

Visibilidade e representação política: o caso da Câmara dos Deputados no Brasil

ANTONIO TEIXEIRA DE BARROS*
CRISTIANE BRUM BERNARDES**
MALENA REHBEIN RODRIGUES***

RESUMO

Analisa como as novas mídias são usadas pela Câmara dos Deputados para estimular experiências de participação e deliberação pública, procurando verificar suas potencialidades e limitações. O foco específico do texto, portanto, inclui as estratégias de divulgação e de visibilidade política da Câmara para dar suporte às suas ações da Câmara voltadas para o aperfeiçoamento da democracia política. Tal escopo pode ser expresso nas seguintes questões: (a) como se caracterizam os principais mecanismos institucionais para estimular a participação democrática e promover a interação com a sociedade civil? (b) Como as novas mídias podem contribuir para consolidar projetos de transparência política e de participação social? A principal conclusão é que a eficácia política desse sistema é comprometida pela falta de um projeto político-institucional capaz de permitir o diálogo com a sociedade.

Palavras-chave: Comunicação e democracia. Transparência e interatividade. Participação política. Representação política. Câmara dos Deputados.

ABSTRACT

This paper analyzes how new media are used by the House of Representatives to stimulate experiences of participation and public deliberation. The specific focus of the text therefore includes the dissemination strategies and political visibility of Chamber to support their actions aimed at the improvement of political democracy. This scope can be expressed in the following issues: (a) how to characterize the main institutional mechanisms to encourage democratic participation and promote interaction with civil society? (b) How the new media can contribute to projects consolidate political transparency and social participation? The main conclusion is that the political effectiveness of the system is compromised by the lack of a political-institutional able to allow dialogue with society.

Keywords: Communication and Democracy. Transparency and interactivity. Political participation. Political representation. Chamber of Deputies.

* Doutor em Sociologia. Docente e investigador do Programa de Mestrado em Ciência Política do Centro de Formação da Câmara dos Deputados (CEFOR). E-mail: antonibarro@gmail.com

** Doutora em Ciência Política. Docente e investigador do Programa de Mestrado em Ciência Política do Centro de Formação da Câmara dos Deputados (CEFOR). E-mail: cris.brum@gmail.com

*** Doutora em Ciência Política. Docente e investigador do Programa de Mestrado em Ciência Política do Centro de Formação da Câmara dos Deputados (CEFOR). E-mail: malena.rehbein@gmail.com

RESUMÉ

Examine comment les nouveaux médias sont utilisés par la Chambre des représentants pour stimuler les expériences de participation et de délibération publique, afin de vérifier ses capacités et ses limites. L'objectif spécifique du texte comprend donc les stratégies de diffusion et de la Chambre de visibilité politique à l'appui de leur Chambre visant à l'amélioration de la démocratie politique des actions. Ce périmètre peut être exprimée dans les numéros suivants: (a) comment caractériser les principaux mécanismes institutionnels pour encourager la participation démocratique et promouvoir l'interaction avec la société civile? (B) Comment les nouveaux médias peuvent contribuer à des projets de consolider la transparence politique et la participation sociale? La principale conclusion est que l'efficacité politique du système est compromise par l'absence d'un pouvoir politico-institutionnel pour permettre le dialogue avec la société.

Mots-clés: La communication et la démocratie. La transparence et l'interactivité. La participation politique. La représentation politique. Chambre des Représentants.

1. INTRODUÇÃO

No processo de consolidação e aprofundamento do sistema democrático brasileiro, o Poder Legislativo enfrenta alguns desafios específicos, tais como maior visibilidade institucional, interação com a sociedade civil e transparência de suas ações políticas. Trata-se de três aspectos intrinsecamente relacionados e essenciais para a democracia representativa.

Nessa perspectiva, a comunicação pode favorecer a atuação política e social do Parlamento e contribuir para o fortalecimento da esfera pública, entendida como um espaço no qual as demandas e reivindicações sociais são exteriorizadas. Isso porque a visibilidade institucional, a transparência política e a interação social constituem elementos indispensáveis para o fortalecimento dessa esfera pública e, por extensão, da democracia. Assim, cumpre delimitar o objetivo do texto: analisar como as novas tecnologias de comunicação e as mídias institucionais são empregadas pela Câmara dos Deputados para estimular experiências de participação social e deliberação pública, procurando verificar suas potencialidades e limitações. Cabe examinar ainda como esses elementos são articulados institucionalmente de modo a estimular a transparência política e a participação dos cidadãos na agenda do Poder Legislativo no contexto de aprimoramento da democracia brasileira.

O foco específico do texto, portanto, inclui as estratégias

de divulgação e de visibilidade política e de comunicação institucional (interatividade) utilizadas pela Câmara para dar suporte às suas ações voltadas para o aperfeiçoamento da democracia política. Tal escopo pode ser expresso nas seguintes questões: (a) como se caracterizam os principais mecanismos de comunicação e divulgação institucional da Câmara para estimular a participação democrática e promover a interação com a sociedade civil? (b) Como a comunicação pode contribuir para consolidar projetos de transparência política e de participação social?

As novas mídias legislativas e seus respectivos canais de interatividade foram criados com base em duas razões principais, as quais podem ser tomadas como pressupostos e justificativas iniciais para o estudo proposto, a saber: (1) o argumento baseado no princípio constitucional da publicidade; (2) a contraposição à agenda negativa da mídia privada sobre o Poder Legislativo. A publicidade em relação às ações de governo já foi devidamente defendida por Norberto Bobbio, segundo o qual “o poder político é o poder público (...) mesmo quando não é público, não age em público, esconde-se do público, não é controlado pelo público” (2005, p. 28). Para Bobbio, a República diferencia-se dos regimes autoritários ou absolutistas exatamente porque há um controle público do poder e a livre formação de uma opinião pública (2005, p.28). Dessa forma, Bobbio concorda com Carl Schmitt quanto à ideia de que “a representação apenas pode ocorrer na esfera da publicidade” (2005, p. 30) e que a democracia precisa do exercício dos direitos de liberdade e só pode funcionar se as ações dos governantes forem “esmiuçadas, julgadas e criticadas quando tornadas públicas” (2005, p. 30).

Para garantir o princípio constitucional da publicidade dos atos públicos, os governos desenvolveram uma série de estratégias de visibilidade, as quais resultaram em sistemas públicos de informação e transparência, como o que é mantido pela Câmara dos Deputados. Desse modo, um sistema público de interação política não se sustenta apenas com a emissão de informação para o cidadão, mas com atividades que tenham por objetivo implementar a participação democrática dos receptores e usuários dos serviços de informação oferecidos. Afinal, a visibilidade é da natureza do poder, como destaca Thompson (1995).

2. COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

O sistema de comunicação da Câmara é gerido pela Secretaria de Comunicação (Secom), órgão que responde diretamente à Presidência da Casa. A implantação desse sistema começou em 1961, antes da ditadura militar, com serviço de radiodifusão responsável pelo informativo inserido no programa radiofônico *A Voz do Brasil*¹. Em alguns poucos estudos realizados sobre o sistema de

comunicação do Poder Legislativo no Brasil, os canais e emissoras são vistos como “um instrumento auxiliar” no processo de construção da efetiva participação popular na política (Renault, 2004, p.136), mas “potencialmente” importantes para a ampliação das práticas democráticas (Jardim, 2006) ou mesmo instâncias essenciais na produção legislativa atual (Cook, 1989). Segundo esses estudos (Freitas, 2004; Jardim, 2006; Renault, 2004; Santos, 2005), a aproximação entre Parlamento e sociedade seria uma das razões primordiais para a criação de tais instrumentos de divulgação.

Um ponto em comum entre os estudos sobre os veículos de comunicação legislativos é a percepção de que o funcionamento deles introduz modificações significativas no próprio processo de produção legislativa (Cook, 1989; Freitas, 2004; Renault, 2004; Santos, 2005), seja na maior presença dos parlamentares no plenário e nas reuniões de comissões, seja no formato ou na duração dos discursos, na maior quantidade de falas, na contratação de mais profissionais de imprensa, ou na simples preocupação com o visual e com a oratória adequada aos meios eletrônicos.

Alguns estudos chegam a apontar que a divulgação feita pelo próprio Legislativo “quebrou o monopólio da mídia comercial na definição da agenda pública” (Santos, 2005, p.23), com informações em tempo real e mais detalhadas sobre o funcionamento do Parlamento, sem a intermediação da mídia privada (Renault, 2004, p.132). Talvez possamos considerar que houve apenas uma ampliação dos enfoques disponíveis para o público. Afinal, apesar do potencial democrático de tais veículos, algumas análises já apontam as dificuldades institucionais para realização da comunicação pública nas emissoras legislativas, tais como o modelo de gestão e o perfil da programação (Jardim, 2006), além do alcance dessas mídias junto ao público, tema de recorrente preocupação entre os gestores desses sistemas de informação.

Depois de uma série de reformulações e adaptações feitas durante o processo de redemocratização e a partir do trabalho de comunicação da Assembleia Constituinte, o sistema foi estruturado nos moldes atuais no final da década de 1990, com a criação da Secretaria de Comunicação (Secom) em 1998. A reestruturação da secretaria foi acelerada depois da criação das emissoras de televisão e rádio da Câmara. A divulgação das atividades da Assembleia Nacional Constituinte, depois de mais de 20 anos de ação legislativa sob a ditadura militar, deu impulso

às necessidades de comunicação do Congresso Nacional e de abertura do Poder Legislativo para a sociedade.

A partir dos anos 2000, a Secom ampliou seu foco de atuação, com o objetivo de ouvir e receber as demandas dos cidadãos por meio de canais diferenciados de interatividade. Além dos veículos de comunicação, portanto, a Secom mantém uma série de ferramentas para divulgação institucional e comunicação com o público, tais como as páginas informativas no Portal da Câmara, as visitas guiadas ou as atividades de relações públicas, um portal infantil (www.plenarinho.gov.br), um serviço de atendimento telefônico gratuito ao cidadão (0800 619 619), um sistema de atendimento por e-mail para todos os departamentos, veículos de comunicação e demais áreas políticas e administrativas.

Alguns autores identificam nas sociedades contemporâneas uma demanda maior dos cidadãos por transparência nas administrações (Jardim, 2006) e dos próprios representantes por maior visibilidade para seu trabalho (Cook, 1989; Freitas, 2004). A falta de informação dos cidadãos sobre as funções e o funcionamento das casas legislativas pode levá-los inclusive a questionar a legitimidade do gasto para mantê-las (Freitas, 2004). Em direção similar, Miguel aponta que “a recuperação dos mecanismos representativos depende de uma maior compreensão do sentido da própria representação” (Miguel, 2003: 123).

Se a legitimidade é essencial para qualquer regime político, mais ainda em um regime democrático, que conta com a participação dos cidadãos no próprio governo, mesmo que sob forma representativa. Estrategicamente, o conhecimento dos públicos com os quais se relaciona é essencial para a sobrevivência de qualquer instituição, seja pública ou privada. O estabelecimento de canais de comunicação com esses públicos é, portanto, inevitável. Mas a comunicação institucional também é essencial para divulgação do conhecimento sobre a instituição e para que o cidadão tenha canais de acesso aos que comandam as suas decisões. Dessa forma, melhorias nos processos e mudanças de procedimentos podem ser realizadas com base nas opiniões dos usuários dos serviços da entidade ou órgão.

Em uma instituição do Estado, a comunicação assume um caráter ainda mais público e amplo, pois o interesse primeiro da instituição é a continuidade da prestação do serviço ao cidadão. Segundo Pierre Zémor, uma das finalidades principais da comunicação pública, isto é, aquela feita pelas instituições públicas, é exatamente o esclarecimento da população sobre o funcionamento institucional, dos valores e funções

1 O programa, com duração de uma hora, reúne noticiário dos Três Poderes, com 20 minutos para a Câmara.

das diferentes instituições e sobre os debates dos projetos de mudança institucional e de políticas públicas (Zémor, 1995). A partilha de informações de utilidade pública, portanto, é um dos objetivos centrais da comunicação pública (Zémor, 1995).

Na esteira de tais reflexões, seguimos a ideia de que a informação política é essencial para a democracia e o exercício da cidadania. No caso específico de sistemas públicos de comunicação, como afirma Zémor, as mensagens são emitidas, recebidas, tratadas pelas instituições públicas “em nome do povo”, da mesma forma como são votadas as leis ou pronunciados os julgamentos. Logo, esta comunicação se situa necessariamente no espaço público, sob o olhar do cidadão e as informações que divulga são de domínio público, pois assegurar o interesse geral implica transparência (Zémor, 1995).

A importância do estabelecimento de canais de comunicação entre sociedade e instituições políticas é um dos pontos destacados pelos teóricos que criticam as concepções liberais de democracia, em especial aquelas relacionadas à democracia representativa. Daí a necessidade de criação de ferramentas que possibilitem a participação da população nas decisões políticas. O papel da comunicação nessa perspectiva é estratégico, uma vez que o processo político se apoia, decisivamente, na atividade comunicativa colocada em prática na sociedade, com possibilidades de interação e deliberação pública (Habermas, 1995). A comunicação necessária à deliberação pública inclui os atores periféricos ao sistema político, tais como grupos marginalizados e excluídos do sistema representativo formal. Afinal, a combinação de veículos de informação com a oferta de canais de interatividade podem estimular a participação social e alimentar a cultura cívica.

