

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Gustavo Fernandes Paravizo Mira

VISIBILIDADE E REPRESENTAÇÃO:

As Conexões Midiáticas e Políticas dos Deputados Federais da Zona da Mata Mineira

Juiz de Fora
Fevereiro de 2017

Gustavo Fernandes Paravizo Mira

VISIBILIDADE E REPRESENTAÇÃO:

As Conexões Midiáticas e Políticas dos Deputados Federais da Zona da Mata Mineira

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

Co-orientador: Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira

Juiz de Fora
Fevereiro de 2017

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Mira, Gustavo Fernandes Paravizo.

Visibilidade e Representação : as Conexões Midiáticas e Políticas dos Deputados Federais da Zona da Mata Mineira / Gustavo Fernandes Paravizo Mira. – 2017.

282 f.

Orientador: Paulo Roberto Figueira Leal

Coorientador: Luiz Ademir de Oliveira

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2017.

1. Comunicação e Poder. 2. Comportamento Político. 3. Conexão Eleitoral. 4. Deputados Federais. 5. Juiz de Fora. I. Leal, Paulo Roberto Figueira, orient. II. Oliveira, Luiz Ademir de, coorient. III. Título.

GUSTAVO FERNANDES PARAVIZO MIRA

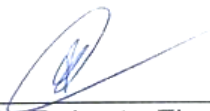
VISIBILIDADE E REPRESENTAÇÃO:

As Conexões Midiáticas e Políticas dos Deputados Federais da Zona da Mata Mineira

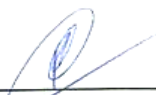
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração Comunicação e Poder, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em 17/02/2017

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (Orientador)
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)



Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira (Co-orientador)
Universidade Federal de São João Del-Rei (UFSJ)



Profa. Dra. Marta Mendes da Rocha (Membro interno)
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)



Prof. Dr. Fernando Henrique Eduardo Guarnieri (Membro externo)
Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP/UERJ)

AGRADECIMENTOS

As concessões para se cumprir seriamente as exigências institucionais e pessoais de um programa de mestrado demandam extrema dedicação de quem faz e extrema compreensão daqueles que acompanham. Nos extremos, conduzi este trabalho do qual agora me alegro de compartilhar com todos que me incentivaram e deram o seu toque de carinho, respeito, amor, crítica e confiança.

Minha gratidão aos meus pais, neste sentido, se funda no exemplo e na abdicção que me ensinaram desde pequeno. Eles foram especiais neste percurso.

Às minhas irmãs, também agradeço por me apoiarem e terem sido companheiras de afeto e incentivo inigualáveis desde o berço, com quem divido os mínimos detalhes.

À Lorena, por me ensinar a flexibilizar meus pontos inflexíveis e a olhar com carinho para os detalhes nos momentos mais tensos.

Ao Eduardo e à Talita, amigos que escolhi desde o início e que sempre me mostraram que o escárnio, a felicidade e a amizade fazem a vida um pouco mais leve, especialmente neste cenário político turbulento.

Ao Paulo Roberto, pelos valiosos ensinamentos repassados incansavelmente no dia a dia, os quais tentei absorver, inclusive tomando notas de leitura para as férias dos próximos vinte anos.

Ao Luiz Ademir, pela disposição inigualável e atenção em todos os momentos. É o exemplo de dedicação e afeto que me ajudou a materializar boa parte das ideias que concebemos.

Aos professores Weden Alves e Giliard Tenório, pela avaliação cuidadosa e generosa na qualificação. Aos professores Fernando Guarnieri e Marta Mendes, pelas contribuições de banca, as quais serão valiosas e construtivas no contexto do trabalho.

Aos bolsistas de iniciação, Danilo e Gabriella, pela dedicação e pelo empenho nas atividades de pesquisa que conduzimos com muitas risadas, compreensão e aprendizado.

À Paula, pela imensa colaboração na elaboração dos mapas e pela amizade construída rapidamente à base de trabalho, R, SPSS, QGIS, muita prosa e cana.

Aos familiares e amigos com os quais não pude confraternizar e dividir momentos em função da distância material que o trabalho exigiu.

À Capes e à UFJF pelo subsídio durante este percurso.

The paradox is that a politics that costs so much
should make our political life feel so cheapened.

(Hugh Heclo)

