



Câmara e Senado no Twitter: Um estudo sobre a performance dos perfis legislativos federais em rede¹

Silvia Regina Ferreira²
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

As novas formas de mediação tecnológica e interação social ampliaram as possibilidades de uso da mídia como ferramenta de exercício da cidadania. Ao viabilizar o debate em um espectro mais amplo, o da sociedade em rede, esse processo de convergência permite integrar o cidadão aos fluxos de informação de maneira ativa. Dessa forma, as pesquisas sobre o desenvolvimento da democracia digital precisam avaliar não apenas a disponibilidade e a qualidade das informações oferecidas pelos órgãos públicos, mas também o potencial de integração dessas informações aos fluxos correntes. O presente estudo traça um panorama preliminar da atuação e repercussão de órgãos legislativos federais no Twitter, refletindo sobre seus limites e possibilidades no contexto da cultura brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública; twitter; redes sociais; democracia digital.

Introdução

Ao determinar os meios de comunicação como extensões do homem, McLuhan destacou que “os efeitos da tecnologia comunicativa não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos, eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas de percepção” (MCLUHAN, 2000, p.52). Com as novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) cada vez mais incorporadas ao cotidiano, constitui-se um cenário de tensão entre novas e velhas mídias, formatos e concepções sobre as audiências.

A ideia de massa indiferenciada, atingida ideologicamente por dispositivos tecnológicos que compartilham informações de modo unidirecional, já não se sustenta no ecossistema mediado pelos computadores de uma sociedade em rede. Nunca as estruturas de percepção foram tão complexas, ao passo que o estabelecimento de relações entre os sentidos evoluem para um processo cada vez mais participativo. A esse

¹ Trabalho apresentado no DT 05 – Comunicação Multimídia do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da FAAC/Unesp, email: silviaferreira.jor@gmail.com



fenômeno, que não é apenas tecnológico, mas também social e cultural, aplica-se o conceito de convergência.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplas indústrias midiáticas e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2006, p. 29)

Tal cenário com novas formas de mediação tecnológica e interação social ampliou as possibilidades de uso da mídia como ferramenta de exercício da cidadania. Ao viabilizar o debate em um espectro mais amplo, o da sociedade em rede, esse processo de convergência permite integrar o cidadão aos fluxos de informação de maneira ativa. Ao mesmo tempo, o comportamento migratório dos públicos é estimulado pela inesgotável oferta de informação que esse novo ecossistema midiático oferece, liderado pela internet. É o internauta que procura, seleciona e compõe a informação, enquanto os grupos e comunidades aos quais ele pertence promovem uma filtragem para dar sentido a cada informação compartilhada. Já não se trata de selecionar, resumir e transmitir uma informação, mas indicar pistas que ajudem a construir uma narrativa transmídia. Ela se desdobra em várias múltiplas plataformas, na qual cada fragmento novo faz uma contribuição para o todo, de modo que a convergência ocorre primeiro no cérebro e nas relações sociais.

Dessa forma, as pesquisas sobre o desenvolvimento da democracia digital precisam avaliar não apenas a disponibilidade e a qualidade das informações oferecidas pelos órgãos públicos como subsídio aos debates, deliberativos ou não. Na dinâmica do comportamento migratório e da ostensiva oferta de entretenimento, não basta apenas publicar uma informação e aguardar sua disseminação de maneira passiva. Torna-se necessário também analisar o potencial de integração dessas informações aos fluxos correntes, a partir das estratégias de relacionamento e relevância utilizadas pelos governos nas redes sociais, uma vez que

(...) a abordagem de rede fornece ferramentas únicas para o estudo dos aspectos sociais do ciberespaço: permite estudar, por exemplo, a criação das estruturas sociais; suas dinâmicas, tais como a criação de capital social e sua manutenção, a emergência da cooperação e da competição; as funções das estruturas e, mesmo, as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos. (RECUERO, 2009:21)



Para estimular o engajamento cívico nas redes sociais frente a uma enorme concorrência informacional e simbólica, todas as possibilidades apontadas devem ser exploradas. Nesse sentido, o presente estudo traça um panorama preliminar da atuação e repercussão de órgãos legislativos federais nas redes sociais. Entre tantos órgãos institucionais do governo, entende-se que a disseminação de canais de comunicação da Câmara e do Senado é mais relevante ao exercício da cidadania, uma vez que, em tese, viabiliza a participação social no processo de elaboração das leis. Dessa forma, refletimos sobre limites e possibilidades da atuação de órgãos legislativos nas redes sociais para o avanço da democracia digital.

