

O uso das NTICs na formulação e divulgação de Políticas Públicas: o caso do Ministério da Cultura*

Rafael de Paula Aguiar Araújo**
Claudio Luis de Camargo Penteado ***
Marcelo Burgos Pimentel dos Santos ****

Resumo

O artigo apresenta o resultado de uma pesquisa sobre o uso das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação pelo Ministério da Cultura através do seu site institucional. A Internet tem introduzido novas práticas em diversos campos das atividades humanas. No campo político, produz novas possibilidades de participação para além das tradicionais formas de ação política. A pesquisa avaliou o site do MinC identificando os recursos utilizados para divulgação de projetos e ações, além da participação do cidadão por meio dos canais de interatividade disponibilizados. As NTICs criam a possibilidade de novas formas de atuação de órgãos públicos, permitindo uma interação maior com a população através de um espaço público institucional, ampliando as possibilidades de cidadania.

Palavras-chave: novas tecnologias; políticas públicas; ministério da cultura.

Abstract

The article presents the results of a survey on the use of New Information and Communication Technologies by the Ministry of Culture through its corporate website. The Internet has introduced new practices in various fields of human activity. Politically, produces new opportunities for participation beyond traditional forms of political action. The research assessed the site of MinC identifying the resources used for the dissemination of projects and actions, and citizen participation through interactive channels available. NICTs create the possibility of new forms of performance of public agencies, allowing a greater interaction with the population through a institutional public space, expanding the possibilities of citizenship.

Keywords: new technologies; public policies; ministry of culture.

* Trabalho apresentado no V Congresso Latinoamericano de Ciência Política - Buenos Aires.

** Professor da Escola de Sociologia e Política de São Paulo e da PUC-SP, editor da Revista Aurora e pesquisador do NEAMP do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC-SP. E-mail: rafa77@uol.com.br.

*** Professor da Universidade Federal do ABC e pesquisador do NEAMP do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC-SP. E-mail: claudio.penteado@ufabc.edu.br.

**** Doutorando em Ciências Sociais da PUC-SP e pesquisador do NEAMP do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC-SP. E-mail: marceloburgos@uol.com.br .

Introdução

O rápido desenvolvimento dos meios de comunicação tem alterado as práticas das relações sociais, introduzindo uma nova dinâmica social na qual os canais de comunicação assumem uma grande importância como principal fonte de informação, como também se configura como um espaço privilegiado de interação social.

Na esfera política, a influência (direta ou indireta) dos meios de comunicação insere novas práticas e atores no jogo político, para além das instituições políticas tradicionais, produzindo uma nova dinâmica nas relações de poder da sociedade contemporânea. Os canais de mídia também funcionam como novos mecanismos de ação, ofertando novas possibilidades de articulação política.

As informações transmitidas pelos canais da mídia são as principais referências pelas quais o cidadão comum obtém informações sobre o funcionamento da política e forma sua opinião sobre os assuntos da área. Em todos os regimes políticos, a questão da autoridade e legitimidade, conceitos básicos da Ciência Política, é essencial para o funcionamento dos governos, principalmente em sociedades democráticas, nas quais os representantes políticos auferem sua autoridade e legitimidade por meio de sufrágios. Nesse sentido, uma boa imagem pública dos governantes é um fator constitutivo das relações de poder e depende, em parte, da sua projeção veiculada nos meios de comunicação.

A visibilidade ofertada pela mídia aos acontecimentos e fatos políticos é responsável, muitas vezes, pela percepção do cidadão sobre a vida política da comunidade a que pertence. Dentro de regimes democráticos, existe a necessidade do político administrar sua imagem e sua aparição diante da cobertura midiática (Thompson, 1998), de forma a resguardar sua imagem pública, mas também ampliar seu capital político, aparecendo de forma positiva perante o eleitorado.

O desenvolvimento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) incrementou ainda mais a importância e influência da mídia nas relações sociais contemporâneas. No campo da política, as NTICs, em especial a Internet, abriram novas possibilidades de atuação, fora dos canais institucionais. As características tecnológicas da rede mundial de computadores, velocidade na transmissão das informações, interatividade e arquitetura em rede permitem criar novas formas de

ação política (Penteado, Santos e Araújo, 2008), assim como a entrada de novos atores na arena política, como por exemplo o uso da rede pelo Movimento Zapatista, no México, em 1994, que através da Internet conseguiu denunciar a repressão do exército mexicano e mobilizou ativistas do mundo inteiro em defesa do movimento.

A Internet já está consolidada como uma importante ferramenta de comunicação global. Apesar da grande maioria da população ainda não ter acesso à rede, sua utilização já é prática rotineira para uma parcela da população mundial, assim como uma influência no processo de produção de informações dos meios de comunicação de massa (Noris e Curtice, 2008).

Nos EUA, a Internet já se configura como uma importante ferramenta e espaço de ação política. Um exemplo foi a eleição de Barack Obama em 2008, em que a campanha do presidente eleito soube utilizar a rede para mobilizar eleitores no país inteiro, inclusive no exterior. Na campanha de Obama, a *web*, além de fonte privilegiada de informações, foi um elemento estratégico de captação de doações, divulgação de mensagens, interação com o eleitorado, mas também um meio de produção de ataques aos opositores, formação de redes de articulação política¹ e mobilização de eleitores, combate a boatos, etc. *Sites* de vídeo pela internet, como o *Youtube*,² foram utilizados para a veiculação de cenas com ataques, defesa ou mesmo com a divulgação de apoio aos candidatos, constituindo-se em novos espaços de ação política (Penteado, Santos e Araújo, 2008).

Outros exemplos da importância da Internet no campo político atual estão relacionados com as novas formas de acesso às informações e às diversificações de fontes. A dinâmica do funcionamento da Internet possibilita criar canais alternativos de informação, rompendo o monopólio da mídia tradicional, criando espaço para a entrada de novas fontes, relação direta entre as instituições e a população (Penteado, Santos e Araújo, 2009), formação redes de colaboração e distribuição de informações e outras formas comunicacionais estabelecidas com o uso das NTICs.

A Internet além de ampliar a oferta de informações para a população, também permite que a sociedade desenvolva mecanismos de fiscalização *online* dos gastos públicos, dando maior transparência para administração pública, um dos princípios da democracia liberal (Gomes,

1 Destaque para o site www.change.com

2 Disponível em: www.youtube.com/

2007). Os dispositivos eletrônicos também são incorporados pelas instituições públicas e órgãos governamentais, que através do chamado governo eletrônico (*e-gov*), oferecem serviços aos cidadãos por meio de portais institucionais, bem como adotam mecanismos de gerenciamento público eletrônico, com o objetivo de tornar mais eficiente a administração pública.

Enquanto plataforma de comunicação, a Internet também se configura como uma esfera de representação política. Por suas características tecnológicas, oferece mais recursos para a participação coletiva que, através dos dispositivos de comunicação da web pode influenciar na formação da agenda política e na criação de esferas públicas nas quais diversos segmentos podem expressar suas ideias.

Contudo, como qualquer ferramenta, a Internet e seus dispositivos dependem do uso que as pessoas fazem deles (Gomes e Maia, 2008). O potencial político e informacional fica limitado: (1) pelo número ainda reduzido de pessoas com acesso à rede (exclusão digital) e capacidade para utilização dos dispositivos;³ (2) a falta de cultura política participativa; e (3) a lógica do espetáculo que domina os processos comunicacionais atuais, que não favorece a expansão ou qualidade do debate político. Um exemplo é a popularidade do *site* de vídeos *Youtube*, em que os vídeos mais acessados são geralmente os que remetem a alguma polêmica envolvendo pessoas famosas ou com conteúdo engraçado ou voltado para a diversão em geral. Os aspectos informativos, educacionais, ou mesmo, políticos são pouco explorados, predominando o uso das NTICs como mais um meio de entretenimento e não de debate ou ação política.

Cabe aqui ressaltar, ainda, outras duas importantes características da Internet: a possibilidade de interatividade entre o emissor das mensagens e sua audiência, e a capacidade dos usuários da rede produzirem conteúdo. Essas características permitem que pessoas comuns possam entrar em contato direto com os representantes políticos (principalmente por *e-mail*), comentar as notícias publicadas (opção disponível nas versões *online* dos principais jornais e revistas), participar de *chats* com jornalistas e “especialistas”, participar de grupos de discussão e criar suas próprias páginas pessoais para divulgar suas ideias ou posições, como é o caso dos *blogs*.

3 Cabe lembrar que o número de usuários de internet cresce a cada ano.

Inserido nessa conjuntura, o Ministério da Cultura (MinC), por meio de seu portal institucional,⁴ está desenvolvendo novas formas de comunicação com o cidadão, a partir do uso das novas tecnologias, visando uma melhor forma de gerenciamento, como integração com o cidadão. O MinC se destaca por ser um dos órgãos federais mais ativos no uso das NTICs na relação com o cidadão. Além de disponibilizar informações sobre realizações da pasta, comum a maioria dos portais institucionais, o portal do Ministério da Cultural abre espaço para a participação e opinião dos usuários através dos *blogs* relacionados com políticas públicas da área, permitindo ao usuário acompanhar o processo de formulação, aprovação e implementação de políticas públicas, bem como emitir opiniões através dos fóruns existentes.

Diante desse contexto, este artigo apresenta um estudo sobre o uso das NTICs pelo Ministério da Cultura do Brasil, mais especificamente dos *blogs* voltados para políticas públicas da área, com o objetivo de verificar o debate sobre as políticas públicas desenvolvidas pela pasta. A hipótese que orienta essa reflexão estrutura-se na afirmação de que, apesar de existir um novo canal de participação política, por meio dos *blogs* do MinC, existe ainda pouca participação popular, confirmando a ideia de que há uma falta de cultura política participativa que os mecanismos da internet não conseguem superar.

