

INTERNET, DEMOCRACIA E POLÍTICA NUM ANO ELEITORAL.

Andressa Silvério Terra França *

Fernando Rafael Santos Martins **

Sérgio Soares Braga ***

Resumo: Procuraremos nesse artigo fazer um balanço de algumas das principais teses existentes na literatura especializada sobre as relações entre Internet e política e, a partir do exame crítico de tais teses, abordar problemas referentes ao impacto da Internet no funcionamento da democracia representativa, bem como relativos ao uso que os representantes eleitos fazem dessa ferramenta para divulgar suas atividades e interagir com o cidadão comum. Chegamos à conclusão de que há uma acentuada desigualdade na maneira pela qual as instituições e os políticos individualmente considerados utilizam-se da Internet para divulgar suas atividades. Esse fato evidencia que muito esforço pode ser ainda feito para melhorar a utilização das ferramentas propiciadas pela Internet para o aperfeiçoamento dos graus de comunicação e interação entre elites dirigentes e o cidadão comum, nos diferentes níveis em que se organiza a representação política no Brasil. Por sua vez, a expectativa dos autores é a de que os resultados obtidos neste estudo possam contribuir para um uso mais eficiente e informado dos recursos propiciados pela Internet no período eleitoral que se aproxima, tanto por parte do eleitor quanto dos candidatos a cargos eletivos.

Introdução:

Na sua edição de 2 de abril de 2006, o jornal *The New York Times* publicou longo artigo — amplamente reproduzido em alguns sites e portais de notícias brasileiros — onde se afirma que, cada vez mais, a Internet tende a se constituir numa importante ferramenta de contato e interação dos políticos norte-americanos com seus eleitores. Segundo o prestigioso jornal, o uso sistemático das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) tende a produzir amplas mudanças em múltiplos aspectos da atividade política, tais como a forma como são organizadas as campanhas e a propaganda políticas, o tipo de interação entre candidato e opinião pública, a maneira como são formadas as preferências pelo eleitor, e até mesmo a forma de financiamento das campanhas eleitorais(1).

Observadores e especialistas consultados pelo jornal prevêem um efeito avassalador da Internet no próximos pleitos estadunidenses, especialmente nas eleições para o Congresso em 2006 e para a presidência da República em 2008, com o uso de novas mídias tais como *web sites* pessoais, listas de e-mails e *blogs* de políticos, substituindo progressivamente, com cada vez mais eficácia, antigas formas de organização das campanhas eleitorais, fundadas basicamente no contato físico do parlamentar com o eleitor e no uso de mídias tradicionais, tais como a televisão, publicações impressas e assim sucessivamente.

Não é necessário consultar o *The New York Times* para dar-se conta desse fato incontestável. A Internet invade cada vez mais o cotidiano do cidadão comum e qualquer observador minimamente informado e sensível aos acontecimentos do mundo que o cerca pode verificar, por si mesmo, inúmeros exemplos do impacto da Internet sobre a vida social cotidiana. Naturalmente, a atividade política e as instituições da democracia representativa não poderiam ficar imunes a tais efeitos e, mais cedo ou mais tarde, teriam também que sofrer os influxos das TICs.

O objetivo deste artigo é abordar algumas destas questões referentes ao uso da Internet no processo político contemporâneo, especialmente no funcionamento de suas instituições representativas, tomando como base de análise o estado do Paraná. O universo empírico do artigo será a pesquisa que empreendemos sobre o uso que os 158 parlamentares paranaenses atualmente no exercício do mandato (3 senadores; 30 deputados federais; 54 deputados estaduais; 34 vereadores de Curitiba; 18 vereadores de Londrina e 15 vereadores de Maringá) fazem da Internet para divulgar suas atividades e interagir com o cidadão comum e com o eventual eleitor.

Para abordar estes problemas, dividiremos o texto em três partes: 1) Inicialmente, faremos um balanço de algumas das principais teses existentes na literatura sobre as relações entre Internet e política, especialmente sobre os efeitos que o uso das (TICs) têm produzido nos sistemas políticos democráticos contemporâneos; 2) em seguida, abordaremos brevemente alguns aspectos jurídicos referentes ao uso que os candidatos a cargos eletivos, e também os políticos atualmente no exercício do mandato, podem fazer da Internet para divulgar seus trabalhos e suas propostas políticas; 3) por fim, examinaremos algumas evidências empíricas da pesquisa por nós realizada nos sites dos Legislativos brasileiros, bem como do uso que os políticos paranaenses atualmente no exercício do mandato fazem da Internet para divulgar suas atividades e interagir com a opinião pública. Para tanto, analisamos os *web sites* e enviamos questionários a 158 parlamentares do estado do Paraná, visando a avaliar os potenciais da Internet enquanto recurso eficaz para o aperfeiçoamento de nossas instituições representativas.

1) Internet, política e democracia: alguns balizamentos analíticos.

Como observamos acima, é mais ou menos evidente que a Internet, ao abrir canais de comunicação mais práticos e econômicos, tem modificado a forma como as pessoas se relacionam socialmente. A Política, como parte integrante do conjunto de relações sociais, também sofre influência destas novas tecnologias.

Com efeito, diversos autores têm procurado analisar os impactos que a *web* provoca e pode provocar sobre a democracia contemporânea. Alguns chegam a vislumbrar a emergência, por meio da Internet, de uma nova modalidade de democracia, a “democracia direta eletrônica”, sistema no qual os cidadãos se encontrariam em um ambiente virtual de deliberação sobre os temas de interesse comum: a *Ágora Virtual*.⁽²⁾

Outros estudiosos, mais realistas, reconhecem que a Internet tem um grande potencial democratizante, mas sem chegar aos extremos de instaurar uma “democracia deliberativa direta” nas sociedades contemporâneas, e nem residiria aí necessariamente sua principal contribuição ao aperfeiçoamento do processo político. As TICs podem, de fato, aproximar elites dirigentes e cidadãos comuns, mas tal fenômeno ocorrerá dentro dos quadros do modelo democrático representativo parlamentar. Entretanto, como observado por analistas recentes (SORJ, 2006: p. 5), ainda são escassos estudos empiricamente orientados que busquem mensurar de forma mais fundamentada os reais impactos do uso da Internet no processo de tomada de decisões, de uma maneira geral, e no processo eleitoral, em particular.

Dada a diversidade de posições na literatura sobre o assunto, convém iniciar este texto com um mapeamento das principais posições existentes na bibliografia sobre a temática.

1.1) A Internet, a “Ágora virtual” e a “democracia deliberativa”.

Um amplo conjunto de pesquisadores vêem nas TICs a possibilidade de emergência de uma “democracia direta eletrônica” ou de uma “democracia deliberativa”, na qual todos ou pelo menos a maior parte dos cidadãos poderiam usar a Internet para deliberar sobre os temas públicos. Tal abordagem é influenciada, direta ou indiretamente, por uma corrente de pensamento inspirada na obra do filósofo alemão Jürgen Habermas, que preconiza a necessidade de as decisões políticas serem tomadas a partir de discussões com ampla participação, em detrimento do modelo de democracia representativa tradicional (MIGUEL, 2000).

CANDIDO (1997), por exemplo, afirma que os recursos de comunicação proporcionados pela Internet permitirão a criação de um espaço público deliberativo eletrônico — a “Ágora Virtual” —, onde todos os cidadãos poderão se encontrar virtualmente para deliberar a respeito de assuntos públicos. Para este autor, a Internet levará à emergência de uma nova forma de democracia direta, preferível à atual democracia representativa. Os meios eletrônicos de comunicação libertariam a democracia da necessidade da representação — uma exigência imposta pela extensão territorial dos Estados Modernos e pela impossibilidade de haver uma assembléia de todos os cidadãos em um mesmo espaço físico.

Pode-se observar que CANDIDO, ao valorizar o potencial que a Internet tem de propiciar a emergência de uma nova democracia eletrônica, relega a um segundo plano ou tende a subestimar as possibilidades de ampliação dos canais democráticos no modelo de democracia atual, a representativa.

FISHKIN (2002), de modo semelhante a CANDIDO, também acredita que as TICs podem reconfigurar a democracia por meio da ampliação de canais deliberativos. O autor chega inclusive a conceber um mecanismo ideal ao qual dá o nome de “Dia da Deliberação”: data na qual todos os cidadãos de uma nação participariam de discussões *on-line* para deliberar sobre um determinado assunto. Para FISHKIN, o “Dia da Deliberação” poderia promover o máximo de participação pública e o maior refinamento possível da decisão (por permitir uma ampla e esclarecida discussão). O autor ainda concebe outros possíveis mecanismos eletrônicos de consulta à opinião pública — mais exequíveis no atual momento. No entanto, para todos esses mecanismos, há alguma limitação em comparação com o “Dia da Deliberação”: a participação popular pode não ser tão ampla (apenas quem tem interesse participa) ou o mecanismo não permite que a decisão tomada seja refinada por meio da discussão pública.

Ao conceber um mecanismo ideal que criaria uma democracia deliberativa eletrônica e ao mostrar as deficiências das outras formas de consulta eletrônica à opinião pública, o autor na prática faz a defesa da democracia direta e limita o potencial da Internet para o aperfeiçoamento do modelo representativo de democracia. A partir disso, pode-se extrair duas possíveis conclusões a respeito do que pensa FISHKIN sobre a possibilidade atual de a sociedade influir, por meio da Internet, em uma decisão política tomada nas instâncias representativas: a) a influência tenderá a não ser elevada, pois o sistema representativo não atua a partir da lógica de ser um espelho fiel da vontade popular mas sim a partir da lógica de ser um filtro dessa mesma vontade; b) a influência, mesmo que seja elevada, tenderá a ser deformada do ponto de vista democrático, pois não necessariamente representará a real expressão da vontade popular (só a parcela da população que tem acesso à Internet e que efetivamente envia *e-mails* aos parlamentares é que estaria representada).

Também podemos destacar o enfoque de EISENBERG (2002; 2003), que admite que a Internet produzirá impactos sobre a ação política e que poderá promover a ampliação da democratização nas sociedades contemporâneas, embora ele próprio considere precipitada a visão dos otimistas de que a *web* criará uma “Ágora Virtual” ou de que será a solução para os problemas da legitimidade da democracia moderna, especialmente de alguns países desenvolvidos, caracterizada pela apatia eleitoral e pelo desinteresse de segmentos consideráveis da população em relação à atividade política. O autor afirma que os impactos da Internet sobre a Política devem ser analisados a partir de dois ângulos diferenciados: a) o controle da Internet como mídia e; b) as características diferenciadas da Internet em relação a outros meios de comunicação (tais como TV, rádio e imprensa escrita).