Metodologia e Resultados

A internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar, em função de sua escala, heterogeneidade e dinamismo. A imprevisibilidade do movimento das redes e a complexidade dos sistemas digitais, a todo tempo aperfeiçoados por seus desenvolvedores e por colaboradores em plataformas *open source*, impedem uma perspectiva segura e holística de visualização dos dados. Degenne e Forsé (1992), citados por Amaral, Fragoso e Recuero (2011), consideram que “nenhuma rede tem fronteiras ‘naturais’, é o pesquisador que as impõe”. Nesse sentido, o objeto de pesquisa foi determinado a partir da sistemática observação, comparação, classificação e análise de similaridades e dissimilaridades, conforme perspectivas da Teoria Fundamentada³.

Primeiramente, levantamos os perfis oficiais⁴ da Câmara e do Senado Federal nas redes sociais e o total de conexões⁵ em cada uma delas.

³ No livro “Métodos de pesquisa para internet” (2011), Amaral, Fragoso e Recuero explicam a Teoria Fundamentada como “uma inversão no método tradicional de pesquisa, no qual o pesquisador deve ir a campo livre de suas pré-noções e, portanto, livre de hipóteses e conceitos e, apenas a partir de sua vivência empírica e do processo do método, é que deve elaborar as hipóteses e os preceitos teóricos” (p.83).

⁴ Os perfis estão devidamente oficializados em seus respectivos sites. No site da Câmara Federal, a relação está disponível em <http://www2.camara.gov.br/participe/redes-sociais/>. No site do Senado Federal, essa relação está disponível em <http://www.senado.gov.br/noticias/jornal/senadoevoce/senado-nas-redes-sociais-encarte.asp>. Coleta realizada em 10/01/2012.

⁵ Consideram-se conexões os seguidores no Twitter, os fãs no Facebook, os amigos no Orkut e os assinantes no Youtube. O número absoluto de conexões não se refere à quantidade de pessoas conectadas, uma vez que uma mesma pessoa pode seguir dois perfis diferentes. Segundo Recuero (2009), “conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores”. Ainda, “essas interações, na Internet, são percebidas graças à possibilidade de manter os rastros sociais dos indivíduos que permanecem ali”. Dados coletados em 10/01/2012.



Quadro 1 – Principais⁶ redes sociais oficiais do Senado Federal

Rede Social	Perfis	Total	Conexões
Twitter	Agência Senado: @agencia_senado	8	58.820
	Rádio Senado: @RadioSenado		
	TV Senado: @tvsenado		
	Seu Voto Faz o Congresso Nacional: @vocenosenado		
	Concurso de Redação do Senado: @redacaosenado		
	Consultoria Legislativa do Senado: @ConlegSenado Cultura		
Facebook	Sustentável: @SenadoCultura		
Facebook	Agência Senado: www.facebook.com/agenciasenado	1	10.514
Youtube	Alô Senado: www.youtube.com/federalsnd	2	32
	Interlegis: www.youtube.com/programainterlegis		
Orkut	Não há	0	0

Quadro 2 - Principais redes sociais oficiais da Câmara Federal

Rede Social	Perfis	Total	Conexões
Twitter	Agência Câmara de Notícias: @agenciacamara	10	135.756
	Assessoria de Imprensa da Câmara: @camaradeputados		
	Biblioteca Digital: @bdigitalcamara		
	e-democracia: @edemocracia		
	Edições Câmara: @edicoes_camara		
	Plenarinho: @plenarinho		
	Programa Câmara Ligada: @camaraligada		
	Rádio Câmara: @radiocamara		
	Relações Públicas da Câmara: @rpcamara		
	TV Câmara: @tvcamara		
Facebook	Agência Câmara: www.facebook.com/agenciacamara	2	3.524
	Biblioteca Digital: www.facebook.com/BibliotecadaCamaradosDeputados		
Youtube	Indisponível ⁷	0	0
Orkut	Indisponível ⁸	0	0

Diante desse cenário, para que as particularidades de cada rede não interferissem na lógica da pesquisa, delimitamos como objeto de análise apenas o Twitter, a rede social mais utilizada considerando o número de conexões e número de perfis segmentados disponíveis.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos: os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999 apud Recuero 2009). Considerando que o Twitter é estruturado com seguidores e pessoas a seguir, onde cada perfil pode escolher quem deseja seguir e também ser seguido por outros, caracterizamos tais elementos da seguinte forma:

⁶ Redes com maior número de conexões, sendo que as conexões são visíveis para qualquer usuário.

