

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

ANTONIO TEIXEIRA DE BARROS*

CRISTIANE BRUM BERNARDES*

MARIA CLARICE DIAS*

Resumo: O artigo analisa, do ponto de vista sociopolítico, os instrumentos de interatividade criados pelo sistema de comunicação da Câmara dos Deputados. O pressuposto é que a interatividade é condição para o êxito de qualquer sistema público de informação, visto que a captação e o atendimento satisfatório das demandas do cidadão são requisitos para que qualquer sistema de informação seja considerado público, e não apenas estatal. A comunicação pública, em linhas gerais, é aquela que se volta para o interesse público, não só ao oferecer informações, mas sobretudo ao captar e atender às demandas desse mesmo público. A análise encontra respaldo na Teoria da Ação Comunicativa de Habermas, principalmente no que se refere aos conceitos de mundo vivido e do mundo sistêmico e suas práticas sociais correlatas: agir estratégico e agir comunicativo. Dessa perspectiva, analisa-se até que ponto os mecanismos de interatividade em estudo exercem função meramente burocrática (agir estratégico) ou incentivam a participação efetiva dos receptores (ação comunicativa e comunicação pública) e fortalecem a representação política (ação política).

Palavras-chave: interatividade e política; ação comunicativa e interatividade; interatividade e comunicação pública.

* Os autores são jornalistas concursados da Câmara dos Deputados e participam do projeto integrado de pesquisa "Ações de comunicação da Câmara dos Deputados para a promoção da democracia e participação popular", filiado à linha de pesquisa "Cidadania e práticas democráticas de representação e participação política" do Programa de Pós-Graduação em Instituições e Processos Políticos do Legislativo do Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor) da Câmara dos Deputados.

Abstract: The article analyzes, from a sociopolitical point of view, interactivity instruments created by the system of communication of Brazilian Chamber of Deputies. It assumes that interactivity is a condition for the success of any public system of information, since the identification of demands of citizenry and their satisfactory fulfillment is a requirement to any system of information that could be considered public, and not only institutional. Public communication, in general lines, focuses on public interest, not only by offering information, but mainly by collecting and meeting the demands of this public. The analysis finds endorsement in the Habermas Theory of the Communicative Action, especially the concepts of lived and systemic world and their related social practices - strategic action and communicative action. From this perspective, it analyzes if the mechanisms of interactivity exert mere bureaucratic function (strategic action) or stimulate the effective participation of the receivers (communicative action and public communication) and fortify the political representation (political action).

Key words: interactivity; communicative action; public communication.

Introdução

Na teoria política clássica, a interatividade é a base da ação política, ideia que sustentou o primeiro modelo de prática de cidadania e de democracia, como relata Hannah Arendt em *A Condição Humana*. Os debates públicos constituíram a atividade emblemática da interatividade (inter + ação = ação entre pares), cujo auge ocorreu no período de 470 a 400 aC, com a atuação de Sócrates, que tinha o hábito de debater e dialogar com as pessoas de sua cidade, desde a juventude. Em seu método, chamado de maiêutica, ele tendia a despojar seus discípulos da falsa ilusão do saber, ao fragilizar a vaidade de seu interlocutor, permitindo, assim, que o aprendiz de filósofo estivesse mais livre de falsas crenças e mais suscetível de extrair a verdade lógica que também estava dentro de si.

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

Sendo filho de uma parteira e de um escultor, Sócrates costumava comparar a sua atividade com a de trazer ao mundo a verdade que há dentro de cada um. Metaforicamente, as ideias filosóficas passavam primeiro por um “parto” intelectual e depois eram esculpidas pelo debate público. Ele costumava repetir que não ensinava nada, apenas ajudava as pessoas a tirar de si mesmas opiniões próprias e limpas de falsos valores e julgamentos. A maiêutica, o método criado por Sócrates, consistia no momento do “parto” intelectual da procura da verdade no interior do homem. “É o método que consiste em parir ideias complexas a partir de perguntas simples e articuladas dentro de um contexto”, afirmava. Em seu método, ao iniciar uma conversa, Sócrates sempre adotava a posição de uma pessoa ignorante, que apenas “sabe que nada sabe”. Essa postura, a seu ver, intensificava a interação intelectual, pois permitia ao interlocutor a oportunidade de expressar suas ideias, sem a postura cautelosa de quem imagina estar diante de um sábio.

Ao analisar a esfera pública grega, com destaque para a relevância da ação política, Hannah Arendt ressalta essa esfera pública como espaço de aparência (visibilidade) e de reconhecimento público, consequência do exercício da singularidade humana, pelo uso público da razão. Nesse contexto, a competência comunicativa era fundamental, visto que a cidadania estava diretamente ligada à livre expressão da opinião e à capacidade para compreender os demais cidadãos. Portanto, a igualdade de condições de comunicação era basilar para que houvesse relação entre iguais: condição para a livre expressão da opinião, já que a hierarquia, segundo essa visão, anula as possibilidades de diálogo e impede a isegoria (igualdade de condições de expressão).

Os debates democratizaram as opiniões, pois passaram a substituir a transmissão autoritária de opiniões, herança do pensamento mítico. Os debates fazem parte do momento de tentativa de superação dos grilhões fatalistas da vontade dos deuses, os quais determinavam o destino humano. Com o desenvolvimento do pensamento racional, surge a Filosofia, fruto da vontade humana de construir explicações sobre sua

própria existência. A Filosofia, contudo, não surgiu de uma ruptura total com o pensamento mítico, mas originou-se do interior do próprio conhecimento mágico, como tentativa de elaborar novas ordens de explicação para a existência humana (Gracioso, 2007, p. 15).

Nesse processo, os debates foram decisivos. Além disso, pelos debates, a razão emancipou-se da mitologia e permitiu uma ação política livre, racional e democrática. Dessa forma, o saber passa a ser visto como resultado da discussão pública e interativa, e não mais dos oráculos realizados pelos sacerdotes a portas fechadas. “A pura contemplação da verdade é exercitada em praça pública e vista como o momento supremo do homem, sendo a fonte da verdadeira felicidade” (Souza, 2007, p. 28). Assim, a ágora transforma-se no coração da pólis, para onde se dirigem os sábios, poetas e os primeiros filósofos.