RESUMO

Esta pesquisa propõe-se a investigar a interface entre os campos da comunicação e da política, focando especificamente nos mandatos dos deputados federais com domicílio eleitoral em Juiz de Fora (Marcus Pestana – PSDB, Margarida Salomão – PT, Wadson Ribeiro – PC do B e Júlio Delgado – PSB) e suas estratégias de visibilidade midiática e de conexão política e eleitoral com o cidadão/eleitor nos dois primeiros anos de mandato. São discutidos os tensionamentos entre os campos da comunicação e da política, especialmente em função da nova ambiência massiva e digital na qual se dão as disputas pelo oferecimento de consensos válidos à prática política, cuja função é cada vez mais estratégica para a visibilidade na sociedade midiaticizada. Busca-se na literatura da ciência política a explicação para comportamentos legislativos particularistas, nos quais os benefícios destinados a certas localidades atenderiam à necessidade dos congressistas de maximizar seus ganhos eleitorais. Tendo em vista a participação da comunicação no processo representativo e as adaptações da política à sua gramática, alguns autores acreditam que os limites entre a campanha e o governo perderam suas especificidades, já que as técnicas de campanha passaram a fazer parte do exercício de mandatos e o interesse na reeleição seria um grande fator motivador durante os governos. Neste sentido, parte-se da hipótese de que as conexões com o eleitor/cidadão, as quais podem garantir a legitimidade do mandato bem como o capital político do deputado federal, ocorrem de formas variadas, dependendo do reduto eleitoral, do perfil do eleitor, o que implica em variáveis políticas (o elo estabelecido com as lideranças políticas, comunitárias, religiosas e de movimentos sociais que funcionam como líderes de opinião e mediadores, visitas a bairros de Juiz de Fora e cidades próximas, destinação de verbas para os municípios onde têm maior votação etc.) e as variáveis comunicacionais (boa visibilidade na mídia, canais de comunicação com o eleitor). Do ponto de vista da pesquisa empírica, este trabalho está dividido em três partes: 1) análise da trajetória política dos deputados e as respectivas distribuições dos votos no estado de Minas Gerais nas eleições de 2014, com destaque para a mesorregião da Zona da Mata, na qual está localizada a cidade de Juiz de Fora; 2) verificação dos empenhos de emendas parlamentares alocados na mesorregião e a conexão com as respectivas votações; 3) análise de conteúdo das postagens publicadas nas páginas oficiais dos deputados no Facebook, com vistas ao tipo de mensagens postadas e os vínculos estabelecidos nas interações com o cidadão/eleitor. Em sentido complementar, foram realizadas entrevistas em profundidade com os deputados federais para discutir as estratégias políticas e comunicativas dos mandatos com intuito de compreender a forma pela qual os parlamentares escolhem enfatizar determinadas ações comunicativas e políticas em detrimento de outras possíveis. Pode-se afirmar, diante das análises realizadas, que as distintas trajetórias políticas, em associação com diferentes ações políticas e comunicativas de mandato, resultam em ênfases distintas no uso das ferramentas comunicativas por parte dos mandatos e graus de esforços bastante específicos no que diz respeito às regiões atendidas pelos mandatos. Portanto, as trajetórias políticas de deputados federais obedecem a lógicas bastante particulares, considerando-se fatores como os incentivos do sistema políticos, a necessidade de visibilidade e a particularidade das carreiras políticas.

Palavras-chave: Comunicação e Poder. Comportamento Político. Conexão Eleitoral. Deputados Federais. Juiz de Fora.

ABSTRACT

This research intends to investigate the interface between the field of the communication and the field of the politics, specifically focusing in the federal deputies' mandates with electoral home in Juiz de Fora (Marcus Pestana – PSDB, Margarida Salomão – PT, Wadson Ribeiro – PC do B e Júlio Delgado – PSB) and their strategies of visibility on media and political and electoral connection with the citizen/voter in the first two years of political office. We discuss the tensioning among the fields of the communication and of the politics, especially in function of the new massive and digital ambient environment in which happens some disputes to offer valid consensus to political practice, whose function is more and more strategic for the visibility in mediated society. The literature on political science seeks to explain particularist legislative behaviors in which benefits intended for certain localities would meet the necessity for congressmen to maximize their electoral gains. Considering the participation of the communication in the representative process and the adaptations of the policy to its grammar, some authors believe that the limits between the campaign and the government have lost their specificities, since the techniques of campaign began to be part of the exercise of mandates and Interest in re-election would be a great motivating factor during governments. In this sense, it is based on the hypothesis that the connections with the citizen/voter, which can guarantee the legitimacy of the mandate as well as the political capital of the federal deputy occur in varied forms, depending on the electoral district, voter profile, and which implies in political variables (the link established with political, community and religious leaderships and social movements that function as opinion leaders and mediators, visits to neighborhoods in Juiz de Fora and nearby cities, allocation of funds to municipalities where they have higher votes, etc.) and the communicational variables (good visibility in the media, channels of communication with the voter). From the point of view of empirical research, this paper is divided into three parts: 1) analysis of the political trajectory of the congressmen and the respective distributions of votes in the state of Minas Gerais in the 2014 elections, with emphasis on the meso-region of Zona da Mata, in which the city of Juiz de Fora is located; 2) verification of the commitment of parliamentary amendments allocated in the mesoregion and the connection with the respective votes; 3) content analysis of the posts published in the official pages of the deputies on Facebook, regarding the type of messages posted and the links established in the interactions with the citizen/voter. In a complementary sense, in-depth interviews were conducted with the federal deputies to discuss the political and communicative strategies of the mandates in order to understand the way in which the parliamentarians choose to emphasize certain communicative and political actions to the detriment of others possible. In view of the analyzes made, it can be stated that different political trajectories, in association with distinct political and communicative actions in mandates, results in different emphases in the use of communicative tools by the specificities of mandates and degrees of efforts with respect to the Regions served by mandates.

