento de dever cumprido que pode advir da participação, uma elevada motivação pode levar o participante a procurar níveis mais elevados de participação e compromisso, tentando mobilizar outros ou contribuir de outra forma. Por fim, importa ressaltar que esta cronologia não se encontra feita à escala. O momento de contacto e de decisão podem ser praticamente simultâneos, mas importa distingui-los do ponto de vista teórico. Este ciclo pode ocorrer várias vezes para o mesmo participante em movimentos distintos, em mecanismos que permitem uma participação múltipla ou até no caso menos frequente de o participante querer abandonar o movimento após a adesão.

Estas categorias podem ser aplicadas ao sucesso das plataformas de participação, bem como ao autor da causa, que considera o acesso, a credibilidade e a motivação no momento de iniciar o seu movimento.

Considerar todas estas vertentes no momento de conceção e aplicação dos mecanismos de participação pode ditar o sucesso desses mecanismos e contribui para uma compreensão mais aprofundada dos movimentos sociais na Internet.

Obras Citadas

Abaixo-assinado PENA MÁXIMA DE CRIME DE MAUS TRATOS PARA A ENFERMEIRA QUE MATOU O YORKSHIRE. (s.d.). Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Petição Pública Brasil: HYPERLINK
"http://www.peticaopublica.com.br/PeticaoVer.aspx?pi=Yorkshir"
<http://www.peticaopublica.com.br/PeticaoVer.aspx?pi=Yorkshir>

Boycott BP. (s.d.). Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Facebook: HYPERLINK
"http://www.facebook.com/pages/Boycott-BP/119101198107726"
<http://www.facebook.com/pages/Boycott-BP/119101198107726>

Castells, M. (2004). *A Galáxia Internet - Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope*. Cambridge: Polity Press.

D, J. (14 de Novembro de 2012). *Secure resources and funding, and begin construction of a Death Star by 2016*. Obtido em 3 de Janeiro de 2013, de We The People: HYPERLINK
"https://petitions.whitehouse.gov/petition/secure-resources-and-funding-and-begin-construction-death-star-2016/wlfKzFkN" <https://petitions.whitehouse.gov/petition/secure-resources-and-funding-and-begin-construction-death-star-2016/wlfKzFkN>

De La Cruz, A. (5 de Novembro de 2012). *Infographic: Causes Friend Invitations Spark Great Change*. Obtido em 3 de Janeiro de 2013, de Causes Blog: HYPERLINK
"http://blog.causes.com/2012/11/infographic-invitations/"
<http://blog.causes.com/2012/11/infographic-invitations/>

Em defesa do Hospital de Fafe. (s.d.). Obtido em 3 de Janeiro de 2013, de Facebook: HYPERLINK
"http://www.facebook.com/groups/526638104030661/?fref=ts"
<http://www.facebook.com/groups/526638104030661/?fref=ts>

Ensite! (27 de Dezembro de 2010). Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Jonasnuts: HYPERLINK
"http://jonasnuts.com/387191.html" <http://jonasnuts.com/387191.html>

Eu apoio Sergio Denicoli contra o lobbie PT/Anacom. (1 de Novembro de 2012). Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Facebook: HYPERLINK

"<http://www.facebook.com/EuApoioSergioDenicoliContraOLobbiePtAnacom>"
<http://www.facebook.com/EuApoioSergioDenicoliContraOLobbiePtAnacom>

Fonseca, S. (17 de Novembro de 2012). *Petições on-line "não têm qualquer fiabilidade"*. Obtido em 3 de Janeiro de 2013, de DN: HYPERLINK

"http://www.dn.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=2893305&seccao=Media"
http://www.dn.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=2893305&seccao=Media

Fortunati, L. (2011). Online Participation and the New Media. In L. & Fortunati, *Participation in Broadband Society: Cultures of Participation - Media Practices, Politics and Literacy* (pp. 19-34). Frankfurt: Peter Lang.