3. PARTICIPAÇÃO SOCIAL E REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

A política é definida por Hannah Arendt (2001) como atividade realizada “entre os homens”, construída pelas relações e interações entre cidadãos capazes de pensar, querer e julgar, o que implica uso público da razão e capacidade de dialogar com seus pares na esfera pública, em iguais condições de argumentação (isegoria). Sob esse enquadramento, destaca-se a dimensão relacional e dialógica do poder, o que alberga a dinâmica política entre representação e participação. Essa lógica envolve a constituição de pactos, acordos, consensos, coligações, embora isso não implique isenção de conflitos e disputas, uma vez que a tensão é inerente a toda relação política e ao regime democrático (Touraine, 1996). Um exemplo emblemático disso são as conflitualidades e tensões registradas historicamente entre as instâncias

de representação política e de participação social nos regimes democráticos, em variados contextos geográficos e históricos (Bobbio, 1999; Mouffe, 2000; Pateman, 1992), incluindo o cenário brasileiro recente (Avritzer, 2000; Nogueira, 2011; Rabat, 2010).

Um dos pontos de maior tensão na relação entre representação política e participação social é a disputa pelo controle da visibilidade (Miguel, 2002; 2003). Tanto os representantes como os representados estabelecem estratégias de atuação para capitalizar seus discursos, ideias e ações no espaço público de aparência e visibilidade pública, a fim de conseguirem o máximo de eficácia política. Contudo, apesar do potencial dos mecanismos de input da esfera civil, o fato é que ainda há carência de espaços efetivos de influência política da parte dos cidadãos (Miguel, 2003). A galáxia midiática pode transformar a democracia e ampliar a visibilidade, mas também pode aumentar o distanciamento dos políticos em relação aos cidadãos, ao criar a falsa ideia de proximidade e participação (Feenstra, 2012)².

O que é consensual é que a visibilidade é da natureza da política, atividade exercida no espaço público e voltada para a avaliação e julgamento do cidadão, inclusive pelo voto. Contudo, o ciclo relacional e a configuração política do binômio democrático representação x participação transcende a participação política em sua dimensão eleitoral. Apesar de sua relevância para o estabelecimento do vínculo entre representantes e representados, o voto não basta como mecanismo de participação social, no sentido mais amplo. Dessa forma, a participação cidadã sistemática e continuada pode resultar em processo de controle social relevante (Rabat, 2010). Entretanto, mesmo no caso de países fieis aos rituais democráticos representados pelas eleições periódicas, predominam as montagens institucionais, sobretudo dos parlamentos, marcadas pelas fragilidades dos dispositivos de *input* de opinião e influência (Marques, 2010). Em outras palavras, a participação se limita aos ritos eleitorais.

A história política brasileira é marcada por um déficit histórico de participação, transparência e *accountability*, em decorrência de um longo período de disjunção entre o Estado e a sociedade, fruto do poder unilateral do aparato estatal em detrimento da autonomia da sociedade civil (Diniz, 2000). Contudo, com o cenário político

2 Para o autor, o distanciamento pode ocorrer porque os representantes nem sempre tomam conhecimento das manifestações recebidas da sociedade e nem se preocupam em prestar contas à sociedade sobre as demandas recebidas eletronicamente (e-mail, redes sociais, etc.). Os sistemas midiáticos e eletrônicos oferecem facilidades de participação para o cidadão, mas o diálogo não se completa.

redesenhado na redemocratização, especialmente após a promulgação da Constituição de 1988, várias iniciativas começaram a ser implementadas, desencadeando um processo de reflexão sobre cultura, política, democracia e participação, o que inclui, inevitavelmente, a comunicação e a livre manifestação.

Na teoria política contemporânea o estudo sobre representação e participação muitas vezes se configura de forma complementar, uma vez que a representação em si só é possível em função da participação, por meio do voto, que resulta na eleição dos representantes e no exercício da representação, por meio do mandato. Contudo, nem sempre tal relação é pacífica, principalmente nos cenários de aperfeiçoamento e revisão das democracias liberais, com as tentativas de implementação de projetos políticos mais abertos e permeáveis à sociedade, com mecanismos de deliberação pública e participação complementares ao voto ou que se situam além da esfera da competição eleitoral (Avelar, 2004; Pizzorno, 1975; Pateman, 1992), a fim de promover práticas de alta densidade democrática (Santos; Avritzer, 2002).

Desse pressuposto decorre a ideia de que a participação é essencial à construção política, o que a torna indispensável à recriação e reconfiguração das instâncias de representação e de exercício do poder. Assim, as formas de participação não se opõem às de representação. Ao contrário, quanto mais se articulam e se encaixam nos esquemas de representação, maior sua a eficácia política (Nogueira, 2011). Derivada da tradição teórica calcada no conceito de soberania popular, a participação também é considerada um instrumento de legitimação e fortalecimento das instituições democráticas e de ampliação dos direitos de cidadania (Avelar, 2004).

Cabe ressaltar, contudo que, todo processo cultural e político é marcado pela ambiguidade, segundo a sociologia weberiana (Weber, 1999), ou seja, o cálculo das transações sociais e políticas envolve sempre perdas e ganhos, possibilidades e limites, progressos e recuos. Assim, a relação entre representação e participação também é portadora de ambivalências, de fluxos e contrafluxos que se entrecruzam nos rituais e processos políticos, com seus desdobramentos nos campos de alianças, nos cenários e performances dos atores, sejam os representantes, sejam os representados. Tais ambivalências se acentuam quando se trata de cenários em que são densas as disputas pelo controle do capital simbólico da visibilidade pública, como é o caso da relação entre parlamentares e segmentos organizados da sociedade civil por meio dos canais de interação oferecidos pela Câmara dos Deputados.

A publicidade também tem papel importante no contexto democrático atual, sobretudo no que se refere ao conceito de democracia deliberativa. Habermas parte da noção de esfera pública, uma espécie de situação ideal de participação social, fora dos espaços comuns de discussão da vida doméstica, igreja ou governo, onde as pessoas podem discutir sobre a vida em condições iguais de acesso ao debate. Ou seja, é uma arena coletiva, em que as ideias são examinadas ou debatidas. Para que isso aconteça, seis condições seriam necessárias: comunialidade (um único e coerente público); livre fluxo de comunicação; debate crítico de questões-chave para o bem comum; caráter não comercial; transparência; e consenso alcançado pelo que ele chama de debate racional (Habermas, 1989). Este seria então o lugar em que a racionalidade acontece.