Dentre as características específicas e potencialmente democratizantes da Internet que poderão ter mais impacto no funcionamento da democracia representativa e na formação da decisão de voto por parte do eleitor — e, por conseguinte, do próprio processo eleitoral —, o autor destaca as seguintes:

- Alto poder de fixação da mensagem, o que permite que, em tese, todos possam acessar o conteúdo da mensagem e se lembrem dela. O acesso à informação, vale destacar, sempre foi fator crucial na luta política e na formação da decisão de voto por parte do eleitor.
- Alta capacidade de promover a reprodução da mensagem, tanto por parte do emissor quanto do receptor, o que permite uma rápida disseminação de seu conteúdo. Outra vantagem é que, devido a essa característica, a mensagem pode ser enviada a um número muito grande de pessoas. “A reprodutividade da mensagem proferida confere ao emissor uma maior capacidade de difundir sua mensagem, pois pode proferi-la simultaneamente a muitos receptores.” (EISENBERG, 2003, p.501). Assim, em tese, cada cidadão conectado a um computador pode se tornar um produtor e disseminador de informações, libertando-se das atuais limitações impostas pela mídia convencional, pela qual ele é apenas um receptor passivo de informações.
- Alto distanciamento espaço-temporal, possibilitando que as mensagens sejam enviadas e recebidas a qualquer momento e que cheguem a lugares onde o emissor não poderia estar fisicamente. O distanciamento espacial, assim, promove uma ampliação do poder de participação política do cidadão. Também propicia a desterritorialização das relações políticas. Redes de cidadãos hoje podem se formar para além do espaço territorial do Estado ou de suas subunidades administrativas.
- Alta exigência de competência cognitiva para acessá-la. Ou seja, para poder usar os benefícios da Internet é preciso ter conhecimento técnico (de informática) para acessá-la. Quem não o tem, torna-se um excluído. Essa característica da Internet, do ponto de vista político, é uma limitação do potencial democratizante dessa mídia.
- Alta interatividade entre receptor e emissor, permitindo ao receptor abrir um canal de diálogo ou discussão com o emissor, o que não era possível (ou, ao menos, era muito difícil) por meio das mídias tradicionais, como a televisão, o rádio e a imprensa escrita.

A potencialidade de uma alta capacidade de interação propiciada pela Internet, aliás, é destacada por EISENBERG como a principal característica democratizante de tal ferramenta tecnológica, embora o autor também sublinhe a existência de alguns riscos e aspectos negativos no uso da Internet, do ponto de vista da emergência de uma cidadania autenticamente “republicana”:

“[...] são os mecanismos de interação mediada que a Internet possibilita – listas de discussão e *chat-rooms* – que têm (e podem vir a ter) um impacto mais profundo sobre a política. Por quê? Porque possibilitam a ampliação dos fóruns a públicos de debate e discussão no sentido habermasiano da discussão da ampliação da esfera pública. (...) [Entretanto] Como ocorreu com todos os meios de comunicação que antecederam à Internet, o que existe é uma batalha política em curso pela definição dos padrões de apropriação do meio. E ainda não sabemos se será a soberania do consumidor ou a soberania do cidadão que será privilegiada nesse processo” (EISENBERG, 2003, p. 508).

Outros colaboradores da coletânea organizada por Eisenberg, tais como GUIDI (2002) também crêem que “[...] precisamos de redes cívicas e comunidades conectadas, que são a base real da ‘teledemocracia’ [denominação usada por alguns autores para descrever democracia eletrônica]”. (p.180). Entretanto a autora, diferentemente dos outros pensadores citados acima, dá um *status* diferenciado ao *e-mail*. Para ela, o correio eletrônico constitui-se em um importante fator para consolidar a participação política da sociedade. GUIDI observa ainda que o cerne do potencial democratizante dos novos meios de comunicação eletrônicos é a capacidade de interação entre os cidadãos — característica presente no *e-mail*.

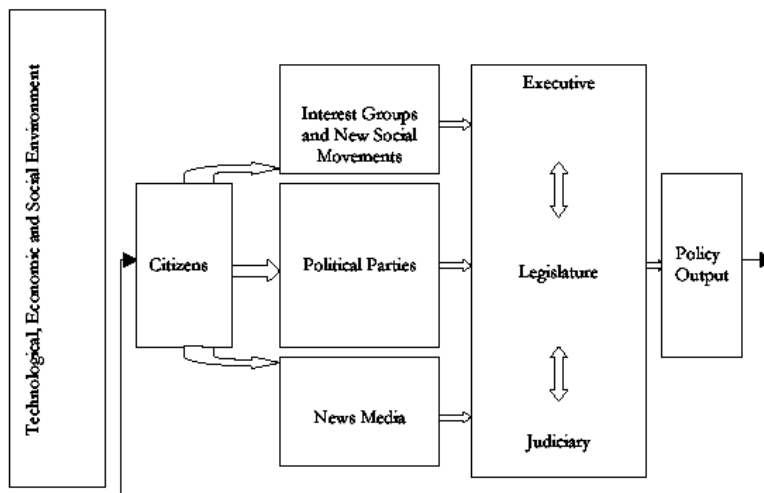
No entanto, GUIDI percebe que atualmente a interatividade na Internet é pouco explorada. “O modelo que prevalece é aquele baseado na ‘difusão’ (divulgação de informação de um para muitos), através do qual a Internet e seu paradigma de rede vêm sendo subutilizados. A interatividade [...] tem neste modelo um papel muito limitado em relação ao papel do meio.” (GUIDI, p.166). Como consequência, observa a autora, as experiências de participação eletrônica dos cidadãos no processo de tomada de decisões políticas ainda são raras ao redor do mundo.

1.2) Em direção a uma avaliação realista e empiricamente fundamentada dos impactos da Internet sobre a democracia representativa.

Para os fins deste estudo, destacamos as contribuições da cientista política de Harvard, Pippa Norris (3). NORRIS (2000; 2001) rejeita a idéia tanto de autores “cyberotimistas”, segundo os quais a Internet levará a uma democracia direta virtual ou “deliberativa”, como dos “cyberpessimistas”, que crêem que nada será mudado com a emergência da *web*, baseados no argumento de que as TICs apenas irão reforçar os padrões de comunicação (e de poder) existentes atualmente.

A autora desenvolve o argumento de que há duas principais influências da Internet sobre as democracias: ampliar os canais de *informação* pública acessíveis à população e dinamizar a *comunicação* da sociedade com as instituições políticas representativas. Cidadãos e grupos de interesse poderão participar mais ativamente do processo político em virtude das facilidades de comunicação, partidos políticos terão à frente novas condições para a competição, a sociedade civil poderá organizar mobilizações de modo mais fácil e a transparência do poder público será ampliada, devido à difusão de informações públicas. Esse processo deve criar um subsistema político virtual que fortaleceria as instituições políticas centrais e os atores políticos intermediários (cidadãos esclarecidos, imprensa, movimentos sociais, grupos de interesse, partidos políticos, etc.), sobretudo nas democracias em processo de consolidação. Tal processo pode ser representado pelo seguinte diagrama:

Figure 2: The Virtual Political System



(Fonte: Norris, 2000)

Para o presente texto, interessam em particular os argumentos de NORRIS a respeito dos impactos da Internet sobre a democracia no que diz respeito à ampliação da comunicação entre a sociedade e o poder público. “A comunicação é essencial para que os representantes eleitos reflitam a visão de seus eleitores e dediquem-se, em nome deles, a suas queixas administrativas particulares.” (NORRIS, 2000: p. 6). Nesse sentido, a Internet pode promover uma interação maior entre o cidadão e o político e, conseqüentemente, uma maior representação dos anseios da sociedade no processo decisório. No entanto, deve-se ressaltar, o *e-mail* não substituirá os outros meios de comunicação e de interação já existentes, embora apresente vantagens em relação a eles. O correio eletrônico apenas se somará às formas tradicionais de comunicação.

“A esse respeito, o e-mail via Internet é somente um mecanismo suplementar às comunicações tradicionais, tais como cartas e telefonemas, petições organizadas, consultas eleitorais, e comícios e encontros locais. No entanto, a vantagem do *e-mail* para os remetentes baseia-se na redução de tempo, custo mínimo de transmissão, na habilidade de anexar documentação completa e links e no potencial de distribuição simultânea para múltiplos destinatários.” (NORRIS, 2000: p. 6).

É necessário ainda ilustrar com evidências empíricas a influência que a Internet pode efetivamente vir a desempenhar na criação de novas possibilidades de interação entre sociedade e os representantes eleitos, para evitar considerações excessivamente abstratas que se aproximam perigosamente dos textos de ficção científica. Dentro dessa perspectiva, NORRIS demonstra que existe uma grande negligência da parte de parlamentares quanto ao uso da Internet como ferramenta de comunicação: em 2000, apenas um quarto dos parlamentares britânicos listavam no *site* do parlamento um endereço de *e-mail* pelo qual o eleitor poderia contactá-los; e apenas 12% tinham *web site* pessoal. Mesmo no Congresso norte-americano, estudos indicam que muitos parlamentares não usam o *e-mail* para responder a seus eleitores (CARTER, 1999, citado por NORRIS, p.11). Tem-se, assim, uma nova evidência de que a Internet como mídia interativa, ao menos no campo político, tem sérias deficiências, conforme foi observado também por CASTELLS (2003), como veremos a seguir.

Outras evidências significativas podem ser extraídas dos estudos NORRIS, que comparou os *sites* dos parlamentos de 98 países a partir da existência ou inexistência, nas *home-pages*, de ferramentas de divulgação de informações públicas e de interação do cidadão com o próprio parlamento. A autora reuniu as *home-pages* parlamentares em 8 grandes grupos, que representam 8 subcontinentes do planeta. O conjunto agregado dos *sites* de cada macrorregião mundial então foi classificado em um ranking a partir de duas variáveis: Índice de Informação disponível nos *web sites* parlamentares e Índice de Comunicação (que mede a possibilidade de interação entre o cidadão com o parlamento).

A América do Sul, tanto no índice informacional quando no índice de interatividade, fica com a quarta colocação, atrás, respectivamente, da América do Norte, Europa Ocidental e Escandinávia.(4) Embora a classificação de NORRIS não discrimine exatamente qual é a posição do *site* da Câmara dos Deputados brasileira em relação a outros parlamentos, ela dá indicativos, a partir da classificação da América do Sul, de que o portal na Internet do parlamento nacional pode estar devendo a *web sites* de outros países mais desenvolvidos no que diz respeito às ferramentas interativas. Na conclusão da autora, existe uma relação direta entre o grau de democratização de um país e a oferta, a partir dos parlamentos, de informação e de mecanismos de participação por meio da *web*.

Seguindo a linha de investigação aberta por Pippa Norris, BRAGA (2005) procurou mensurar o “grau de informatização” e a existência de ferramentas de informação e comunicação disponíveis nos *sites* da Câmara dos Deputados, do Senado Federal e das Assembléias Legislativas dos estados brasileiros, a partir de sete dimensões básicas que estruturam o conteúdo dos sites legislativos: (i) Navegabilidade; (ii) Centros Decisórios; (iii) Dados sobre os Parlamentares; (iv) Processo Decisório; (v) Relação com o Público; (vi) Administração (vii) Comunicação horizontal com órgãos da administração pública/Outros. Para tanto, o autor construiu uma planilha contendo cerca de 180 itens presentes em *web sites* parlamentares e elaborou uma metodologia de avaliação destes sites. Entretanto, não é o objetivo do autor mensurar a interatividade entre os órgãos legislativos e o cidadão comum.

CUNHA, CORRÊA e DUCLOS (2005), porém, deram um passo nesse sentido e procuraram medir o grau de uso das ferramentas eletrônicas de comunicação por políticos brasileiros (no caso, vereadores de municípios com mais 600 mil habitantes). O objetivo não era, porém, mensurar a interatividade do vereador com o cidadão, mas sim do vereador com a prefeitura municipal. A conclusão dos autores é de que praticamente não há comunicação eletrônica (troca de *e-mails*) entre vereadores e membros do Executivo municipal, embora 87,5% das Câmaras avaliadas disponibilizassem *e-mails* aos parlamentares.(5)

A partir desse dado, há indicativos de que, ao menos no nível do Legislativo municipal, o parlamentar faz pouco uso do *e-mail*. Isso fornece algumas pistas de qual pode ser o comportamento dos políticos brasileiros relação à utilização dessa ferramenta de comunicação (já que grande parte deles inicia a vida política como vereador).