Ainda sob a perspectiva da Filosofia Política, a interatividade está diretamente associada à utopia emblemática da modernidade, que é a tecnologia. Segundo Agnes Heller (2002), independentemente do ponto de vista, os discursos sociais e políticos remetem à relação do ser humano com a diversidade de aparatos tecnológicos: “Qualquer coisa que falamos está sempre relacionada à tecnologia”, reforça a autora. Ela acrescenta que, no contexto da sociedade moderna, a tecnologia tornou-se um equipamento social onipresente e ambíguo: “Em determinado momento, a tecnologia e as máquinas são vistas como algo maravilhoso; em outro, essa mesma tecnologia e suas máquinas devem ser destruídas” (Heller, 2002, p. 46).

O dilema também permeia a discussão sobre interatividade. A cada momento surgem novas ferramentas de interação dos veículos formais de comunicação com o público. Entretanto, a crescente evolução nunca leva à satisfação plena, conforme analisa Guimarães (2004). Ao mesmo tempo em que a tecnofilia se torna central na sociedade, com novas possibilidades de interatividade, aumentam o individualismo, as relações anônimas, o consumismo de novas tecnologias pelo

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

simples fato de serem recentes. Nessa concepção, reforça-se o postulado de Postman (1994) de que o ser humano, nesse cenário da utopia tecnológica da modernidade, cada vez mais, tende a ser uma peça da engrenagem tecnossocial, ou seja, tende à reificação e à alienação, como previra Karl Marx, em *O Capital*. Assim, o homem moderno, vítima do tecnopólio e do fetiche dessas novas mercadorias, tende cada vez mais a tornar-se uma ferramenta das máquinas que ele próprio produz.

Seja como instrumento de ampliação da participação política, seja como mecanismo de fetiche tecnológico, a interatividade faz parte do cotidiano social no início do século XXI. No Brasil, onde o acesso da maioria da população às ferramentas tecnológicas ainda é bastante limitado economicamente, alguns órgãos públicos apostam na interatividade como opção de contato com a população, espalhada por um enorme território e sem acesso efetivo ao centro do poder.

Nesse panorama, é essencial analisar essas formas de interação da sociedade com o poder, seja o Estado ou o governo, para apontar os problemas, limites e avanços dessas práticas. Neste artigo, procedemos a uma descrição minuciosa dos instrumentos de interatividade adotados pela Câmara dos Deputados, instância do poder público destinada à representação do povo brasileiro no Estado. Em seguida, analisamos as características de cada ferramenta e seu papel para a ampliação da participação política no Brasil. Antes, porém, fazemos uma breve retomada de alguns conceitos de Jürgen Habermas, para nortear nossa observação.

Interatividade vivida e sistêmica

Uma contribuição expressiva para o entendimento da interatividade no mundo contemporâneo são os conceitos de *ação comunicativa* e *ação instrumental*, de Jürgen Habermas, que integram sua Teoria da Ação Comunicativa. Sob essa perspectiva teórica, a interatividade pode ser considerada agente do *mundo sistêmico*, entendido por Habermas como a esfera da sociedade que compreende o universo das relações normativas e regulamentadas, resultantes do modelo de

sociedade contratual. Em contraposição, o autor compreende o *mundo vivido* como a esfera que contribui para manter a identidade social e cultural dos indivíduos e das comunidades, ao favorecer o compartilhamento de valores, a livre expressão de ideias, a comunicação de natureza mais participativa e menos instrumental.

De forma mais detalhada, o *mundo sistêmico* pode ser entendido como a esfera da ação instrumental, planejada, estratégica, regida por uma racionalidade determinada, o que implica um modelo de comunicação igualmente estratégica e instrumental, ou seja, voltada para fins e objetivos específicos e predeterminados. Toda ação e toda comunicação no âmbito do *mundo sistêmico* são pautadas por mecanismos burocráticos que limitam e controlam as decisões voluntárias, as manifestações espontâneas dos indivíduos e da livre expressão do pensamento e da opinião. Tudo deve ser orientado para os fins e objetivos almejados, de acordo com a filosofia da empresa que administra os sistemas interativos, a exemplo das enquetes realizadas nos sites institucionais e dos e-mails disponíveis para comentários e dúvidas do público (nem sempre respondidos).

O *mundo da vida*, de forma mais minuciosa, compreende três elementos estruturais: a cultura, a sociedade e a personalidade. O primeiro é entendido por Habermas como o acervo de saberes acumulado historicamente, em que os participantes da comunicação se abastecem de interpretações para entender algo do mundo. O segundo é concebido como um sistema composto de ordenações legítimas, mediante as quais os participantes dos processos interativos regulam sua forma de participação e pertencimento a grupos sociais e instituições. Já o terceiro, caracterizado pela personalidade, é traduzido pela competência nos processos que possibilitam a um sujeito ter linguagem e ação, que o habilitam a fazer parte de processos de entendimento e compartilhamento de signos, além de afirmar neles sua própria identidade (Habermas, 1987).

Habermas é criticado por apresentar o *sistêmico* e o *vivido* como dimensões separadas da sociedade (Ingram, 1994), mas, na realidade, essa crítica é improcedente. O que

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

ele fez, de fato, foi uma caracterização individualizada de cada esfera, para fins meramente explicativos. Implicitamente, está sugerido um ponto de vista de integração de ambas as esferas, como modelo ideal para o funcionamento da sociedade. Uma demonstração dessa visão está na crítica que Habermas apresenta ao fenômeno que ele denomina de “colonização” do *vivido* pelo *sistêmico*.

Essa “colonização”, a seu ver, decorre do fato de que os espaços mais livres e espontâneos da sociedade, mais precisamente da esfera cultural, estão cada vez mais invadidos pela lógica normativa e regulamentar do *mundo sistêmico*, a exemplo dos instrumentos de interatividade presentes nos sites institucionais. Em outras palavras, isso significa a burocratização da vida pública. Para exprimir sua opinião, o cidadão, na maioria das vezes, é obrigado a fazer um cadastro e responder a questões predeterminadas, em forma de enquete, de acordo com os interesses da instituição. Isso limita as formas espontâneas de participação popular, as quais estão, de forma crescente, sendo regulamentadas. Isso é consequência da aceleração do sistema de colonização do mundo da vida, processo no qual “o mundo vivo se reduz gradualmente a um satélite do sistema”, como produto direto da racionalização administrativa (Ingram, 1994, p. 167).