G, D. (14 de Dezembro de 2012). *Immediately address the issue of gun control through the introduction of legislation in Congress.* Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de We The People: HYPERLINK

"<https://petitions.whitehouse.gov/petition/immediately-address-issue-gun-control-through-introduction-legislation-congress/2tgcXzQC>"
<https://petitions.whitehouse.gov/petition/immediately-address-issue-gun-control-through-introduction-legislation-congress/2tgcXzQC>

Gersão, T. (s.d.). *Protesto contra o fim do Câmara Clara.* Obtido em 14 de Dezembro de 2012, de Facebook: HYPERLINK "http://www.facebook.com/groups/446577442070042/?fref=ts"

<http://www.facebook.com/groups/446577442070042/?fref=ts>

Governo de Portugal. (9 de Janeiro de 2012). *O Meu Movimento.* Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Facebook: HYPERLINK "http://www.facebook.com/omeumovimento/info"

<http://www.facebook.com/omeumovimento/info>

Greenpeace. (s.d.). *Detox Zara - jackets, dresses, t-shirts, kid's clothes, hazardous chemicals, hormone-disrupting toxic water pollution.* Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Detox Zara: HYPERLINK

"<http://www.greenpeace.org/seasia/ph/What-we-do/Toxics/Detox-Campaign/zara/>"
<http://www.greenpeace.org/seasia/ph/What-we-do/Toxics/Detox-Campaign/zara/>

Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da Esfera Pública.* Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. In *Journal of communication*, 59 (1) (pp. 1-18). International Communication Association.

Loureiro, L. M. (2011). *O Ecrã da Identificação*. Braga: Universidade do Minho - Instituto de Ciências Sociais.

Lupia, A. e Philpot, T. S. (2002) *More Than Kids Stuff: Can News and Information Web Sites Mobilize Young Adults?*, apresentado na conferência anual da American Political Science Association, Boston, citado por Mossberger, K.; Tolbert, C. e McNeal, R. (2008), *Digital citizenship: the internet, society and participation*, London: The MIT Press

Lusa, E. c. (11 de Julho de 2011). *'Site' da Moody's indisponível após "ataque combinado"*. Obtido em 2013 de Janeiro de 02, de Económico: HYPERLINK "http://economico.sapo.pt/noticias/site-da-moodys-indisponivel-apos-ataque-combinado_122417.html"

http://economico.sapo.pt/noticias/site-da-moodys-indisponivel-apos-ataque-combinado_122417.html

Mandeville, B. (1705). *Mandevilles Fable of Bees - Poem*. Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Maarten Maartensz: HYPERLINK "http://maartens.home.xs4all.nl/philosophy/mandeville/fable_of_bees.html"

http://maartens.home.xs4all.nl/philosophy/mandeville/fable_of_bees.html

Martins, N. D., Alvelos, H., & Brandão, D. (2012). Da Partilha À Acção Colectiva Dos Cidadãos: O Contributo Dos Novos Media No Apelo À Dádiva De Medula Óssea. In N. Zagalo, & P. Branco, *Comunicação e Sociedade* 22 (pp. 148-165). Braga: CECS-Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade .

Masters, C., & Beech, H. (20 de August de 2009). *The Vote Getter*. Obtido em 2013 de Janeiro de 4, de Time: HYPERLINK

"http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1917631_1917629_1917624,00.html"

http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1917631_1917629_1917624,00.html

Metagovernment. (s.d.). *Active Projects - Metagovernment*. Obtido em 31 de 12 de 2012, de Metagovernment - Government of, by, and for all the people: HYPERLINK

"http://www.metagovernment.org/wiki/Active_projects"

http://www.metagovernment.org/wiki/Active_projects

Miura, S. (2013). Entrevista conduzida por chat de Facebook a Sósuke Miura em 3 de Janeiro de 2013.

Movimento Antipartidario. (1 de Maio de 2011). Obtido em 3 de Janeiro de 2013, de Facebook: HYPERLINK
"%20http://www.facebook.com/pages/Movimento-Antipartidario/211010882302572?sk=info"
<http://www.facebook.com/pages/Movimento-Antipartidario/211010882302572?sk=info>

O Meu Movimento. (s.d.). Obtido em 4 de Janeiro de 2013, de Governo de Portugal: HYPERLINK
"http://www.portugal.gov.pt/pt/o-meu-movimento.aspx"
<http://www.portugal.gov.pt/pt/o-meu-movimento.aspx>

officialpsy. (15 de Julho de 2012). *PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) M/V*. Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Youtube: HYPERLINK "http://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0"
<http://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>