A pesquisa de CUNHA, CORRÊA e DUCLOS ainda traz outra importante contribuição para este trabalho: o baixo índice de respostas aos questionários enviados por *e-mail*. Os autores, para conseguirem elaborar o trabalho, tiveram que mudar o mecanismo de coleta de informações: do *e-mail* passou-se a utilizar o telefone (com o qual conseguiram resposta de 16 dos 24 municípios selecionados). Desse fato, extrai-se outro importante indicativo para esta pesquisa: o Legislativo (municipal, no caso da pesquisa dos três autores, mas que também poderia ser o federal) não interage de forma adequada com o cidadão que lhe envia mensagens eletrônicas ou, ao menos, com o pesquisador que usa esse meio para fazer seu estudo. Esse indicativo, por sua vez, pode significar duas coisas: o grau de interatividade do Legislativo é baixo e, por conseqüência, a influência do *e-mail* como instrumento de pressão também o é; e existe o risco de que a taxa de respostas do questionário de nossa pesquisa seja baixo — fato que acabou sendo verificado também em nossa pesquisa sobre os parlamentares paranaenses.

Por outro lado, estudos recentes têm examinado o impacto da Internet em geral, e do e-mail em particular, em decisões políticas específicas tomadas pelos parlamentares. É o caso, por exemplo, de MARTINS (2005), que estuda a influência do e-mail sobre as decisões dos parlamentares brasileiros a partir do estudo do caso do projeto de lei da Biossegurança. Baseado em amplo estudo empírico, o autor constata a fraca influência do *e-mail* na decisão de voto dos parlamentares brasileiros, o baixo grau de interatividade e a negligência de boa parte dos deputados em relação ao uso da Internet. Segundo o autor:

“Além da baixa interatividade, os dados da pesquisa ainda comprovam que os deputados, em sua maioria, negligenciam o potencial de difusão de informações pela Internet. Apenas 27% têm site político pessoal e (...) mesmo aqueles que têm *home page* própria, de um modo geral não exploram a interatividade que a Internet propicia” (MARTINS, 2005: p. 80)

1.3) Internet, crise de legitimidade e os problemas do “excesso de democracia”.

Dentre os autores que refletiram de maneira mais sistemática e empiricamente fundamentada sobre os impactos da Internet na atividade política, podemos destacar ainda CASTELLS (2003) o qual afirma que as novas formas de comunicação que a Internet proporciona vão afetar profundamente a sociedade e suas práticas (inclusive políticas). O autor reconhece que as redes cívicas virtuais de

cidadãos poderão ter um papel social e político crucial. Porém, CASTELLS prefere ser cauteloso com relação ao peso que as redes cívicas de cidadãos, que se reuniriam virtualmente para debater e agir politicamente, possam vir a ter no futuro da Internet. As comunidades *on-line* são em geral efêmeras e as evidências mostram que não há razão para acreditar que a Internet será “uma fonte de comunitarismo renovado”. (CASTELLS, Op. cit., p.100). Além disso, as ferramentas propiciadas pela *web* para a emergência de comunidades ou redes virtuais de cidadãos engajados politicamente (tal como as salas de *chat* e os fóruns virtuais), no contexto atual da Internet, têm uso apenas secundário. O *e-mail*, porém, é a principal ferramenta da Internet.

“Antes de mais nada, os usos da Internet são, esmagadoramente, instrumentais, e estritamente ligados ao trabalho, à família e à vida cotidiana. O *e-mail* representa mais de 85% do uso da Internet, e a maior parte desse volume se relaciona a objetivos de trabalho, a tarefas específicas e a manutenção de contato com a família e os amigos em tempo real [...].Embora as salas de *chat*, os *news groups* e as conferências para múltiplos fins fossem significativos para os primeiros usuários, sua importância quantitativa e qualitativa definham com a propagação da Internet” (CASTELLS, 2003: p. 99).

CASTELLS, aliás, não se furta de avaliar os atuais impactos da Internet sobre o processo político e sobre o potencial democratizante da *web*. Suas conclusões não são animadoras:

“Esperava-se que a Internet fosse um instrumento ideal para promover a democracia — e ainda se espera. Como dá fácil acesso à informação política, permite aos cidadãos ser quase tão bem informados como seus líderes. Com boa vontade do governo, todos os registros públicos, bem como um amplo espectro de informação não-sigilosa, poderia ser disponibilizado *on-line*. A interatividade torna possível aos cidadãos solicitar informação, expressar opiniões e pedir respostas pessoais a seus representantes. Em vez de o governo vigiar as pessoas, as pessoas poderiam estar vigiando o seu governo – o que é um direito delas, já que teoricamente o povo é soberano. Entretanto, a maioria dos estudos e relatórios descreve um quadro melancólico – com a possível exceção das democracias escandinavas.” (CASTELLS, 2003: p. 128).

Um dos problemas observados pelo autor é o do subaproveitamento, por parte do Estado e das instituições políticas, do potencial de interatividade proporcionado pela Internet. O poder público usa a *web* sobretudo “[...] como um quadro de avisos” (CASTELLS, p.128)(6). Ou seja, a Internet é usada somente para divulgar informações institucionais. Os partidos e os políticos também têm utilizado a Internet para divulgar suas ações, mas ainda preferem as mídias tradicionais (rádio, televisão e jornais) por julgarem estas mídias mais eficazes para a comunicação com o cidadão comum.

Especificamente no caso dos parlamentares, a situação não é diferente, aponta CASTELLS. Os *e-mails* enviados por cidadãos são negligenciados e práticas tradicionais de fazer política são persistentes, embora o uso da Internet esteja cada vez mais disseminado entre os representantes eleitos.

“Parlamentares costumam ter seus *web sites*, mas não lhes dão excessiva atenção, seja no seu design ou em suas respostas às solicitações dos cidadãos. Suas respostas são elaboradas por membros de sua equipe, [e] em geral pouco diferem da que costumam dar por cartas por escrito. De fato, em 2000, em alguns *web sites* de parlamentares britânicos os cidadãos eram encorajados a escrever pelo correio regular e [eram] advertidos de que as respostas poderiam demorar pelo menos uma semana. No Reino Unido, segundo um levantamento informal dos *web sites* de 97 parlamentares feito em novembro de 2000 pelo Institute of Economic Affairs, o design e a manutenção eram extremamente pobres e indicavam considerável negligência.

Um estudo internacional interessante e bem documentado do uso da Internet nos parlamentos dos países da OECD comprovou o rápido aumento do uso da Internet, tanto pelo parlamento quanto em sua relação com o eleitorado, mas mostrou também, em geral, uma grande persistência de práticas políticas tradicionais [...]” (7). (CASTELLS, Op. Cit.: p.128).

Outro problema, segundo o autor, é que a sociedade também não tem explorado os potenciais da Internet. O quadro final traçado por CASTELLS é pessimista.

“Num mundo de crise generalizada de legitimidade política, e de indiferença dos cidadãos por seus representados, poucos se apropriam do canal de comunicação interativo, multidirecional, fornecido pela Internet, de ambos os lados da conexão. Os políticos e suas instituições divulgam suas declarações e respondem burocraticamente — exceto em época de eleição. Os cidadãos não vêem muito sentido em gastar energia em indagações políticas, exceto quando atingidos por um evento que desperta sua indignação ou afeta seus interesses pessoais. A Internet não pode fornecer um conserto tecnológico para a crise da democracia. (Idem: p. 129).

MITCHELL (1999) fornece algumas pistas de quais poderiam ser as razões desse quadro melancólico traçado por CASTELLS. Segundo MITCHELL, a Internet tem uma limitação paradoxal como instrumento de relacionamento social e político: seus mecanismos de comunicação eletrônicos (dentre eles o *e-mail*), ao ampliar as redes de relações das pessoas, diminuem o tempo que cada um tem para dedicar ao outro(8). A Internet, assim, cria um déficit de atenção que precisa ser combatido. “Es obvio, por tanto, que la atención se convierte en un recurso escaso y es esencial un mecanismo de intervención para gestionarla si no queremos vernos abrumados por la magnitud de la escala a que está empezando a funcionar la sociedad global regida por la electrónica.” (MITCHELL, p.95-96).

Dessa afirmação, é possível concluir que os deputados, caso recebam muitos *e-mails* em suas caixas-postais eletrônicas, poderão ter dificuldades em responder a todos, a não ser que tenham um serviço de gestão da informação eficiente(9).

CAIRNCROSS (1997) também alerta que a ampliação do potencial de comunicação proporcionada pelo *e-mail* traz um sério problema para os políticos: a quantidade de mensagens eletrônicas recebidas (na forma de *spams* ou não) pode ser muito alta e, assim, tornar-se difícil de ser gerenciada.(10) Para o autor, a quantidade de e-mails recebidos pelos políticos também pode levá-los a desvalorizarem essa forma de comunicação. Segundo CAIRNCROSS (1997: p. 262), alguns políticos norte-americanos estimam que 80% dos *e-mails* recebidos vêm de cidadãos que não moram no estado ou no distrito que eles representam.

Apesar das limitações da Internet e do *e-mail* em particular, CAIRNCROSS mostra-se otimista quanto à exploração política da *web* e do correio eletrônico por parte dos cidadãos. Para ela, a revolução das comunicações vai promover um reequilíbrio do poder político entre os cidadãos e o poder público, quase que certamente para melhor. As pessoas poderão comunicar suas opiniões aos dirigentes políticos de uma forma muito mais direta, o que fará com que eles tornem-se mais sensíveis (e talvez mais responsivos) à opinião pública, sobretudo nas democracias estabelecidas. Além disso, os cidadãos poderão se tornar mais bem informados do ponto de vista político por causa das amplas possibilidades de divulgação de informações de interesse público por meio da Internet.

O *e-mail* e os *web sites* pessoais, em particular, reduzem os custos da propaganda política, pois possibilitam a distribuição de muitas cópias de uma mesma mensagem de modo praticamente gratuito e a uma velocidade muito maior do que pelos meios de comunicação tradicionais. “Pressionar políticos é [uma prática] universal nas democracias, mas o *e-mail* a torna muito mais rápida para eleitores enraivecidos [sic] enviarem, em um impulso, suas opiniões aos políticos. Uma carta ou fax, comparativamente, leva tempo e preparação: num click de um mouse, um lobista pode enviar uma mensagem para cada membro do Congresso.” (CAIRNCROSS, 1997: p.261).

1.4) A visão da imprensa sobre o impacto da Internet nas instituições democráticas.

Levantamentos não-acadêmicos, realizados pela imprensa, apontam na mesma direção: a existência de ferramentas eletrônicas de comunicação do cidadão com o poder público não significa necessariamente interatividade entre a sociedade e o Estado. Reportagem realizada pelo jornal *Gazeta do Povo* encaminhou, por e-mail, a 10 órgãos federais brasileiros (incluindo a Câmara dos Deputados e o Senado) pedidos de informações específicas (SANTOS, 2005). Apenas dois responderam satisfatoriamente. Seis órgãos não deram resposta (incluindo a Câmara e o Senado). Outros dois apresentaram respostas automáticas mas sem a informação pedida.