Políticas públicas e meios de comunicação

Atualmente o debate acerca de Políticas Públicas tem dominado grande parte da agenda das Ciências Sociais. Inserido em um novo contexto de reorganização do papel do Estado e suas formas de intervenção (ou não), diversos estudos e abordagens sobre a temática estão sendo desenvolvidos. Contudo, existem muito poucos estudos voltados para o estudo da influência da mídia sobre as políticas públicas. Preserva-se uma tendência institucional, mesmo por parte das novas abordagens que pretendem dar conta da complexidade que envolve todo o ciclo das políticas públicas.

Em uma sociedade em que os meios de comunicação possuem uma grande importância para o jogo político, seja como espaço de disputa de

4 Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/>

imagens e capital político, seja como mecanismo de intermediação entre as instituições políticas, atores políticos e cidadãos, seja como fonte de informação política, ou, ainda, como um mecanismo de pressão da opinião pública e grupos de interesses, a Ciência Política ainda não contabilizou a mídia como uma importante variável (dependente e independente) para a compreensão do processo de políticas públicas.

Souza (2006) aponta para o ressurgimento da importância das políticas públicas como campo de conhecimento nas últimas duas décadas. Segundo a autora, contribuíram para a maior visibilidade da área, principalmente, dois fatores: (1) adoção de políticas restritivas de gastos, que limitaram o desenho (*design*) e a execução de políticas públicas; e (2) novas visões sobre o papel dos governos na condução de suas práticas políticas.

No Brasil, podemos dizer que o tema políticas públicas começou a ganhar destaque com a luta pela redemocratização e formação de várias frentes de organização da sociedade civil pela promoção da cidadania. Esse processo se consolidou com a Constituição de 1988, em que diversos grupos participaram ativamente do debate sobre o papel constitucional do Estado na promoção do bem-estar social. Contudo, a partir do governo Collor começa a se esboçar uma nova articulação de desmantelamento da rede de proteção social e adoção de práticas chamadas de neoliberais, restringindo a ação estatal na promoção de políticas sociais.

Nesse mesmo período, os meios de comunicação, principalmente a televisão (e mais recentemente a Internet), consolidam-se como espaços privilegiados de informação política e de relação social. Com a redemocratização, os temas políticos começam a ganhar espaço e relevância dentro da agenda da mídia. Assim, as políticas públicas também passam a ser apresentadas e, conseqüentemente, debatidas nos canais de comunicação, ganhando uma nova conotação política para além de sua ideia inicial de intervenção técnico-científica dos governos.

A área de conhecimento da política pública nasce nos EUA, rompendo com a tradição européia,⁵ propondo uma ênfase mais prática voltada para estudos sobre a ação do governo, estruturado em dois pressupostos: o que o governo faz pode ser formulado cientificamente e analisado por pesquisadores independentes. Na área governamental, as políticas

5 A área de política pública surge como um desmembramento de teorias explicativas sobre o papel do Estado e do governo na condução política do sociedade (Souza, 2006).

públicas surgem como ferramentas da Guerra Fria e da valorização da tecnocracia, com a formação dos *think tanks*, sobre a influência da Teoria dos Jogos de Neuman (Souza, 2006).

Em sua revisão da literatura, Souza (2006) indica que existem quatro “fundadores” da área de políticas públicas, que orientaram as abordagens iniciais sobre o tema. H. Laswell, nos anos 30, introduz a expressão *policy analysis*, termo inglês para designar a análise de políticas públicas, de forma a combinar o conhecimento científico com a produção empírica dos governos. Posteriormente, H. Simon, nos anos 50, afirma que a racionalidade dos tomadores de decisão é sempre limitada por problemas (de informação incompleta e imperfeita, tempo para tomada de decisão, auto-interesse dos decisores, etc.), mas que pode ser maximizada pela criação de estruturas que modelem o comportamento dos atores envolvidos. C. Lindblom questiona as abordagens anteriores e propõe a incorporação de novas variáveis à formulação e à análise de políticas públicas: relações de poder (*policy network* e *policy arena*) e a integração entre as diferentes fases do processo decisório. Na concepção de Lindblom, os estudos sobre as políticas públicas precisam acrescentar novos elementos que influenciam na sua formulação, implantação e execução para além de uma realidade causal previamente decidida por técnicos governamentais, tais como o papel das eleições, das burocracias dos partidos e grupos de interesse. Aqui, podemos destacar o papel da pressão da cobertura da mídia que acaba também exercendo influência sobre o ciclo das políticas públicas. Por fim, D. Easton sugere que o campo de políticas públicas deve ser visto como um sistema, como uma relação entre formulação, resultados e ambiente, em que as políticas públicas recebem *inputs* dos partidos, da mídia e de grupos de interesse que vão influenciar seus resultados e efeitos.

Pode-se perceber que tanto Lindblom como Easton propõem uma visão mais complexa das políticas públicas, entendendo que existem interações que se influenciam entre si, causando modificações no desenho imaginado inicialmente, rompendo com uma racionalidade linear que poderia haver em sua concepção original. Um dos elementos que pode exercer influência desde a sua formulação até os resultados é a mídia, que pode agendar temas de grande pressão popular ou mesmo servir de espaço para a avaliação popular de determinadas políticas setoriais, intervindo no como o cidadão percebe ou avalia aquela política pública.

E, hoje em dia, como mostraremos mais abaixo, também pode servir de espaço para um debate sobre políticas públicas em todas suas fases promovendo uma maior participação democrática.⁶

As políticas públicas podem ser entendidas, de uma maneira sumária, como o “Estado em ação”. O Estado tem o papel de agente promotor e responsável pela criação, desenvolvimento e implantação das mesmas. Contudo, ele é permeável às influências internas (dos seus agentes, da burocracia, nas normas institucionais, etc.) e externas (movimentos populares, grupos de interesses, mídia, etc.). A atividade de governar e de formular políticas públicas é complexa, pois além das influências (interna e externa), também é afetada pelos fatores estruturais, a cultura política, ou mesmo a conjuntura política (interna e internacional).

A literatura da área desenvolveu diferentes formas de análises de políticas públicas, sintetizadas por Souza (2006) em 8 modelos:

1) *tipo de política pública*: desenvolvida por Lowi a partir da máxima que “a política pública faz a política”, essa tipologia indica que as políticas públicas podem seguir quatro formatos: distributivas, regulatórias, redistributivas e constitutivas;

2) *incrementalismo*: compreensão da política pública como um processo incremental definido anteriormente, no qual o governo tem pouca influência. A ideia é que decisões tomadas no passado constroem novas postulações;

3) *ciclo de políticas públicas*: compreensão das políticas públicas como um ciclo deliberativo formado por vários estágios,⁷ estabelecendo um processo dinâmico. Nesse modelo, a mídia entra como um ator dentro do processo de deliberação, principalmente na definição da agenda (*agenda-setting*);

4) *modelo garbage can* (lata de lixo): entendimento que as escolhas de políticas públicas são delimitadas pelas poucas soluções existentes diante dos vários problemas apresentados;

5) *coalizão de defesa*: compreende que as políticas públicas deveriam se concebidas como um conjunto de subsistemas relativamente estáveis,

6 Mais abaixo faremos a avaliação do papel das NTICs na formulação e divulgação de políticas de cultura do MinC.

7 Estágios do ciclo de políticas públicas: definição da agenda, identificação de alternativas, avaliação das opções, seleção das opções, implementação e avaliação. Cabe ressaltar que não existe um consenso firmado na literatura sobre esses estágios (Pouza, 2006; Frey, 2000).

que se articulam com os acontecimentos externos, que criam restrições a sua execução;

6) *arenas sociais*: nesse modelo as políticas públicas são entendidas como uma ação empreendedora dos atores políticos, que destacam algum problema que precisa ser resolvido por meio de uma política pública. Nesse modelo, podemos perceber que a mídia pode influenciar ao destacar em sua programação certos aspectos que vão orientar a percepção dos policy makers, como a divulgação de indicadores desfavoráveis para administração pública em determinados setores estratégicos, desastres e repetição de problemas (como no caso das enchentes) ou com o anúncio de resultados medíocres alcançados pela política em gestão. Nesse modelo, os empreendedores formam redes sociais que se articulam politicamente para a criação de determinadas políticas públicas;

7) *modelo de equilíbrio interrompido*: a política pública se caracteriza por períodos de estabilidade, que em instantes de mudança política sofrem alterações em sua direção. Esse modelo indica que um sistema político pode atuar de forma incremental, assim como permite mudanças radicais (em épocas de instabilidade política. Nesse modelo, a mídia assume um papel fundamental na construção de uma imagem de política pública diante de um novo contexto;

8) *modelos influenciados pelo “novo gerenciamento público”*: com a restrição dos gastos públicos, as políticas públicas passam a ser gerenciadas de acordo com sua eficiência e credibilidade. A ideia é afastar o irracionalismo da ação coletiva. Contudo, mesmo nesse modelo, a mídia assume um papel importante, pois uma cobertura favorável à determinada política pública pode aferir credibilidade a mesma.

A partir dos modelos e definições, Souza (2006) indica que as políticas públicas podem ser caracterizadas pelos seguintes elementos: a distinção sobre o que o governo pretende fazer e o que de fato faz; o envolvimento de vários atores e níveis de decisão; a não limitação às leis e regras; trata-se de uma ação intencional com objetivos estabelecidos; seus impactos são de longo prazo; e, por fim, as políticas públicas envolvem processos subsequentes que influenciam seus resultados finais.