Ligada à noção de esfera pública está sua Teoria da Ação Comunicativa, um tipo de análise teórico-epistemológica da racionalidade como um sistema operante da sociedade. Trata-se de um tipo diferente de racionalidade, que tem primazia sobre a razão instrumental, uma vez que mostra a individualidade racional como sendo mediada pela linguagem e comunicabilidade (Habermas, 1993). Ou seja, é a prática comunicativa que viabiliza a esfera pública, o entendimento mútuo, via discurso racional³, que leva ao consenso racional. Esse entendimento mútuo se refletiria na capacidade de, então, influenciar as decisões dos representantes:

The plenitude of connotations, the functional richness, and the capacity for variation proper to the use of language oriented to mutual understanding is the only reverse side of a relationship to totality that does not allow for any arbitrary expansion of the capacity to achieve understanding in everyday practice⁴ (Habermas, 1985, p.350).

A publicidade entraria aí como um contexto hermenêutico em que o diálogo racional aconteceria naturalmente. Ou seja, como um viabilizador e garantidor do entendimento mútuo, da deliberação pública, de debates e negociação de alianças por meio da esfera pública. É ela

3 O discurso racional – um diálogo racional - seria usado para atingir o consenso racional, desde que haja: igualdade de participação no processo de deliberação; direito de questionar; direito de apontar argumentos reflexivos sobre as regras do discurso (Benhabib, apud Mouffe, 2000, p. 86).

4 “A plenitude de conotações, a riqueza funcional e a capacidade para variação- próprios ao uso da linguagem para o entendimento mútuo – são o único caminho de uma relação para totalidade que não permita nenhuma expansão arbitrária da capacidade para alcançar o entendimento em cada prática” (tradução dos autores).

quem garante um dos requisitos colocados acima para a constituição da esfera pública: a transparência. Portanto, é parte intrínseca da noção de consenso racional. Aqui é interessante chamar atenção para o fato de que, como alerta Habermas (1993, p. 437), o crescimento do poder de todas as formas de mídia e o conseqüente aumento de certos tipos de manipulação tornam ainda mais importante o princípio da publicidade.

São todos esses conceitos que dão forma ao conceito de democracia deliberativa de Habermas que, a despeito das críticas de que se trata de um conceito funcional apenas do ponto de vista normativo ou que elimina o antagonismo natural da política (Mouffe, 2000), marca a passagem da visão decisionista da democracia para a argumentativa, o que mais tarde viria a se refletir em conceitos de participação na modernidade, importantes para este trabalho. A democracia deliberativa seria o resultado do potencial efetivo de influência da sociedade nas decisões políticas, por meio do discurso racional e do entendimento mútuo, legitimando o campo político⁵ (Hirst, 1993, p. 148). Tudo isso via esfera pública, ou esferas públicas que se interpenetrariam (mais uma vez a publicidade está pressuposta, já que livre e igual acesso e deliberação pública só podem acontecer publicamente). Para então, ainda que não seja dotada de poder político de executar, a sociedade possa influenciar de forma institucionalizada (Habermas, 1994, p. 371). Resumindo: por meio de todos esses conceitos relacionados à racionalidade, a esfera pública, informal e aberta, está inserida na sociedade por meio de associações; a opinião formada pela vontade colocada na esfera pública, alcançada pelo discurso racional e resultando no consenso racional, via da publicidade, é então expressa por meio dos parlamentos, cortes e administrações (Avritzer, 2000, p. 10).

A publicidade pode fomentar a participação social e política, uma vez que a partir daquilo que se torna público da parte dos representantes, os representados podem reagir, com vistas a interferir no processo decisório. Da mesma forma, estimulados pela visibilidade das manifestações da sociedade civil, os representantes podem definir ou reconfigurar suas estratégias políticas de atuação em suas bases eleitorais ou suas táticas de atuação nas atividades parlamentares (debates, votações, discursos, etc). Esses fluxos e entrecruzamentos, contudo, não ocorrem de maneira harmoniosa, visto que os interesses dos representantes nem sempre coincidem com a vontade dos representados. É a partir

das disputas pelo controle da visibilidade que as tensões entre representação e participação afloram e surgem as artimanhas do poder para anular ou esmaecer os efeitos da participação social. Mas tais artimanhas são aplicadas de modo sutil, a fim de não tornar ostensivo tal propósito. Basta cooptar os atores sociais ou instituir formas de participação em contextos institucionais impermeáveis que dificultam os efeitos democráticos de fato, por exemplo (Santos; Avritzer, 2002). Outra forma de enfraquecer a participação é reduzi-la a seu caráter instrumental de legitimação do poder, ou seja, instituir consultas populares para fins plebiscitários. Na mesma linha de argumentação, Nogueira (2011, p.160) complementa que todo processo de participação pode ser manipulado ou instrumentalizado, tanto pelos representantes como também por determinados setores da esfera dos representados.

Para evitar excessivos desgastes e tensões entre representantes e representados e para que haja um mínimo de eficácia da participação e da representação, as instituições políticas investem em projetos gerenciais para facilitar o acesso do cidadão e das entidades da sociedade civil ao âmbito das deliberações públicas. Para Nogueira (2011), o êxito de um projeto político depende da correspondência com um projeto gerencial-burocrático capaz de receber, processar e distribuir as manifestações da sociedade, a fim de que a participação possa produzir efeitos reflexivos na esfera representacional:

Se o aparato público abre-se para a participação, mas não se desburocratiza, a participação não se completa. Se os atores sociais mobilizam-se, mas as coisas não saem do lugar, eles retrocedem e deixam de participar. Desburocratizar, porém, não significa apenas (e nem principalmente) introduzir procedimentos 'competitivos', 'gerenciais', tecnológicos ou empreendedores para dinamizar as operações administrativas. Significa, acima de tudo, desburocratizar, abrir as organizações, oxigená-las, submetê-las a outros ritos e controles, promovendo um movimento virtuoso de crítica e de recriação organizacional [...]. A gestão participativa deve ser capaz de fundir participação com decisão, execução, avaliação e controle, fazendo com que suas operações básicas fiquem articuladas, alimentando-se umas às outras (Nogueira, 2011, p.153-154).

Apesar de suas fragilidades institucionais e políticas, o sistema de comunicação e interatividade da Câmara dos Deputados foi criado com o propósito de promover o diálogo político entre representantes e representados, além de instituir formas de gerenciamento burocrático voltado para a eficácia política, conforme será abordado no item a seguir.