⁷ Consta na lista oficial de redes, mas possui acesso restrito não acessível ao cidadão.

⁸ Consta na lista oficial de redes, mas o endereço indica perfil desativado.



- a) *Ator*: cada perfil segmentado das instituições em questão e todos os perfis que os seguem. Como na comunicação mediada por computadores esses atores não são imediatamente discerníveis enquanto pessoas, trabalhamos com a idéia de representações sociais ou construções identitárias no ciberespaço.
- b) *Conexão*: o ato de seguir de cada cidadão, independente da reciprocidade (para se concretizar a conexão, os perfis institucionais não precisam seguir os perfis dos cidadãos de volta).

A quantidade de conexões envolvidas não caracteriza necessariamente quantidade de interações, já que tomamos a interação como reflexo comunicativo entre um indivíduo e seus pares.

A ação de um depende da reação do outro, e há orientação com relação às expectativas. Essas ações podem ser coordenadas através, por exemplo, da conversação, onde a ação de um ator social depende da percepção daquilo que o outro está dizendo. Para os autores, ainda, a interação, como tipo ideal, implicaria sempre uma reciprocidade de satisfação entre os envolvidos e compreende também as intenções e atuações de cada um. (PARSONS; SHILL, 1975 apud Recuero, 2009).

Dessa forma, chamaremos de *publicações* todas as postagens realizadas pelos perfis legislativos e de *interações* todas as mensagens de usuários que de alguma forma reagiram a eles. Para essa seleção, foi utilizada a própria ferramenta de busca do Twitter, tendo como palavras-chave os nomes dos perfis legislativos - obrigatoriamente contidos em *replies*⁹, *mentions*¹⁰ e *retweets*¹¹. A coleta, que reuniu uma amostragem de 293 publicações e 646 interações, foi realizada entre os dias 10 e 15 de janeiro de 2012.

Nesse processo de codificação aberta¹², tanto a coleta quanto as comparações e análises de dados foram realizados concomitantemente, favorecendo a emergência de variáveis e a categorização das interações conforme as peculiaridades da rede:

⁹ *Replies* são respostas a um tweet publicado.

¹⁰ *Mentions* são tweets que chamam a atenção de um determinado perfil para iniciar ou retomar um assunto.

¹¹ *Retweets* são reproduções integrais de tweets publicados por um determinado perfil, com o devido crédito.

¹² Segundo Corbin e Strauss (1990), trata-se de um exame minucioso dos dados, onde estes são quebrados em partes menores, em busca de similaridades, padrões e particularidades, permitindo a identificação de categorias, propriedades e dimensões.



- a) *Interações irrelevantes*: Assuntos/conteúdos abordados são dissonantes no ambiente, não pertencem à esfera pública.
- b) *Interações parciais*: Defende um posicionamento pela crítica ou pelo elogio e estimula o debate.
- c) *Interações imparciais*: Apenas repassam informações publicadas pelos perfis legislativos sem emitir opinião, ou indicam tais perfis como fontes de informação.
- d) *Interações pessoais*: Utilizam o canal como via de prestação de serviço, apresentando dúvidas e solicitações.

Quadro 3 - Publicações e Interações nos perfis de Twitter do Senado Federal

Perfil Institucional	Publicações	Interações irrelevantes	Interações parciais	Interações imparciais	Interações pessoais
@agencia_senado	85	3	41	143	13
@RadioSenado	22	0	0	0	0
@tvsenado	73	1	31	49	23
@vocenosenado	7	1	1	1	1
@redacaosenado	2	0	0	0	0
@ConlegSenado	0	0	0	0	0
@SenadoCultura	0	0	0	0	0

Informações coletadas entre 10 e 15/01/2012

Quadro 4 - Publicações e Interações nos perfis de Twitter da Câmara Federal

Perfil Institucional	Publicações	Interações irrelevantes	Interações parciais	Interações imparciais	Interações pessoais
@camaradeputados	0	9	10	3	5
@agenciacamara	39	6	43	214	0
@bdigitalcamara	8	0	0	0	0
@edemocracia	0	0	1	1	0
@plenarinho	8	0	0	2	1
@camaraligada	8	0	0	1	0
@radiocamara	15	0	0	0	0
@rpcamara	6	0	0	0	0
@tvcamara	20	1	16	25	2
@edicoes_camara	0	0	0	0	0

Informações coletadas entre 10 e 15/01/2012

O Twitter como artefato de expressão cultural e identitária

Para fazer com que redes sociais como o Twitter sejam aliadas no exercício da cidadania e na evolução da democracia digital, torna-se necessário reconhecê-las como espaços em que as pessoas aprendem a viver e colaborar no que Jenkins (2008) chama de comunidade do conhecimento, baseada na cultura participativa e na inteligência coletiva. Contudo, observando a quantidade e a qualidade das interações, percebemos



que o alcance e a profundidade das mensagens não correspondem às expectativas despertadas pelo potencial de rede da ferramenta.

