
Webistes partidários do Paraná, um estudo empírico comparado sobre a funcionalidade

Partisan websites, an empirical study compared on the functionality

Thiago Perez Bernardes de Moraes e Romer Mottinha Santos

**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/558>

DOI: 10.4000/cp.558

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

Data de publicação: 31 Dezembro 2013

Paginação: 25-35

ISBN: 1646-1479

ISSN: 16461479

Refêrencia electrónica

Thiago Perez Bernardes de Moraes e Romer Mottinha Santos, « *Webistes partidários do Paraná, um estudo empírico comparado sobre a funcionalidade* », *Comunicação Pública* [Online], vol.8 n14 | 2013, posto online no dia 01 junho 2014, consultado o 02 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cp/558> ; DOI : 10.4000/cp.558



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

WEBSITES PARTIDÁRIOS DO PARANÁ, UM ESTUDO EMPÍRICO COMPARADO SOBRE A FUNCIONALIDADE

Thiago Perez Bernardes de Moraes

Universidad Argentina John Fitzgerald Kennedy
thiagomoraesspl@hotmail.com

Romer Mottinha Santos

Universidade Federal do Paraná
romermottinha@gmail.com

Resumo: A *internet*, a partir dos anos 1990, torna-se acessível à maior parte dos partidos políticos do mundo. Nesse sentido, esta ferramenta traz uma série de vantagens através dos seus *hiperlinks*, aumentando a quantidade de fluxos de informação, e também cultivando a participação. Nesse sentido, aplicámos a metodologia proposta por Braga *et al.* (2009) e por lasulaitis (2007) para mensurar e comparar a funcionalidade dos *websites* partidários do Paraná. Os resultados apontam que: 1) a maior parte dos partidos do Paraná não tem *website*; 2) todos os *websites* analisados apresentam baixa funcionalidade; e 3) os partidos privilegiaram mais o *site* como uma ferramenta de informação e menos como um canal de comunicação.

Palavras-chave: *websites*, partidos políticos, funcionalidade.

PARTISAN WEBSITES, AN EMPIRICAL STUDY COMPARED ON THE FUNCTIONALITY

Abstract: The internet from the years 1990 becomes accessible to the majority of political parties in the world. In this sense, this tool brings a number of advantages through its hyperlinks, how to increase the amount of information flows, as well as to cultivate participation. To this end, we apply the methodology proposed by Barnett *et al* (2009) and lasulaitis (2007), to measure and compare the functionality of partisan websites. The results indicate that: 1) most parties of Paraná has no *website*; 2) all websites analyzed have low functionality; and 3) privileged parties plus the site as an information tool and less as a communication channel.

Keywords: *websites*, political parties, functionality.

1. INTRODUÇÃO

A partir da década de 1990, a *internet* tem cada vez mais ganhado lugar entre as estratégias comunicativas dos partidos políticos do mundo inteiro, sobretudo por conta do seu baixo custo de acesso em comparação com outros meios de comunicação. Há que se considerar também que a *internet* possibilitou aos partidos ampliarem não só o fluxo de informação, mas também a velocidade de transmissão; não obstante, trouxe ferramentas também para o cultivo de comunicações mais interativas. Essa tendência também se reproduz, em alguma medida, no Brasil.

Por conta disso, o objetivo deste trabalho é apresentar o resultado da nossa pesquisa sobre os *websites* partidários do Paraná. Neste trabalho, tabulamos e cruzamos os dados sobre *websites* partidários paranaenses com base na metodologia descrita em Braga *et al* (2009) e lasulaitis (2007), que os analisa numa tabela de 32 pontos divididos em quatro categorias: 1) participação; 2) integração; 3) mobilização; e 4) informação.

Este trabalho divide-se em cinco partes. Na segunda, traçamos uma discussão sobre *websites* de partidos; na terceira, expomos a nossa metodologia; na quarta, discutimos o resultado do estudo; e, na última parte, traçamos breves considerações finais.