O tempo e o lugar em que esses momentos da vida cotidiana acontecem estão sempre mais subordinados a padrões normativos. Está ocorrendo uma redução progressiva da espontaneidade, da naturalidade e da informalidade das relações humanas, sociais, comunitárias e interindividuais. Essa dissociação é uma característica da modernidade. Como salienta Ingram (1994), nas sociedades menos desenvolvidas, a exemplo daquelas regidas pelos padrões de parentesco, não havia separação entre o *vivido* e o *sistêmico*. Consequentemente, a interatividade era decorrência da sociabilidade, o que não significava ausência de regras e normas. Só que os elementos normativos dessas sociedades eram regidos pelo princípio sociológico de desiderabilidade social, entendido por Durkheim (1983) como desejo comum, um reconhecimento comunitário

de que tais regras eram desejáveis e necessárias – para o bem de todos.

Assim, as regras e normas sociais funcionavam como uma espécie de “cimento social” que favorecia a coesão entre os indivíduos e grupos. Um exemplo disso, muito destacado pelo pensamento durkheimiano, é a religião, que pode ser situada no âmbito do *vivido*, por resultar de um claro processo de compartilhamento de sentidos, atrelado a uma rede comunicativa, tecida com base em um acervo de conhecimentos preexistentes, transmitidos pela cultura e pela linguagem (Ingram, 1994). Além disso, as normas religiosas eram regidas pelo princípio de desiderabilidade. Isso significa que os próprios fiéis desejavam a existência dessas regras e as viam como algo útil e necessário à vida religiosa.

O que podemos depreender de tal concepção é que o *mundo sistêmico* constitui resultante histórica do *mundo vivido*, ou seja, o primeiro desenvolve-se a partir do segundo, à medida que a sociedade vai se tornando mais complexa e exigindo formas mais rigorosas de controle da ação social. O grupo deixa de ser a referência. O indivíduo é que se torna o eixo da ação social, como salienta Weber (1983). Esse novo padrão de comportamento passa a requerer mecanismos normativos diferenciados, acarretando o aparecimento de diversos elementos para “administrar” a ação humana na sociedade.

O surgimento da burocracia é apontado por Weber como resultado desse processo. A burocracia é uma das figuras mais emblemáticas do *mundo sistêmico*. Mas tudo isso vai ocorrendo como um processo orgânico de desenvolvimento da sociedade moderna e da democracia. O problema apontado por Habermas é que esse processo desencadeou a primazia do *sistêmico*, que, por sua vez, traz como consequência o enfraquecimento das manifestações do *mundo vivido*. Com isso, reduz-se o espaço de liberdade, autonomia e importância. Tanto é que os profissionais de comunicação, de modo geral, eram considerados profissionais da cultura. Mas, nas últimas décadas, essa visão perdeu força, em virtude da crescente racionalização e adoção de modelos e mecanismos estratégicos.

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

Por outro lado, essa categoria profissional detém o poder simbólico para reverter esse quadro e engajar-se no processo inverso, ou seja, o de “descolonização” do *mundo vivido*. Ao adotar uma linha de conhecimento de natureza menos instrumental e mais histórico-hermenêutica, ou seja, autorreflexiva e autoquestionadora, pode contribuir para o impulso emancipatório do conhecimento, inclusive no âmbito profissional. A competência comunicativa dos profissionais de comunicação pode, então, tornar-se um meio para facilitar a interação social, e não apenas fazer mediação entre a organização e seus públicos.

Ação comunicativa é entendida, aqui, sob duas perspectivas. Na primeira, é vista como um mecanismo de interpretação por meio do qual se reproduz o saber cultural. A segunda compreende a forma pela qual os atores sociais, ao se entenderem sobre algo no mundo, participam simultaneamente em interações através das quais desenvolvem, confirmam e renovam seu pertencimento aos grupos sociais e à sua própria identidade (Teixeira, 1996).

Toda essa reflexão conduz ao debate sobre cidadania, tema tão premente no cenário social brasileiro e tão oportuno para a discussão sobre o papel do profissional de comunicação neste mundo social globalizado. Entende-se cidadania, aqui, como dois elementos fundamentais: a ideia de indivíduo, de particularidade; e a de regras gerais e universais, ou seja, um sistema de leis que vale para todos os cidadãos em qualquer espaço social (Da Matta, 1987).

Essa noção de cidadania implica a confluência entre público e privado, isto é, o espaço da cidadania se constrói na intersecção entre interesses públicos e privados, de tal modo que nenhuma dessas esferas seja negligenciada. Para o pleno exercício da cidadania é necessário, portanto, que haja harmonia entre as duas esferas, o que implica a relação não dicotômica de usuários de serviços públicos de informação *versus* cidadão. Vale ressaltar que, no atual contexto organizacional, essas duas concepções são apresentadas como se fossem elementos distintos e isolados, quando, na realidade, a cida-

nia não se reduz a elementos, aspectos ou momentos específicos da vida dos indivíduos. Antes de tratar o indivíduo como usuário ou receptor de informação, deve-se lembrar de que ele é um cidadão.

Seu estatuto de cidadão não se altera em função do seu papel momentâneo. Quando compra, quando se diverte, viaja, lê, estuda, vai ao cinema, a um espetáculo ou ao *shopping*, quando está em casa ou em qualquer outra situação, ele nunca deixa de ser cidadão. Cidadania é algo mais amplo do que os conceitos que estamos acostumados a receber pela mídia, que sempre a trata de forma episódica e fragmentada (Barros, 1995).

Estratégias de interatividade da Câmara

Com base nas perspectivas teóricas acima delineadas, é que são analisados os instrumentos de interatividade criados pelo sistema de comunicação da Câmara dos Deputados, com ênfase para o pressuposto de que a interatividade é condição para o êxito de qualquer sistema público de informação, visto que a captação e o atendimento satisfatório das demandas do cidadão são requisitos para que qualquer sistema de informação seja considerado público, e não apenas estatal. Essa concepção de valorização das ferramentas de interatividade tornou-se uma das prioridades da gestão estratégica da informação pela Câmara nos últimos anos.