Keywords: Communication and Politics. Electoral Connection. Federal Deputies. Juiz de Fora. Communication and Power.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Mapa 1 – Detalhe da divisão microrregional e municipal da Zona da Mata.....	73
Mapa 2 – Detalhe do município de Juiz de Fora na mesorregião da Zona da Mata.....	74
Mapa 3 – Distribuição dos votos de Marcus Pestana nas mesorregiões do estado de Minas Gerais.....	85
Mapa 4 – Distribuição dos votos de Marcus Pestana nas microrregiões da Zona da Mata.....	89
Mapa 5 – Detalhamento das votações de Marcus Pestana nas cidades da microrregião da Zona da Mata	90
Mapa 6 – Recursos de emendas parlamentares de Marcus Pestana empenhadas nas microrregiões da Zona da Mata	96
Mapa 7 – Municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Marcus Pestana na Zona da Mata	98
Mapa 8 – Distribuição dos votos de Margarida Salomão nas mesorregiões do estado de Minas Gerais.....	119
Mapa 9 – Distribuição dos votos de Margarida Salomão nas microrregiões da Zona da Mata	122
Mapa 10 – Detalhamento das votações de Margarida Salomão nas cidades da microrregião da Zona da Mata	123
Mapa 11 – Recursos de emendas parlamentares de Margarida Salomão empenhadas nas....	130
Mapa 12 – Municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Margarida Salomão na Zona da Mata	132
Mapa 13 – Distribuição dos votos de Wadson Ribeiro nas mesorregiões do estado de Minas Gerais.....	157
Mapa 14 – Distribuição dos votos de Wadson Ribeiro nas microrregiões da Zona da Mata.	161
Mapa 15 – Detalhamento das votações de Wadson Ribeiro nas cidades da microrregião da Zona da Mata	162
Mapa 16 – Recursos de emendas parlamentares de Wadson Ribeiro empenhadas nas microrregiões da Zona da Mata	169
Mapa 17 – Municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Wadson Ribeiro na Zona da Mata	171
Mapa 18 – Distribuição dos votos de Júlio Delgado nas mesorregiões do estado de Minas Gerais	196
Mapa 19 – Distribuição dos votos de Júlio Delgado nas microrregiões da Zona da Mata	200
Mapa 20 – Detalhamento das votações de Júlio Delgado nas cidades da microrregião da Zona da Mata	201
Mapa 21 – Recursos de emendas parlamentares de Júlio Delgado empenhadas nas microrregiões da Zona da Mata	209
Mapa 22 – Municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Júlio Delgado na Zona da Mata	211

Gráfico 1 – Distribuição espacial dos votos de Marcus Pestana no estado e na Zona da Mata	86
Gráfico 2 – Representação gráfica dos votos de Marcus Pestana nas microrregiões da Zona da Mata	88
Gráfico 3 – Comparativo entre as votações de Marcus Pestana na cidade Juiz de Fora e na mesorregião da Zona da Mata	91
Gráfico 4 – Comparativo do empenho de recursos de emendas individuais de Marcus Pestana no estado e na Zona da Mata	95
Gráfico 5 – Distribuição espacial dos votos de Margarida Salomão no Estado e na Zona da Mata	120
Gráfico 6 – Distribuição dos votos de Margarida Salomão nas microrregiões da Zona da Mata	121
Gráfico 7 – Comparativo entre as votações de Margarida Salomão na cidade Juiz de Fora e na mesorregião da Zona da Mata	125
Gráfico 8 – Comparativo do empenho de recursos de emendas individuais de Margarida Salomão no estado e na Zona da Mata	129
Gráfico 13 – Distribuição espacial dos votos de Wadson Ribeiro no Estado e na Zona da Mata	158
Gráfico 14 – Distribuição dos votos de Wadson Ribeiro nas microrregiões da Zona da Mata	160
Gráfico 15 – Comparativo entre as votações de Wadson Ribeiro na cidade Juiz de Fora e na mesorregião da Zona da Mata	164
Gráfico 16 – Comparativo do empenho de recursos de emendas individuais de Wadson Ribeiro no estado e na Zona da Mata	168
Gráfico 9 – Distribuição espacial dos votos de Júlio Delgado no Estado e na Zona da Mata	197
Gráfico 10 – Distribuição dos votos de Júlio Delgado nas microrregiões da Zona da Mata	199
Gráfico 11 – Comparativo entre as votações de Júlio Delgado na cidade Juiz de Fora e na mesorregião da Zona da Mata	203
Gráfico 12 – Comparativo do empenho de recursos de emendas individuais de Júlio Delgado no estado e na Zona da Mata	208

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Quantificação das postagens dos deputados federais com domicílio eleitoral em Juiz de Fora entre 1º de dezembro de 2015 e 31 de janeiro de 2016.....	76
Quadro 2 – Categorias de análise de conteúdo para páginas de deputados federais no Facebook	78
Quadro 3 – Valores dos empenhos nas emendas parlamentares de Marcus Pestana na LOA 2015	94
Quadro 4 – Votações de Marcus Pestana nas localidades que receberam empenhos de emendas parlamentares.....	99
Quadro 5 – Categorização das postagens de Marcus Pestana na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016.....	102
Quadro 6 – Valores dos empenhos nas emendas parlamentares de Margarida Salomão na LOA 2015	128
Quadro 7 – Votações de Margarida Salomão nas localidades que receberam empenhos de emendas parlamentares.....	133
Quadro 8 – Categorização das postagens de Margarida Salomão na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016.....	136
Quadro 12 – Valores dos empenhos nas emendas parlamentares de Wadson Ribeiro na LOA 2015	167
Quadro 13 – Votações de Wadson Ribeiro nas localidades que receberam empenhos de emendas parlamentares.....	172
Quadro 14 – Categorização das postagens de Wadson Ribeiro na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016	175
Quadro 9 – Valores dos empenhos nas emendas parlamentares de Júlio Delgado na LOA 2015	206
Quadro 10 – Votações de Júlio Delgado nas localidades que receberam empenhos de emendas parlamentares.....	212
Quadro 11 – Categorização das postagens de Júlio Delgado na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016.....	216

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALMG: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais

Andes: Associação Nacional dos Docentes do Ensino Superior

Anpocs: Associação Nacional dos Pesquisadores de Ciências Sociais

APES JF: Associação de Professores de Ensino Superior de Juiz de Fora

CMO: Comissão Mista de Orçamento

Compólitica: Associação Nacional dos Pesquisadores em Comunicação e Política

Compós: Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em

Comunicação no Brasil

CUCA: Circuito Universitário de Cultura e Arte

DENEM: Direção Executiva Nacional dos Estudantes de Medicina do Brasil

DOI-CODI: Centro de Operações de Defesa Interna

HGPE: Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral

Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

LOA: Lei Orçamentária Anual

OEA: Organização dos Estados Americanos

PC do B: Partido Comunista do Brasil

PCB: Partido Comunista Brasileiro

PMDB: Partido do Movimento Democrático Brasileiro

Politicom: Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de

Comunicação e Marketing Político

PPG: Propaganda Partidária Gratuita

PPS: Partido Popular Socialista

Prouni: Programa Universidade Para Todos

PSB: Partido Socialista Brasileiro

PSDB: Partido da Social Democracia Brasileira

PT: Partido dos Trabalhadores

SISU: Sistema de Seleção Unificada

TRE/MG: Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais

TSE: Tribunal Superior Eleitoral

UEE: União Estadual dos Estudantes

UFJF: Universidade Federal de Juiz de Fora

UFRJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro

UJES: União Juizforana de Estudantes Secundaristas

UJS: União da Juventude Socialista

UnB: Universidade de Brasília

UNE: União Nacional dos Estudantes

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 COMUNICAÇÃO E POLÍTICA: CONCEITUAÇÕES E TENSIONAMENTOS	20
2.1 PODER SIMBÓLICO E TEORIA DE CAMPOS	20
2.2 DEMOCRACIA DE PÚBLICO E CENTRALIDADE DA MÍDIA.....	25
2.3 OS ESTUDOS DA INTERFACE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA NO BRASIL	32
2.4 COMPOSIÇÃO DE IMAGENS PÚBLICAS E POLÍTICA ESPETACULAR	36
3 MODELOS DE ESTUDOS CONGRESSUAIS, A CONEXÃO ELEITORAL E OS DILEMAS DA VISIBILIDADE NA SOCIEDADE MUDIATIZADA	40
3.1 ESTUDOS CONGRESSUAIS: O DISTRIBUTIVISMO NA POLÍTICA BRASILEIRA	40
3.2 SISTEMA ELEITORAL DE LISTA ABERTA E SUAS IMPLICAÇÕES	45
3.3 A PERSPECTIVA DA CONEXÃO ELEITORAL E A GEOGRAFIA DOS VOTOS.....	51
3.4 CAMPANHA E GOVERNO NO CENÁRIO DA CAMPANHA PERMANENTE	57
3.5 VISIBILIDADE, REPRESENTAÇÃO E ACCOUNTABILITY	62
4 ANÁLISE MULTIMETODOLÓGICA: UMA ABORDAGEM TRANSDISCIPLINAR SOBRE OS MANDATOS DOS DEPUTADOS FEDERAIS DA ZONA DA MATA	71
4.1 DELIMITAÇÃO DO OBJETO E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO.....	71
4.1.1 Geografia Eleitoral	73
4.1.2 Emendas Parlamentares	74
4.1.3 Fanpages dos deputados federais	75
4.1.4 Dados biográficos e entrevistas profundidade	80
4.2 MARCUS PESTANA (PSDB).....	83
4.2.1 Geografia Eleitoral	83
4.2.2 Emendas Parlamentares	93
4.2.3 Fanpages	100
4.3 MARGARIDA SALOMÃO (PT)	117

4.3.1 Geografia Eleitoral	117
4.3.2 Emendas Parlamentares	127
4.3.3 Fanpages	134
4.4 WADSON RIBEIRO (PC DO B)	155
4.5.1 Geografia Eleitoral	155
4.5.2 Emendas Parlamentares	166
4.5.3 Fanpages	174
4.5 JÚLIO DELGADO (PSB)	194
4.4.1 Geografia Eleitoral	194
4.4.2 Emendas Parlamentares	205
4.4.3 Fanpages	215
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	230
REFERÊNCIAS	238
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO NAS ENTREVISTAS	244
APÊNDICE B – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM MARCUS PESTANA	246
APÊNDICE C – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM MARGARIDA SALOMÃO	256
APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM WADSON RIBEIRO	265
APÊNDICE E – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM JÚLIO DELGADO	271
ANEXO – CLIVAGEM DAS POSTAGENS NA CATEGORIZAÇÃO SUGERIDA ...	283

1 INTRODUÇÃO

Diante do cenário político de instabilidade verificado no Brasil desde as manifestações de junho de 2013 e da posterior eleição presidencial de 2014, o poder legislativo aumentou gradualmente a sua visibilidade midiática. Esta exposição foi potencializada, em larga medida, pelas delações envolvendo nomes de parlamentares na Operação Lava Jato e em função da transmissão em tempo real do processo de impedimento da ex-presidente Dilma Rousseff – acatado e legitimado pelo legislativo. Neste cenário, a política brasileira se viu recortada por uma crescente onda de insatisfação e descrença por parte da população, cujos efeitos foram sentidos na relação estabelecida entre mandantes e mandatários

Neste âmbito, discutir a interface da comunicação e da política no cotidiano das sociedades contemporâneas, sobretudo da jovem democracia brasileira, é fundamental para a compreensão dos mecanismos de representação que derivam de seu funcionamento. Tendo em vista a característica evidenciada pela literatura de que bons sistemas políticos demandam informação para as tomadas de decisão de eleitores e políticos na esfera representativa, a comunicação aparece estrategicamente posicionada em razão de propriedades como o controle da visibilidade e da construção de sentido. A política, por sua vez, entendida como a via instrumentalizada das disputas entre indivíduos e grupos, teria como finalidade máxima a efetivação dos processos representativos e a promoção de políticas alinhadas às demandas comuns.