5 A legitimação neste caso não seria a da vontade da maioria, mas sim da formação de uma vontade.

4. OS CANAIS DE INTERATIVIDADE E A PARTICIPAÇÃO SOCIAL

São analisados aqui os canais de interatividade que fazem parte da esfera institucional-burocrática, ou seja, aqueles gerenciados pela própria instituição legislativa, tais como e-mail institucional (Fale Conosco), serviço telefônico gratuito (0800), Ouvidoria Parlamentar, audiências públicas, perfis em redes sociais e demais mecanismos oferecidos por mídias institucionais. Para a análise, nos deteremos à esfera institucional, composta pelos projetos e canais que se coadunam com alguma iniciativa com respaldo institucional. São excluídos, portanto, os canais mantidos pelos 513 gabinetes parlamentares.

A política para estimular a participação social foi reforçada pela Câmara dos Deputados após a aprovação da Lei da Ficha Limpa, aprovada em 2010 e a Lei de Acesso à Informação, que entrou em vigor em junho de 2012.

4.2 Canais institucionais de interatividade

Na impossibilidade de um mapeamento completo dos canais de interatividade e participação mantidos pela Câmara, selecionamos os mais expressivos e de maior impacto social:

E-democracia

O programa E-democracia foi criado em 2009, com o objetivo de transformar-se em uma espécie de rede social na internet – ou comunidades virtuais - para estimular a participação popular na formulação e no debate de propostas legislativas, além de informar o andamento das matérias em discussão. A ferramenta permite à população apresentar sugestões sobre propostas em tramitação, elaborar minutas de projetos de lei de forma colaborativa e compartilhar informações que contribuam para as discussões. Esse novo instrumento foi criado com o objetivo de obedecer aos princípios básicos da democracia participativa, conforme prevê a Constituição Federal de 1988, ao mencionar os referendos e plebiscitos e a participação popular na formulação de propostas legislativas.

Até o início de março havia mais de 10 mil cidadãos cadastrados nas comunidades virtuais do e-Democracia⁶, como quadro 1. Um exemplo considerado muito exitoso foi o debate em torno das reformas no Código de Processo Civil, por meio de consulta pública. Em pouco mais de um mês de criação, o projeto recebeu cerca de 12 mil acessos, com 229 sugestões ao texto. Para o documento final, o relator-geral e os cinco sub-relatores chegaram a analisar 900 emendas apresentadas por

deputados (66% do total), 376 contribuições feitas pela comunidade virtual do CPC no portal e-Democracia (27,5% do total) e 90 sugestões enviadas por cidadãos via e-mail (6,5% do total).

QUADRO 1: Comunidades do e-Democracia

Comunidades	Membros
Espaço Livre	10.752
LAN Houses	907
Mudança do Clima	801
Estatuto da Juventude	515
Política sobre Drogas	265
Código de Processo Civil	207
Segurança na Internet	188
Simpósio da Amazônia	145
Política Espacial Brasileira	118
Obrigatoriedade do Diploma de Jornalista	109
Sistema Único de Saúde	93
Combate ao Trabalho Escravo	92
Juventude e Cultura	69
Catástrofes Climáticas	46
Voz da Criança e do Adolescente	43

Em agosto de 2010, o e-Democracia foi selecionado entre as 20 melhores experiências de democracia do mundo pelo Vitalizing Democracy through Participation, programa da fundação alemã Bertelsmann Stiftung. Estavam concorrendo 158 projetos de 36 países. Segundo Faria (2012), os projetos de e-Democracia institucional, isto é, aqueles desenvolvidos pelo Estado, têm como vantagem o fato de facilitarem a relação do canal de participação com os processos internos de cada organização pública. O autor acredita que, assim, “permitiriam impacto efetivo na tomada de decisão, embora apresentem também uma série de limitações, principalmente quanto à acessibilidade das pessoas a esses canais, e outros problemas expressos no desenvolvimento de tais práticas” (Faria, 2012, p.246). Uma das dificuldades verificadas no processo de implantação da ferramenta na Câmara dos Deputados foi uma “tensão crescente entre a nova lógica de fluidez da informação e da interação social com a solidez das instituições públicas baseadas no modelo weberiano de organização administrativa hierárquica e procedimental” (Faria, 2012, p. 248). Segundo o autor, diversos órgãos da Câmara precisaram se adaptar a novas demandas geradas pelo e-Democracia, o que resultou em resistências entre os próprios servidores⁷.

6 Os cidadãos podem se cadastrar em mais de uma comunidade do e-Democracia.

7 Não é objetivo fazer uma análise exaustiva da ferramenta E-Democracia. Para mais detalhes, ver: Faria (2012).

Portal corporativo

O portal corporativo⁸ (www.camara.gov.br) existe desde o ano de 2000 e seu conteúdo é gerenciado por um comitê de especialistas e técnicos das diferentes áreas de informação da Câmara. Ainda não há dados sistematizados sobre as ferramentas de participação digitais, mas alguns estudos começam a analisar o uso desses canais pela Câmara. Barros et al. (2009), Marques (2010; 2011) e Miola (2011) destacam vários instrumentos de participação política presentes no Portal da Câmara, tais como e-mails e formulários, chats, enquetes, comentários em notícias e fóruns públicos, ao mesmo tempo em que analisam o uso realmente efetivado de tais canais. Marques menciona que, em 2006, por exemplo, o serviço Fale Conosco recebeu mais de 92 mil mensagens (Marques, 2011, p.105). Diante desse número e para agilizar o processo de resposta, o Fale Conosco encaminha as mensagens aos diferentes setores, que fornecem as respostas diretamente aos usuários.

Em pesquisa realizada na Universidade Federal do Paraná (UFPR), o Portal da Câmara dos Deputados na internet (www.camara.gov.br) foi considerado, entre os parlamentos da América do Sul, o que apresenta maior grau de interatividade com o público. Conduzida por Sérgio Braga (2008), a pesquisa analisou a informatização dos órgãos legislativos no continente. Ao mapear os mecanismos criados para permitir a “comunicação vertical” com a opinião pública, Braga constatou que o portal da Câmara cumpre 94% dos critérios estabelecidos para medir o grau de interatividade dos portais analisados (são considerados mais de 200 itens). Na avaliação global do grau de informatização dos legislativos, o portal da Câmara também ficou em primeiro lugar, com 95,3%, seguido do Congresso do Peru, com 89%, e do Senado brasileiro, com 80,9%. Alcançando nota máxima (100%) em navegabilidade, o portal é hoje uma referência entre os que oferecem conteúdo político. Em 2007, segundo o estudo, o site recebeu mais de 15 milhões de visitas. Em 2011, o número de acessos atingiu 16 milhões de acessos, com média mensal de 1,325 milhão. Entre os assuntos mais consultados, destacam-se: notícias (35%); informações sobre projetos de leis em tramitação (28%); informações sobre os parlamentares (13%); atividades das comissões (6%).