2. WEBSITES POLÍTICOS, DEMOCRACIA E PERSPETIVAS

A *internet* é um novo canal de comunicação, em ascensão contínua, e uma das consequências disso foi a proliferação de estudos interdisciplinares sobre as redes, os seus determinantes, os seus efeitos. Apesar de não haver um claro consenso sobre os diferentes conceitos de *internet*, todos se baseiam mais ou menos numa ideia de “rede das redes”, tendo como principal elemento estrutural o *hiperlink*. Através dos *hiperlinks*¹ os usuários podem ter acesso a uma comunicação bilateralizada. A rede é composta por conexões entrelaçadas pelas quais ocorre o grande fluxo de mensagens. Neste ambiente, o *site* é como uma espécie de “nó” que determina a distribuição dos seus fluxos com base na quantidade e na disposição dos *hiperlinks*. A distribuição dessas variáveis pode levar um *site* a obter mais ou menos capital social, confiança, prestígio e/ou credibilidade para si mesmo e/ou para o ator social ou a organização que representa. Nesse sentido, um meio eficiente de

¹ No que diz respeito à comunicação política, os *hiperlinks* constituem um espaço único, principalmente no que concerne à qualidade “relacional”, na qual os atores políticos podem construir relações e angariar capital social e político [Ackland, e Gibson, 2004].

interpretar a estrutura social e/ou a comunicação entre os atores sociais está em analisar a estrutura dos *hyperlinks* e dos *sites* em geral (Haythornthwaite, 2007; Petricek *et al.*, 2006; Park, 2003).

Há uma plêiade de teóricos, como James Madison, Stuart Mil, Robert Dahl, Benjamin Barber, David Held, entre outros, que concorda com o facto de a participação e o pluralismo serem condições *mister* para a democracia. Argumentam que a participação em massa é *conditio sine qua non* para a democracia representativa. Enquanto Mill argumenta que a participação na vida cívica (ao invés de relegar esse direito) leva ao crescimento da estrutura social como um todo, de outro lado há também um convincente argumento *schumpeteriano*, que coloca não só em xeque a qualidade da participação cívica, como, no limite, sugere que o papel dos cidadãos deve ser limitado, destinado principalmente a cumprir com a eleição periódica dos representantes parlamentares e a exercer algum nível de fiscalização ao Governo.² De toda a forma, independentemente do *status quo* desta discussão, os *websites* de partidos políticos são ferramentas que podem, em alguma medida, ampliar o grau de pluralismo (em termos mundiais), considerando que, sobretudo na última década, as comunicações sofreram grandes mudanças nas sociedades pós-industriais (Loader, 2007; Norris, 2003).

A possibilidade de um partido político ter um *site* gratuito torna-se interessante, sobretudo em contextos nos quais o custo da comunicação (dentro ou fora de períodos eleitorais) é bastante elevado. Em cenários nos quais o acesso ao direito de radiodifusão é facilitado ou gratuito, os *sites* de partidos políticos também se assumem como uma interessante ferramenta; afinal, a *internet* pode disponibilizar um ambiente mais hospitaleiro para a divulgação de ideias políticas, sobretudo por não contar com uma autoridade central que regulamente e imponha limites aos *sites* políticos (Norris, 2003). Tanto num contexto como no outro, a partir dos anos 1990, em todo o mundo, a *Internet* tornou-se amplamente acessível à maioria dos partidos políticos. Há pelo menos cinco vias através das quais um *website* pode maximizar o potencial de comunicação de um partido: 1) aumentando o volume da informação que pode ser veiculada; 2) aumentando a velocidade de comunicação; 3) aumentando a possibilidade de formatos (aqui podemos ter qualquer formato, com textos,