Outra avaliação da interatividade dos *sites* estatais brasileiros foi empreendida pelo jornal Folha de S. Paulo (MISKEVIS, 2003). Foi testado, por meio do envio de *e-mails* a 112 *sites* de várias instâncias do poder público(11), o grau de interatividade dessas *home-pages*. Não deram nenhuma resposta à mensagem encaminhada pelo jornal 73 *sites*.

Pela imprensa também obtiveram-se as únicas evidências diretas da influência dos *e-mails* enviados por cidadãos sobre uma decisão parlamentar — no caso, sobre a proposta de reajuste de 67% dos salários dos deputados e senadores brasileiros, iniciativa de autoria do então presidente da Câmara, Severino Cavalcanti, apresentada em fevereiro de 2005 (BRAGON e ZANINI, 2005). O projeto, com forte rejeição popular, motivou milhares de cidadãos a enviarem mensagens de repúdio aos *e-mails* dos parlamentares, o que fez com que as caixas de correspondência eletrônicas dos deputados ficassem lotadas. Alguns deputados relataram ter recebido até 800 *e-mails* por dia criticando a proposta de reajuste salarial (COLON, 2005). Como se sabe, o projeto acabou sendo arquivado diante da recusa do presidente do Senado, Renan Calheiros, em assinar um ato administrativo que elevaria os salários sem a necessidade de votação em plenário — já que a proposta já não contava com o apoio dos deputados e senadores em virtude da forte pressão popular.

Obviamente, a profusão de *e-mails* enviados aos parlamentares contribuiu para o fracasso da proposta de reajuste salarial. Mas não é possível, a partir das informações da imprensa, mensurar o grau exato de influência que as mensagens eletrônicas tiveram sobre a decisão final de arquivamento do projeto. Os *e-mails*, deve-se ressaltar, foram apenas uma parte da pressão exercida, que ainda se verificou por intermédio de diversas outras fontes: governadores e prefeitos, preocupados com as contas estaduais e municipais, editoriais de jornais, artigos na imprensa, mensagens de cidadãos às seções de cartas de leitores de jornais, etc. Assim, deve-se considerar que a proposta de reajuste salarial foi algo que mexeu com a opinião pública de uma forma muito forte e incisiva em um único sentido: o de repudiar o projeto. Disso, ainda pode-se extrair outra suposição: o *e-mail* tenderá a ter um peso importante em uma decisão legislativa se houver uma posição expressivamente majoritária da opinião pública (como um todo) a respeito de determinada matéria e se as mensagens eletrônicas enviadas aos parlamentares forem em número tão elevado ao ponto de incomodarem os deputados.

Mais recentemente, apareceram em jornais paranaenses artigos abordando o uso da Internet por vários atores políticos no estado do Paraná (NEVES, 2006; BRAGA, 2006, BRAGA & FRANÇA, 2006a; 2006b). Todas estas evidências ilustram que o uso da Internet pelos políticos tende a se constituir num ponto de atenção cada vez maior por parte da opinião pública e de analistas especializados.

1.5) O uso da Internet nas eleições e campanhas eleitorais.

Por fim, devemos mencionar a existência de uma bibliografia crescente, especialmente nos EUA, sobre o uso da Internet nas campanhas eleitorais(12). No Brasil, de nosso conhecimento ainda são poucos os estudos dedicados especificamente a analisar a influência da Internet na organização dos pleitos eleitorais, destacando-se a esse respeito os estudos de DICTSON & RAY (2001) (13) o recente trabalho de SORJ (2006), sobre os impactos da Internet no referendo sobre o desarmamento, ocorrido em 23 de outubro de 2005. Em relação a esse último texto, seu argumento central é o de que “a expectativa otimista referente ao potencial democratizante das TICs, até agora predominante na bibliografia sobre este assunto, expressa uma projeção especulativa que deve ser confrontada com experiências concretas” (p. 1). No caso específico do referendo sobre o desarmamento, a investigação do autor chega à conclusão de que a Internet foi utilizada de maneira deficiente e desigual pelas diferentes forças em pugna (“Sim” e “Não”), tornando-se um espaço “colonizado por indivíduos e grupos muitas vezes vinculados ao poder econômico e/ou ao marketing político, que se apropriaram da linguagem da Internet e, sob o manto do anonimato, utilizaram este instrumento sem estabelecer compromissos com os valores cívicos da convivência democrática” (Op. cit., p. 2), contribuindo assim para o esvaziamento da qualidade do debate público travado sobre a temática.

Entretanto, como pretendemos abordar o tema do impacto da Internet sobre as eleições em outro artigo, não dialogaremos com essa literatura aqui, dado que o foco de nosso texto são trabalhos que examinam o papel das TICs no funcionamento dos órgãos parlamentares, especialmente no desempenho das funções de comunicação e informação entre elites dirigentes e o cidadão comum.

2) Aspectos jurídico-políticos do uso da Internet em campanhas eleitorais.

Antes de examinarmos esses problemas, no entanto, convém abordar brevemente alguns aspectos jurídicos da questão, especificamente relacionados ao enquadramento normativo do uso da Internet em campanhas eleitorais. Visa-se, assim, informar o leitor, de maneira sintética, sobre o emprego que pode ser feito da Internet, especialmente pelos candidatos a cargos eletivos.

Artigos sobre o assunto publicados por especialistas chamam a atenção para a inexistência de legislação específica sobre a temática (ALMEIDA, 2002) e/ou para a permanência de lacunas e incertezas que tenderão a ser dirimidas em casos concretos através das decisões dos Tribunais Eleitorais (FERREIRA, 2006)(14). As normas referentes à questão estão dispersas pelo conjunto de leis e resoluções que regulamentam o processo eleitoral de uma maneira geral, assim como pela jurisprudência firmada pelas decisões dos Tribunais Eleitorais. Remetemos o leitor para os artigos citados, onde são explicadas diversas regulamentações do TSE referentes ao uso de “home pages”, salas de bate-papo (“chats”), e-mail, dentre outros recursos de uso corrente na Internet.

Dentre as informações relevantes contidas nos textos, podemos destacar a permissão legal de manutenção de *home page* na Internet pelos políticos e potenciais candidatos, desde que não haja pedido explícito de voto ou propaganda eleitoral ostensiva, assim como a jurisprudência firmada no sentido de não caracterizar como propaganda irregular aquelas formas de comunicação que dependam de ato de vontade do internauta, tais como a participação de salas de bate-papo, “orkut” e congêneres. Entretanto, em nenhuma das mídias abrangidas pela Internet é permitida a apresentação do candidato com o objetivo ostensivo ou dissimulado de pedir votos, antes do prazo legal estipulado em lei.

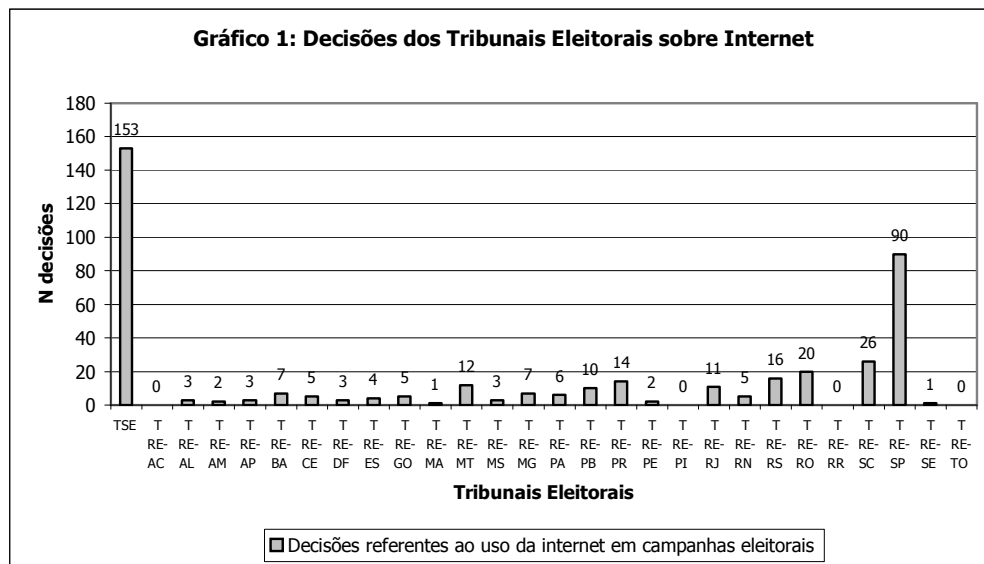
No tocante aos estatutos normativos mais recentes, destaca-se a *Resolução nº 22.158, de 06 de março de 2006*, que dispõe sobre propaganda eleitoral e as condutas vedadas aos agentes públicos em campanha eleitoral nas eleições. Enquanto o texto original da Lei Eleitoral 9.504, de 30 de setembro de 1997, continha apenas duas referências expressas à Internet (artigo 26, XV; Art. 45, § 3º) o texto da citada Resolução contém ao todo 11 menções ao vocábulo *Internet*, sendo as seguintes as principais recomendações contidas no documento referentes ao uso desta mídia:

- É vedado aos postulantes a cargos eletivos o uso da Internet para a realização de propaganda intrapartidária com vistas à indicação de seu nome nas convenções dos partidos, num prazo maior do que 15 dias antes do processo de escolha dos candidatos (§ 1, Art. 1º);
- Não caracterizará propaganda extemporânea a manutenção de página na Internet, desde que nela não haja pedido de votos, menção ao número do candidato ou ao seu partido, ou qualquer outra referência expressa à eleição (§3º, Art. 1º);
- Será vedada, desde 48 horas antes até 24 horas depois da eleição, a veiculação de qualquer propaganda política na Internet, assim como outras mídias e veículos de comunicação (Art. 2º, Cap. 1);
- Não será permitido nenhum tipo de propaganda eleitoral em páginas de provedores de Internet, em nenhum período (Art. 5º, Cap. II, *Das propagandas em geral*);
- Aplicam-se às páginas mantidas pelas empresas de comunicação social e às demais redes destinadas à prestação de serviços de telecomunicações (inclusive provedores de Internet), as restrições constantes no Art. 17 referentes à tentativas de trucagem, manipulação eleitoral e propaganda subliminar (§4º, art. 17);
- Será vedado a partir de 1º de agosto a empresas de comunicação social transmitir na Internet programa apresentado ou comentado por candidato escolhido em convenção (§2º, Art. 18);
- Aplicam-se aos debates transmitidos pela Internet as regras referentes à transmissão de debates entre os candidatos (Art. 20);
- Os candidatos poderão manter páginas na Internet com a terminação *can.br* como mecanismo de propaganda eleitoral, devendo o candidato providenciar o cadastro do respectivo domínio no órgão gestor da Internet no Brasil, segundo especificações estipuladas pelo mesmo (Art. 73);
- Não será admitido nenhum tipo de propaganda eleitoral em páginas provedoras de acesso à Internet, em nenhum período (Art. 74)(15).

Em suma: a Internet vem obtendo um espaço cada vez maior na legislação eleitoral, embora não tenha sido ainda objeto de normatização específica, estando sujeita de uma maneira geral às mesmas

regras que regulam as demais mídias, fato que pode abrir espaço para algumas controvérsias jurídicas no próximo pleito.