Esta relação ganha novas roupagens com a assunção da internet como plataforma alternativa de comunicação, a qual permite um contato mais interativo e dialógico no âmbito da relação interpessoal. Obviamente, este fator também impacta o funcionamento de mandatos e provoca adaptações nas atividades políticas, as quais estão condicionadas a inúmeros fatores, tais como a trajetória política, a concepção dos deputados a respeito dos benefícios inferidos em suas ações e a influência dos partidos.

Sabe-se, porém, que a interação entre a comunicação e a política está longe de ser um fenômeno novo. Pelo contrário, desde o advento do rádio e da televisão, a política foi fortemente impactada pela comunicação massiva e, por esta razão, pesquisadores e profissionais das duas áreas discutem a mídia como uma variável significativa, e por vezes explicativa, das transformações verificadas nas *práxis* do campo político. Entretanto, verificou-se uma lacuna nas pesquisas do campo compósito da Comunicação Política no que tange o comportamento político e midiático dos mandatos dos deputados federais brasileiros. Considerando-se as peculiaridades observadas na relação estabelecida entre os parlamentares

e suas áreas de atuação, o recorte de pesquisa deste trabalho está concentrado nas conexões políticas e comunicativas dos quatro deputados federais eleitos em 2014 com domicílio eleitoral em Juiz de Fora: Marcus Pestana (PSDB), Margarida Salomão (PT), Wadson Ribeiro (PC do B) e Júlio Delgado (PSB).

O principal objetivo do trabalho é compreender o comportamento parlamentar no contexto de sistemas políticos cada vez mais complexos, tanto para o cidadão/eleitor – cuja participação é cobrada não apenas nos períodos de pleito –, quanto da classe política – bastante influenciada pela competitividade dos *players* do campo e por idiosincrasias do próprio sistema político. Para esta finalidade, parte-se da seguinte questão de investigação: em que medida a origem dos votos e o tipo de comportamento parlamentar estão associados a certas ênfases de mandato e estratégias comunicacionais?

A partir deste prisma, o problema de pesquisa se desdobra em dois eixos de investigação, dos quais nascem questões específicas. O primeiro, relativo às conexões comunicacionais, destina-se a analisar questões ligadas à estrutura de comunicação, a construção da imagem dos políticos e o fomento de atividades visibilidade do mandato. Afinal, quais as temáticas mais abordadas em âmbito local/regional, estadual e nacional? Que estrutura de comunicação dispõem os deputados? Em razão de quais percepções são elaboradas estratégias de mandato para lidar com o aspecto comunicativo?

O segundo eixo refere-se às variáveis políticas, em relação as quais são levantadas questões relativas às distribuições de votações e emendas parlamentares, trajetórias e carreiras políticas e a respeito das respectivas ênfases de mandato. Neste sentido, como estão distribuídos os votos e as emendas parlamentares em termos de geografia eleitoral no estado de Minas Gerais, na mesorregião da Zona da Mata e na cidade de Juiz de Fora? Quais são estratégias de conexões políticas e eleitorais dos deputados federais com líderes locais e redes de apoiadores?

A hipótese central é de que os mandatos parlamentares, apesar da relevância das lógicas e gramáticas comunicativas para a política contemporânea, apresentam distintas ênfases na questão comunicacional em função de variáveis políticas como a origem dos votos, seu grau de concentração ou dispersão e a trajetória de carreira. Nem todos os parlamentares valorizariam a construção de visibilidade midiática como questão de igual importância, ao contrário do que sustenta a maior parte da literatura sobre comunicação política. Sendo assim, a lógica de funcionamento dos mandatos – diluída entre 513 deputados, significativa influência partidária e numerosas estruturas da Câmara como comissões e conselhos – estaria submetida a fatores sobredeterminados pelo campo político. Acrescenta-se a isso a superexposição do

poder Executivo no período estudado, bem como a marcante presença do Judiciário, em função do protagonismo da Operação Lava Jato e do Supremo Tribunal Federal.

Busca-se, na pesquisa, apontar como as variáveis comunicacionais e políticas interagem de maneiras diversificadas em mandatos parlamentares específicos. A conjugação destes fatores seria determinante para a entendimento do comportamento parlamentar em relação à comunicação, mas também abre a possibilidade de compreensão de nuances locais e regionais dos mandatos, especificamente no que se refere a atuação dos congressistas em relação as suas redes de apoio. Desta maneira, o trabalho também traz à tona características importantes das carreiras políticas dos deputados federais e seus vínculos políticos com partidos e lideranças políticas.

No ensejo de buscar respostas às questões sugeridas, este trabalho foi dividido em três capítulos, nos quais estão dispostas as argumentações teóricas e de análise do objeto. No primeiro capítulo, estão elencadas as discussões a respeito da teoria de campo e as respectivas particularidades da comunicação e da política enquanto instâncias independentes e dialógicas na sociedade midiaticizada (Bourdieu, 1999; Rubim, 2000; Gomes, 2004). A atuação da mídia como ator político e espaço de articulação e construção de sentidos sociais ganha destaque a partir de debates a respeito do funcionamento das democracias e do avanço nos estudos em comunicação, com efeitos na política (Tocqueville, 1998; Berelson, Lazarsfeld e Mcphee, 1954; Dahl, 1997; Lima, 2009)

Ainda neste capítulo, discute-se a produção científica no subcampo da Comunicação Política a respeito do comportamento político com efeitos sobre questões comunicativas, nas quais se verifica o volume de trabalhos e o surgimento de grupos profissionais organizados (Gomes, 2004; Colling, 2007; Oliveira e Chaves, 2013). Levando-se em consideração a especialização das funções comunicativas na política, o último tópico trata da composição de imagens públicas como um elemento natural da política espetacular (Schwartzberg, 1977; Manin, 1995; Aldé, 2001).