No âmbito do Portal, destaca-se a *Agência Câmara de Notícias Online*, que oferece vários canais que propiciam a participação da sociedade. Entre as ferramentas digitais estão: serviço Fale Conosco; enquetes sobre temas específicos; enquetes em todas as matérias sobre apresentação de projeto de lei; chats; comentários de leitores sobre matérias; envio dos comentários feitos diretamente aos deputados citados nas matérias para eles, por meio de um link de sua página na internet; envio de perguntas a participantes de audiências públicas em comissões.

Periodicamente, os dados coletados em enquetes e chats são repassados às comissões em que os temas discutidos estão sendo tratados. De 2005 a fevereiro de 2012 foram contabilizadas 129 enquetes. Havia 12 enquetes ativas, contabilizando um total de 16.586 votos. Temas polêmicos recebem participações expressivas. A união homoafetiva, que está entre as enquetes já desativadas, chegou a 19.268 votos; a utilização de cotas, a 12.850 votos. O número de chats – que geralmente são feitos com relatores de projetos importantes – até a mesma data era de 61. A média mensal de comentários de notícias é de 2.500; e de opiniões enviadas aos deputados citados é de 30 por dia.

Redes sociais

Agência, TV, Rádio e Jornal da Câmara, e-Democracia, Plenarinho (página infantil de informações legislativas) e programas específicos da TV Câmara mantêm cadastros no *Twitter*. Além desses, vários veículos também têm perfis no *Facebook* e no *Orkut*, conforme mostra o Quadro 2, com os dados computados até o dia 08/03/12. O *Twitter* é o campeão de participações com 186. 519 seguidores. É importante ressaltar que este levantamento diz respeito apenas às redes sociais mantidas pela Secretaria de Comunicação. Isso significa que os perfis de comissões, de órgãos administrativos e o perfil geral da própria Câmara⁹ não estão incluídos no levantamento.

Até o final de 2011, também havia cinco blogues mantidos por diferentes setores da Casa. Dois deles eram de programas de TV Câmara, um de comissão, uma para o setor que promove a visitação cívica ao Congresso e outro para a Comissão Mista do Mercosul.

Disque-Câmara

O serviço de atendimento à população, pelo 0800-619619 e o pelo Fale Conosco, desde que foi criado, em 1998, até o ano 2011, totaliza 5.124.310 (cinco milhões, cento e vinte e quatro mil e trezentos e dez) atendimentos. Quase

8 O Portal da Câmara é citado por Braga (2008) como o de maior potencial de transparência política na América Latina, devido ao seu conteúdo. A Organização das Nações Unidas em *survey* sobre *e-government* também o cita como caso típico de experiência digital bem sucedido (MARQUES, 2010).

9 Em março de 2012, o perfil da Câmara no *twitter* chegou a cem mil seguidores, conforme dados divulgados pela intranet da instituição.

Quadro 2: Redes sociais da SECOM

CANAL DE PARTICIPAÇÃO	Nº SEGUIDORES TWITTER	Nº DE AMIGOS ORKUT	Nº DE AMIGOS FACEBOOK
Assessoria de Imprensa da Câmara	18.123	-	-
Câmara dos Deputados	104.110		
Agencia Câmara	31.971	-	3559
TV Câmara	14.722	552	5.514
Jornal da Câmara	3.462	-	-
e-Democracia	1.638	246	22
Prog. Câmara Ligada (TV)	1.129	-	811
RP Câmara	1.152	-	-
Rádio Câmara Jornalismo	7.104		404
Rádio Câmara Cultural	-	-	646
Plenarinho	716	37	86
Programa Participação Popular (TV)	387		
Edições Câmara	382		
Biblioteca Digital	104		613
Secom		100	
Programa Expressão Nacional (TV)	465	-	-
Comissão de Direitos Humanos	1.054	-	3
Cefor Câmara	-	151	-
Cesam Câmara	-	117	-
Secretaria de Comunicação		105	
TOTAL	186.519	1.308	11.658

75% dessas manifestações dos cidadãos foram considerações sobre proposições legislativas, ou seja, sobre propostas em análise pelos deputados. Esse dado deixa claro que o eleitor sabe exatamente qual é a função desse canal de contato com a instituição legislativa. Em primeiro lugar, portanto, seu objetivo é manifestar sua opinião, buscando influenciar a decisão parlamentar sobre os assuntos que lhe interessam.

Há bastante interesse também em tirar dúvidas sobre comissões, deputados, propostas e serviços da Câmara (10,9%). Muito mais do que em fazer solicitações a deputados e comissões (2,8%) ou críticas e elogios a serviços (1,2%). Solicitações, reclamações, sugestões e denúncias, em conjunto, não chegam ao mesmo patamar, mas também compõem o mosaico de tipos de participação possíveis por meio do Disque-Câmara. Ou seja, presume-se que o público do 0800 não tem interesse em uma relação pessoal com parlamentares, mas sim deseja usar o canal para manifestar-se sobre temas ou, mais especificamente, para fazer pressão política sobre os parlamentares. De certa forma, ainda que não haja igual participação de todos, umas das características da esfera pública de Habermas, há de fato uma tentativa de diálogo, participação, e de influenciar na decisão parlamentar, preceito fundamental da democracia deliberativa.

Chama atenção ainda a conotação positiva da participação¹⁰, com o foco no acompanhamento dos debates e a tramitação

¹⁰ Considera-se participação positiva, para efeitos da análise aqui exposta, as manifestações que fogem ao escopo de crítica, reclamação e denúncia, ou seja, que expressam o desejo do cidadão de acompanhar o processo legislativo e tentar interferir no processo decisório. A participação negativa seria, portanto, aquela cujo foco são as queixas e críticas, isto é, o que reforça a imagem negativa do Congresso Nacional.

de projetos de leis, com 74,7% das manifestações. A participação negativa apresenta percentuais baixíssimos: 1,2% para reclamações e críticas e 0,1% de denúncias. Considerando a imagem negativa do Poder Legislativo perante a opinião pública, esse elevado grau de participação positiva chama atenção e mereceria ser aprofundado (em outro artigo, talvez).

5. CONCLUSÕES

O principal desafio da instituição para os próximos anos é encontrar uma forma de fazer com que os dados conseguidos pelos mais variados meios possam de fato ser organizados de modo a realmente produzir resultados no processo legislativo para, aí sim, completar o diálogo já iniciado com a sociedade. Por enquanto, só a sociedade tem se manifestado, mas praticamente de forma unilateral, sem resposta e efetiva eficácia política por parte da instituição. Com tal configuração nem é possível considerá-los canais de participação social no sentido estrito do termo, mas mecanismos de manifestações da população, sem o devido retorno da instituição. Marques (2011) ressalta esse ponto em sua análise das ferramentas disponíveis no Portal da Câmara. Para o autor, apesar da variedade e da participação de parlamentares em interação direta com os usuários em alguns canais, as ferramentas “possuem baixo poder de influência no que se refere ao direcionamento da produção da decisão política” (Marques, 2011, p.114).