Devido aos esforços institucionais nesse sentido, o portal da Câmara dos Deputados na internet (www.camara.gov.br) é, entre todos os parlamentos da América do Sul, o que apresenta maior grau de interatividade com o público, segundo um estudo realizado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). 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

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

portal da Câmara também ficou em primeiro, 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, numa média diária de 41 mil acessos. A partir dos dados da própria Câmara, os números foram ainda mais impressionantes, pois há um crescimento na quantidade de acessos nos últimos anos. Segundo dados do Centro de Informática da Câmara (Cenin), foram realizadas 16.961 visitas diárias ao portal em 2004. Em 2005, o número subiu para 22.086; e, em 2006, alcançou a marca de 38.902.

Para o diretor do Cenin, Fernando Lima Torres (Democracia da era da interatividade – Camara.gov.br, 2008), o salto de 70% no número de acessos em 2006 é resultado dos novos serviços incorporados, como dados do Orçamento da União e pesquisas sobre deputados e cargos comissionados, além das eleições realizadas naquele ano. Fernando Torres explica que a Câmara foi credenciada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para a divulgação dos resultados das votações, o que pode ter ampliado o interesse pelo portal.

O mecanismo mais usado pelos usuários, de acordo com o diretor do Cenin, é o de acompanhamento de proposições por e-mail, que registrou 2.346.274 consultas em dezembro de 2007. Após se cadastrar, o usuário pode selecionar as proposições que deseja acompanhar para receber por e-mail informações sempre que a matéria passar por uma das instâncias do processo legislativo, como designação de relator, abertura de prazos, emendas apresentadas, votações em comissões ou no Plenário, etc. Atualmente, o sistema tem 79.662 usuários ativos. Em 2007, a média diária de mensagens com informações sobre os projetos enviadas pela Câmara aos usuários foi de 5.086.

No caso de instituições que acompanham simultaneamente um grande número de proposições, o portal torna disponível o Serviço de Integração Tecnológica da Câmara dos

Deputados (SIT-Câmara), que permite às entidades atualizar automaticamente seus sistemas de acompanhamento de informações diretamente a partir das bases de dados da instituição.

Os números revelam que há um público interessado e com possibilidade de acesso às ferramentas tecnológicas para obter informações sobre o processo legislativo e a atuação dos parlamentares. O tipo de serviço oferecido revela que, apesar da formalização dos instrumentos na internet, há uma noção, entre a burocracia especializada da Câmara, de que as informações que precisam estar disponíveis são um bem público, ou seja, algo que deve estar disponível aos cidadãos de forma direta, simples e clara.

Essa noção transparece também na adoção de diferentes ferramentas para obter opiniões e a participação pública, exemplificadas pelas ações conduzidas pela Coordenação de Relações Públicas da Câmara, ligada até abril de 2008 à Secretaria de Comunicação da Câmara (Secom). Atualmente, o setor de Relações Públicas subordina-se diretamente à Presidência da Casa. A principal ação, a Central de Comunicação Interativa, inaugurada em maio de 2004, mantém os programas mais conhecidos de interatividade da instituição: o *Disque Câmara*, que atende o cidadão pelo telefone 0800-619619, e o serviço de correio eletrônico definido pelas ferramentas *Fale Conosco* e *Fale com o Deputado*, disponíveis no portal da Câmara. O *Fale Conosco*, criado em meados de 2000, permite ao cidadão o envio de mensagens pela página da Casa e por meio do endereço eletrônico cidadao@camara.gov.br.

Uma das missões da central é propiciar a participação dos cidadãos no processo decisório da Casa, fazendo chegar aos representantes públicos (deputado e servidores) as suas legítimas manifestações; opiniões, reclamações, críticas, sugestões, etc. Percebe-se que a intenção, no uso das ferramentas tecnológicas, é possibilitar uma via de comunicação de mão dupla entre deputados e cidadãos. Isso significa não somente o envio de informações úteis para o público, mas também a atenção dos parlamentares às demandas dos cidadãos.

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

A Coordenação de Relações Públicas (Corep) assumiu a gestão dos serviços da Central em abril de 2003. Em 2007, foram recebidos 119.508 e-mails. Somados aos atendimentos por telefone, o serviço recebeu 539.136 mensagens em 2007. No mesmo ano, o *Disque Câmara* fez 327.987 atendimentos diretos por funcionários – são 20 atendentes em dois turnos, das 8 às 20 horas, de segunda a sexta-feira – e 91.641 atendimentos indiretos por meio da secretária eletrônica, totalizando 419.628 ligações. Desde 2004, a Central já recebeu 1.787.128 ligações pelo serviço 0800.

Segundo a chefe da Central de Comunicação Interativa, Fátima Novais de Sousa (Democracia na era da interatividade – Serviço 0800, 2008), do total dos atendimentos diretos, cerca de 70% referem-se a opiniões de cidadãos favoráveis ou contrárias a proposições que tramitam na Casa. O Projeto de Lei 5.476/01, que acaba com a cobrança da tarifa básica de telefone, foi o que mais recebeu manifestações de cidadãos brasileiros. De acordo com Fátima, desde 2004, foram registradas 1.177.345 (66% do total) manifestações pela sua aprovação, sendo 257.729 só em 2007.

Fátima de Souza explica que os principais assuntos tratados pelos cidadãos por meio da central refletem os debates no Congresso e o noticiário político. Em 2007, foram várias as manifestações: contrárias ao aumento salarial dos deputados (986), contra o envolvimento de políticos com corrupção (702), sobre o caso Renan Calheiros (346), sobre a crise aérea (453), sobre o desabamento na obra do Metrô de São Paulo (306), sobre fidelidade partidária (153), contrárias à reforma dos apartamentos funcionais (90) e sobre o caso Severino Cavalcanti (58).

Vários eleitores transmitiram também manifestações contrárias à prorrogação da CPMF; contrárias e favoráveis à PEC que efetiva servidores contratados entre 1983 e 1988; favoráveis à instituição do piso nacional para o salário dos professores; favoráveis à reforma do funcionalismo público e contra o crescimento da violência urbana. O debate sobre o reajuste dos deputados fez com que o número de mensagens

encaminhadas via e-mail saltasse de 3.810, em novembro de 2006, para 17.155 em dezembro do mesmo ano.