Diante dessas características, podemos avaliar que a mídia também é um fator importante dentro do processo das políticas públicas no jogo político contemporâneo, podendo ser um relevante ator que pode influenciar a agenda política, a percepção de certos problemas sociopolíticos, assim

como se configurando em uma arena de disputa de discursos entre os outros atores, criando novos canais para o alargamento da democracia e da representação política além das formas tradicionais (Miguel, 2003).

Atualmente, destaca-se a abordagem neoinstitucionalista no estudo das políticas públicas (Frey, 2000; Souza, 2006). Essa abordagem enfatiza a importância das instituições e das regras para a decisão, formulação e implementação de políticas públicas. Segundo essa linha teórica, a luta pelos recursos é intermediada pelas instituições políticas e econômicas, que direcionam o sentido da ação da política formulada. Essa vertente tem dominado os estudos da área no Brasil (Frey, 2000).

Outra vertente em voga no debate contemporâneo é a análise de estilos políticos. Esse tipo de análise está voltada para “como” os fatores culturais e os padrões de comportamento político (clientelismo, paternalismo, corrupção, etc.) repercutem na qualidade dos programas e projetos políticos elaborados e implantados pelos governos (Frey, 2000). Esse formato de pesquisa também permite compreender os meios de comunicação como vetores que podem exercer influência sobre o ciclo das políticas públicas, tendo em vista a capacidade da mídia de exercer ingerência sobre a cultura e comportamentos políticos dos cidadãos.

Apesar das abordagens existentes no estudo das políticas públicas permitirem que a mídia, através dos meios de comunicação de massa tradicionais e, mais recentemente, por meio das novas tecnologias, seja compreendida como fator que pode (ou não) exercer alguma influência sobre as políticas públicas, existem poucos estudos com esse enfoque. Sendo que, no Brasil, essa abordagem é quase inexistente, demonstrando uma importante lacuna a ser preenchida nesse campo de conhecimento. Uma possível explicação seria que em muitos casos a influência midiática seja indireta, difícil de ser mensurada, e sua atuação é simbólica, sem participar efetivamente do processo decisório (campo de pesquisa tradicional dentro de Ciência Política).

A convergência tecnológica dos meios de comunicação e informação ampliou a capacidade de intervenção da mídia nas atividades humanas. Hoje as diferentes mídias fazem parte diretamente ou indiretamente da maioria da população, seja como fonte de trabalho, fonte de informação, entretenimento e mecanismo de comunicação e interação social. Nesse contexto, a mídia assume uma centralidade na vida humana, se

tornando “palco e objeto privilegiado das disputas pelo poder político na contemporaneidade” (Lima, 2000, p. 176).

A partir da rápida expansão e consolidação da infraestrutura de comunicação no Brasil, Lima (2000) caracteriza o país como uma sociedade *media-cetered*. Através dos veículos de comunicação que as ideias, ações e discursos ganham importância perante toda a sociedade, criando um espaço de disputas simbólicas (discurso político) que afeta toda a sociedade.

Os canais de mídia são espaços nos quais são construídas as representações simbólicas do poder. Nesses espaços ocorrem disputas pela hegemonia política e a fabricação de um consenso como forma de dominação política mais eficaz que o uso da coerção. Os meios de comunicação também possuem uma centralidade social, associada a seu papel no processo de socialização contemporâneo, pelo qual o indivíduo internaliza a cultura de seu grupo e as normas sociais. Na esfera política, a centralidade da mídia decorre de sua potencialidade na construção da realidade por meio da representação transmitida em seus canais sobre os diferentes aspectos da vida humana (Lima, 2000).

A partir das ideias gramscianas, Lima (2000) argumenta que os meios de comunicação eletrônicos transformam a mídia em um aparelho privilegiado na articulação hegemônica (e contra-hegemônica) e em um espaço de disputa política por meio das representações veiculadas. Nas democracias contemporâneas, o enfraquecimento dos partidos políticos como mecanismos de representação política e defesa de ideologias, permite que em muitos casos, os veículos de comunicação sirvam de mediadores entre os candidatos e os eleitores.⁸ Outros papéis importantes desempenhados pela mídia são sua participação na definição da agenda dos temas relevantes para a discussão na esfera pública; ser um espaço privilegiado de produção e divulgação de informações políticas; possibilitar maior transparência da administração pública; exercer o papel de espaço para o debate e crítica das políticas públicas (apresentando e avaliando seus resultados); e possibilitar espaços para apresentar esferas públicas concorrentes além das tradicionais (Miguel, 2003), principalmente com o desenvolvimento da Internet.

⁸ Apesar da mídia ter um papel importante no processo eleitoral, os partidos continuam sendo essenciais como plataforma política e articulação de alianças.

Castells argumenta que com a formação da Sociedade em Rede, existe um “esvaziamento do contrato social entre capital, trabalho e Estado (que) envia todos de volta para a casa para lutar por seus interesses individuais” (Castells, 1999, p. 366). Nesse contexto, existe uma transformação das práticas políticas e dos processos democráticos que encontram nas novas tecnologias novas ferramentas para a busca pelo poder dos atores políticos, assim como se configura como um novo espaço para o debate e circulação de informações políticas. Essa transformação, Castells chama de política informacional, que segundo o autor estaria criando novas regras para o jogo político e que a mídia seria o espaço privilegiado da política: “não que toda a política possa ser reduzida a imagens, sons ou manipulações simbólicas. Contudo, sem a mídia não há meios de adquirir ou exercer poder. Portanto, todos acabam entrando no mesmo jogo, embora não da mesma forma ou com o mesmo propósito” (Castells, 1999, p. 367).

Essa nova configuração permite a incorporação de novas práticas como o marketing político, que nas democracias ocidentais ganha importância na condução do comportamento político e na orientação das ações estatais. A ação do marketing vai além do período eleitoral e acaba por influenciar o modelo de gestão pública, orientando as práticas das políticas públicas, que podem ser utilizadas como ferramentas de promoção eleitoral de forma a agregar maior capital político para seu gestor. Um exemplo desse tipo de conduta pode ser observado na última gestão de Paulo Maluf à frente da Prefeitura de São Paulo (1992-1996), quando o então gestor montou o Plano de Atendimento à Saúde (PAS), que no início teve uma boa avaliação pelo cidadão, mas que se mostrou inviável após Maluf eleger seu sucessor (Celso Pitta), conforme indica os estudos de Penteado (2001). A estratégia permitiu a ampliação do capital político de Maluf, contudo teve efeitos perversos para a saúde pública paulistana.

Apesar da mídia e seus diferentes veículos serem importantes dentro da atual configuração política, é preciso indicar que a política não se subordina a ela. Miguel (2002) sustenta que o rápido desenvolvimento tecnológico das comunicações trouxe importantes mudanças no ambiente político ao longo do século XX (e também agora no início do século XXI), como um novo mecanismo e espaço de contato entre líderes políticos e

os cidadãos, a formulação de uma nova relação entre a população e os temas públicos (incluindo as políticas públicas), e até criando uma nova dinâmica no processo de governança e *accountability*.

Essas transformações chamaram a atenção da Ciência Política, destacando-se os estudos pioneiros de Walter Lippmann, nos anos 20. Entretanto, até hoje a área não dá muita importância para o tema, preferindo focar suas análises nas instituições políticas e nos processos decisórios. Os meios de comunicação de massa “são vistos como meros transmissores dos discursos dos agentes e das informações sobre a realidade, neutros e portanto negligenciáveis” (Miguel, 2002, p. 156). Uma das exceções é o trabalho de Sartori (2001) que, atento às transformações da política contemporânea, indica que os governos ficam sobre um “controle excessivo” da opinião pública e, conseqüentemente, da pressão midiática sobre essa. Esse controle diminui a possibilidade de ação racional, planejamento de médio e longo prazo e interfere sobre as decisões administrativas, uma vez que a prática estatal fica sobre os holofotes da mídia, exigindo respostas rápidas às demandas surgidas nos noticiários. O autor também exerce uma dura crítica principalmente à televisão e sua incapacidade de promover reflexão, o que resulta em uma influência nociva ao universo da política.

Na área de Comunicação Social existe um campo maior de estudo dessas fronteiras de conhecimentos. Contudo, esses trabalhos tendem a exagerar sobre o poder da mídia, relegando a ela um poder maior que os resultados empíricos apontam. Apesar da política sofrer influência da mídia, ela possui uma lógica própria. Utilizando o conceito de campo de Bourdieu, Miguel (2002) sustenta que, apesar da inegável centralidade da mídia dentro da sociedade contemporânea, ela e a política formam dois campos diferentes guardando certo grau de autonomia e a influência de um sobre o outro trata-se de um “processo de mão dupla”. A maior participação dos meios de comunicação estaria ancorada na formação do capital político. A visibilidade na mídia confere um capital que pode ser convertido em votos ou *status* político, importantes fatores para os que atuam dentro do campo político. Outro momento de interferência do campo midiático sobre o político é o controle da agenda. As questões destacadas pelos veículos de comunicação ganham evidência no debate público, exercendo pressão sobre a ação governamental que precisa “dar respostas às demandas populares”.