² Joseph A. Schumpeter, na sua obra *Capitalismo, Socialismo e Democracia*, considera que a administração de assuntos públicos requer qualidades e técnicas especiais e terá, conseqüentemente, de ser confiada aos especialistas. Pois as grandes questões políticas tomam o seu lugar na economia psíquica do cidadão típico lado a lado com os interesses das horas de lazer, que não atingiram ainda a posição de *hobbies*, e com assuntos sem importância. Esse senso de realidade reduzido não só explica a existência de um reduzido senso de reponsabilidade, como também mostra a ausência de uma vontade eficaz (Schumpeter, 1961, p. 300-320).

fotos, áudios, vídeos; 4) a direção dos fluxos de informação e comunicação pode ser unidirecional ou bidirecional – em ambos os casos, a *internet* pode melhorar significativamente as comunicações interativas –; 5) o controle da informação é descentralizado, sobretudo no acesso, o que dá mais autonomia aos indivíduos para enviarem e receberem comunicações (Small, 2008; Conway, e Dorner, 2004).

A maior parte da agenda de pesquisas sobre *websites* partidários concentra-se geralmente numa das duas vias mais recorrentes: 1) explicar como os partidos políticos usam a *internet*; 2) explicar a diferença, quando ela existe, no que diz respeito à possibilidade de novos atores entrarem no sistema político por meio desta ferramenta (Ackland, e Gibson, 2004).

Ao que parece, a maioria dos estudos empíricos aponta uma tendência relativamente aos *websites* partidários: eles tendem a privilegiar o seu uso como ferramenta de informação, mas isso à revelia – em alguns casos, praticamente plena – dos recursos de interatividade (Schweitzer, 2002).

3. METODOLOGIA

Neste trabalho utilizamos a tabulação sugerida por lasulaitis (2007) e por Braga *et al.* (2009), no âmbito da qual são coletados os dados de 13 *websites* de partidos políticos, com registo no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que possuem o *website* institucional dos diretórios estaduais do Paraná em funcionamento *[online]* até à data desta recolha de dados, realizada no mês de abril de 2013.³ A preocupação para a recolha de dados reside na definição de uma série de normas para que o instrumental utilizado no registo de mensuração de dados tenha validade e confiabilidade. A abordagem quantitativa dos fenómenos na recolha de dados é a quantificação aproximada, sem permitir uma medição extra, mas com expressão matemática significativa (Barros, e Lehfeld, 2012, p. 70-71).

Os partidos selecionados são os seguintes: DEM, PT, PMDB, PSDB, PSC, PRP, PPS, PV, PTN, PEN, PSOL, PRB, PTC.⁴ As análises empregadas foram as de características funcionais, que consistiram em selecionar:

³ Alguns partidos utilizam um blogue como opção de *site* do diretório estadual; no entanto, não os incluímos nesta pesquisa, assim como no caso das redes sociais, como o Facebook, o Twitter e outras.

⁴ Devido à atualização, cada dia mais constante, dos *websites* e da *internet* em geral, os critérios da recolha de dados não nos permite aplicar uma pesquisa quantitativa rigorosa. Na altura do término deste trabalho, os *websites* dos partidos no Paraná já poderão apresentar mudanças significativas para os resultados da pesquisa, assim como já poderão existir novos *websites online*. Então, consideramos pertinente a pesquisa para efeitos comparativos, que permitirá verificar em recolhas de dados ulteriores quais as mudanças e as evoluções nos *websites* partidários.