Uma evidência dessa crescente importância da Internet nas decisões dos Tribunais, é o elevado número de julgados (Acórdãos, Resoluções e Decisões sem Resolução) tomadas sobre o assunto pelos Tribunais Eleitorais, que já atingem o significativo número de 408 deliberações, que formam a Jurisprudência sobre o assunto, conforme pode ser visualizado pelo gráfico abaixo:



Fonte: Pesquisa com o termo de busca “Internet” na seção de Jurisprudência do TSE, realizada em 24 de abril de 2006: <http://www.tse.gov.br/servicos/jurisprudencia/>

Os pontos mais específicos no tocante ao uso da Internet referem-se à manutenção de *web sites* pessoais, e ao uso de e-mails e outros instrumentos da *web* (tais como Orkut, listas de discussão e *blogs*), para a veiculação de propaganda. As decisões dos tribunais a respeito do uso dessas mídias vão no sentido de entender que os candidatos e parlamentares de posse de mandato legislativo poderão manter site na Internet, assim como enviar e-mails para as respectivas “listas” e outras mensagens, desde que isso não se configure especificamente como propaganda eleitoral e como pedido de voto, antes do início das campanhas eleitorais em 06 de julho de 2006(16).

Após o início da campanha eleitoral, de acordo com o artigo 73 do texto da Resolução 22.158, os candidatos poderão fazer uso da Internet para propaganda política, tendo direito a regulamentar página específica perante a Justiça Eleitoral. O candidato interessado deverá providenciar o cadastro do respectivo endereço eletrônico no órgão gestor da Internet Brasil, responsável pela distribuição e pelo registro de domínios (www.registro.br), observando a seguinte especificação: <http://www.nomedocandidatonumerodocandidato.can.br>, em que “nomedocandidato” deverá corresponder ao nome indicado para constar da urna eletrônica e “numerodocandidato” deverá corresponder ao número com o qual concorre. O registro do domínio é isento de taxa, ficando a cargo do candidato as despesas com criação, hospedagem e manutenção da página. Observe-se que os domínios com a terminação “*can.br*” serão automaticamente cancelados após a votação em primeiro turno, salvo os pertinentes a candidatos que estejam concorrendo em segundo turno, que serão cancelados após essa votação.

A utilização do domínio “*can.br*” destina-se apenas para o pedido de votos durante o período da campanha eleitoral, embora não haja obrigatoriedade do uso de tal domínio para a realização da campanha. O ponto de maior dúvida é: os candidatos poderão utilizar-se de *web sites* pessoais não terminados em *can.br* e outros recursos fora destes domínios para pedir votos? Segundo a jurisprudência do TSE e os documentos melhor fundamentados sobre o assunto, a resposta à pergunta é positiva, tendo os candidatos a opção de fazer campanha em seus *web sites* pessoais, desde que o façam durante o período eleitoral e que tal uso não desvirtue os princípios da igualdade entre os candidatos na corrida eleitoral que devem orientar os organização das campanhas, especialmente no tocante aos prazos para divulgação de pesquisas eleitorais(17). Entretanto, como afirma uma especialista no assunto:

“Permanecem dúvidas sobre a possibilidade de contratação de links patrocinados em sites de busca, da participação de candidatos em salas de conversação, bem como o envio de propaganda eleitoral através de mensagem eletrônica não solicitada. Nesse último tópico cabe ainda analisar a licitude do uso de listas de endereços eletrônicos livremente comercializadas na rede e o emprego de endereços eletrônicos falsos ou inválidos de emissores, que inviabiliza o credenciamento por parte do receptor da mensagem” (ALMEIDA, 2006).

Isto posto, podemos voltar ao tema principal deste artigo que é o do impacto da Internet sobre as instituições representativas e o uso que os órgãos legislativos e os parlamentares paranaenses têm feito da Internet para interagir com a população e com o potencial eleitor.

3) O uso da Internet pelos políticos paranaenses: evidências empíricas.

Tendo em vista as considerações anteriores, podemos empreender um breve exame do uso que os órgãos parlamentares e os políticos paranaenses têm feito da Internet. A base empírica deste texto é a pesquisa que empreendemos em 29 sites dos órgãos legislativos (Senado Federal, Câmara dos Deputados e as 27 Assembleias e Câmaras Legislativas) no primeiro semestre de 2005. Além disso, ela abrange a *enquete* sobre o uso que fazem da Internet 158 parlamentares pesquisados.

3.1) Os sites legislativos.

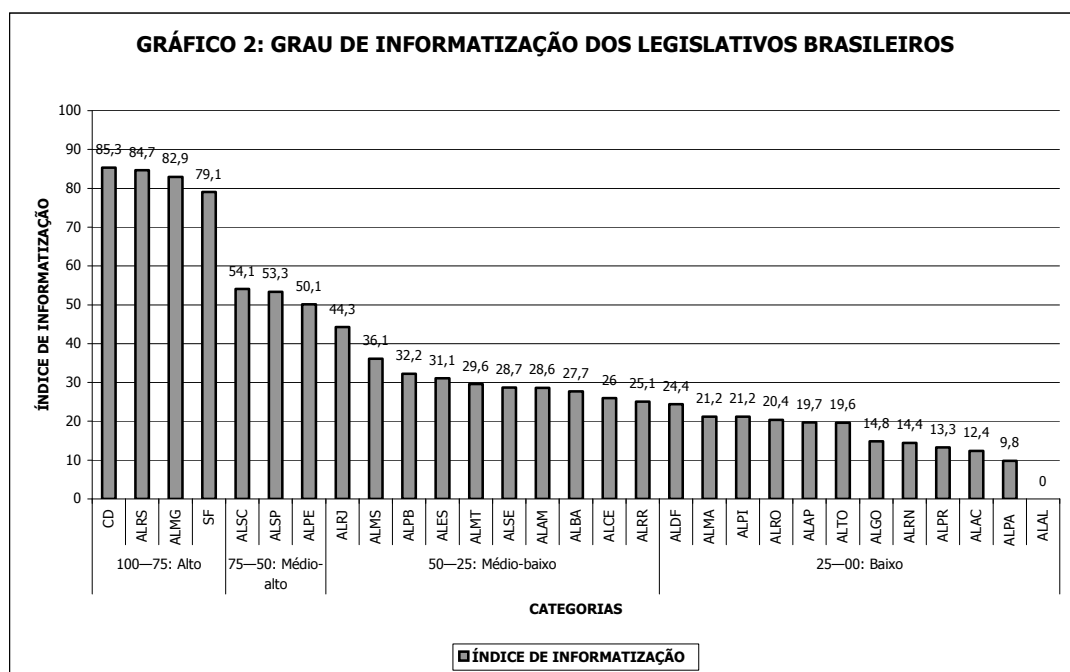
No tocante ao uso que os órgãos legislativos fazem da Internet, em pesquisa que empreendemos no início de 2005, procuramos analisar os sites de 29 órgãos parlamentares brasileiros, nas suas seguintes dimensões relevantes: (i) Navegabilidade (Nav); (ii) Centros Decisórios (CD); (iii) Dados sobre os Parlamentares (Par); (iv) Processo Decisório (PD); (v) Relação com o Público (RP); (vi) Administração (Adm); (vii) Comunicação horizontal com órgãos da administração pública (Outros). Aplicando a metodologia que criamos para mensurar o “grau de informatização” dos sítios, chegamos aos seguintes resultados, que podem ser sumarizados na seguinte tabela:

TABELA 1: GRAU DE INFORMATIZAÇÃO DOS LEGISLATIVOS BRASILEIROS (POR REGIÃO E POR DIMENSÃO)								
	Nav	CD	Par	PD	RP	Adm	Outros	Média (Região)
Governo Federal	90,0	93,3	76,7	97,5	74,0	66,3	77,5	82,2
Sudeste	42,5	66,2	56,7	56,9	40,2	43,5	64,5	52,9
Sul	43,3	62,2	60,0	49,9	38,7	44,2	57,3	50,8
Centro-Oeste	40,0	27,2	42,9	22,5	14,5	8,8	27,5	26,2
Nordeste	29,4	26,6	34,1	22,0	11,8	8,3	40,0	24,6
Norte	27,9	20,2	33,8	21,6	7,0	7,1	18,0	19,4
Média (Item)	45,5	49,3	50,7	45,1	31,0	29,7	47,5	42,7

(Fonte: Braga, 2005)

A primeira conclusão substantiva a que chegamos em nossa investigação, é a constatação de uma acentuada desigualdade regional entre os diferentes órgãos legislativos. Enquanto no governo federal (portais da Câmara dos Deputados e do Senado Federal), obtemos uma média de 82,2 pontos, no Norte do país a média obtida pelas sete dimensões analisadas foi de 19,4. Ou seja: analisando os dados em termos agregados, verificamos que há uma acentuada correlação entre a informatização dos órgãos legislativos e o grau de desenvolvimento socioeconômico das diferentes regiões e unidades administrativas brasileiras.

Por outro lado, aplicando a metodologia e analisando os dados obtidos de maneira mais desagregada às várias unidades administrativas, chegamos ainda à seguinte classificação dos sítios legislativos:(18)



(Fonte: Braga, 2005)

Em termos comparativos, se contrastados com os índices de outros países, os sites de algumas unidades da federação brasileiras alcançaram elevados níveis de informatização(19). Por outro lado, a principal conclusão do estudo é a de que, de uma maneira geral, os sites legislativos têm sido utilizados basicamente para divulgar informações sobre a atuação dos parlamentares individualmente considerados, restando ainda muito a ser feito no tocante à divulgação de informações sobre aspectos processuais de sua atividade, bem como à dinamização e aperfeiçoamento da interação com o cidadão.

Fazendo uma avaliação global do grau de informatização dos legislativos brasileiros, podemos constatar a existência de quatro grupos bem diferenciados: (i) legislativos com *alto grau de informatização*, geralmente as unidades administrativas com maior tradição política e sistemas políticos mais institucionalizados (CD; RS; SF; MG); (ii) unidades com grau médio-alto de informatização (SC; SP; PE); (iii) unidades com grau médio-baixo de informatização; (iv) unidades com baixo grau de informatização. Assim, com exceção de quatro sites que podem ser classificados como possuindo “alto grau de informatização”, a maioria deles apresenta deficiências de construção e podem ser substancialmente melhorados.

3.2) Os parlamentares paranaenses e a Internet.

Outro aspecto de nossa pesquisa foi o exame do uso que políticos do estado do Paraná fazem da Internet para divulgar suas atividades e interagir com o cidadão comum. Elaboramos e enviamos questionários para os endereços eletrônicos de todos os parlamentares das principais localidades do estado do Paraná. Para facilitar a análise agregada dos dados, agrupamos os parlamentares nas seguintes categorias: (i) parlamentares de nível federal (3 senadores e 30 deputados federais atualmente no exercício do mandato); (ii) parlamentares de nível estadual (54 deputados estaduais); (iii) vereadores

da capital (38 vereadores de Curitiba); (iv) vereadores do interior (18 vereadores de Londrina e 15 de Maringá) . Aplicamos os questionários e fizemos o derradeiro teste nos sites dos 158 parlamentares no exercício do mandato entre os dias 10 e 20 de abril de 2006, de acordo com a seguinte distribuição:

Tabela 2) Parlamentares pesquisados, por partido e categoria												
	Senador		Deputado Federal		Deputado Estadual		Vereador Capital		Vereador Interior		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
PMDB	0	0,0	8	5,1	14	8,9	3	1,9	5	3,2	30	19,0
PSDB	1	0,6	3	1,9	9	5,7	8	5,1	3	1,9	24	15,2
PT	1	0,6	6	3,8	9	5,7	3	1,9	5	3,2	24	15,2
PP	0	0,0	4	2,5	2	1,3	3	1,9	5	3,2	14	8,9
PPPPs(20)	0	0,0	0	0,0	3	1,9	7	4,4	3	1,9	13	8,2
PPS	0	0,0	2	1,3	5	3,2	3	1,9	2	1,3	12	7,6
PDT	1	0,6	0	0,0	5	3,2	4	2,5	1	0,6	11	7,0
PL	0	0,0	3	1,9	1	0,6	3	1,9	4	2,5	11	7,0
PFL	0	0,0	2	1,3	4	2,5	3	1,9	1	0,6	10	6,3
PTB	0	0,0	2	1,3	2	1,3	1	0,6	3	1,9	8	5,1
Sem partido	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,6	1	0,6
Total	3	1,9	30	19,0	54	34,2	38	24,1	33	20,9	158	100,0

A partir da análise dos *web sites* destes 158 parlamentares e do envio, pelos e-mails disponíveis nos sites institucionais, de questionários a cada um deles, chegamos aos resultados expostos a seguir.