O que acontece com a introdução e a difusão de uma nova tecnologia comunicativa a nível social é de fato algo que remete não somente à criação de um novo território ou de uma nova esfera pública, mas também a algo que transforma as práticas e o mesmo significado do social. É suficiente lembrar a importância desenvolvida pela escrita e pelo alfabeto para a criação das leis e da democracia, ou aquela também atuada pela imprensa para a constituição dos estados nacionais, como aquela aportada pelo rádio e pela TV pelas suas uniformizações lingüísticas. (DI FELICE, 2007, p. 32)

Pelos quadros 1 e 2, verificamos que a quantidade de conexões nos perfis legislativos é ínfima comparada à população brasileira e ao número de brasileiros com acesso à internet. Também está distante dos perfis de celebridades que ultrapassam a casa dos milhões de seguidores. Já nos quadros 3 e 4, a conversão dessas conexões em interações é praticamente nula. Ainda, em geral as publicações são feitas em intervalos irregulares e não consideram um dos princípios básicos do relacionamento: a regularidade. Por exemplo, até o término da coleta de dados, em 15 de janeiro de 2012, a última atualização do perfil com maior número de seguidores, o @camaradeputados, havia sido feita no dia 23 de dezembro de 2012. Ou seja, nesse período o diálogo com os seguidores foi inexistente, provavelmente devido ao recesso do funcionário responsável pela atualização.

Pela amostragem, também é possível inferir que a maioria das interações desconsidera a emissão de posicionamentos parciais. Quando esse estímulo ao debate ocorre, os perfis legislativos se colocam como meros emissores de informações, ignorando as mensagens ou isentando-se da responsabilidade de respondê-las – exceto quando se tratam de interações pessoais, nas quais o canal é tratado como prestador de serviço. Vale ressaltar que os atores das interações normalmente são usuários assíduos e se manifestam muitas vezes, impossibilitando a equivalência entre quantidade de interações e quantidade de atores sociais envolvidos.

Tal panorama é distante de algumas experiências vividas em democracias digitais avançadas. A Finlândia, por exemplo, passa por um processo de reformulação de sua Constituição a partir de contribuições dos cidadãos nas redes sociais. Na Suécia, o perfil oficial @sweden é administrado pelos próprios cidadãos, que recebem uma senha para revezar a gestão a cada semana. Relatos da chamada Primavera Árabe



mostram o Twitter como importante ferramenta mobilizadora em favor da transição de regimes ditatoriais para democráticos. O que poderia explicar, então, a dificuldade de promover o engajamento dos brasileiros nas redes sociais para discutir questões políticas?

Uma hipótese passa pela perspectiva da internet e de suas ferramentas como artefatos culturais. A partir dela, a inserção da tecnologia na vida cotidiana compreende diferentes significados culturais em diferentes contextos de uso. Os âmbitos online e offline são, portanto, indissociáveis. Nem mesmo um agente facilitador como uma rede social digital poderia confrontar-se com a possível apatia cívica de um determinado momento histórico. Tal apatia também pode ser chamada de transição identitária, uma vez que nada tem a ver com passividade, mas sim com a reinvenção das formas de significação e expressão no ciberespaço. Estas estão diretamente relacionadas aos impulsos de pertencimento e engajamento determinantes para a relevância de um perfil em uma rede social. Como exemplo, Di Felice (2008) retoma um estudo de Jean-Pierre Vernant que situa a origem da política nas competições que aconteciam nas pólis gregas, afirmando que

(...) o sentimento público e as práticas das decisões coletivas estariam nas representações simbólico-comunicativas das tragédias. Nestas, além do elemento competitivo, que requeria a participação e o voto do público, comunicavam-se os denominadores éticos comuns da vida social. (DI FELICE, 2008, p.20)

Trazendo essa analogia para o contexto da internet, o teatro grego se converte para a narrativa transmídia, para a qual o sentido das informações está na forma de contar uma história. Esta se desdobra em múltiplas plataformas e cada texto novo faz uma contribuição para o todo. A baixa adesão dos cidadãos brasileiros aos perfis legislativos das redes sociais pode ser atribuída à não-identificação entre conteúdos e necessidades para a construção de sentidos. Segundo Barbero (2010), “la narración no es solo expresiva, sino constitutiva de lo que somos tanto individual como colectivamente”. Para ele, o ato de contar uma história e ser levado em conta é o que instaura a relação de reconhecimento e participação cidadã.