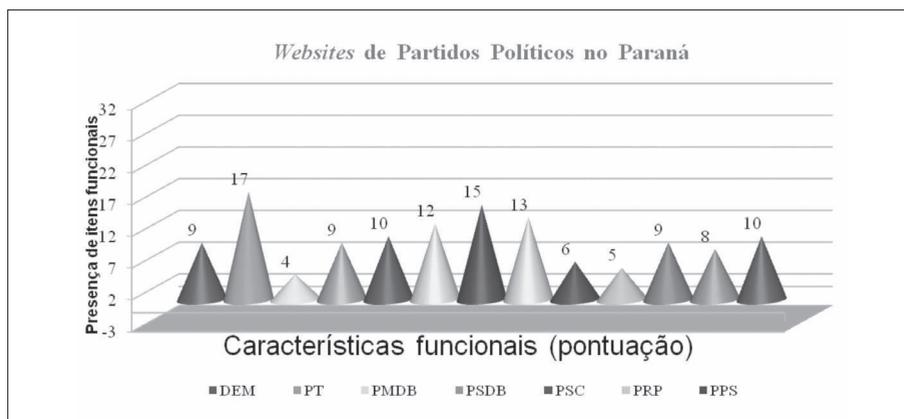
- 1) participação – elementos para gerar interesse político e interação entre os usuários da *internet* (ex.: envio de *e-mails*, troca de impressões e sondagens);
- 2) integração/*networking* – estruturas que servem para coordenar a comunicação partidário-eleitoral interna e embuti-la na *World Wide Web* (ex.: *hyperlinks* para outros *websites*);
- 3) mobilização – opções úteis para ativar o apoio partidário dos usuários da *internet* (ex.: voluntariado);
- 4) informação – características da apresentação e da distribuição de informação sobre os candidatos, os partidos, os programas de governo, eventos políticos e documentos diversos (Iasulaitis, 2007, p. 14-15).

Estas variáveis possibilitam identificar a qualidade dos *websites* partidários paranaenses, permitindo verificar como é proporcionado ao internauta o acesso aos *websites* e, por comparação, verificar que partidos têm a organização dos *websites* em melhores condições de princípios democráticos.

Quadro 1. Relação dos partidos com *websites* de diretórios estaduais

Partido	Website
Democratas (DEM)	http://www.democrataspr.org.br
Partido dos Trabalhadores (PT)	http://www.pt-pr.org.br
Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB)	http://pmdbpr.org.br
Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)	http://www.psdb-pr.org.br
Partido Social Cristão (PSC)	http://www.pscparana.com.br
Partido Republicano Progressista (PRP)	http://www.prp-pr.org.br
Partido Popular Socialista (PPS)	http://www.ppspr.org.br
Partido Verde (PV)	http://www.verde.org.br
Partido Trabalhista Nacional (PTN)	http://www.ptn.org.br/estados/pr/
Partido Ecológico Nacional (PEN)	http://www.partidoecologiconacional.com.br
Partido Socialismo e Liberdade (PSOL)	psolpr.org.br
Partido Republicano Brasileiro (PRB)	www.prb10pr.org.br
Partido Trabalhista Cristão (PTC)	ptcparana.com.br

4.RESULTADOS



Fonte: Elaboração dos autores

Três pontos são especialmente críticos nesta amostra. O primeiro é o número de partidos que não entraram nesta recolha: dos 30 partidos que têm registo no TSE, apenas 13 tinham *website* partidário regional, ou seja, a maior parte deles, 17, não se preocupou em criar um domínio WWW.

O segundo ponto é a baixa pontuação em termos de funcionalidade que os partidos da nossa recolha tiveram: dos 33 pontos da nossa tabela, a média de pontuação dos 13 partidos foi de 9,15, ou seja, menos de 1/3 da pontuação máxima. O terceiro ponto é que em todas as quatro categorias – participação, integração, mobilização e informação –, os partidos obtiveram menos de metade da pontuação máxima.

Podemos agrupar os resultados em três tipos: em primeiro lugar, o PT (17), o PPS (15) e o PV (13); em segundo lugar, o PRP (12), o PTC (10), o PSC (10) o PSC (9), o PSOL (9) e o DEM (9); e, na terceira categoria, temos o PTN (6), o PEN (5) e o PMDB (4).

A categoria na qual os partidos menos pontuaram foi a “Participação”: dos 12 pontos, em média os partidos cumpriram apenas 19% deles. O padrão aqui é mais ou menos homogêneo.