Com relação ao percentual de parlamentares que se utilizam do recurso de *web sites* pessoais para divulgar suas atividades, temos a seguinte distribuição:

Tabela 3) Parlamentares paranaenses com web sites em 24/04/2006		
	N	%
Não têm web site	93	58,9
Têm web site	59	37,3
Em construção/fora do ar	6	3,8
Total	158	100,0

Temos, assim, um total de 58,9% dos parlamentares paranaenses sem *web sites* pessoais para divulgar suas atividades(21). Embora a maioria dos parlamentares não tenha sites pessoais na Internet, tendo em vista as pesquisas disponíveis em nível internacional e nacional, o percentual encontra-se ligeiramente acima da média, confirmando a observação efetuada por alguns analistas e admitida pelos próprios parlamentares na respostas aos questionários que os sites pessoais tendem a se constituir, cada vez mais, num importante recurso tecnológico de divulgação de suas atividades por meio do parlamentares e de acompanhamento, pelos eleitores, do comportamento de seus representantes. MARTINS (2005: p. 80), em sua análise da tramitação do Projeto de Lei de Biossegurança, chegou ao resultado de que apenas 27% dos deputados de sua amostra mantinham sites pessoais, enquanto NORRIS (2001), analisando o parlamento inglês e de outros países europeus, obteve o percentual médio de aproximadamente 12% de parlamentares com *web site* pessoal.

Devemos observar, entretanto, que o grau de interesse dos parlamentares em divulgar suas informações pela Internet não se distribui igualmente pelos partidos e pelas categorias de parlamentares, conforme podemos verificar pelas tabelas abaixo.

Em relação à distribuição por categorias de parlamentares, ela é a seguinte:

Tabela 4: Parlamentares com sites pessoais, por cargo eletivo												
	Deputado Estadual		Deputado Federal		Senador		Vereador Capital		Vereador Interior		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Fora do ar/em construção	1	1,9	1	3,3	0	0,0	3	7,9	1	3,0	6	3,8
Não tem site	30	55,6	16	53,3	0	0,0	20	52,6	27	81,8	93	58,9
Tem site	23	42,6	13	43,3	3	100,0	15	39,5	5	15,2	59	37,3
Total	54	100,0	30	100,0	3	100,0	38	100,0	33	100,0	158	100,0

Todos os três senadores paranaenses possuem sites pessoais, enquanto os índices mais baixos estão entre os vereadores do interior, conforme esperado. Deve-se destacar, entretanto, que o percentual de parlamentares que possuem sites pessoais nos demais níveis de governo é relativamente elevado, oscilando entre um mínimo de 39,5% (para os vereadores de Curitiba), a um máximo de 43,3% para os deputados federais. Podemos observar também que não existe correlação estrita entre o “grau de informatização” dos órgãos legislativos nos quais os representantes exercem seu mandato e o percentual de parlamentares que optam por construir sites pessoais. Essa hipótese pode ser comprovada pelo fato de que, entre os 30 deputados federais paranaenses, somente 43,3% possuem sites pessoais, embora o portal da Câmara dos Deputados apresente o mais elevado índice de informatização de todo o país.

No tocante aos diferentes partidos políticos, os percentuais são os seguintes:

Tabela 5) Parlamentares com web sites pessoais, por partido																									
	PDT		Pequenos Partidos		PFL		PL		PMD B		PP		PPS		PSDB		PT		PTB		Sem partido		Total		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Tem sites	6	54,5	6	46,2	3	30,0	3	27,3	9	30,0	2	14,3	4	33,3	6	25,0	19	79,2	1	12,5	0	00	59	37,3	
Não tem site	4	36,4	5	38,5	7	70,0	8	72,7	20	66,7	11	78,6	8	66,7	18	75,0	4	16,7	7	87,5	1	100	93	58,9	
Em construção/fora do ar	1	9,1	2	15,4	0	0,0	0	0,0	1	3,3	1	7,1	0	0,0	0	0,0	1	4,2	0	0,0	0	0,0	6	3,8	
Total	11	100	13	100	10	100	11	100	30	100	14	100	12	100	24	100	24	100	8	100	1	100	158	100	

Também aqui se verifica uma acentuada desigualdade na distribuição partidária dos parlamentares que se utilizam do recurso dos *web sites* pessoais para divulgar suas atividades, com os extremos sendo formados pelo PT (com 79,2% com sites) e pelo PTB (com 87,5% dos parlamentares sem *web sites* pessoais). Até que ponto essas variáveis se correlacionam com outros fatores referentes à organização e ao comportamento dos diferentes partidos políticos, tais como taxa de migração partidária, fidelidade na votação, políticas internas das agremiações e natureza dos vínculos que estabelece com os eleitores e com a militância, é algo que resta por ser investigado.

Podemos agora examinar evidências de outra dimensão importante da relação do parlamentares com a Internet, que é o do grau de interação que os parlamentares possuem com o cidadão comum, tal como mensurado pela taxa de resposta das mensagens enviadas para os endereços eletrônicos que constam nos portais das instituições dos quais cada grupo de parlamentares faz parte.

Lembrando que a pesquisa foi realizada entre os dias 17 e 24 de abril, e que somente foram aceitas respostas recebidas durante esse período. Enviamos uma mensagem individual a cada parlamentar em 17 de abril de 2006, segunda-feira, solicitando resposta para um pequeno questionário de pesquisa, acompanhado de um anexo com informações curriculares nossas.

Após uma semana de espera, foi a seguinte a taxa de resposta dos parlamentares a nossas mensagens.

Tabela 6) Proporção de resposta dos parlamentares aos e-mail		
	N	%
Sem resposta	115	72,8
Retornou/E-mail desativado	25	15,8
Respondeu	18	11,4
Total	158	100,0

Temos, assim, uma taxa de resposta de apenas 11,4% que, no entanto, é ligeiramente superior à taxa verificada durante os cinco meses da pesquisa realizada por Martins (2005)(22). Dessa forma podemos, assim, considerá-la como bastante significativa em termos comparativos, tendo em vista o pouco tempo dado aos parlamentares para responder às mensagens. Como nosso objetivo era testar a velocidade de resposta dos parlamentares, deliberadamente demos pouco tempo para que os mesmos respondessem aos e-mails. Outro dado significativo é o de que 15,8% das mensagens enviadas retornaram por motivos diversos, tais como e-mail incorretamente informado e lotação de caixa postal. Assim como em relação ao item anterior, também houve um percentual diverso na distribuição entre as diferentes categorias de parlamentares no quesito “interatividade”.

Tabela 7: Resposta a e-mail por cargo ocupado												
	Deputado Estadual		Deputado Federal		Senador		Vereador Capital		Vereador Interior		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Respondeu	2	3,7	4	13,3	2	66,7	9	23,7	1	3,0	18	11,4
Sem resposta	43	79,6	19	63,3	1	33,3	25	65,8	27	81,8	115	72,8
Voltou/E-mail inativo	9	16,7	7	23,3	0	0,0	4	10,5	5	15,2	25	15,8
Total	54	100,0	30	100,0	3	100,0	38	100,0	33	100,0	158	100,0

Verificamos que os índices mais baixos de resposta aos e-mails ocorreram entre os vereadores do interior (3,0%) e os deputados estaduais (3,7%). Dos três senadores, dois responderam ao questionário, enquanto que o dado mais significativo refere-se aos vereadores da capital: dos 38 vereadores, 9 responderam às mensagens enviadas, num total de 23,7%, um índice que podemos considerar elevado, tendo em vista os padrões brasileiros e, inclusive, internacionais.

Embora tivessem sido poucos os questionários respondidos (apenas 18 de um total de 158 enviados, num total de 11,4%, percentual não significativo do ponto de vista estatístico), as respostas dos parlamentares nos fornecem alguns dados interessantes(23).

Assim, 33,3% do parlamentares admitiram que os e-mails tinham “muita influência” em sua conduta parlamentar e decisão de voto. No entanto, outros fatores foram enumerados como mais influentes do que os e-mail, tais como convicções pessoais, posicionamento do líder do partido e consulta às bases eleitorais. Logo, o e-mail concorre em condição de desvantagem com outros fatores que influenciam com maior intensidade a conduta parlamentar, embora o percentual de influência do e-mail não possa ser desconsiderado.

Outro dado interessante, que também reforça as teses contidas na literatura sobre a “saturação” que o e-mail pode causar na comunicação entre eleitor e parlamentar, é o elevado número de e-mails *diários* recebido pelos parlamentares nas instâncias superiores de representação. A totalidade dos senadores (100%) e metade dos deputados federais recebe mais de 500 e-mails *diários* em seus endereços eletrônicos, o que dificulta o gerenciamento das informações, conforme já observado em outros estudos sobre o assunto (CASTELLS, 2003; MARTINS, 2005). Por outro lado, nos níveis locais a quantidade de e-mails diários é mais reduzida, o que talvez explique a elevada taxa de resposta dos vereadores de Curitiba obtida durante a pesquisa.

Destaque-se ainda o elevado número de parlamentares que admitiram ter sugerido uma proposição ou projeto de Lei a partir de sugestão encaminhada por e-mail (61,1%), evidenciando que os parlamentares mais preocupados com a interatividade com o eleitor dão importância ao e-mail também como instrumento de sugestão de proposições.

Por fim, devemos mencionar o alto percentual de parlamentares que, embora reconhecendo a importância crescente da Internet no relacionamento com o eleitor (66,7%), relutaram em admitir que este recurso vá se desenvolver o suficiente, num horizonte próximo, para substituir formas tradicionais de relacionamento com as bases eleitorais. Aliás, essa foi a proposição que teve maior proporção de concordância entre os parlamentares, dados que todos eles concordaram, em maior ou menor grau de intensidade, que a Internet, embora esteja adquirindo importância crescente, não é ainda suficiente para substituir o tradicional contato face a face com o eleitor e com as bases eleitorais.