Somente em novembro de 2007, segundo dados do próprio setor, o *Fale Conosco* recebeu 8.257 mensagens, enquanto o *Fale com o Deputado* foi usado por 1.781 cidadãos. Em 2006, foram recebidas 92.091 mensagens pelo sistema *Fale Conosco*. As sugestões, reclamações e solicitações para se inscrever num evento ou pedir informações sobre determinado projeto, por exemplo, são encaminhadas às áreas responsáveis, para atender aos diferentes tipos de demandas previstos nos formulários virtuais e nos *links* disponíveis em todo o portal. Atualmente, são realizados, em média, 50 mil atendimentos por mês. O atendimento eletrônico representa 56%, e o pessoal – diretamente com o atendente –, 44%.

Em média, o serviço *Fale com o Deputado* é muito mais acessado. Em 2006, foram recebidas 4.739.777 mensagens, sendo que muitos deputados relatam que já aproveitaram as sugestões, críticas e denúncias dos eleitores. A título de exemplo, os deputados que mais responderam e-mails no período de setembro de 2007 a novembro de 2007 foram: Pepe Vargas (PT-RS) – 2.422; Rodrigo Rollemberg (PSB-DF) – 2.509; Gorete Pereira (PR-CE) – 2.438; Regis de Oliveira (PSC-SP) – 3.161; e Marcos Medrado (PDT-BA) – 2.527.

Entre os deputados que mais receberam mensagens exclusivas via telefone em 2007 estão o presidente da Câmara, Arlindo Chinaglia, com 1.366 mensagens; Celso Russomano (PP-SP), com 379; Gonzaga Patriota (PSB-PE), com 183; Arnaldo Faria de Sá (PTB-SP), com 161; Clodovil Hernandez (PR-SP), com 142; e Fernando Gabeira (PV-RJ), com 134. Outros deputados bastante requisitados pelos cidadãos são Aldo Rebelo (PCdoB-SP), Antônio Carlos Magalhães Neto (DEM-BA), Michel Temer (PMDB-SP), Ciro Gomes (PSB-CE), Inocêncio Oliveira (PR-PE) e Chico Alencar (PSOL-RJ).

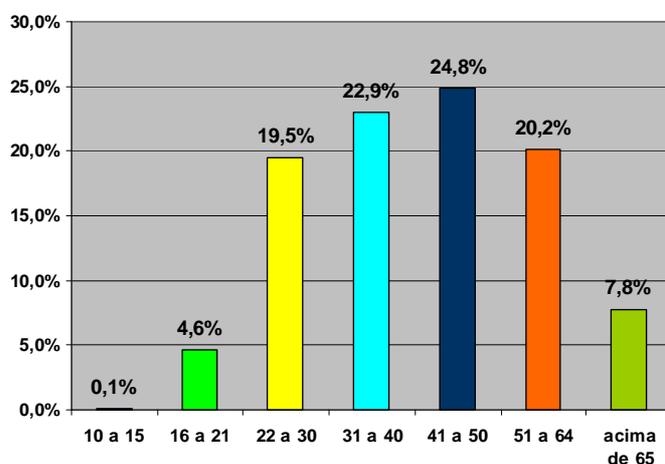
Segundo a Corep, a maioria das ligações tem origem na região Sudeste: 55,59%. O Nordeste fica em segundo lugar, com 16,89% das ligações; enquanto o Sul responde por 16,13%; o Centro-Oeste, por 8,26%; e o Norte, por 3,14% das

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

ligações. São Paulo é o Estado com maior número de ligações identificadas, com 95.691 ocorrências em 2007.

É oportuno também perceber o perfil do cidadão que acessou a central em 2007. Dos usuários dos serviços, 48,13% tinham o ensino superior completo, 30,09% haviam completado o ensino médio e 11,78% cursavam faculdade ou não haviam terminado o curso superior. Do total, 54,20% das ligações e mensagens foram enviadas por mulheres, enquanto os homens foram responsáveis por 45,80% dos contatos. A grande maioria dos usuários tomou conhecimento dos serviços pela própria internet: 88,04%. Outros 6,83% foram informados da possibilidade de contato por outras pessoas e 3% ficaram sabendo desses serviços ao assistir à TV Câmara. Em relação à faixa etária, mais de 75% dos usuários têm mais de 31 anos, com grande concentração na faixa etária entre 41 e 50 anos, conforme revela o gráfico.

Gráfico por Faixa Etária



É interessante destacar que as estratégias de comunicação virtual mantidas pela Câmara dos Deputados já foram reconhecidas internacionalmente por sua utilidade. A página da

Câmara conquistou em 2006 o Prêmio iBest TOP 3 na categoria Política (Júri Popular). Em 2008, o portal foi o único destaque do Brasil na área de governo eletrônico em um relatório da Organização das Nações Unidas (ONU). O *E-Government Survey 2008*, relatório da ONU que analisa o uso de ferramentas tecnológicas na prestação de serviços públicos (ONU, 2008, p. 30), ressalta as ferramentas que o site da Câmara deixa disponíveis aos cidadãos para dialogar com os seus representantes e participar diretamente de debates. O estudo explica que essa forma de participação pela *web* reforça a interação entre os cidadãos e os deputados brasileiros. “Em um país tão grande como o Brasil e com uma população geograficamente dispersa, a participação *on-line* tem proporcionado aos cidadãos maior voz na criação de políticas e leis”, afirma o estudo.

¹ Em 2007, o número de visitantes que esteve no Congresso Nacional foi de 151.468 pessoas. Nessa estatística, não estão contabilizadas as pessoas que frequentam a Casa durante o expediente normal para acompanhar as sessões ou a votação de projetos, especialmente na realização das audiências públicas realizadas pelas comissões permanentes. Mais de 200 mil pessoas visitaram a Câmara entre 2003 e 2004 e, em 2005, o número ultrapassou os 145 mil.

Visita virtual ou real

Além das ferramentas de interatividade eletrônica, a Câmara mantém um Serviço de Visitação ao Palácio do Congresso Nacional, que serve como forma de aproximação da instituição com o público de outros Estados e do exterior que visita Brasília. O serviço começou em 1996 e, em 1998, houve uma adaptação para atender a grande demanda de interessados. As visitas monitoradas ocorrem todos os dias da semana, inclusive sábados, domingos e feriados, das 9h30 às 17 horas. É possível realizar um agendamento no Serviço de Recepção e Turismo da Coordenação de Relações Públicas, especialmente no caso de grupos, opção bastante usada pelas escolas do Distrito Federal¹. Em 2006, a Câmara iniciou, pela internet, uma visita virtual que permite conhecer os espaços físicos mais usados pelos parlamentares e procurados pelos visitantes. Após alguns cliques de *mouse*, o visitante pode conhecer um pouco da arquitetura brasileira, com destaque para as construções de Oscar Niemeyer, e das obras de arte doadas à Câmara.