Tabela 1. Categoria “Participação”

Item	DEM	PT	PMDB	PSDB	PSC	PRP	PPS	PV	PTN	PEN	PSOL	PRB	PTC
permite enviar <i>e-mail</i>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
envia resposta padrão (automática) às mensagens e solicitações	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
envia resposta personalizada da mensagem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
assinatura de manifestos ou abaixo-assinados <i>online</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
permite assinar livro de visitas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
permite publicação de opiniões <i>online</i> (postar mensagens)	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0
existe sala de <i>chat</i> (<i>chat room</i>) com acesso restrito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
existe sala de <i>chat</i> , permanente e em tempo real, de acesso geral	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
há sala de <i>chat</i> com moderador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
permite comentar notícias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
disponibiliza inquéritos	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
permite registo para recebimento de boletim	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Soma “Participação”	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	3	2

Fonte: Elaboração dos autores

A outra categoria que menos obteve pontuação foi a “Integração”: dos 6 pontos, os partidos fizeram uma média de 1,8, ou seja, 30%. Por conta desta categoria, e também da categoria “Participação”, concluímos parcialmente que os *websites* partidários do Paraná têm dificuldade em estabelecer um padrão de comunicação 2.0,⁵; assim, a comunicação tende a ter um fluxo menos bilateralizado.

⁵ Definimos *web 2.0* como uma plataforma com uma série de vantagens intrínsecas (em comparação à *web 1.0*), sobretudo no que diz respeito à arquitetura da participação (Brown, 2009; O’Reilly, 2007). Ao que parece, no nosso estudo, as categorias que mais abrangem os quesitos da *web 2.0* são a “Participação” e a “Integração”.

Tabela 2. Categoria “Integração”

Item	DEM	PT	PMDB	PSDB	PSC	PRP	PPS	PV	PTN	PEN	PSOL	PRB	PTC
<i>link</i> ou referência à comunidade virtual (p. e. Facebook)	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1
<i>link</i> ou referência a blogue do partido	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
<i>link</i> para websites partidários	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0
<i>links</i> comerciais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>links</i> ou referência a organização da informação mediática	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0
<i>links</i> para outras organizações (educação, trabalho, sistemas de busca, etc)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Soma “Integração”	1	4	0	1	2	3	3	3	2	1	2	1	1

Fonte: Elaboração dos autores

Na categoria “Mobilização”, os partidos pontuaram mais do que nas outras duas, totalizando uma média de 44% da nota máxima. Aqui, assim como nas demais categorias, o padrão foi mais ou menos homogêneo.

Tabela 3. Categoria “Mobilização”

Item	DEM	PT	PMDB	PSDB	PSC	PRP	PPS	PV	PTN	PEN	PSOL	PRB	PTC
calendário de eventos	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
<i>download</i> de spots partidários	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
contribuição financeira/doações <i>online</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
voluntariado <i>online</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
secções temáticas (juventude, mulher, negros)	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1
<i>web</i> rádio	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Soma “Mobilização”	2	4	0	2	4	4	5	4	2	1	3	2	2

Fonte: Elaboração dos autores

Por fim, a quarta categoria, “Informação”, foi a que os partidos mais pontuaram, obtendo uma média de 47% dos pontos totais. Ao que parece, o facto de as categorias “Mobilização” e “Informação” terem sido mais pontuadas parece coincidir com a hipótese de os partidos tenderem a privilegiar a informação nos seus *websites* à revelia de uma melhor arquitetura participativa [Schweitzer, 2002].