A interface entre a comunicação e a política trabalhada neste capítulo inicial abre espaço para estudos voltados a compreensão dos incentivos produzidos nas práticas eleitorais e políticas. Os estudos congressuais e a escolha do distributivismo como aporte teórico decorrem da percepção de que as tomadas de decisão no relevo político são profundamente influenciadas pela racionalidade da classe política e pelo funcionamento dos sistemas político e eleitoral (Nicolau, 2006; Rojas de Carvalho, 2009; Ames, 2012; Carvalho Júnior, 2013). Por esta razão, discute-se as características dos modelos informacional e partidário, com enfoque

específico no distributivismo¹ (Limongi, 1994; Lemos, 2001) como característica de sistemas eleitorais centrados no candidato (Samuels, 1997).

Ao assumir a distributivismo e os efeitos do sistema eleitoral como fatores determinantes para o escopo do trabalho, percebeu-se a necessidade lógica de recorrer à literatura sobre conexão eleitoral e geografia dos votos (Mayhew, 2004; Rojas de Carvalho, 2009, Ames, 2012) para conceber a relação de maximização de benefícios e distribuição de recursos segundo as quais os políticos estabeleceriam seus vínculos locais. Dado a extensão dos distritos – no Brasil, os estados – nas disputas eleitorais, a relativa autonomia dos candidatos e ao sistema eleitoral de lista aberta (Nicolau, 2006), o horizonte da reeleição seria uma variável relativamente comum entre os políticos.

Em razão desta percepção, propõe-se a discussão das campanhas permanentes como uma perspectiva capaz de explicar a articulação de particularidades de campanha e governo no âmbito dos mandatos parlamentares (Ornstein e Mann, 2000; Hecló, 2000; Noguera, 2001; Galícia, 2010). Diante da profissionalização do aspecto comunicativo evocado pelo vínculo perene entre o cidadão/eleitor e a classe política, a questão da comunicação retorna à discussão política, tendo em vista a suposta presença de assessores de imprensa e pessoal especializado nas linguagens da comunicação massiva e digital. O último tópico do capítulo debate propriedades da comunicação e da política – especificamente, a visibilidade e a representação –, considerando-se a necessidade de manutenção do vínculo democrático, amplamente dependente do accountability (ou simplesmente prestação de contas).

Em função dos conceitos trabalhados no primeiro e no segundo capítulos, foram estabelecidos, na última seção, critérios de análise e seleção do corpo de estudo. Desta forma, o terceiro capítulo apresenta o sumo das investigações executadas, com enfoque nas distribuições dos votos dos deputados nas eleições de 2014, nos empenhos de emendas parlamentares em 2015 e o conteúdo publicado nas redes sociais entre dezembro 2015 e janeiro de 2016. Além disso, técnicas de pesquisa como o levantamento de dados biográficos e a realização entrevistas em profundidade foram realizadas com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre os deputados e suas carreiras políticas.

Por meio da combinação entre as técnicas de pesquisa, buscou-se entender de que forma as variáveis comunicativas e políticas estabeleceram uma relação dialógica no âmbito dos mandatos de deputados federais. Pode-se afirmar, de antemão, a existência de estratégias comunicativas e políticas significativamente diversas, tendo em vista a concepção dos

¹ A capacidade explicativa dos demais modelos é eventualmente retomada na medida que se verifica a influência dos partidos e o grau de informação específico dos deputados a respeito de determinadas matérias.

deputados a respeito desta interface, suas percepções a respeito das tomadas de posição do mandato e a ordem de prioridades estabelecida em relação a seus apoiadores.

Este trabalho se insere na pesquisa intitulada “Parlamentares Federais com Domicílio Eleitoral em Juiz de Fora e Mecanismos de Identificação Política – Visibilidade Midiática, Poder Simbólico e Capital Político” e se enquadra nas temáticas de discussão do grupo de pesquisa Comunicação, Identidade e Cidadania, na linha de pesquisa Comunicação e Poder.

2 COMUNICAÇÃO E POLÍTICA: CONCEITUAÇÕES E TENSIONAMENTOS

Este capítulo busca discutir a interface estabelecida entre os campos da comunicação e da política a partir de perspectivas que se dedicam a compreender a correlação existente entre estas variáveis no plano das democracias contemporâneas. No primeiro momento, recorre-se à teoria de campo com o intuito de verificar os pontos de interseção verificados nas práticas de cada campo, tendo em vista o funcionamento geral dos sistemas representativos onde a comunicação massiva e digital desempenha papel relevante na circulação de informações. A partir deste ponto de observação, propõe-se o debate a respeito das transformações do processo de representação, no qual a mídia supostamente assumiria um papel central na mediação das demandas públicas. Os estudos a respeito desta interface produzidos no Brasil são discutidos na sequência, considerando-se especificamente as pesquisas que se relacionam ao objeto deste trabalho. Além disso, também são debatidos na seção final os mecanismos específicos de composição de imagens públicas no âmbito da especialização da política à lógica midiática, levando-se em conta a espetacularização como produto iminente deste processo.

2.1 PODER SIMBÓLICO E TEORIA DE CAMPOS

A legitimação dos regimes democráticos depende da circulação de conteúdo, opiniões e ideias para que a democracia se efetive como um sistema de validação das representações escolhidas e controladas pelo povo. Seja nos modelos diretos ou representativos, a participação popular é demandada para avaliar o sistema em períodos específicos, nos quais o elemento vertebrador é a informação. Desta forma, as instâncias de produção de sentido desempenham papel fundamental no que se refere à interpretação da complexidade do mundo, diretamente ligadas aos juízos, valores, sentimentos e decisões produzidas no corpo social.