Isso porque não há, principalmente, igualdade de acesso a todos os canais e nem efetiva capacidade de influenciar os representantes. Aqui devemos chamar atenção para uma única exceção: o e-Democracia. Como este canal já direciona as questões para temas específicos, com a participação comprometida dos parlamentares envolvidos (são eles que pedem a discussão pública e, com isso, se comprometem a dar uma resposta), o resultado é garantido, nos relatórios dos projetos, que são disponibilizados à comunidade que os discutiu. Desta forma, o público que o acessa geralmente é especializado no tema em questão. Os demais canais são mais utilizados como desabafo ou pressão para interesses de grupos corporativos.

Porém, como enfatiza Marques, “não adianta dar voz e oportunidades de expressão e discussão aos usuários se a eles não se demonstra, também, seriedade na consideração das contribuições encaminhadas” (2011, p.116). Na mesma linha de raciocínio, Faria também destaca que, na maioria das experiências de democracia eletrônica legislativa, há pouca definição das implicações efetivas do resultado da participação. O que pode ampliar “a tendência de diminuição de participação após o alcance de determinado ápice, quando os participantes

começam a perceber a falta de repercussão de suas contribuições” (Faria, 2012, p.265).

Em suma, falta a definição mais clara de um arranjo institucional, a partir de uma aliança estratégica entre os dirigentes da esfera política e os gestores dos sistemas burocráticos de interatividade, além de interesse dos partidos, lideranças e comissões. Em outras palavras, para que a participação social seja valorizada e possa produzir eficácia política, seria necessário que a instituição construísse condições internas, priorizando um arranjo institucional de base racional, pautado na ética da responsabilidade e respaldado por um planejamento estratégico eficiente, incluindo um sistema de avaliação permanente dos canais de interatividade¹¹. Portanto, não basta descrever e caracterizar os instrumentos de interatividade e participação. É necessário refletir sobre as perspectivas da interação nas instituições legislativas e como tornar o parlamento atraente do ponto de vista da participação social, além de discutir os fatores que podem motivar ou dificultar a interação do cidadão com as instituições legislativas.

Por outro lado, apesar dessas limitações, é inegável que a interatividade tende a ser cada vez mais valorizada politicamente, à medida que passar a permear as principais formas de manifestação da política. A interação é motivada por vários fatores, com destaque para o interesse e a confiança, os quais, no caso da política, em especial a atividade parlamentar, constituem dois grandes obstáculos, tendo em vista a notória falta de interesse e a desconfiança da sociedade em relação ao Poder Legislativo. A participação está diretamente associada à visibilidade e à transparência, elementos resultantes dos consensos e acordos tecidos no âmbito das negociações políticas.

Por fim, o balanço das iniciativas da Câmara pode ser considerado positivo por um lado, dado o mérito das medidas tomadas até agora, o potencial dos veículos de informação e dos canais de interatividade e o atual contexto sociocultural em que as tecnologias digitais se apresentam como um amplo horizonte de redefinição da relação do cidadão com o Estado e com as instituições legislativas em especial. Entretanto, por outro lado, fica a ressalva do ponto de vista da eficácia política desses instrumentos de divulgação e de participação do ponto de vista específico da democracia representativa em sua dimensão deliberativa / participativa. Até o momento, a

11 Recentemente a Secretaria de Comunicação Social criou uma Coordenação de Participação Popular para tentar sistematizar, avaliar e interpretar os dados de interação, para que eles possam ser disponibilizados e aproveitados pelos parlamentares no debate e efetivação de políticas.

ênfase da instituição tem sido na oferta de canais para receber manifestações da sociedade, mas isso, por si só, não garante participação do cidadão nos processos decisórios. Faltam, portanto, mecanismos para fazer com que a participação seja levada aos gabinetes parlamentares, ao conhecimento dos representantes políticos e assegurar que haja resposta à sociedade. Mas, para isso, é preciso ainda despertar o interesse dos agentes políticos para a importância dessas ferramentas de transparência e de participação social.

Entre outros problemas para o aproveitamento das contribuições do cidadão, podem ser citados a falta de estruturação mínima dos gabinetes para sistematização da participação, falta de visão dos parlamentares sobre as oportunidades de conexão eleitoral criadas por esses instrumentos (ou mesmo baixa preocupação com o bem coletivo ainda que sem conexão eleitoral) e falta de compreensão dos processos de participação pelos agentes políticos, especialmente aqueles realizados por meio das ferramentas digitais. Alguns parlamentares, entretanto, começam a fazer um uso mais intensivo desses canais de participação para mobilização dos cidadãos. Resta despertar o interesse dos demais agentes políticos para a importância desse fórum de debates.

Contudo, cabe ressaltar que nem todos os parlamentares estão dispostos a negociar sua forma de exercer seu mandato e de estabelecer relacionamento com suas bases eleitorais e muito menos aceitar ou aderir a um sistema de participação que reflita o interesse da instituição – após relação circular com participação da sociedade – e não necessariamente dos parlamentares. A cultura parlamentar brasileira nem sempre está ancorada nos princípios da democracia deliberativa ou participativa. Essa concepção é defendida pela instituição Câmara dos Deputados e pelos representantes da sociedade civil, mas nem sempre encontra ressonância no pensamento e na conduta dos deputados e de seus assessores que tomam as decisões no âmbito administrativo de cada gabinete. Apesar da renovação na cultura parlamentar nas décadas mais recentes, ainda existem deputados que exercem o mandato sobre os pilares da política tradicional, com ênfase para os valores do localismo, personalismo e autoritarismo. Ou que se apoiam nos conceitos mais formalistas de representação como delegação, e não como processo contínuo de relação/debate com a sociedade. Além disso, existe o contraponto da cultura política do eleitor, que ainda vota nesse tipo de representante e espera um comportamento parlamentar à moda antiga. A eficácia de um projeto de participação social e política não depende apenas da decisão da Câmara no que se refere à oferta e à gestão de canais de interatividade pelo aparato burocrático de informação e gestão do processo

legislativo. Sem a adesão dos deputados e dos eleitores ao projeto institucional os efeitos serão restritos ao âmbito da microfísica dos espaços administrativos e burocráticos da Câmara, sem consequências em termos de deliberação pública e de participação política no sentido estrito do termo. O conflito de interesses pode acarretar ainda prejuízos para a democracia representativa, com reflexos na complexidade da relação entre representantes e representados.