Tabela 4. Categoria “Informação”

Item	DEM	PT	PMDB	PSDB	PSC	PRP	PPS	PV	PTN	PEN	PSOL	PRB	PTC
história do partido	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
endereço da sede do partido	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
telefone ou e-mail para contacto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
informações sobre filiação na página inicial	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1
editorial/palavra do presidente do partido	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
vídeos do horário eleitoral	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
páginas em inglês	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
organograma do partido	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
acessibilidade para deficientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Soma “Informação”	5	7	2	5	4	6	6	5	2	2	2	3	6

Fonte: Elaboração dos autores

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de a *internet* representar uma grande oportunidade para os partidos políticos ampliarem os seus fluxos de comunicação, de forma menos centralizada e mais autónoma, e não obstante o facto de poderem utilizar uma ampla gama de formatos, ao que parece os partidos políticos do Paraná não incluíram os *websites* partidários como estratégia geral. Veja-se que, dos 32 partidos que têm registo no TSE, apenas 13 no Paraná possuem *website* partidário regional. Outro ponto é que, ao que parece, os *websites* par-

tidários do Paraná seguem a tendência internacional (Schweitzer, 2005), ou seja, privilegiam a informação e negligenciam, em alguma medida, a arquitetura da participação. Isso fica evidente com dois números da nossa pesquisa: primeiro, a média de 19% apresentada por todos os partidos na categoria “Participação” (a mais baixa entre as categorias); segundo, a média de 47% da categoria “Informação” (ainda que baixa, é a categoria mais pontuada).

Entendemos que esse resultado compromete, em alguma medida, o desenvolvimento de uma *web* 2.0 nos *websites* partidários do Paraná, o que torna o fluxo da comunicação uma via de mão única com pouca possibilidade, tendendo a diminuir as vias de participação e, por sua vez, a enfraquecer o potencial pluralista e democrático dessa ferramenta.

Em futuros estudos iremos replicar essa metodologia para o estudo comparativo dos *websites* regionais de todo o sul do Brasil, ou seja, do Paraná, de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ackland, R., e Gibson, R. (2004, abril), “Mapping political party networks on the WWW”, in *Australian Electronic Governance Conference*, pp. 14-15.
- Barros, A. D. J. P., e Lehfeld, N. A. (2012), *Projeto de Pesquisa: Propostas Metodológicas*, Vozes.
- Braga, S. S., Nicolás, M. A, e França, A. S. T. (2009), “Os partidos brasileiros e a internet, uma avaliação dos websites dos partidos políticos do Brasil”, *Revista de Sociologia e Política*, 17(34), pp. 183-208.
- Brown, R. (2009), *Public Relations and the Social Web: How to Use Social Media and Web 2.0 in Communications*, Kogan Page.
- Conway, M., e Dörner, D. (2004), “An evaluation of New Zealand political party websites”, *Information Research*, 9(4), pp. 9-4.
- Haythornthwaite, C. (2007), “Social networks and online community”, *The Oxford Handbook of internet Psychology*, pp. 121-137.
- lasulaitis, S. (2006), “A internet pode revigorar as eleições? Um estudo das campanhas virtuais presidenciais do pleito de 2006”, Encontro anual da ANPOCS, 31.
- Loader, B. (ed.) (2007), *Young Citizens in the Digital Age: Political Engagement, Young People and New Media*, Psychology Press.
- Norris, P. (2003), “Preaching to the converted? Pluralism, participation and party websites”, *Party Politics*, 9(1), pp. 21-45.
- O’Reilly, T. (2007), “What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software”, *Communications & Strategies*, (1), 17.
- Park, H. W. (2003), “Hyperlink network analysis: A new method for the study of social structure on the web”, *Connections*, 25(1), pp. 49-61.

- Petricek, V., Escher, T., Cox, I. J., e Margetts, H. (2006), "The web structure of e-government—developing a methodology for quantitative evaluation", in *Proceedings of the 15th International Conference on World Wide Web*, pp. 669-678, ACM.
- Schumpeter, J. A. (1961), *Capitalismo, Socialismo e Democracia*, Rio de Janeiro, Editora Fundo de Cultura.
- Schweitzer, E. J. (2005), "Election Campaigning Online German Party Websites in the 2002 National Elections", *European Journal of Communication*, 20(3), pp. 327-351.
- Small, T. A. (2008), "Equal access, unequal success—major and minor Canadian parties on the net", *Party Politics*, 14(1), pp. 51-70.