Se no governo dos príncipes a legitimação se dava pela virtude desenhada na figura da nobreza cortesã, a complexificação da sociedade civil e dos mecanismos de governo democrático possibilitaram que a informação se transformasse em elemento central para o acompanhamento dos governos, sendo o advento da imprensa, dos meios de comunicação de massa e, atualmente, do meio digital, os principais pilares de seu funcionamento tal como se conhece (DAHL, 2000).

Neste sentido, o caráter comunicativo dos sistemas democráticos – manifesto nas urnas quando solicitado, e nas ruas quando necessário – perpassa unilateralmente os

representantes em função de sua atividade pública, a qual não se restringe apenas à formulação de leis e programas de governo, mas também à produção de sentidos que, em alguma medida, organizam e legitimam a compreensão dos cidadãos a respeito dos assuntos públicos. É neste espaço profundamente atravessado por aspectos comunicativos que entidades, grupos e indivíduos marcam posições discursivas a respeito dos temas que lhes são caros (CARVALHO JÚNIOR, 2013, p. 3-4).

Deste prisma, a concepção de campo descrita por Bourdieu (1999) auxilia na compreensão da zona relacional estabelecida entre os campos da comunicação e da política, tendo em vista que as suas especificidades servem a propósitos vitais à democracia. Segundo ele, os campos podem ser entendidos como o espaço simbólico configurado por relações estabelecidas entre indivíduos e as estruturas sociais, os quais se adequam às normas e código de valores determinados pelo campo respeitando um *modus* específico, conceituado pelo autor como *habitus*.

Ao tratar da representação política, Bourdieu (1999) argumenta que as formas de percepção e expressão da política se restringem a grupos destinados a produzir ideias, conceitos, análises e problemas políticos. Esses grupos limitados tendem a oferecer aos “consumidores” os discursos que representam os atos políticos. Tal fenômeno, chamado pelo autor de “mercado da política”, é produzido por profissionais e atores envolvidos neste processo, os quais estão inteirados das “regras do jogo”. Nesta perspectiva, a mídia pode ser compreendida como um mecanismo de aproximação de agentes distantes do chamado “jogo político”. Ou seja, o campo da política precisa recorrer ao campo midiático para aproximar-se do eleitorado – um dos motivos pelos quais a mídia desempenha papel central na sociedade contemporânea, ao se constituir como um referencial para a participação política.

No entanto, os campos sociais obedecem a regras próprias, o que evidencia a relativa autonomia que conservam entre si, com lógicas, princípios, ideais e objetivos próprios, o que se aplica também aos campos da mídia e da política. De acordo com Bourdieu (1999, p.189), as relações entre esses dois campos não ocorrem de maneira simétrica. O campo midiático estaria colonizando o campo político, já que a visibilidade na mídia determinaria crescentemente a distribuição do poder político e o reconhecimento social que advém da exposição midiática. Como o reconhecimento social é uma das moedas que confere lastro aos agentes políticos, os meios de comunicação se configuram, cada vez mais, como *locus* para o funcionamento da política, afinal a mídia pode dosar a visibilidade e distribuir graus distintos de legitimidade aos diversos atores sociais, além de funcionar como principal referencial de mundo para o homem comum nas sociedades modernas (RODRIGUES, 1990, p. 107).

Neste sentido, Rodrigues (1990) afirma que a mídia se constitui como espaço de mediação simbólica entre os diversos campos que compõem a vida social. Segundo o autor, a passagem das sociedades tradicionais para as modernas foi marcada pela autonomização crescente dos diversos campos sociais (religião, ciência, economia, política). Na idade moderna, ocorre também a emergência do *campo dos media*, especializado no exercício da mediação social. Assim, a mídia passa a ocupar um espaço social privilegiado no mundo moderno, funcionando como um palco onde os diversos agentes buscam obter visibilidade e legitimação diante da opinião pública e de outros campos sociais. Para o exercício da política, campo do debate onde se discute os interesses públicos, o acesso ao campo midiático é fundamental.

Mais do que isso, a mídia conecta-se a uma estrutura global de produção de sentidos que dá suporte ao trânsito do capital, além de suprimir o espaço e o tempo na lógica das redes. De acordo com Rubim (2000), é possível pensar que uma presença mais abrangente das mídias em rede, como infraestrutura de comunicação que tornaria possível uma nova circunstância societária, poderia articular e a moldar a vida social como uma totalidade. Segundo o autor, a participação da mídia como um dos fatores de sociabilidade contemporânea ganhou novos contornos na definição do que ele chama de “Idade Mídia”. Para Rubim (2000), observa-se um quadro de expansão da comunicação mediatizada (tiragens e audiências), de diversidade de mídias (massivas, digitais), de modos mediatizados distintos de experienciar e conhecer a realidade, além de culturas midiáticas e círculos culturais que difundem comportamentos, percepções, sentimentos e ideários, etc. (RUBIM, 2000, p. 29-30).