Para as crianças e o público em idade escolar, além de pais e professores, o portal *Plenarinho* é o principal canal de interação com a Câmara dos Deputados. A linguagem acessível, o conteúdo ilustrado e colorido e os sete personagens que fazem parte da Turma do Plenarinho – Vital, Cida, Edu Coruja,

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

Adão, Xereta, Légio e Zé Plenarinho – levam ao público-alvo noções de cidadania, direitos sociais e políticos, além de subsídios para pesquisas escolares.

O *Plenarinho* oferece boa navegabilidade e várias ferramentas interativas. Acompanhando os acontecimentos do País, entre setembro e outubro de 2006, o site promoveu uma eleição entre seus personagens, candidatos à Presidência da República das Crianças Felizes – República do Plenarinho. Depois de avaliar as propostas de cada candidato, os internautas escolheram seu preferido em uma urna eletrônica virtual idêntica à do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Em dois turnos de votação, foram contabilizados 104.380 votos e Edu Coruja foi eleito presidente. Durante as eleições virtuais, o *Plenarinho* recebeu, em média, 2.100 visitas por dia, representando um crescimento de 241% em relação à média diária de visitas registrada no período de janeiro a setembro (615 visitas/dia).

Entre os mecanismos de interatividade do *Plenarinho* está o *Fale Conosco*, que recebe uma média de 1.500 e-mails por mês, acerca dos seguintes assuntos: solicitação de publicação de material do portal em veículos infantis (livros didáticos, revistas, etc.), dúvidas das crianças, solicitações de participação, envio de textos para publicação, pedidos de informação sobre o processo legislativo e a Câmara dos Deputados, além de elogios e sugestões.

O *Bate-Papo* (ou *Pinga-Foguinho*) é uma ferramenta que coloca público e deputados em comunicação virtual instantânea. São realizados, em média, seis bate-papos por ano com deputados ou especialistas que debatem algum tema de interesse da criança. A ferramenta *Seja Xereta* é um espaço para publicação de reportagens escritas pelas crianças. O *Plenarinho* convida os internautas a redigir suas próprias reportagens sobre temas que estão em destaque no site. Para isso, ensina como deve ser um texto jornalístico. No caso, a repórter da turma, a Xereta, dá as dicas de redação. O site recebe em média 20 textos por mês.

Há também um espaço para publicação de projetos de lei das crianças: *Se Eu Fosse Deputado*. O site explica como

redigir um projeto de lei, fornece exemplos e um formulário para a criança redigir o seu projeto. Dos projetos de lei enviados durante o ano, uma comissão de consultores da Câmara seleciona três para serem apreciados durante o Câmara Mirim, a sessão infantil que acontece sempre em outubro. Em 2007, foram avaliados 210 projetos.

O *Deputado do Futuro* é uma entrevista on-line com as crianças. O site utiliza um questionário padrão para entrevistar as crianças que têm propostas para o futuro do Brasil e gostariam de ser deputados. Já o *Mural de Recados* é um espaço livre para troca de mensagens entre os sócios do Clubinho. O mural fica publicado em uma das páginas do site e mostra os recados trocados entre as crianças.

Além de usar esses instrumentos, as crianças podem participar das seções *Continue a História*, em que um autor infantil escreve o início de uma história e as crianças inventam e enviam os finais; e *Dicas da Criançada*, em que as crianças enviam uma dica de leitura para o site publicar. As enquetes semanais e o envio de desenhos completam as possibilidades de interação para o público infantil.

Veículos jornalísticos

A Câmara mantém ainda, sob supervisão da Secom, quatro veículos jornalísticos: Agência Câmara de Notícias, Jornal da Câmara, Rádio Câmara e TV Câmara. Obviamente, a maior possibilidade interativa está disponível nos veículos eletrônicos, especialmente na Agência, que usa o ambiente digital para a divulgação de informações.

Entre os principais instrumentos da Agência para possibilitar a participação do público está o bate-papo (*chat*). Geralmente, são escolhidos relatores de projetos polêmicos. O objetivo é que o leitor possa apresentar sugestões ao relatório e, assim, participar efetivamente do processo legislativo. Alguns deputados chegaram até a alterar o relatório com base nas sugestões apresentadas no bate-papo com o público. O serviço é realizado desde 2005 e recebe, em média, 70 participantes por bate-papo. A Agência torna

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

disponíveis ainda as ferramentas *Comente essa Notícia*, pela qual o leitor manda um e-mail diretamente para o autor ou para o relator dos projetos, sem intermediação de funcionários ou jornalistas; e as enquetes – quinzenais –, geralmente sobre projetos em tramitação.

A Rádio Câmara tem como principal ferramenta interativa o programa *O Ouvinte Quer Saber*. A produção é feita com base nas ligações dos ouvintes que questionam assuntos relacionados ao Legislativo ou que estejam na pauta de debates e de votações. O programa existe desde 1998, mas foi suspenso em janeiro de 2007. A proposta de retomada da produção inclui o aproveitamento de perguntas coletadas durante a visitação presencial da Câmara.

Por sua vez, a TV Câmara tem uma série de programas em que a participação dos telespectadores é solicitada. O programa *Participação Popular* é uma produção semanal em que pessoas da sociedade vão à Câmara e debatem projetos de relevância para o cidadão com dois deputados. Outra produção semanal é o *Expressão Nacional*, em que o cidadão participa ao vivo e pode enviar perguntas por e-mail ou pelo telefone gratuito da Câmara. A emissora mantém ainda o *Câmara Ligada*, programa de auditório mensal para os jovens, no qual os deputados discutem problemas relacionados à juventude brasileira. A presença dos jovens no auditório garante descontração na produção e possibilita a participação de um segmento que utiliza pouco os demais canais interativos da instituição, conforme já visto.²

O veículo menos interativo da Câmara é o jornal impresso. Os únicos mecanismos de interatividade são o e-mail do jornal e o número de telefone da redação, publicado no expediente. No entanto, não há um profissional na redação responsável pela leitura e pela resposta das mensagens nem pelo atendimento dos telefonemas. O endereço eletrônico quase nunca é acessado. Dessa forma, ficam sem resposta as cerca de 300 mensagens, em média, que chegam por dia à redação. Já as ligações são atendidas coletivamente pela equipe de jornalistas, sem que haja um setor específico para isso.