4) Conclusões:

Podemos, assim, enunciar sinteticamente as principais conclusões deste estudo:

- Contrariando as avaliações iniciais excessivamente otimistas, quase eufóricas, sobre os impactos da Internet no funcionamento dos sistemas políticos democráticos contemporâneos, estudos mais recentes têm apontado vários problemas no uso desse recurso tecnológico (tais como a utilização ainda deficiente, pelos representantes eleitos, de sites pessoais para divulgar suas atividades; a “saturação” do processamento de mensagens enviadas por e-mail; a “monopolização” de listas de debates por indivíduos não comprometidos com os valores cívicos que possibilitem uma adequada convivência democrática), que colocam a necessidade de estudos empíricos mais sistemáticos para avaliar os reais impactos dessa mídia no sistema político.
- No entanto, há um certo consenso na literatura em se observar que consideráveis avanços foram feitos no funcionamento das democracias através do emprego dos recursos tecnológicos propiciados pela Internet. O uso de *web sites* pessoais bem organizados, por exemplo, pode ser um importante fator de comunicação dos políticos, candidatos e órgãos da administração pública com o cidadão comum e, por outro lado, um eficiente recurso de acompanhamento e fiscalização do poder público por parte da população. Pode também vir a se transformar num importante instrumento de campanha eleitoral, desde que adequadamente utilizado.
- Há uma crescente legislação e decisões judiciais regulamentando o uso da Internet em campanhas eleitorais, devido à tendência de aumento da importância desse recurso tecnológico nos pleitos eleitorais. No que se refere aos tópicos mais controversos, podemos afirmar, com base nas decisões dos Tribunais Eleitorais, que inexistente obrigatoriedade de registro do domínio “can.br” para a realização de campanha eleitoral pela Internet, tendo os candidatos aos vários cargos eletivos o direito de se utilizarem de seus *web sites* pessoais para fazer campanha, desde que tal uso obedeça às determinações da Justiça Eleitoral e não desvirtue os princípios da igualdade entre os candidatos na corrida eleitoral que devem orientar a organização das campanhas.
- Verificamos uma acentuada desigualdade regional e entre as várias unidades da federação no uso da Internet para divulgar suas atividades. Apenas 4 sites, dentre os 29 analisados, receberam a classificação “alto grau de informatização”, indicando que muitos avanços ainda podem ser feitos no tocante a esse aspecto específico.

- Uma porcentagem significativa de parlamentares paranaenses já se utilizam de *web sites* para divulgar suas atividades, porcentagem superior à verificada por estudos anteriores sobre o tema em outros órgãos legislativos, evidenciando que há uma crescente preocupação dos representantes eleitos nos vários níveis de governo em se utilizarem da Internet para divulgar suas atividades para o cidadão comum.
- Entretanto, a interatividade dos representantes eleitos com os cidadãos por intermédio da Internet pode ser considerada insatisfatória. Tal fato deve-se a duas causas: por um lado, a uma certa escassez de recursos humanos especializados no gerenciamento das mensagens enviadas por meio da Internet e, por outro, a uma certa “saturação” dos e-mails como recurso empregado para promover a interação entre eleitor e representante.

NOTAS

1 NAGOURNEY, A. Politics faces sweeping change via the Web. *The New York Times*, New York, 02 apr. 2006. p. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2006/04/02/>.

2 Lembrando que a Ágora era a praça onde os cidadãos da Grécia Clássica se reuniam para decidir sobre os temas de interesse da comunidade e considerada por muitos teóricos da democracia como o símbolo da democracia direta grega.

3 No excelente *web site* da autora na Harvard University (<http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/>) estão disponíveis várias de suas contribuições para o tema abordado neste artigo. O livro seminal da autora é o seguinte: NORRIS, P. (2001). *Digital divide; Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

4 Os dados de Norris, para o Índice de Informação, são os seguintes: América do Norte (74), Europa Ocidental (69), Escandinávia (53), América do Sul (45), Europa Central e do Leste (38), Ásia Oriental (35), África Subsaariana (36) e Oriente Médio (16). Para o Índice de Comunicação: América do Norte (83), Europa Ocidental (87), Escandinávia (70), América do Sul (69), Ásia Oriental (51), Europa Central e do Leste (47), Oriente Médio (34) e África Subsaariana (33). O valor máximo dos dois índices seria 100 (na hipótese de algum *web site* ofertar o máximo de informação e de interatividade possível).

5 A conclusão foi extraída a partir da percepção de dirigentes dos núcleos de informática das Câmaras. Não foram ouvidos parlamentares e membros da prefeitura.

6 Deve-se sublinhar, no entanto, que desde a publicação da edição original do livro de Castells muitos avanços e aperfeiçoamento já foram feitos no sentido de estreitar a comunicação e a interação de vários órgãos da administração pública com o cidadão, tanto em nível internacional como no Brasil. Para um excelente balanço das experiências recentes no Brasil a esse respeito, cf. o trabalho de CHANIN, A. et. al. (2004).

7 CASTELLS não dá detalhes da fonte bibliográfica do levantamento do *Institute of Economic Affairs*. O estudo sobre o uso da Internet nos parlamentos dos países da OECD foi citado por CASTELLS a partir da seguinte fonte: COLEMAN, Stephen; TAYLOR, John; VAN DEN DONK, Wim (orgs.). *Parliament in the Age of the Internet*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

8 A esse respeito, é curioso um exemplo de Michael DERTOZOS, citado por MITCHELL (p.94-95): na era pré-automóvel, cada morador dos pequenos povoados podia conhecer no máximo 200 pessoas e, ao longo de sua existência, dedicava 200 horas, em média, para cada um de seus conhecidos. Na era do automóvel, a pessoa passou a conhecer cerca de 200 mil pessoas ao longo de sua vida e, sua dedicação média a cada uma delas baixou para apenas duas horas. Na era da Internet, a pessoa pode contactar ao longo de sua vida com 200 milhões de pessoas. Nesse caso, o tempo dedicado a cada um é de apenas 10 segundos em média, ao longo da vida. MITCHELL reconhece que as cifras podem ser questionadas, mas assegura que a magnitude da comparação é adequada. Fonte da citação de MITCHELL: DERTOZOS, Michael. Apresentação na Conferência How New Media Are Transforming Society, do Clube de Roma. Smithsonian Institution, Washington D.C., 1998.

9 Para evidências sobre o caso do Paraná, conferir o item 3 deste artigo.

10 Caso interessante é citado por CAIRNCROSS (p. 261): o primeiro-ministro sueco Carl Bildt, em 1994, enviou um e-mail ao presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton. Depois de dois dias sem resposta, Bildt teve que falar com Clinton pelo telefone. A não-resposta era justificável: à época Clinton era possivelmente um dos homens que mais recebia e-mails no mundo — algo entre mil e duas mil mensagens por dia, quantidade que tornava a leitura de tudo muito difícil de ser feita pessoalmente. Fonte da citação de CAIRNCROSS: Sverker Lindbo, e-mail enviado ao autor, abril de 1997.

11 A Folha de S. Paulo discrimina nominalmente a maioria dos 112 *sites* avaliados, mas não todos. Não está claro, por exemplo, se o *site* da Câmara dos Deputados foi avaliado. Dentre as *home-pages* testadas estão as dos governos estaduais, das Assembléias Legislativas, dos Tribunais de Justiça e das prefeituras das capitais, além de alguns *sites* do governo federal.

12 Dentre estes, destacam-se os trabalhos de BIMBER & DAVID (2003); CORNFIELD (2004); DAVIS (1999); IRELAND & NASH (2001); TRIPPI (2004), dentre outros.

13 DICTSON, D.; RAY, D. A moderna revolução democrática; uma pesquisa objetiva sobre eleições via Internet. In: EISENBERG, J.; CEPIK, M. (Orgs.). *Internet e Política; teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte: UFMG, 2001. p. 191-232.

14. ALMEIDA, A. A. L. C. (2002). A propaganda eleitoral na Internet. *L & C: Revista de Direito e Administração Pública*, Brasília, v. 5, n. 52, p. 22-24, out. Esse artigo foi reproduzido na versão eletrônica da revista *Paraná Eleitoral*, disponível no site: <http://www.paranaeleitoral.gov.br/>, onde também se encontra o curto mas informativo texto de FERREIRA (2006).

15 bom resumo das normas da Resolução 22.158 referentes à Internet encontra-se em ALMEIDA (2006).

16 segundo o artigo nº 36 da Lei nº 9.504/97.

17 Cf. por exemplo, TRE/PR, Ac. nº 30.308, CONSULTA nº 182/05. Rel. Desembargador Clotário Portugal Neto, 17.01.2006. Cf. especialmente a passagem: "Vê-se, nesse caso, não existir a obrigatoriedade do candidato utilizar-se do domínio *can.br* para realizar sua campanha eleitoral, sendo facultada a utilização de outras terminações, respeitadas as formalidades constantes da Resolução 02/2005 do Comitê Gestor da Internet no Brasil" (p. 3).

18 Deve-se sublinhar que a classificação contida no gráfico refere-se à situação no primeiro semestre de 2005. De lá para cá, algumas mudanças já foram feitas, tais como a inauguração dos novos portais da Câmara e do Senado, e de algumas Assembléias Legislativas estaduais, inclusive da ALPR que teve seu novo site inaugurado em maio de 2005.

19 Em pesquisa que estamos realizando atualmente sobre os sites da América do Sul, verificamos que os sites dos legislativos brasileiros alcançam índices elevados em termos comparativos. Os sites da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, por exemplo, estão entre os mais informatizados do mundo, com inúmeros dados sobre o processo legislativo e decisório acessíveis ao cidadão comum.

20 PPPPs = Pequenos Partidos. Para facilitar o tratamento estatístico dos dados, foram incluídos nessa rubrica todas aquelas agremiações que não preenchessem uma hipotética "cláusula de carreira" de 5% do total das cadeiras parlamentares.

21 Não confundir *web sites* pessoais com as informações biográficas fornecidas pelos órgãos legislativos em suas home pages. Por "*web sites* pessoais" entendemos os domínios próprios dos parlamentares na Internet, e não os sites com informações biográficas mantidas pelas diversas instituições parlamentares. Segundo nos informa o site <http://www.pagina13pr.org.br/>, o custo mensal de manutenção de um site gerenciável com sistema de notícias, informações, publicação de projetos e vários outros itens, é de apenas R\$ 35,90 mensais, a nosso ver teoricamente acessível aos parlamentares e eventuais candidatos nos vários níveis de governo.

22 Durante os cinco meses de sua pesquisa sobre a influência do e-mail nas decisões sobre o PL da Biossegurança, apenas 7 deputados federais de um total de 62 da amostra escolhida por Martins responderam ao questionário, num total de 10,4% (Martins, 2005: 4). No caso de nossa pesquisa, outros três parlamentares responderam ao questionário após o encerramento do prazo estipulado no e-mail, e por isso não foram computados na tabulação.

23 No Anexo 1 reproduzimos o questionário, bem como os percentuais de resposta dos parlamentares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALMEIDA, A. A. L. C. (2002). A propaganda eleitoral na Internet. *L & C: Revista de Direito e Administração Pública*, Brasília, v. 5, n. 52, p. 22-24, out.

ARAÚJO, W. F. G.; GOMES, M. P. S. *Governança eletrônica na América Latina: podemos esperar uma democracia eletrônica?* Rio de Janeiro: IUPERJ/UFMG, 2005. "Paper" apresentado ao "Fórum IUPERJ/UFMG: Democracia e Desenvolvimento na América Latina", Rio de Janeiro, 12 nov. 2004. Disponível em: http://neic.iuperj.br/governanaEletronicaNaAMericaLatina_Final.doc Último acesso em: 16. set. 2005.

BIMBER, B. A.; DAVID, R. (2003). *Campaigning on-line: the Internet in U. S. elections*. Oxford: Oxford University Press.

BRAGA, S. S. (2006). Internet, democracia e eleições. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 10 mar. Opinião, p. 10.