Dito de outra maneira, a mídia possui a capacidade de formular as preocupações públicas. O impacto da definição de agenda pelos meios é perceptível não apenas no cidadão comum, que tende a entender como mais importantes as questões destacadas pelos meios de comunicação, mas também no comportamento de líderes políticos e de funcionários públicos, que se vêem na obrigação de dar uma resposta àquelas questões. (Miguel, 2002, p. 171)

Para Miguel (2002) a mídia não se limita à definição da agenda, mas também opera na construção de esquemas narrativos que permitem interpretar os acontecimentos por meio de enquadramentos (*framing*). Em sociedades em que cada vez mais a população tem menos interesse pelos assuntos políticos, reportagens e noticiários podem se tornar “atalhos informacionais” pelos quais o cidadão vai criar sentido para a realidade política e formar sua opinião. Porém, em geral, os canais de comunicação tendem a destacar as fontes institucionais, com pouco espaço para discursos alternativos, favorecendo a manutenção de um *status quo*.

Nesse sentido, Miguel (2002) sustenta que existe uma influência real da mídia sobre o campo político, contudo ela é exercida de diferentes formas e atinge resultados diferenciados sobre os atores e instituições políticas. A pressão da mídia encontra limites que se estendem desde sua dependência do campo político como fonte de informação, recursos de financiamento e interesses políticos (como por exemplo concessão de transmissão de sinal), até as ingerências do campo econômico sobre sua atuação e cobertura da política, isto é, interesses de anunciantes que podem interferir no formato de cobertura da empresa de comunicação.

Com o desenvolvimento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, a relação ganha um novo grau de complexidade. Pois, as características comunicacionais dessas novas tecnologias permitem uma nova dinâmica que propicia a execução de novas práticas políticas, as quais rompem com o monopólio das grandes empresas de comunicação como esfera principal de produção, transmissão e circulação de informações.

Surgem novos meios e formatos de comunicação que são apropriados pelos atores políticos em suas práticas. A princípio, os chamados ciberotimistas acreditavam que seria uma nova fase da política, em que

as instituições perderiam poder para a ação mais descentralizada do cidadão comum na formação de uma ciberdemocracia. Entretanto, os agentes e as instituições também vão se apropriar dessas ferramentas tecnológicas e adaptar suas práticas para esses novos meios. Um exemplo interessante desse novo fluxo informacional (e de ação política) foi o caso do *Blog Fatos e Dados* da estatal brasileira Petrobrás. Criado para ser um espaço de defesa da empresa contra denúncias na mídia e investigação parlamentar (por meio de Comissão Parlamentar de Inquérito), o blog criou um mecanismo de comunicação direta entre a estatal e o cidadão, enfraquecendo o poder de mediação da imprensa. Essa atitude gerou inúmeros protestos e gerou um polêmico debate com críticas contra e a favor. Entretanto, a estratégia da Petrobrás logrou êxito, favorecido pela atuação da bancada governista que “esfriou” a CPI (Penteado, Santos e Araújo, 2009a).

Os governos se apropriam das novas tecnologias para desenvolver serviços públicos para o cidadão, ancorados na lógica do aumento da eficiência da gestão pública e no processo de desburocratização. São criados mecanismos de controle das contas públicas (por exemplo, o Portal Transparência Brasil), acesso a serviços públicos (por exemplo, a emissão de documentos), informações sobre serviços públicos e, em especial, arrecadação de tributos (por exemplo, o Imposto de Renda).

Além desse caráter gerencial e informativo, as NTICs também proporcionam mecanismos de interação entre as instituições e o cidadão. Uma interessante experiência vem sendo desenvolvida pelo Ministério da Cultura, que por meio de seu Portal Institucional criou mecanismos para que o usuário tenha acesso a informações dos projetos e programas que a pasta está desenvolvendo, disponibilizando *blogs* temáticos de suas principais ações, em que além de informação sobre o seu andamento, também existe a possibilidade de opinar sobre ele. Assim, cria-se um espaço para o debate público não mediado pelos meios de comunicação tradicional, no qual o cidadão pode ampliar sua participação política, constituindo uma espécie de “esfera pública”. Resta saber se essa prática tem alguma influência sobre o processo político, principalmente em relação às políticas públicas de cultura, e verificar se amplia a participação democrática.

Portal do Ministério da Cultura⁹

Com o desenvolvimento das NTICs novos fatores precisam ser incorporados na reflexão sobre as políticas públicas e a mídia. Como assinalado acima, as novas tecnologias ampliam as possibilidades de comunicação, rompendo com o monopólio da mídia tradicional, criando novos mecanismos de interação, principalmente pela Internet. A interatividade do meio digital possibilita também que o cidadão possa debater sobre as políticas, emitindo opiniões e posições. Há também novas formas de mobilização que, pela facilidade de comunicação do meio, permitem que diferentes agentes utilizem os mecanismos da rede mundial de computadores para pressionar os representantes governamentais, seja por meio de informações, *e-mails*, abaixo assinado eletrônico, vídeos no *Youtube* ou, ainda, por meio de debates nos fóruns digitais como *blogs*.

Uma das ações que vem sendo desenvolvidas encontra-se no Portal do Ministério da Cultura do governo brasileiro. O Ministério utiliza o meio para divulgar informações institucionais, projetos, editais, legislação, informações sobre a cultura no país e notícias e informações sobre políticas, programas e ações da pasta.

Descrição

O *site* do MinC possui alguns *banners* no alto que vão se alterando com o passar do tempo.¹⁰ Todos são bastante coloridos e chamativos. Acima destes desenhos, no sentido da direita para a esquerda, há um item denominado *O Ministério*, que fala da estrutura organizacional do MinC. Ao seu lado, uma outra área intitulada *Políticas*, programas e ações, que versa sobre os diversos projetos ligados ao MinC. Outro link é o *Apoio a projetos*, que quando clicado leva a uma página interna do *site* com mais informações sobre este material. Ao lado, aparece a seção *Editais* que abre outra página interna com informações sobre editais, bolsas e demais processos licitatórios do ministérios. À sua direita, surge o item *Legislação*, que possui *links* para a Constituição Federal, portarias,

9 Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/>

10 Em um deles, aparecem diversos pássaros que representam a fauna nacional, como papagaio, periquitos e, curiosamente, um tucano (símbolo do partido da oposição, o PSDB).

medidas provisórias e outras leis. E, por último, localizado mais à direita, o item chamado *dia-a-dia da cultura*, com notícias, artigos, depoimentos, agenda sobre as atividades cotidianas do ministério. Ao lado deste último item, há uma ferramenta que aumenta o tamanho da letra utilizada no *site*, que auxilia as pessoas com dificuldades visuais.

Acima do *banner*, dentro de uma faixa amarela à esquerda, surge a Bandeira do Brasil e, em seguida, está escrito Ministério da Cultura. Na mesma linha mais à direita, um item com *Destaques do Governo*, seguido pelo logotipo do governo federal *Brasil, um país de todos*. Abaixo, à esquerda, vem a data. Mais à direita o *link Cultura em Movimento*, que convoca artistas, *designers* para publicar o *banner* que descrevemos acima, e que em sua convocatória clama por elementos da história e cultura brasileira assim como outros aspectos da brasilidade como a flora e a fauna. Em seguida, surge o *Mapa do Site*, uma área para contatos com o MinC e a disponibilização de serviços RSS.

Os textos do *site* estão divididos em três colunas: esquerda, centro e direita. A coluna da esquerda tem como principal chamada um *banner* quadrado com uma foto em seu interior e cujas chamadas se alteram e totalizam oito diferentes ações do MinC. Está intitulado *O dia-a-dia da cultura* no alto da página. Abaixo deste, há uma série de chamadas para *Notícias do MinC*. Abaixo, ainda à esquerda, uma coluna denominada *Em Destaque*,¹¹ nesse espaço são selecionados alguns temas/assuntos que o MinC deseja realçar. Abaixo desta coluna, há a seção vídeos¹² e galeria de fotos, onde são disponibilizados vídeos e fotos relacionados com o ministério e seus eventos. Tudo isso estava na cor laranja. Em azul, surgia o último item da coluna à esquerda, denominado *Transparência Pública*, que leva a diversos *links* sobre os gastos desta pasta ministerial, prestação de contas, Controladoria Geral da União, auditorias etc.

A coluna central começa com uma parte destinada ao *Blog da Lei Rouanet*, mas o *blog* em destaque varia de semana para semana.¹³ Abaixo desta chamada, que está em azul, surge em verde, um item intitulado *Editais e Premiações*, com quatro chamadas para prêmios e editais

11 No momento da análise, possuía dois itens: o primeiro sobre o projeto de lei *Procultura* e o segundo que falava sobre os *Pontos de Cultura*, uma das principais ações do Minc, desde o início do Governo Lula.

12 No momento da pesquisa havia três vídeos com entrevistas do Ministro Juca Ferreira versando sobre economia da cultura, prêmio cultura Hip Hop e a 3ª edição do prêmio Cultura Viva.

13 O estudo sobre o Blog Rouanet será apresentado mais a frente.

abertos pelo MinC. Abaixo, em vermelho, o espaço denominado *Encontros e Fóruns*, sobre essas atividades pertinentes ao Ministério da Cultura. Alguns desses eventos ocorrem em parcerias com outros ministérios do governo como, por exemplo: Comunicação e Casa Civil. Mais abaixo, ainda em vermelho, há um espaço para a divulgação de outros *blogs* do MinC. Podemos citar como exemplo: Vale Cultura, Plano Nacional de Cultura, II Conferência Nacional de Cultura, Pró Leitura etc. O MinC, na atual gestão, abriu espaço para debates, consulta e participação popular através de blogs e fóruns. Durante o Governo Lula foram abertos vários *blogs* voltados para discussão sobre temas culturais, entre os quais alguns sobre políticas públicas de cultura.