² Todos os programas da TV Câmara têm e-mail para o cidadão entrar em contato e fazer sugestões e participar. O número gratuito da Câmara também é divulgado em todos os programas. Além disso, a emissora tem um endereço eletrônico e um *Fale conosco* específico, que também pode ser usado pelo telespectador.

Acreditamos que a separação – que até abril de 2008 se limitava ao organograma e ao espaço físico, mas agora diz respeito a dois setores diferentes da Câmara – entre as atividades de relações públicas e as de jornalismo seja um complicador para a atuação dos profissionais da comunicação, tanto da Secom quanto da Coordenação de Relações Públicas. A separação, motivada mais por razões políticas e burocráticas do que por justificativas técnicas, inviabiliza que os serviços de comunicação da Câmara sejam realizados como via de comunicação de mão dupla. De um lado, temos as ferramentas de interatividade; de outro, os veículos de informação jornalística. Para o público, contudo, o grande interesse é a participação a partir da e para a obtenção de informações úteis para ação política. Não há sentido, portanto, na separação formal dos dois setores.

Participação política

A Câmara mantém alguns canais de interatividade fora do setor de comunicação e alguns outros órgãos específicos, encarregados do contato com a sociedade. É o caso da Ouvidoria Parlamentar, que recebe as críticas e os elogios da sociedade à Câmara por meio do 0800 e por e-mail. A Ouvidoria é a área política da Casa que envolve oficialmente o atendimento direto ao cidadão. Um deputado é responsável pelo setor, ao contrário dos outros serviços de interatividade e atendimento ao cidadão, deixados a cargo dos funcionários da instituição.

Em 2001, quando foi criada, a Ouvidoria recebeu 1.400 consultas, número que já ultrapassou 7,7 mil entre fevereiro e outubro de 2007. Os temas mais abordados são as solicitações para agilização no trâmite de matérias que estão prontas para a pauta do Plenário ou das comissões; orientações sobre como consultar presenças e votações de parlamentares; além de críticas relacionadas a denúncias de corrupção envolvendo parlamentares. Desde a criação do novo sistema de atendimento (SIS Ouvidor), em 5 de setembro de 2007, a média de mensagens quase quadriplicou, alcançando entre agosto e outubro daquele ano 4.235 mensagens, contra 1.134 no segundo trimestre e 1.138 no primeiro.

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

O então ouvidor-geral da Câmara, deputado Carlos Sampaio (PSDB-SP), atribui o aumento da demanda às reformulações implementadas na Ouvidoria desde o início de 2007, em especial à informatização do serviço. Desde setembro de 2007, o setor passou a usar o *software* livre SIS Ouvidor, desenvolvido pelo Centro de Informática da Câmara (Cenin) em parceria com a Universidade de Campinas (Unicamp). Oito funcionários treinados trabalham na triagem, pesquisa e resposta das mensagens enviadas, que são monitoradas pelo ouvidor.³

Segundo levantamento da Ouvidoria, dez assembleias legislativas e seis câmaras municipais das capitais já dispõem de ouvidoria. Estão sendo criadas outras três ouvidorias em câmaras municipais de capitais e quatro em assembleias estaduais. Um dos objetivos da Ouvidoria da Câmara é a criação de uma rede que interligue as ouvidorias parlamentares de todas as unidades da Federação.

Outro órgão que reflete o caráter interativo da Câmara é a Comissão de Legislação Participativa⁴. Na página da Câmara, o link *Participação Popular* estimula o público a sugerir projetos de lei à comissão. São apresentadas as regras para o encaminhamento de projetos de iniciativa popular e fornecidos os modelos de formulários de encaminhamento de sugestões e dos diversos tipos de proposições (projetos de lei ordinária ou complementar, requerimento de audiência pública, etc.).

Além disso, a Câmara tem uma página especial na internet, criada em novembro de 2006, que trata especificamente do orçamento do País. A página *Orçamento Brasil* facilita o acompanhamento da elaboração, tramitação e execução orçamentária por todos os interessados, sejam especialistas ou leigos. Os bancos de dados já existentes foram integrados, possibilitando o cruzamento de informações e a construção de consultas e relatórios com várias opções de detalhamento. As informações provêm do novo sistema do *Fiscalize*, construído a partir de dados do Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal (Siafi).

³ Para encaminhar reclamações ou dúvidas para a Câmara, o cidadão pode ligar para o telefone gratuito da instituição ou fazer sua solicitação na página eletrônica da Câmara, no ícone Ouvidoria. Por determinação do ouvidor-geral, todas as mensagens são respondidas e o prazo máximo das respostas é de 30 dias. As mensagens repetidas são registradas e o usuário é informado sobre o registro. O usuário precisa se identificar para encaminhar uma denúncia, mas a Ouvidoria garante sigilo de todos os dados.

⁴ Desde 2001, quando foi criada a comissão, foram apresentadas 603 proposições de iniciativa popular, sendo que 199 foram acolhidas pela comissão e passaram a tramitar pela Câmara. Só em 2007, o orçamento federal destinou R\$ 18,6 milhões de recursos provenientes de emendas sugeridas por organizações civis na Comissão de Legislação Participativa.

Comentários finais

As ferramentas de interatividade da Câmara, mais que instrumentos do avanço tecnológico ou da modernidade digital, são exemplos concretos de uma tentativa de aproximação do Parlamento com a sociedade. Ainda que este artigo tenha destacado suas limitações técnicas e burocráticas, especialmente nas atividades jornalísticas da instituição, é inegável o poder simbólico que tais ferramentas detêm.

A decisão política de implementação de rotinas e meios eletrônicos ou digitais para interatividade e o investimento em tecnologia, capacitação de recursos humanos e adaptação dos processos legislativos às ferramentas refletem a necessidade de transparência do Parlamento. Não apenas isso, mostram a aposta dos gestores políticos e técnicos da instituição na interatividade como um valor a ser perseguido e alcançado. Se ainda existem percalços a superar, já é um alento saber que tais instrumentos estão à disposição do público, ainda que subutilizados – tanto pela instituição como pelos cidadãos.