Pedro Passos Coelho. (s.d.). Obtido em 15 de Dezembro de 2012, de Facebook: HYPERLINK
"http://www.facebook.com/pedropassoscoelho?fref=ts"
<http://www.facebook.com/pedropassoscoelho?fref=ts>

Petição Desperdício Alimentar. (s.d.). Obtido em 21 de Dezembro de 2012, de Petição Pública: HYPERLINK
"http://www.peticaopublica.com/PeticaoVer.aspx?pi=Cidadao"
<http://www.peticaopublica.com/PeticaoVer.aspx?pi=Cidadao>

Petição Pela continuidade do programa Câmara Clara em Canal Público Aberto de Televisão. (s.d.). Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Petição Pública: HYPERLINK
"http://peticaopublica.com/PeticaoVer.aspx?pi=P2012N32936"
<http://peticaopublica.com/PeticaoVer.aspx?pi=P2012N32936>

PETITION: Demand A Plan - President Obama, We Need a Gun Safety Plan for America. (16 de Dezembro de 2012). Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de Causes: HYPERLINK
"http://www.causes.com/causes/806765-demand-a-plan-to-end-gun-violence/actions/1715889?ctm=cat_nav_3" http://www.causes.com/causes/806765-demand-a-plan-to-end-gun-violence/actions/1715889?ctm=cat_nav_3

Pinto, M. C. (7 de Dezembro de 2012). *Mais de 1500 pessoas já assinaram petição contra o fim de Câmara Clara*. Obtido em 2 de Janeiro de 2013, de P3: HYPERLINK

"<http://p3.publico.pt/actualidade/media/5718/mais-de-1500-pessoas-ja-assinaram-peticao-contra-o-fim-de-camara-clara>"

<http://p3.publico.pt/actualidade/media/5718/mais-de-1500-pessoas-ja-assinaram-peticao-contra-o-fim-de-camara-clara>

Plaine, D. (15 de Dezembro de 2012). *PETITION: SIGN the Sandy Hook Elementary School Global Sympathy Card*. Obtido em 2 de Janeiro de 2012, de Causes: HYPERLINK

"http://www.causes.com/actions/1715318?ctm=cat_nav_1"

http://www.causes.com/actions/1715318?ctm=cat_nav_1

Plataforma de petições ambientais lançada há um ano tem apenas 800 assinaturas. (11 de Novembro de 2010). Obtido em 3 de Janeiro de 2013, de Público: HYPERLINK

"<http://www.publico.pt/ciencia/noticia/plataforma-de-peticoes-ambientais-lancada-ha-um-ano-tem-apenas-800-assinaturas-1465565>"

<http://www.publico.pt/ciencia/noticia/plataforma-de-peticoes-ambientais-lancada-ha-um-ano-tem-apenas-800-assinaturas-1465565>

Reis, C. (20 de Abril de 2009). *Solidariedade no Facebook para ajudar menina com leucemia*. Obtido em 10 de Janeiro de 2013, de Expresso: HYPERLINK

"<http://expresso.sapo.pt/solidariedade-no-facebook-para-ajudar-menina-com-leucemia=f509787>"

<http://expresso.sapo.pt/solidariedade-no-facebook-para-ajudar-menina-com-leucemia=f509787>

Santos, S. (16 de Agosto de 2012). *PETITION: Responsabilização civil e criminal para os políticos portugueses (Criminal and civil responsabilisation for portuguese politicians)*. Obtido em 3 de Janeiro de 2013, de Causes: HYPERLINK

"http://www.causes.com/actions/1674996?query=portugal&rank=0&utm_campaign=search"

http://www.causes.com/actions/1674996?query=portugal&rank=0&utm_campaign=search

slipckxx. (14 de Novembro de 2011). *Enfermeira mata cachorro Yorkshire na pancada*. Obtido em 3 de Janeiro de 2013, de Youtube: HYPERLINK "http://www.youtube.com/watch?v=Z-AkerkZEH4"

<http://www.youtube.com/watch?v=Z-AkerkZEH4>

(2012). Entrevista conduzida por email a responsável de *website* de participação pública (a 19 de Dezembro de 2012).