Na coluna à direita, em primeiro lugar, no alto aparece o motor de buscas internos do *site*, em azul. Logo abaixo, na mesma cor, abre-se um item para *Projetos Culturais*, que está ligado a um programa do próprio Minc, chamado de *Salic web*, que permite a inscrição e acompanhamentos de projetos *online* para o Ministério. Abaixo, ainda em azul há um *link* com direcionamento para uma página interna denominado *Políticas*, que leva a diversas ações do MinC, tais como Economia da Cultura, Direitos Autorais, Gestão Cultural, Livro e Leitura, Cultura Digital, etc. Essas ações são projeto de políticas públicas elaborados e desenvolvidos pelo Ministério da Cultura, às vezes, em parcerias com outros ministérios como o MEC. Nesse espaço, o MinC divulga suas políticas culturais, com *link* de acesso às informações sobre a política e eventos correlacionados. São políticas culturais em destaque nessa seção:

a) Livro e leitura: em articulação com Ministério da Educação (MEC), o Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL) é composto de centenas de ações, projetos, programas e políticas governamentais e da sociedade civil. Entre as ações destacam-se: implantação e modernização de bibliotecas, implantação de Pontos de Leitura, bolsas para escritores e prêmios literários, realizados pela Fundação Biblioteca Nacional (FBN) e pela Coordenadoria Geral de Livro e Leitura (CGLL), vinculada ao gabinete do ministro. Presença de *links* para eventos e prêmios referentes a essa política pública;

b) Economia da Cultura: o Ministério da Cultura utilizará este espaço para *linkar*, publicar e conversar sobre o assunto. Não há uma política específica para o setor, mas sim um espaço para divulgar e fomentar as

atividades da economia da cultura. Presença de *links* para informações de eventos, dados sobre o setor, artigos, estudos, etc.;

c) Sistema nacional de cultura: espaço voltado para a divulgação de informações sobre essa política cultural do MinC. Presença de *links* para divulgar a realização de seminários sobre o Sistema, informações técnicas sobre seu funcionamento, oficinas, etc.;

d) Direitos autorais: espaço interno do *site* voltado para discutir e informar sobre a questão dos direitos autorais. Presença de *links* para o *Blog Direitos Autorais*, esclarecimentos sobre a revisão da Lei dos Direitos Autorais, informações sobre o debate do tema no Fórum Nacional de Direitos Autorais, serviços e informações, explicações sobre o assunto, etc.;

e) Gestão Cultural: aqui existem *links* para diversas atividades do Ministério relacionadas com a gestão cultural, inclusive para outras já citadas em seções anteriormente listadas; presença de informações sobre eventos, cursos de gestores, festivais, indicadores, etc.;

f) Cultura digital: sítio para a divulgação de informações, eventos e atividades relacionada à cultura digital. Destaque para defesa do *software* livre, uso da Internet, *Web 2.0* entre outros.

Dessa área de políticas do portal, percebe-se que o MinC utiliza a Internet para trazer informações sobre suas ações e atividades correlacionadas. Também emprega a rede para criar canais de comunicação direta com o cidadão, criando a possibilidade de pessoas interessadas ter acesso à informações técnicas referentes à política, uma das críticas que se encontra na literatura sobre políticas públicas, que argumentam que o cidadão comum não tem conhecimento suficiente para poder participar com qualidade do ciclo de políticas públicas.

Abaixo, também em azul, há um item chamado *Projetos Especiais*, que são projetos desenvolvidos pelo MinC no campo da cultura. Citamos como exemplos desses projetos: DocTV, Brasil Arte Contemporânea, AnimaTV, Programa Cultura Viva.

Seguindo abaixo, em cinza, há um último item que se chama *Participação do Leitor*, que, como podemos avaliar, é um espaço dedicado ao leitor do *site*, que pode publicar suas próprias mensagens e informações. Inclusive algumas destas publicações utilizam vídeos que levam ao *Youtube*. Dessa forma, o *site* cumpre com sua ideia de ser um espaço de debate público, pois permite uma forma de interação entre cidadãos e

esta instituição governamental, uma vez que o internauta pode ter suas opiniões e ideias veiculadas dentro do portal institucional. Os comentários em destaque, ao final da realização desse estudo (26/5/10), eram elogios aos programas, políticas, iniciativas e editais da pasta da cultura. Mas, ao entrar nos fóruns percebe-se que também há sugestões, como na notícia “Edital Mais Cultura de Apoio a Bibliotecas Públicas 2010”, em que, além da notícia, o *site* disponibiliza o edital para *download* com seus anexos e esclarecimentos. Abaixo, nos comentários, além dos elogios, também se encontram sugestões como a ampliação do edital para outras organizações sociais e que precisa ser melhor divulgado para obter maior sucesso.

A linha inferior do portal, se destaca das outras neste mesmo *site* porque ela segue uma linha horizontal que vai da esquerda à direita, não respeitando as colunas acima dela. Nela estão algumas outras instituições vinculadas ao MinC. Intitula-se Instituições vinculadas e Conselhos e leva a *sites* específicos da Ancine, Iphan, Funarte, entre outros.

Abaixo, há os logotipos com *links* de acesso ao *Creative Commons* e *Transparência Pública*. O primeiro é uma organização internacional que cuida de licenciamentos e direitos autorais numa perspectiva diferente do *copyright*. O segundo é uma ação do Governo Federal que propõe maior controle e transparência na divulgação dos gastos públicos. Este órgão é regulado por um decreto presidencial n. 5482/2005 que determina a divulgação de dados e informações pelos órgãos governamentais na Internet.

Ao lado, há uma frase que afirma que o MinC utiliza da plataforma *Wordpress* para o seu *site*. O *Wordpress* é uma organização internacional que atua nos mesmos moldes do *Creative Commons*. Ou seja, nota-se aqui uma preocupação do MinC e do Governo Federal em utilizar plataformas de gerenciamento de conteúdos que funcionam às margens da indústria do *copyright*, o que colabora na desoneração dos gastos públicos, uma vez que, tanto o *Creative Commons* e *Wordpress* são distribuídos gratuitamente.

Características

O site do MinC é de fácil utilização, com a utilização de recursos visuais como vídeos, audios e fotos, além dos diversos logotipos dos seus

projetos. Percebe-se que o *site* utiliza a convergência de tecnologias. Sua apresentação gráfica é bastante colorida, com o uso constante de cores alegres. Na questão da acessibilidade, a única possibilidade que se tem é o aumento do tamanho da fonte (letras). Faltam outros serviços encontrados em outros *sites*, mas, se comparados com portais de outros ministérios, esse apresenta mais recursos, informações e interatividade. Há mecanismo de busca interno dentro do *site*.

Análise geral do Portal

O *site* oficial do Ministério da Cultura do Brasil se destaca em relação aos demais portais institucionais do governo brasileiro. Ele reúne diversas tecnologias que vão desde notícias, vídeos (*links* para o *Youtube*), galeria de fotos, fóruns, documentos, etc. Também sobressai por sua constante atualização de conteúdo, elemento importante para manter a atratividade dos usuários. Em relação às políticas públicas, podemos destacar dois aspectos: o informativo e o interativo (debate). No aspecto informativo, o *site* representa um importante espaço para que o cidadão em geral e interessados na área tenham acesso às informações atualizadas sobre as políticas culturais, sendo postadas regularmente novas notícias sobre as mesmas, como também possibilita ter acesso à íntegra dos documentos e seus encaminhamentos. Do ponto de vista da interatividade, percebe-se que apesar de existir diversos campos abertos, o debate é muito restrito, com poucas participações, que na maioria dos casos limitam-se a elogiar as iniciativas, sem construir um diálogo de propostas ou mesmo um exercício crítico.

Análise dos *blogs* do Minc

Conforme outros estudos realizados (Penteado, Santos e Araújo, 2009), nos quais discute-se o papel dos *blogs* para o desenvolvimento da democracia e é apresentado um método para avaliação política do mecanismo, os *blogs* se constituem em espaços informacionais importantes para a ação política na contemporaneidade, funcionando como plataforma de comunicação, mobilização e discussão.

Nesse contexto, foram analisados os *blogs* do MinC como um novo espaço para práticas políticas, examinando suas características e especificidades, enfatizando-se seu papel na formulação e divulgação de políticas culturais. Para a realização dessa avaliação, foram utilizados os métodos de pesquisas em *blogs* políticos desenvolvidos anteriormente (Penteado, Santos e Araújo, 2009), com adaptações para adequação ao objetivo deste trabalho.

Os *blogs* do Minc são: II Conferência Nacional de Cultura, Vale-Cultura, Plano Nacional de Cultura, Pró-leitura, Sistema Nacional de Cultura, Direito Autoral *Blog* da Rouanet, Diversidade Cultural, Internet *Governance* Fórum, Rede Olhar Brasil, Mercosul Cultural e ProExt – Extensão universitária e cultura (projetos em parcerias com o Ministério da Educação). Nem todos são voltados diretamente para as políticas públicas, mas todos eles estabelecem vínculos com as mesmas. Esses *blogs* se destacam pelo dinamismo, agilidade e informalidade da informação, criando um canal de comunicação direto com seus usuários. Tornando a interação mais dinâmica e facilitando o acesso às informações referentes às políticas públicas, que geralmente ficavam restritas aos atores envolvidos no processo decisório e aos agentes da burocracia designados para operacionalizá-las.

Devido ao grande material existente, foram selecionados, para essa pesquisa inicial, três *blogs* voltados exclusivamente para importantes políticas públicas do Ministério da Cultura: *Blog* do Plano Nacional de Cultura, *Blog* da Rouanet e *Blog* do Vale-Cultura.