A atenuação dos conflitos de interesse nessa complexa relação poderá ocorrer a partir de mudanças na cultura política, tanto da parte dos eleitores como dos parlamentares e do próprio parlamento enquanto instituição. Trata-se de um processo de aprendizado político que requer tempo e investimento institucional. Isso inclui a educação para conviver com as tensões inerentes ao regime democrático, conforme vimos na primeira parte do texto, a partir das análises de autores como Touraine, 1996 e Bobbio, 1999.

REFERÊNCIAS

- ARENDRT, H. *A condição Humana*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 10ª ed. 2001.
- AVELAR, L. Participação política. In: AVELAR, L.; CINTRA, A. O. (Orgs). *Sistema político: uma introdução*. São Paulo: UNESP, 2004, p. 23-35.
- AVRITZER, L. Teoria democrática, esfera pública e participação local. *Sociologias*, Porto Alegre, v.1, n.2, jul./dez, 1999, p.18-41.
- _____. NAVARRO, Z. *A inovação democrática no Brasil*. São Paulo: Cortez, 2003.
- BARROS, A. T. de; BERNARDES, C. B.; DIAS, Maria Clarice. Perspectiva sociopolítica da interatividade nas mídias legislativas: o caso da Câmara dos Deputados. *Cadernos da Escola do Legislativo*, v. 11, p. 59-83, 2009.
- BOBBIO, N. *O futuro da democracia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
- BRAGA, S. *O papel das TICs na institucionalização das democracias: um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul com destaque para o Brasil*. Brasília: Plenarium, 2008.
- COOK, T. *Making laws and making news. Media strategies in the U.S. House of Representatives*. Washington: The Brookings Institution, 1989.
- DINIZ, E. A reforma do Estado: uma nova perspectiva analítica. In: COELHO, M. F. et al (org). *Política, ciência e*

cultura em Max Weber. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2000, p.127-150.

FARIA, C. F. S. de. *O parlamento aberto na era da internet: pode o povo colaborar com o Legislativo na elaboração das leis?* Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012.

FEENSTRA, R. A.; democracy in the age of the new media galaxy. *Veritas*. Porto, Alegre, v.57, n.1, p.112-127, jan./abr, 2012.

FREITAS, L. C. S. de. *A midiaticização do Parlamento: a TV Senado e as transformações na atividade político-parlamentar no Senado brasileiro*. 2004. Dissertação. (Mestrado em Comunicação Social). Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social, Universidade de Brasília (UnB), Brasília.

HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: an inquiry into a category of Bourgeois society*. Cambridge, Mass. Cambridge, England, MIT Press; Polity Press, 1989.

_____. *Further Reflections on the Public Sphere*. In Craig Calhoun, ed., *Habermas and the Public Sphere*, MIT Press, Massachusetts, USA, 1993.

_____. *The Normative Models of Democracy*. Constellations, 1994.

HABERMAS, J. Três modelos normativos de democracia. *Lua Nova*, São Paulo, nº 36, 1995. p.39-53.

_____. *Between Facts and Norms*. Cambridge, MIT Press, 1996.

HANNERZ, U. Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, abril, 1997, p.7-39.

HIRST, P. A *Democracia representativa e seus Limites*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

JARDIM, M. de A. O mapa da mídia eletrônica legislativa na América Latina. Trabalho apresentado no 3º Congresso Latino-americano de Ciência Política. Campinas, set. 2006.

MALVAZI, A. *Manual de redação da Secom*. Brasília: Câmara dos Deputados, 2004.

MARQUES, F. P. J. A. Participação, instituições políticas e internet: um exame dos canais participativos presentes nos portais da Câmara e da Presidência da República. IN: MAIA, R. C. M.; GOMES, W.; MARQUES, Francisco

Paulo Jamil Almeida. *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 95-121.

MARQUES, F. P. J. A. Internet, canais de participação e efeitos políticos: um estudo sobre o portal da Câmara. *Revista Fronteiras*, São Leopoldo, v. 12, n.2, p.82-94, maio/ago., 2010.

MARQUES, F. P. J. A. Participação política, legitimidade e eficácia democrática. *Caderno CRH*, Salvador, v.23, n.60, p.591-604, set./dez, 2010.

MARQUES, F. P. J. A. Participação, Instituições Políticas e Internet: um exame dos canais participativos presentes nos Portais da Câmara e da Presidência do Brasil. In: MARQUES, F.P.J.A.; MAIA, R.C.M.; GOMES, W.S. (Org.). *Internet e Participação Política no Brasil*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011, p. 95-121.

MIGUEL, L. F. Representação política em 3-D. Elementos para uma teoria ampliada da representação política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Vol.18, nº 51, fev. 2003. P.123-140.

MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova*, São Paulo, n.55-56, p. 155-184, 2002.

_____. Representação política em 3-D: elementos para uma teoria ampliada da representação política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*.

MIOLA, E. Iniciativas institucionais de deliberação online: um estudo do fórum de discussão do portal da Câmara dos Deputados. IN: MAIA, Rousiley Celi Moreira; GOMES, Wilson, MOISÉS, José A. Os brasileiros e a democracia. *Bases sócio-políticas da legitimidade democrática*. São Paulo: Ática, 1995. São Paulo, v.18, n.51, p.123-140, fev, 2003.

MOUFFE, C. *The Democratic Paradox*. London: Verso, 2000.

NOGUEIRA, M. A. *Um estado para a sociedade civil*. São Paulo: Cortez, 2011.

PATEMAN, C. *Participação e teoria democrática*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1992.

PIZZORNO, A. Introducción AL estudio de La participación política. In: PIZZORNO, A.;

RENAULT, L. *Comunicação e política nos canais de televisão do Poder Legislativo no Brasil*. Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 2004.

SANTOS, B. de S.; AVRITZER, L. Introdução.
SANTOS, B. de S. (org). *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SANTOS, P. C. P. *A crise de representatividade do legislativo e a mídia*. Os princípios norteadores da implantação do sistema de comunicação institucional da Câmara. Trabalho de conclusão (Curso de Aperfeiçoamento em Mídia e Política). Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, Brasília, 2005.

THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade*. Petrópolis: Vozes, 2005. 7ª ed.

TOURAINÉ, A. *O que é a democracia*. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

ZÉMOR, Pierre. *La communication publique*. PUF, Paris, 1995. Col. Que sais-je?

WEBER, M. O Parlamento como órgão do Estado e o problema da publicidade da administração. A tarefa da seleção de líderes. *Economia e Sociedade*. Brasília: Editora da UnB, 1999, p.560-580.