Do ponto de vista sociopolítico, perspectiva adotada para a análise aqui proposta, cabe discutir a redefinição desses mecanismos para aperfeiçoar a efetividade das ferramentas de interatividade dos veículos de comunicação da Câmara dos Deputados com a sociedade. Assim, seria possível reforçar o pressuposto de Habermas, no que se refere a suas formulações sobre a ação comunicativa. A interatividade seria intensificada e poderia haver consequências políticas efetivas, decorrentes da participação do público. Nesse processo de redefinição, seria cabível maior articulação entre os mecanismos usados pelos veículos analisados. Como são diversificadas as ferramentas, essa articulação poderia evitar que a interatividade ocorresse como se os veículos fossem “ilhas”.

Consideramos ainda a pertinência e a relevância da adoção de mecanismos portadores de maior eficácia na interação com o cidadão, uma vez que o Parlamento é um órgão de representação da sociedade. Dessa forma, talvez

PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA: O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

seja necessário definir com mais ênfase e precisão uma política de atendimento ao cidadão, voltada especificamente para os veículos de comunicação do Poder Legislativo, na qual sejam privilegiadas as medidas efetivas para a captação, o registro e o atendimento das demandas dos diversos segmentos da sociedade. Além de ferramentas convencionais de interatividade e participação, o sistema de mídias legislativas necessita de instâncias técnicas para administrar o relacionamento com seus públicos, tais como ouvidoria, *ombudsman* e serviços de atendimento ao leitor, ouvinte, telespectador, internauta e afins.

Caberia ainda destacar a necessidade de definir-se formalmente uma deontologia específica para o uso desses mecanismos pelos sistemas legislativos de informação, a fim de estabelecer com maior clareza a missão institucional das mídias legislativas e auxiliá-las no cumprimento adequado de seu papel como mediadoras entre o Parlamento e a sociedade. Essa deontologia poderia evitar que tais serviços fossem, eventual ou sistematicamente, usados como instrumentos políticos, à mercê dos interesses dos parlamentares responsáveis pela gestão política dessas mídias.

Também seria necessária a colaboração e participação de representantes dos usuários para organizar e nortear eticamente a gestão dos dispositivos de interatividade. Assim, a concepção de liberdade de expressão seria ampliada e associada à ideia de participação democrática e exercício de atitudes e posturas de cidadania. É oportuno enfatizar que a participação da sociedade e dos usuários contribuiria para evitar que as mídias legislativas fossem identificadas apenas como meros instrumentos de conexão eleitoral e captura de votos, amplificadores da visibilidade parlamentar ou integrantes de um sistema de gestão da reputação institucional e da imagem pública dos parlamentares, das comissões e do próprio Poder Legislativo. Em suma, todas essas ideias ajudariam a fortalecer e legitimar a comunicação produzida pelo Poder Legislativo e os canais de participação social vinculados aos meios de informação mantidos pelo Parlamento.

Referências bibliográficas

- ARENDDT, Hannah. (1983). *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.
- _____, Hannah (2004). *O que é política?* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- BARROS, A. T. Esfera pública, mídia e cidadania. *Veritas*, Porto Alegre, v. 40, n° 157, 1995, p. 87-111.
- BAUDRILLARD, Jean. *Tela-total: mito-ironias da era virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- _____. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- BOURDIEU, Pierre. O campo científico. *In: ORTIZ, R. (Org) Pierre Bourdieu, Sociologia*. São Paulo, Ática, 1983.
- BRAGA, Sérgio. *Podem as TICs auxiliar na institucionalização das Democracias?* Um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul e no Brasil. Brasília: Editora Plenarium, 2008.
- Da MATTA, Roberto. *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- DEMOCRACIA NA ERA DA INTERATIVIDADE – OUVIDORIA. Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/camaraFaz/ultimas-noticias/democracia-na-era-da-interatividade-2013-servico-1>. Acesso em: 26 mar. 2008.
- DEMOCRACIA NA ERA DA INTERATIVIDADE – CAMARA.GOV.BR. Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/camaraFaz/ultimas-noticias/Democracia-na-era-da-interatividade-2013.br>. Acesso em: 26 mar. 2008.
- DURKHEIM, E. *Lições de Sociologia: a moral, o direito e o estado*. São Paulo: Queros, 1983.
- FIGUEIREDO, Vilma. *Produção Social da Tecnologia*. São Paulo: EPU, 1989.
- GRACIOSO, Joel. Investigação da existência. *Ciências & Vida – Especial Filosofia*. São Paulo: Scala, v.1, n° 1, 2007, p. 14-23.
- GUIMARÃES, André Sathler. Reflexões sobre tecnofilia e a impossibilidade da satisfação plena. *Revista Brasileira de*

**PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA DA
INTERATIVIDADE NA MÍDIA LEGISLATIVA:
O CASO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS**

Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, v. 27, nº 2, jul./dez., 2004, p. 73-88.

HABERMAS, J. Ciência e Técnica enquanto “ideologia”. In: BENJAMIN, W. et al. *Textos Escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

_____. *Teoria de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus, 1987.

HELLER, Agnes. *Agnes Heller entrevistada por Francisco Ortega*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002. Coleção Pensamento Contemporâneo.

INGRAM, David. *Habermas e a dialética da razão*. 2ª Ed. Brasília: EDUnB, 1994.

INTERATIVIDADE NA NOTÍCIA: ENTENDER E PARTICIPAR. Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/camaraFaz/ultimas-noticias/interatividade-na-noticia-saber-entender-e>. Acesso em: 26 mar. 2008.

MARCUSE, H. *Ideologia da Sociedade Industrial*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

ONU – UN E-GOVERNMENT SURVEY 2008. *From E-Government to Connected Governance*. Disponível em: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN028607.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2008.

POSTMAN, N. *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*. São Paulo: Nobel, 1994.

SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e seus efeitos*. Coimbra: Minerca Coimbra, 2000.

SOUZA, Ewerson Alessandro. Ágora do mundo: a dinâmica dos debates filosóficos na antiga Grécia. *Ciências & Vida – Especial Filosofia*. São Paulo: Scala, v.1, nº 1, 2007, p. 24-33.

TEIXEIRA, Ana Cláudia C. Pensando as organizações não-governamentais no Brasil a partir da teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas. *Temáticas*, Campinas, v.4, nº 8, p. 167-183, jul./dez., 1996.

WEBER, Max. *Fundamentos da Sociologia*. 2ª ed. Porto: Res, 1983.