O *Blog do Plano Nacional de Cultura* (PNC) é voltado para o acompanhamento e esclarecimento sobre o Projeto de Lei n. 6.835/2006. Esse projeto prevê diretrizes, objetivos e ações na área da Cultura para a União, os estados e os municípios, tornando a política cultural uma política de Estado. Aprovado na Câmara Federal, atualmente encontra-se no Senado para aprovação.

O *Blog da Rouanet* trata as mudanças na Lei Rouanet (n. 8.313/91), legislação mais destacada como instrumento de financiamento da Cultura no país. A atual gestão do MinC considera que a Lei necessita de ajustes de forma a corrigir distorções que causa a concentração regional de recursos em áreas mais desenvolvidas. A função do *blog*, como ele mesmo apresenta, é disponibilizar “documentos, dados e propostas de alteração elaborados pelo Ministério, por especialistas e entidades da

sociedade civil. Também serão divulgados os documentos já elaborados nos Fóruns de Discussão Nordeste e Norte. Mas seu principal papel é ouvir seus comentários (dos leitores), críticas e sugestões.”¹⁴

Já o *Blog Vale-Cultura* discorre sobre a “primeira política pública governamental voltada para o consumo cultural”,¹⁵ por meio do Projeto de Lei n. 5.798 de 2009. O objetivo do Vale-Cultura é incentivar o acesso à cultura por parte dos trabalhadores, como um mecanismo de inclusão social. A política prevê a distribuição de um cartão magnético, com saldo de R\$50,00 mensais, por pessoa, para ser utilizado no consumo de bens culturais. Segundo estimativas do Ministério, prevê-se que 12 milhões de brasileiros poderão ser beneficiados pelo benefício.

Os *blogs* selecionados são gerenciados pelo mesmo órgão público, contudo apresentam significativas diferenças que estão destacadas nos dados abaixo.

Inicialmente, foi realizada uma descrição visual dos *blogs*. Esse procedimento é importante pois a interface visual é um elemento essencial de interação e atratividade dos leitores. Em seguida, foram identificados os serviços que os *blogs* oferecem a seus usuários. A seguir, apresentamos um estudo da postagem nos *blogs*. Esse estudo mostra a frequência de atualização, temas mais destacados e o formato (enquadramento) dos textos publicados. Nos estudos sobre Mídia e Política, a avaliação do enquadramento dos textos permite a realização de uma análise do discurso. Também é realizada uma leitura sobre os fóruns de comentários dos *posts*, analisando a frequência de ocorrência dos comentários. Por fim, apresentamos uma avaliação qualitativa dos *blogs* estudados.

Descrição Visual

a) *Blog Plano Nacional de Cultura*: criado dentro de uma plataforma digital (*WorldPress*)¹⁶ de fácil usabilidade que permite que qualquer usuário com um conhecimento mínimo crie seu próprio *blog*. Na parte superior, em cinza escuro, encontra-se um *menu* de linha com duas opções: *Home* e *Sobre*. Abaixo, aparece um *banner* com o logo do Plano Nacional de

14 Disponível em: <http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/about/>. Acesso em 27/5/10.

15 Disponível em: <http://blogs.cultura.gov.br/valecultura/o-que-o-vale-cultura/>. Acesso em 27/5/10.

16 World Press - <http://wordpress.org/> (acesso em 21/5/10).

Cultura em verde e amarelo. Logo abaixo, tem um ícone para o serviço de RSS (recebimento de informações no celular). Sobre um fundo cinza claro, encontra-se o espaço principal para a postagem, localizada no canto esquerdo do usuário. Na seção de postagem, identificam-se os *posts* por um título e ao lado um “balãozinho” com o número de comentários daquele *post*. Abaixo do título do *post*, identifica-se o autor e a data do texto. No canto direito, existe a seção de serviços do *blog*: Pesquisa e Categorias (documentos e notícias). Avaliação dos elementos visuais: *blog* simples, com pouca atratividade visual, mas de fácil navegação.

b) *Blog da Rouanet*: também foi construído sobre a plataforma do *Wordpress*.¹⁷ O blog tem um *banner* no alto que possui a seguinte frase: Nova Lei da Culutra. Há uma sobreposição de imagens neste escrito com aquilo que pode ser considerado representativo das culturas brasileiras como, por exemplo, capoeira, músicos e instrumentos musicais, eruditos e populares, dança, índios, áudio-visual, teatro, etc. Acima desse *banner*, há o *link* para o *site* do MinC à esquerda e, à direita para o *site* www.brasil.gov.br. Abaixo vem a data e um *link* Fale Conosco com emails e telefones de contato. Há ainda cinco *links*: *home* (do *blog*); sobre (que explica brevemente o que é a Lei Rouanet; projeto de lei (que explica a nova lei); vídeos (que leva a diversos vídeos, sobretudo do *Youtube*) e publicações (que leva ao texto da Nova Lei Rouanet). Na mesma linha, ao lado direito, há um ícone para o assinar o serviço RSS. Abaixo do *banner* inicial, tem uma coluna na região centro esquerda denominada Destaques e vem acompanhada de um *post*. Logo após começa a seção Notícias, onde estão escritos os *posts*. Em geral, são dez *posts* por página. Ao lado direito de Notícias, há uma outra parte intitulada Vídeos, com cenas e depoimentos de pessoas do âmbito cultural como Denise Stoklos e Carlinhos Brown, além de um vídeo do presidente Lula defendendo as alterações da Lei Rouanet. Os vídeos são acessados pelo *Youtube*. Ainda ao lado direito, abaixo da seção de vídeos há outra seção sobre os *posts* mais comentados e intitula-se Mais Comentados. Descendo a barra de ferramentas, encontraremos uma seção Comentários. E a Busca, interna, do *blog*. Há mais duas seções, Temas (com quatro divisões sobre os *posts*: notícias, vídeos, documentos e publicações) e *Links*, que leva

¹⁷ O uso da plataforma WorldPress também caracteriza-se como uma forma de aproximação com diversos outros blogueiros que se utilizam da mesma base. Além disso, cabe salientar que por ser uma plataforma gratuita, acaba por não onerar os custos para o próprio Ministério da Cultura. Ainda, utiliza-se da licença da *Creative Commons* que permite o exercício de trocas de informações sem o pagamento dos direitos autorais.

para outros ambientes exteriores ao *blog* (mas dentro do *site* do MinC). Avaliação dos elementos visuais: pode ser classificado como simples e de fácil navegação. Não possui grandes elementos visuais, contudo é mais atrativo visualmente que o *Blog* do Plano Nacional de Cultura.

c) *Blog Vale-Cultura*: também construído na plataforma *WordPress*. No primeiro plano há uma barra amarela com o logotipo do Ministério da Cultura e logotipo e destaques do governo federal, com direcionamento para alguns *sites*. Logo abaixo um grande *banner*, com uma moldura marrom, escrito Vale-Cultura, com data e dois *links* internos: *home*, que direciona para a página inicial e projeto de lei, que abre a redação final do Projeto de Lei n. 5.798, de 2009, que institui o Vale-Cultura. O *blog* divide-se em duas colunas. A da esquerda, mais larga, traz os *posts*, dez por página, sendo preciso clicar em anteriores para que apareçam outros dez *posts*, e assim sucessivamente até o primeiro *post*, publicado a 16 de julho de 2009. O primeiro *post* que aparece é fixo, foi publicado a 12 de agosto de 2009 e recebe destaque. Intitula-se “O que é o Vale-Cultura?”. Traz consigo uma imagem que refere-se ao vídeo promocional do Vale-Cultura e um texto explicativo. O *post* recebeu 35 comentários, alguns que continham perguntas, obtiveram resposta do MinC. Depois desse primeiro, seguem os demais, publicados mais recentemente. Os *posts* possuem fundo de duas tonalidades de azul claro, que se intercalam. O título dos *posts* é escrito em cinza escuro, a maioria acompanhado de uma imagem. Logo após o texto do *post*, as informações, marcadas por ícones: a data de publicação, o autor, a categoria, *tags* e espaço para o comentário. A coluna da direita é fixa no *site*, possui no alto um sistema de busca interno por palavra, seguido de dois vídeos: Vídeo oficial do Vale-Cultura e Lula fala no lançamento oficial do Vale-Cultura. Em seguida um áudio com o presidente da república e o ministro da cultura falando da proposta, depois, comentários recentes e *tags*. Avaliação dos elementos visuais: como os demais, apresenta uma estrutura visual simples, mas menos colorida e atrativa que o *Blog* da Rouanet.

Serviços

Tabela 1 – Serviços disponíveis nos *blogs* do MinC

Blog PNC	Blog da Rouanet	Blog Vale-Cultura
1) Pesquisa (motor de busca interno); 2) Categorias: filtro que classifica as postagens em duas etiquetas (tags): documentos (uma única ocorrência) e notícias; 3) Fórum de comentários: não é preciso se inscrever anteriormente mas deve-se preencher o nome e e-mail do comentarador.	1) Pesquisa (motor de busca interno); 2) Categorias: o filtro classifica as postagens em quatro subdivisões: notícias, vídeos, documentos e publicações, além dos tags; 3) Fórum de comentários: não é preciso se inscrever anteriormente mas deve-se preencher o nome e e-mail do comentarador; 4) Seção destaques: realce de um post; 5) Projeto de Lei: acesso a íntegra do Projeto; 6) Vídeos: galeria de vídeos sobre a Lei; 7) Publicações: material informativo sobre as alterações na Lei; 8) Comentários: destaque de comentários postados nos fóruns; 9) Links	1) Pesquisa (motor de busca interno); 2) Tags: etiqueta de assuntos dos posts; 3) Fórum de comentários: não é preciso se inscrever anteriormente mas deve-se preencher o nome e e-mail do comentarador; 4) Seção destaques: realce de um post; 5) Projeto de Lei: acesso à íntegra do projeto; 6) Vídeos: galeria de vídeos, destaque para o vídeo oficial; 7) Áudio: entrevista do Presidente Lula falando do Projeto; 8) Comentários recentes: destaque de comentários postados nos fóruns

Uma análise geral dos serviços ofertados pelos *blogs* permite observar que o *Blog da Rouanet* apresenta-se mais completo para seus usuários, com mais serviços e atrativos. O destaque negativo fica por conta da simplicidade do *Blog do Plano Nacional de Cultura* que apresenta poucos serviços em relação aos demais.