Esse é o primeiro entrave das redes legislativas, já que o ator só é respondido se apresentar uma questão objetiva de ordem prática - nunca passível de contextualização. Sem a possibilidade de influenciar decisões, os atores tendem a se afastar, impulsionados pela dualidade entre participação (convergência) e opressão



(divergência). Tal relação é explicada por Giddens ao caracterizar uma ideia de *política-vida* na qual, paradoxalmente, o princípio mobilizador seria o princípio da autonomia.

(...) a auto-identidade é hoje uma realização reflexiva. A narrativa da auto-identidade deve ser formada, alterada e reflexivamente sustentada em relação a circunstâncias da vida social que mudam rapidamente, numa escala local e global. (...) Uma narrativa reflexivamente ordenada da auto-identidade fornece os meios de dar coerência à vida finita, dadas as circunstâncias exteriores em mudança. (GIDDENS, 2002, p.206)

Através da comunicação entre os atores no ciberespaço é que a identidade desses é estabelecida e reconhecida pelos demais, sendo que a percepção do outro é essencial para a interação humana. Para que a comunicação seja estruturada, é preciso proporcionar pistas que favoreçam percepções determinantes na construção plural do sujeito. A ausência dessas percepções explicaria, em partes, fatores como o desinteresse das pessoas ou a inabilidade em assimilar grandes volumes de dados, conforme indica Polat (2005) citado por Rothberg (2008).

Em outros termos, a agenda da política-vida do governo não seria a mesma dos cidadãos. Ao ator social “perfil legislativo” também falta a percepção do outro, de modo que a interação é sempre reativa, conforme conceitua Primo (2003). Ao priorizar a divulgação de links, os perfis legislativos não deixam margem ao diálogo. Ao agente é permitida, de modo geral, apenas a decisão de clicar ou não no link em uma espécie de “vetor unidirecional”. Ainda que muitos desses links sejam convertidos em retweets e replies, a absoluta maioria das conexões não responde ao estímulo expressando posicionamento. Assim, a interação reativa é sempre limitada para os atores envolvidos no processo, o que acaba reduzindo o espectro das relações e laços sociais.

O oposto seria obtido por interações mútuas, caracterizadas por relações interdependentes e processos de negociação. No caso das redes do Senado, qualquer forma de posicionamento negociação é previamente refutada. A política de uso¹³ traz as seguintes orientações:

¹³ Disponível em <http://www.senado.gov.br/noticias/redesSociais/politicaUso.htm>



Se você nos seguir no Twitter, nós o seguiremos de volta. Isso é automático. Ser seguido por nós não implica apoio de nenhuma forma. (...) A participação de nossos leitores é bem-vinda e nos esforçaremos para participar da conversa sempre que possível. No entanto, não temos condição de responder individualmente todas as mensagens.

Como a quantidade de interações disponíveis ainda é baixa, por enquanto a condição de responder individualmente todas as mensagens deveria ser plena em favor do crescimento da rede, até que ela se tornasse autossustentável no estímulo aos debates.

Capital social, interesses individuais e coletivos

Até aqui, verificamos que os laços das redes sociais legislativas são fracas, constituindo relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. Assim, não favorecem a construção de capital social que, segundo Putnam (2000, p.19) “refere-se à conexão entre indivíduos – redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela”. Para a construção do valor social, deve-se considerar dois aspectos essenciais: o individual, que vem de interesses pessoais, e o coletivo, no qual o capital social individual reflete-se na esfera coletiva do grupo. Seria assim, o capital social elemento fundamental para a constituição e o desenvolvimento das comunidades.

Putnam não discute, contudo, o conflito entre os interesses individuais e coletivos do capital social. Nas redes sociais, esse conflito geralmente se manifesta na indiferenciação entre direitos e privilégios que orienta a ação pessoal no questionamento de leis. Cabe às redes de comunicação pública o esforço na correção dessa deficiência, por meio de informações que aliem ao mesmo tempo empatia pelas causas pessoais e contextualização na esfera pública. Nesse sentido, retoma-se a eficiência da narrativa transmídia para a expressão de realidades coletivas, tendo as redes sociais como meios fornecedores e estruturadores de fragmentos.