BRAGA, S. S. *O impacto da Internet no funcionamento dos parlamentos brasileiros: um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos no Brasil*. Belo Horizonte: Sociedade Brasileira de Sociologia, 2005. 25 p. "Paper" publicado nos Anais do XII Congresso da Sociedade Brasileira de Sociologia. Disponível em: <http://www.sbsociologia.com.br/> Último acesso: 2 jul. 2005.

BRAGA, S. S.; FRANÇA, A. S. T. (2006a). A política paranaense na Internet. *O Estado do Paraná*, Curitiba, 9 abr. Política, p. 7.

BRAGA, S. S.; FRANÇA, A. S. T. (2006b). Internet, democracia e política. *Gazeta do Povo*, Curitiba, p. 14, Opinião, 30 mar. .

BRAGON, R.; ZANINI, F. (2005). Sem apoio, projeto pode naufragar antes mesmo de chegar à votação. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 mar. Brasil, p. A4.

CAIRNCROSS, F. (1997). *The death of distance: how the communications revolution will change our lives*. Boston: Harvard Business Scholl Press.

CÂNDIDO, C. *A Construção da Ágora Virtual*. Porto Alegre: Disponível em: <http://caosmose.net/candido/unisinus/af/agoravirtual.htm>, 1997. Monografia vencedora do Prêmio Florestan Fernandes Dez Dias na Grécia - "A construção da democracia", categoria pós-graduação, promovido pela Universidade de Brasília e União Nacional dos Estudantes.

CASTELLS, M. (2003). *A galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar.

CHAHIN, A.; CUNHA, M. A.; KNIGHT, P. T.; PINTO, S. L. (2004). *E-Gov.br; a próxima revolução brasileira. Eficiência, qualidade e democracia: o governo eletrônico no Brasil e no mundo*. São Paulo: Prentice Hall.

COLEMAN, S.; TAYLOR, J.; VAN DER DONK, W. (Orgs.). (1999). *Parliament in the Age of the Internet*. Oxford: Oxford University Press.

COLON, L. *Internautas pressionam e ajudam no fracasso do aumento a deputados*. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br> Acesso em: 12 set. 2005.

CORNFIELD, M. (2004). *Politics moves online: campaigning and the Internet*. EUA: Century Foundation Press.

CUNHA, M. A. V. C.; CORRÊA, S. M.; DUCLÓS, L. C. *Interação entre Executivo e Legislativo apoiada por TI*. São Paulo: CATI 2005, 2005. 1-14 p. "Paper" apresentado ao Congresso Anual de Tecnologia de Informação.

DAVIS, R. (1999). *The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System*. Oxford: Oxford University Press.

DICTSON, D.; RAY, D. (2001). A moderna revolução democrática; uma pesquisa objetiva sobre eleições via Internet. In: EISENBERG, J.; CEPIK, M. (Orgs.). *Internet e Política: teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte: UFMG. p. 191-232.

EISENBERG, J. Internet, Democracia e República. (2003). *Dados - Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 46, n. 3, p. 491-511. Disponível em: www.scielo.br. Acesso em: 10 jan. 2004.

EISENBERG, J.; CEPIK, M. (Orgs.). (2002). *Internet e Política: teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte: UFMG.

FACHEUX, R. (2003). *Winning Elections: Political Campaign Management, Strategy & Tactics*. New York: M. Evans and Company, Inc..

FERREIRA, A. A. de. Eleição de 2006 na Internet. *Revista Eletrônica Paraná Eleitoral*, Curitiba, abr. 2006. <http://www.paranaeleitoral.gov.br/>. Acesso em: 24 abr 2006.

FISHKIN, J. S. (2002). Possibilidades democráticas virtuais: perspectivas da democracia via Internet. In: EISENBERG, J.; CEPIK, M. (Orgs.). *Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte: UFMG. p. 17-45.

IRELAND, E.; NASH, P. T. (2001). *Winning campaigns on-line: strategies for candidates and causes*. 2 ed. EUA: Science Writers Pr.

MARTINS, F. R. S. (2005). *A influência do e-mail sobre as decisões dos parlamentares brasileiros: um estudo de caso sobre o projeto de lei da Biossegurança*. Curitiba, 2005. 87 f. Monografia (Especialização em Sociologia Política) - Departamento de Ciências Sociais, UFPR.

MIGUEL, L. F. (2000). Um ponto cego nas teorias da democracia: os meios de comunicação. *BIB/Boletim Bibliográfico e Informativo de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, n. 49, p. 51-77, 1 sem. .

MISKEVIS, D. (2003). Poder on-line. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 17 set. Folha Informática, p. F1, F6, F7.

MITCHELL, W. J. (1999). *E-topia: Urban Life, Jim — But Not As We Know It*. Massachussets: MIT Press.

NAGOURNEY, A. (2006). Politics faces sweeping change via the Web. *The New York Times*, New York, 02 apr. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2006/04/02/>.

NEVES, D. (2006). Partidos usam pouco a Internet; rede mundial é nova ferramenta de campanha. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 7 mar. Paraná Política, p. 8.

NORRIS, P. *Democratic Divide? The impact of the Internet on Parliaments Worldwide*. Harvard University: John Kennedy School of Government, 2000. Paper apresentado no Congresso da APSA e disponível no site da autora: <http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/acrobat/apsa2000demdiv.pdf> (acesso em 10 abr. 2006)..

NORRIS, P. (2001). *Digital divide; Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

SANTOS, M. R. dos. (2005). Governo do futuro. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 10 abr. Brasil, p. 29.

SORJ, B. *Internet, Espacio Publico y Marketing Político: Entre la promoción de la comunicación y el solipsismo moralista*. Espanha: BIB/Boletim Bibliográfico e Informativo de Ciências Sociais, 2006. 21 p. Centro Edelstein de Investigaciones Sociales, Working Paper 2, Marzo de 2006. Disponível em <http://www.centroedelstein.org/espanol> (acesso em 13/04/2006).

TRIPPI, J. (2004). *The revolution will not be televised: democracy, the Internet, and the overthrow of everything*. New York: Regan Books.

Anexo 1: Questionário da pesquisa:
 “Os políticos paranaenses e a Internet” (% de respostas)

1. Qual o grau de influência que as mensagens enviadas para seu e-mail pessoal costumam ter em sua decisão de voto e em sua conduta no exercício do mandato?

- 1 [0,0] Influência total
 2 [33,3] Muita influência
 3 [38,9] Influência mediana
 4 [22,2] Pouca influência
 5 [5,6] Nenhuma influência

2. Dentre os fatores que podem interferir em sua decisão de voto e na sua conduta parlamentar, indique abaixo o grau de influência de cada um dos itens enumerados abaixo, obedecendo ao seguinte código: 1) Influência total; 2) Muita influência; 3) Influência mediana; 4) Pouca influência; 5) Nenhuma influência

	1	2	3	4	5
1. Os debates internos nas comissões e/ou no plenário		61,1	22,2	5,6	11,1
2. Mensagens de e-mails enviadas ao seu endereço eletrônico por cidadãos comuns		33,3	50,0	11,1	5,6
3. Cartas enviadas ao seu gabinete na Câmara por cidadãos, grupos de pressão e/ou entidades organizadas		33,3	55,6	5,6	5,6
4. Sigo minhas convicções pessoais	16,7	44,4	22,2	11,1	5,6
5. A vontade e o posicionamento das bases eleitorais	11,1	44,4	38,9	5,6	
6. Posicionamento do líder da bancada de meu partido	11,1	50,0	16,7	16,7	5,6
7. Posicionamento do líder do governo e do chefe do Executivo.	16,7	33,3	5,6	27,9	16,7
8. Leitura de editoriais de jornais e órgãos da imprensa	5,6	16,7	55,6	16,7	5,6
9. Leitura de “blogs” da Internet	16,7		16,7	50,0	16,7
10. Consulta ao site do partido do qual sou filiado	16,7	16,7	22,2	33,3	11,1

3. Estime quantos **e-mails** em média O senhor(a) recebe **por dia** no seu endereço eletrônico. Considerar uma média em períodos de trabalho parlamentar, excluindo os recessos.

- 1 [11,1] de 0 a 30
 2 [38,9] de 31 a 100
 3 [16,7] de 101 a 500
 4 [33,3] de 501 a 1.000
 5 [0,0] Não sei estimar/não contabilizo

4. O senhor(a) dispõe de um ou mais funcionários, em seu gabinete, com a função de separar as mensagens enviadas por e-mail, para apresentar-lhe um resumo delas e, eventualmente, auxilia-los na resposta?

- 1 [61,1] Não
 2 [38,9] Sim

Caso a resposta tenha sido “Sim”, indique quantas pessoas são encarregadas deste serviço em seu gabinete:

[11,1] Ninguém. Eu mesmo respondo aos e-mails.

[38,9] 1 pessoa encarregada.

[50,0] 2 pessoas encarregadas

[0,0] Mais de duas pessoas

5. O senhor(a) consegue ler pessoalmente todas as mensagens recebidas por e-mail, fax e cartas?

1 [50,0] Sempre consigo.

2 [27,8] Muitas vezes consigo.

3 [22,2] Raras vezes consigo.

4 [0,0] Nunca consigo.

6. O senhor(a), com ou sem a ajuda de funcionários de seu gabinete, consegue responder todas as mensagens recebidas por e-mail, fax e cartas?

1 [66,7] Sempre consigo.

2 [27,8] Muitas vezes consigo.

3 [5,6] Raras vezes consigo.

4 [0,0] Nunca consigo.

7. O senhor(a) já sugeriu alguma proposição e/ou projeto de lei à Câmara a partir de uma sugestão encaminhada **por e-mail** por um cidadão ou por alguma entidade?

1 [38,9] Não

2 [61,1] Sim

8. O senhor(a) mantém um site político pessoal?

1 [83,3] Sim

2 [11,1] Não

3 [5,6] Meu site não está ativo mas está em construção

9. O senhor(a) se julga suficientemente informado sobre a legislação eleitoral referente ao uso da Internet nas eleições?

1 [27,8] Não

2 [72,2] Sim

10. Em relação à afirmação a seguir, assinale a opção que mais se assemelha ao seu modo de pensar, de acordo com o seguinte código: 1) Concordo totalmente; 2) Concordo parcialmente; 3) Discordo totalmente; 4) Discordo moderadamente; 5) Não tenho opinião formada sobre o assunto

	1	2	3	4	5
1. Com a inclusão digital e com a popularização cada vez maior da informática, a Internet tende a se tornar um instrumento cada vez mais eficaz no relacionamento entre os políticos e o eleitor.	66,7	27,8		5,6	
2. Os parlamentares que usam com mais eficácia a Internet têm maior probabilidade de serem reeleitos.	16,7	50,0	11,1	22,2	
3. A Internet é uma ferramenta importante, mas não é suficiente para substituir o velho contato face a face com as bases eleitorais.	77,8	22,2			
4. Hoje em dia, é indispensável para um bom político possuir um site pessoal.	61,1	22,2	5,6	11,1	

5. Os sites pessoais são importantes, mas eles servem mais para a comunicação com os militantes e simpatizantes do que com o eleitor, dados os altíssimos níveis de exclusão digital ainda vigentes no Brasil.	38,9	33,3	11,1	11,1	5,6
--	------	------	------	------	-----

Muito obrigado pela sua atenção e pela participação em nossa pesquisa

*mestranda em Sociologia, DECISO/UFPR

**jornalista e pós-graduado em sociologia política/UFPR

***Professor de Ciência Política, DECISO/UFPR.