Postagem

Tabela 2 – Postagens nos Blogs do MinC

	Nº de posts	Período	Frequência
Blog PNC	18	set/2009 – maio/2010	Baixa (maior concentração durante a votação do Plano em set/2009 – 12 nesse período)
Blog da Rouanet	428	ago/2008 – maio/2010	Média (postagem em todas as semanas)
Blog Vale-Cultura	230	jul/2009 – maio/2010	Média (postagem em todas as semanas)

Os dados acima revelam que o Blog Rouanet, além de maior período de existência, também mostra-se o mais ativo com a publicação mais frequente de *posts*. Novamente o destaque negativo ficou com o Blog PCN que não consegue manter uma frequência constante.

Tabela 3 – Temas do Blog Plano Nacional de Cultura

Tramitação Comissão de Educação e Cultura – Câmara dos Deputados	16,5%
Tramitação Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania – Câmara dos Deputados	16,5%
Divulgação	22,0%
Plano Nacional de Cultura	44,5%

Tabela 4 – Temas do Blog da Rouanet

Lei Rouanet	38,0%
Convocatórias e debates	17,5%
Artigos	5,0%
Entrevistas	9,5%
Procultura	5,0%
Outros	25,0%

Tabela 5 – Temas do Blog Vale-Cultura

Vale-Cultura	60,5%
Notícias 17%	17,0%
Câmara dos Deputados	7,5%
Acesso à Cultura	7,5%
Tramitação Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania – Câmara dos Deputados	7,5%

As tabelas acima indicam que as próprias políticas são os destaques dos textos publicados, como esperado. Cabe realçar no *Blog da Rouanet* a ocorrência significativa de convocatórias e debates, sinalizando uma maior integração com os leitores.

Tabela 6 – Enquadramento dos *posts*

	<i>Blog PCN</i>	<i>Blog da Rouanet</i>	<i>Blog Vale-Cultura</i>
Informativo	72%	85,5%	66%
Avaliativo crítico	5%	13,0%	21%
Propositivo	0%	1,5%	3%
Opinativo	22%	0,0%	10%

Sobre os enquadramentos, podemos aferir que existe o predomínio de *posts* informativos em todos os *blogs* avaliados, assinalando a característica comunicacional desse mecanismo. Observa-se também que cada *blog* parece seguir um perfil diferente na formatação de seus textos, o que sinaliza a necessidade de um aumento da amostra para confirmar essa tendência.

Tabela 7 – Avaliação das postagens dos *blogs* do MinC

<i>Blog</i> PNC	<i>Blog</i> da Rouanet	<i>Blog</i> Vale-Cultura
Com pouca postagem, sinaliza que esse meio não é muito utilizado, como também não atrai leitores, uma vez que existem poucas notícias novas. Eles são utilizados mais como meio de divulgação de informações institucionais, com pouco espaço para o debate.	As postagens revelam que há uma preocupação por parte do MinC em estimular a participação de debates sobre a transformação da Lei Rouanet. É um espaço para publicizar informações a respeito das ações do MinC que tangem à Lei. Grande parte dos <i>posts</i> é produzido pelo próprio MinC mas também há um grande espaço para publicação de matérias originadas em outros meios de comunicação além de outros <i>blogs</i> (o que reforça o caráter de horizontalidade da blogosfera).	O <i>blog</i> , por ser criado com o intuito de acompanhar e divulgar o processo de tramitação do projeto de lei, acaba trazendo em sua maioria, posts informativos sobre os pareceres das comissões e dos relatores, além de trazer as emendas realizadas e a repercussão do projeto em outras mídias. O espaço é utilizado para expor a opinião de artistas e o posicionamento do governo, seja na figura do Ministro da Cultura, Juca Ferreira, seja nas opiniões dos parlamentares envolvidos com o projeto.

Avaliação dos comentários nos Fóruns

Tabela 8 – Comentários nos *Blogs* do MinC

<i>Blog</i> PNC	<i>Blog</i> da Rouanet	<i>Blog</i> Vale-Cultura
Existem pouquíssimos comentários, indicando que não houve um debate maior sobre os temas postados. Os comentários postados, em sua maioria, são favoráveis ao Plano e ao governo. Existem comentários em número bem reduzido que buscam fazer uma reflexão da cultura e defesa das culturas regionais. Contudo, não se estabelece um debate dentro dos fóruns. Ocorrência de resposta do <i>blog</i> a uma pergunta do comentarista (sinalização de interatividade).	A maior parte dos <i>posts</i> não recebem comentários. Contudo, alguns poucos <i>posts</i> foram bem comentados. Uma primeira leitura permite observar que há participação no <i>blog</i> , embora não seja tão frequente como em outros <i>blogs</i> jornalísticos. Percebe-se que alguns comentários, não são poucos, procuram fazer proposições. Algumas dúvidas são esclarecidas pelos funcionários do MinC (sinalização de interatividade). Também se percebe alguns debates nos fóruns de comentários entre os usuários. Alguns comentários refletem sobre culturas, no sentido mais amplo que pode ser utilizado para a palavra.	Ao longo de todo o <i>blog</i> , pouquíssimos comentários foram publicados. Na amostra selecionada para análise, dos 30 últimos <i>posts</i> , não houve nenhum comentário. Ao tentarmos comentar um dos <i>posts</i> , surgiu uma mensagem informando que o comentário estava aguardando moderação, somente publicado no dia seguinte. Não há portanto nenhum debate dentro do <i>blog</i> , sua função é muito mais de registro informativo sobre a evolução do projeto. Em <i>posts</i> mais antigos é possível verificar alguns poucos comentários, boa parte com questionamentos, todos elucidados pelo MinC.

A pesquisa sobre os comentários permite avaliar que novamente destaca-se o *Blog* da Rouanet, tanto em participação em número de comentários, como da existência de um debate entre os internautas comentaristas. Nos outros dois *blogs*, foi identificada a quase inexistência de comentários, muito menos a realização de um debate em torno das

políticas. Cabe ressaltar que foi observado que muitas dúvidas postadas por leitores foram respondidas pela equipe responsável pelos *blogs*.

Análise qualitativa dos blogs

a) *Blog Plano Nacional de Cultura*: mais voltado para ser um mecanismo de comunicação institucional do que um espaço para o debate em torno do Projeto do Plano Nacional de Cultura. Existe pouca postagem e participação dos leitores, nesse sentido as NTICs esbarram na barreira da cultura política brasileira pouco participativa, tanto por parte do cidadão, como por parte da burocracia estatal, que apesar de disponibilizar o canal, não se preocupou em colocar novas informações que poderiam atrair os usuários, assim como não colocou temas da agenda para serem debatidos. O *blog* funciona como um mecanismo de divulgação e acompanhamento da aprovação dentro do Congresso Nacional.

b) *Blog da Rouanet*: foi amplamente utilizado como ferramenta de divulgação das ações do MinC, sobretudo no que concerne a reformulação da Lei Rouanet. O *blog* teve intensa participação dos leitores em momentos de discussão da Lei nos vários momentos e locais que elas ocorreram. Também serviu como espaço para diálogos além dos ambientes físicos. Em alguns momentos, era possível perceber que pessoas que participavam dos debates reais também utilizavam da arena virtual como espaço de manutenção deste diálogo. Assim, podemos assinalar que o *blog* não apenas serviu como divulgador das ações reais do MinC, como também aglutinou propostas de usuários na discussão sobre a Lei Rouanet. Em alguns momentos, foram observados *posts* que continham críticas à Lei Rouanet. Mais ainda, serviu de espaço democrático, ao abrir espaço ao contraditório, para a prática de elaboração de políticas públicas que procuraram ser bem discutidas antes de envio do Projeto de Lei ao Congresso Nacional.

c) *Blog Vale-Cultura*: o *blog* tem destaque dentro do *site* do MinC, com uma frequência maior de postagens que outros *blogs* do mesmo *site*. Há um esforço por parte da equipe em manter o *blog*, pelo menos uma vez por semana, com novas postagens, em geral notícias sobre a forma com que o Vale-Cultura está sendo abordado na mídia e o trâmite do Projeto de Lei no Congresso Nacional. Os comentários são muito

poucos, de forma que o *blog* não cumpre um papel de fórum para debate da política pública, mas sim de divulgação, mantendo os atores sociais informados sobre seu trâmite. O *blog* dá destaque também aos vídeos, mas também arquivos de sons com entrevista do Ministro da Cultura e Presidente da República, além do vídeo oficial de divulgação do Vale-Cultura. É possível associar o *blog* a uma forma do Ministério da Cultura apresentar a primeira política pública voltada ao consumo cultural como um capital simbólico e político. O *blog* cumpre o papel informativo, tanto para os atores sociais interessados, como a mídia em geral. Por ser um espaço capaz de concentrar todas as informações existentes sobre o Vale-Cultura, é possível associá-lo a uma fonte de informação para a formação da pauta jornalística especializada. No entanto, esse papel poderia ser cumprido por um *site* comum, a escolha por um *blog* associa a iniciativa à pessoalidade e interatividade implícitas nesse formato, o que pode ser interpretado como uma tentativa de abertura do poder público para a coleta de informações por parte da população para a constituição da política pública. Fica implícita uma ideia de participação, que de fato não acontece.