Para Jenkins (2000, p.288), a atual diversificação de canais é politicamente importante “porque expande o conjunto de vozes que podem ser ouvidas: embora algumas vozes tenham mais proeminência que outras, nenhuma voz fala sozinha com autoridade inquestionável”. Mas, apesar de essencialmente democrática, essa pluralidade também apresenta obstáculos à mobilização no ciberespaço. Para Lévy (1999), se por um lado a cultura de massa negligencia as singularidades do destinatário,



totalizando o indivíduo em um contexto amplo, a cibercultura desenvolve uma teia caótica descontextualizada que “instaura, paradoxalmente, um outro contexto holístico, quase tribal, mas em maior escala do que as sociedades orais” (LÉVY, 1999, P.116).

No regime clássico da escrita, o leitor encontrava-se condenado a reatualizar o contexto a um alto custo, ou então restabelecê-lo a serviço das igrejas, instituições ou escolas, empenhadas em ressuscitar e fechar o sentido. Ora, hoje, tecnicamente, devido ao fato da iminente colocação em rede de todas as máquinas do planeta, quase não há mais mensagens “fora de contexto”, separadas de uma comunidade ativa. Virtualmente, todas as mensagens encontram-se mergulhadas em um banho comunicacional fervilhante de vida, incluindo as próprias pessoas, do qual o ciberespaço surge, progressivamente, como um coração.

(...) Resumindo, a cibercultura dá forma a um novo tipo de universal: o universal sem totalidade. (...) Assim o ciberespaço não engendra uma cultura do universal porque de fato está por toda parte, e sim porque sua forma ou sua idéia implicam de direito o conjunto dos seres humanos. (LÉVY, 1999, p.118-119)

Considerações finais

Ficam levantadas, com este estudo, algumas dificuldades de uso do Twitter para o debate deliberativo, uma vez que, “de acordo com o modelo deliberativo, os cidadãos devem ter oportunidades de interferência efetiva quando da produção da decisão política” (MARQUES; MIOLA, 2007).

Para efetivar o Twitter como canal de debate não-deliberativo, fornecendo aos interessados uma maior capacidade de reflexão sobre os prós e contras de decisões políticas, seria necessário ampliá-lo como espaço dialógico de conversação informal, não intimamente ligado ao plano institucional-parlamentar. Essa delimitação é trazida por Marques (2006) ao conceituar uma esfera pública de âmbito civil. Para ele, mesmo que esses espaços possuam “um caráter pouco organizado, informal e sem ordem temática pré-estabelecida”, podem “forçar a discussão de determinados temas e oferecer novas interpretações a questões de interesse coletivo”.

A emergência de tais discussões passa pela necessidade de construção de laços sociais e relações de pertencimento entre os atores envolvidos – perfis legislativos e perfis de cidadãos. Para tal, seria necessário rever o padrão de interações reativas com a formulação de estratégias de comunicação pública que dialoguem de forma mais efetiva com as características ao meio em questão.



REFERÊNCIAS

DI FELICE, Massimo. **As formas digitais do social e os novos dinamismos da sociabilidade contemporânea.** In: KUNSCH, M e KUNSCH, W. (orgs.). **Relações públicas comunitárias – a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.** São Paulo: Summus Editorial, 2007, pp.29-44.

DI FELICE, Massimo (org). **Do público para as redes a comunicação digital e as novas formas de participação social.** São Caetano do Sul, SP, Difusão, 2008. 335 p. Era digital; v. 1.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para Internet.** 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade.** Editora Zahar. Rio de Janeiro 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Editora Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo, 34, 1999.

MARQUES, F. P. J. A. **Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil.** Opinião Pública, v. 12, n. 1, pp. 164-187, 2006.

MARQUES, F. P. J. A.; MIOLA, E. **Internet e parlamento: um estudo dos mecanismos de participação oferecidos pelo Poder Legislativo através de ferramentas online.** E-Compós, v. 9, 2007

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Convergencia digital y diversidad cultural.** In: MORAES, Denis. **Mutaciones de lo visible – comunicación y procesos culturales en la era digital,** Buenos Aires: Paidós, 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 18 ed. São Paulo: Cultrix, 1996.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo.** Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

PUTNAM, R. D. **Bowling Alone. The collapse and revival of American community,** New York: Simon and Schuster. 2000.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROTHBERG, D. **Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica.** Opinião Pública, v. 14, n. 1, p.149-172, 2008.