Considerações finais

Podemos destacar que na sociedade contemporânea a esfera virtual da Internet já é um espaço para a ação política. Suas características tecnológicas implicam novas formas de atuação. No campo das políticas públicas, o Ministério da Cultura, através de seu Portal institucional, criou um novo canal de comunicação com a população, principalmente com a oferta de informações sobre as políticas da pasta e seus projetos. Esse canal se torna importante pois possibilita que os interessados tenham acesso às informações, além dos documentos e a tramitação dos projetos de lei. O mecanismo do portal permite também dar maior visibilidade para as ações culturais do Ministério.

Em uma sociedade em que os meios de comunicação, principalmente a televisão, transformaram-se em vitrines da realidade, o que Rubim (2001) vai chamar de “telerealidade”, as políticas públicas que recebem destaque dentro da programação dos canais de comunicação de massa são percebidas pela população em geral. Nesse sentido, o uso do espaço virtual da Internet possibilita criar um meio de comunicação direto

entre a instituição e a população em geral, assim o público interessado pode ter acesso às informações sobre as políticas públicas culturais, rompendo o monopólio de comunicação da mídia tradicional, como também a “tecnicidade” presente no ciclo das políticas públicas, uma vez que interessados podem buscar se informar sobre os aspectos legais e técnicos que envolvem determinadas políticas.

Apesar de não ter influência direta no processo decisório de políticas públicas, o portal da Internet possibilita uma forma de maior “democratização” acerca das políticas públicas, trazendo para o campo do visível seus elementos técnicos e seus processos. Com relação à formulação e divulgação de políticas públicas culturais, a pesquisa revelou que o *site* do MinC (junto com os *blogs* avaliados) tem maior ingerência sobre a divulgação, oferecendo aos usuários um amplo leque de informações sobre as políticas culturais do Ministério. Isso permite que os atores da sociedade civil possam acompanhar as ações desenvolvidas e se articular politicamente na defesa de seus interesses em outros canais institucionais. Nesse sentido, a informação é um elemento central para a atuação política, de posse dela os agentes políticos podem guiar suas estratégias de intervenção sobre as políticas públicas.

Como a pesquisa foi realizada no começo de 2010, período de encerramento da gestão do MinC, para uma avaliação do papel das NTICs sobre a formulação de políticas públicas vimos a necessidade de que esse procedimento seja realizado no início da nova administração à frente do Ministério. A pesquisa nesse período pode verificar se as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação vão ser utilizadas para criar uma frente de diálogo entre a administração pública e os cidadãos.

O Portal do MinC destaca-se em relação aos demais portais da administração pública federal. Seu *site* é mais dinâmico e oferece inúmeros serviços a seus visitantes. O destaque do *site* fica por conta das diversas oportunidades de informação que o portal disponibiliza, com acesso às novidades das pastas, editais e concursos abertos, documentos e legislação. Na parte da interatividade, uma importante característica das NTICs, o *site* apresenta na sua página principal um espaço (Participação do Leitor) em que apresenta comentários postados por leitores nos fóruns do sítio. Também vale a pena assinalar que existe um espaço na seção principal que traz informações sobre os Encontros e Fóruns oficiais nos quais são discutidas as políticas culturais. Esse canal de informação permite que

os leitores tenham acesso ao andamento dos debates ocorridos, como também possam emitir opiniões sobre as mesmas. Contudo, a pesquisa indicou que essa última possibilidade é pouca utilizada.

Na avaliação dos *Blogs* do MinC pode-se observar que nem todos conseguem promover uma ativa participação dos leitores. Enquanto que no *Blog* da Rouanet notou-se uma maior participação dos leitores, assim como um maior número de postagens e serviços, nos *Blogs* Plano Nacional de Cultura e Vale-Cultura, o mecanismo não despertou muita atenção nos usuários, que pouco participaram dos fóruns. Contudo, como assinalado, no *Blog* da Rouanet, o dispositivo permite uma participação mais ativa da população frente ao debate de políticas culturais, além de se tornar um importante espaço para a divulgação das mesmas.

Em relação à hipótese que orientou a execução dessa pesquisa, pode-se afirmar que o MinC, por meio do seu portal e *blogs*, disponibilizou informações sobre sua atuação e suas políticas públicas, inclusive com espaço para que os leitores emitam sua opinião. Contudo, não foi possível identificar uma participação ativa da população, somente no *Blog* da Rouanet foi observado um debate mais amplo. Acreditamos que existem duas explicações para essa pouca participação. A primeira, expressa na hipótese, sinaliza a falta de cultura política participativa em que mesmo a disponibilidade de recursos da Internet, que minimiza os custos de participação, não consegue superar. Uma segunda explicação, complementar à primeira, seria que, por não interferir diretamente no processo decisório das políticas públicas, os agentes interessados não preocupam-se em utilizar o espaço para fazer um debate, centrando sua atuação dentro dos mecanismos institucionais do ciclo das políticas públicas.

O esforço do MinC em criar canais de comunicação de suas políticas públicas mostra a natureza dialética das políticas públicas em relação à opinião pública. Conforme argumenta Howlett (2000), assim como a opinião pública tem uma influência indireta sobre as políticas públicas, essas também buscam interferir sobre a primeira, funcionando como mecanismo da administração pública para criar um clima favorável a sua gestão e gerar um capital simbólico para o gestor público.

Acreditar que as políticas públicas são guiadas apenas por aspectos técnicos é uma ingenuidade, não concordamos com esse simplismo. As relações de poder que estão no jogo político influenciam desde sua

agenda até a avaliação, nesse sentido a participação da mídia, inclusive as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, aumenta o grau de complexidade dessas relações. Mesmo que ela não intervenha diretamente no processo decisório das políticas públicas, seu espaço é um importante meio de luta política e busca de capital político, o que sinaliza a necessidade de realizar outras pesquisas sobre temas correlacionados.

A redemocratização da política brasileira passa pela necessidade de democratizar a sociedade e suas atividades. A formação de uma sociedade democrática vai além dos processos políticos representativos e da consolidação das instituições democráticas, passa pela adoção de práticas democráticas, como a maior participação da sociedade nos processos políticos e na democratização da informação, de forma a promover uma sociedade plural e o amplo debate das diversas opiniões existentes, além da realização do dissenso (conforme Ranciere, 1996). Ações como as desenvolvidas pelo MinC, além de seus interesses políticos, são importantes meios de promover uma gestão pública mais democrática, incentivando um maior debate e criando condições de maior visibilidade da administração pública na gestão de políticas públicas.

Referências bibliográficas

- CASTELLS, M. (1999). *A Sociedade em rede*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- FREY, K. (2000). Políticas públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. *Revista Planejamento e Políticas Públicas*. Campinas, n. 21.
- GOMES, W. e MAIA, R. C. M. (2008). *Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo, Paulus.
- HOWLETT, M. (2000). A dialética da opinião pública: efeitos recíprocos da política pública e da opinião pública em sociedades democráticas contemporâneas. *Opinião Pública*. Campinas, v. 6, n. 2.
- LIMA, V. A. (2000). *Mídia – teoria e política*. São Paulo, Perseu Abramo.
- MIGUEL, L. F. (2003). Representação política em 3-D: elementos para uma teoria ampliada da representação política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais* [online] v. 18, n. 51, pp. 123-140.
- _____. (2002). Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*. São Paulo, n. 55-56.

NORIS, P. e CURTIS, J. (2008). Getting the Message Out: A Two-Step Model of the Role of the Internet in Campaign Communication Flows During the 2005 British General Election. *Journal of Information Technology & Politics*, v. 4, pp. 3-13.

PENTEADO, C. L. C. (2001). *Marketing Político x Políticas Públicas: um estudo de caso do PAS*. Dissertação de mestrado. São Paulo, PUC-SP.

PENTEADO, C. L. C.; SANTOS, M. B. P. e ARAUJO, R. P. A. (2009a). Metodologia de pesquisa de blogs de política: análise das eleições presidenciais de 2006 e do movimento "cansei". *Revista de Sociologia e Política*. Curitiba, v. 17, pp. 159-181.

_____ (2009b). Novas práticas políticas na internet: estudo do Blog Fatos e Dados. III Congresso da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Comunicação e Política. São Paulo. *Anais do III Compolítica*.

_____ (2008). Blogs e ação política. IX Congreso da Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación. Atizapán de Zaragoza. *Anais do IX ALAIC*.

RANCIERE, J. (1996). "O Dissenso". In: NOVAES, A. (org.). *A crise da razão*. São Paulo/Brasília/Rio de Janeiro, Cia. das Letras/Ministério da Cultura/Fundação Nacional de Arte.

RUBIM, A. A. C. (2000). *Comunicação e Política*. São Paulo, Haker Editores.

SARTORI, G. (2001). *Homo videns: televisão e pós-pensamento*. Florianópolis, EDUSC.

SOUZA, C. (2006). Políticas públicas: uma revisão da literatura. *Sociologias*. Porto Alegre, n. 16.

THOMPSON, J. B. (1998). *Mídia e modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, Vozes.