Para explicar a relação que se estabelece entre os campos da comunicação e da política, Gomes (2004) recorre à metáfora teatral. Segundo ele, desde as definições clássicas de Aristóteles, o conceito de *poética* está ligado ao propósito de despertar emoções no público por meio de representações. Já a *retórica* está ligada à racionalidade, sendo definida como a arte do convencimento e da persuasão por meio da argumentação. Deste ponto de vista, a política adapta seus quadros de referência à administração das impressões do público (GOMES, 2004, p. 293). A partir dos conceitos de *poesia* e *retórica*, Gomes (2004) vê uma relação de tensão entre os campos da mídia e da política. Enquanto a política é vista como um campo de disputas e de conflitos entre sistemas de pensamento, sendo mais profundamente marcada por uma lógica racional de debate argumentativo, a mídia apresenta-se com uma lógica publicitária, mercadológica, marcada por um forte apelo emocional, pelo entretenimento, pelo ficcional e pela espetacularização (Cf. ALTHEIDE E SNOW, 1979; GOMES, 2004; DEBORD, 1997; MEYER, 2002).

Se a lógica da política se aproxima das definições clássicas de retórica, a lógica da mídia associa-se à definição da poética, da representação. Com a democracia de massas, no entanto, os atores políticos se veem obrigados a recorrer em alguma medida aos meios de comunicação para obter legitimidade ante ao eleitorado e acabam assimilando a lógica funcional e estética dos formatos oferecidos pelo campo midiático. Esta relação simbiótica é descrita por Gomes (2004) a partir da evolução técnica da comunicação de massa e das transformações históricas que acompanham este processo. Segundo ele, é possível observar três modelos de práticas, costumes e habilidades instituídos que formam os padrões sociais que auxiliam na compreensão da relação entre os campos da política e da comunicação de massa ao longo da história (GOMES, 2004, p.46).

Para Gomes (2004), o primeiro modelo de comunicação de massa existe na forma de imprensa entre os séculos XIV e XVII, na qual a esfera política não está dissociada da esfera informacional. Enquanto algumas publicações atuavam a serviço dos soberanos, a imprensa de opinião situava-se fora da esfera reservada da política do estado e funcionava como importante instrumento de discussão pública. De nascimento burguês, a imprensa de opinião opõe-se às esferas de decisão aristocráticas e instrumentaliza a necessidade de constituição da publicidade civil como parte importante do universo político a partir do século XVIII.

A natureza desta relação é alterada com a ascensão burguesa às esferas de decisão política, tendo em vista que a unanimidade de posições era garantida pela oposição à corte. A imprensa de opinião, neste momento, ganha a forma de imprensa de partido e acrescenta à sua autocompreensão o papel de órgão da esfera civil. Com a alternância de poderes, os periódicos passam a se dividir entre *governistas* e de *oposição* e abrem espaço para a caracterização de outro tipo de imprensa, mais próxima do ideário que se conhece hoje, que propõe uma atividade livre, garantidora da diversidade partidária e da contraposição legítima entre governo e oposição (GOMES, 2004, p. 46-47).

No segundo modelo, a imprensa encontra-se em uma situação similar ao modelo anterior, embora acompanhada de outras instituições sociais dotadas de meios tecnológicos de produção, reprodução e emissão de mensagens e produtos culturais, no qual se inclui o rádio, o cinema e, mais tardiamente, a televisão. Por meio destes veículos ocorriam os principais processos de circulação do conteúdo como ainda acontece na atualidade. Do ponto de vista de governos e partidos, estas instituições eram compreendidas como simples difusoras de conteúdo, o que explica o termo *mass media* e a visão instrumental de sua capacidade de difundir produtos e mensagens para audiências massivas.

As primeiras pesquisas referentes aos efeitos e possibilidades desencadeadas pela comunicação no âmbito político são realizadas neste período, no qual se percebe uma nova possibilidade de negócio, capaz de organizar os gostos, as opiniões e as disposições sobre temas de natureza política. Não por acaso, as pesquisas em comunicação americanas preocupavam-se com o uso dos meios pela política e pelo Estado, enquanto nos países europeus eram desenvolvidas pesquisas a respeito da publicidade durante as duas guerras mundiais. Obviamente a sociabilidade foi amplamente modificada do primeiro modelo para o segundo, no qual os meios de comunicação passaram a alcançar lugares longínquos e pessoas de diferentes graus de instrução, consumo de cultura e níveis de alfabetização, embora ainda não fosse considerada a capacidade destes públicos de reagir ante a informação que lhes era oferecida (GOMES, 2004, p. 47-49).

Torna-se predominante no terceiro modelo, durante o século XX, a perspectiva de setor industrial forte e competitivo no âmbito da informação, que assimila a imprensa de partido e os demais “meios” de comunicação em uma lógica de produção dedicada à cultura e ao entretenimento em larga escala, no qual a informação é um produto comercializado não mais com partidos e corporações, mas com anunciantes e consumidores de informação. Há uma demanda na sociedade por informação atualizada, objetiva, verdadeira, imparcial, leiga e independente, a qual não pode ser suprida pela imprensa de partido em função de seu aparelhamento com as instâncias políticas, o que abre espaço para um tipo de imprensa empresarial disposta a oferecer conteúdo para consumidores pouco engajados, mas que não desejam ser enganados por veículos supostamente proselitistas. Diante deste quadro, três saídas foram apresentadas à imprensa partidária (sindical, de partidos, etc.) naquele momento: manter-se no mesmo formato sob pena de perder seu público; converter-se ao novo sistema de negócio; ou desaparecer. A chave para o funcionamento da indústria da informação, por sua vez, não poderia ser apenas a venda de informações ao consumidor. A necessidade econômica de tornar produtos e serviços conhecidos atraiu ao setor de informação os anunciantes interessados na atenção pública, a qual pode ser considerada uma das mais preciosas moedas do mundo contemporâneo.

Este panorama da evolução técnica dos veículos de comunicação permite-nos observar que a sociedade civil também passa por mutações organizativas, procedimentais, culturais e políticas intimamente atreladas às mudanças nas relações econômicas, à configuração do Estado e aos próprios processos de mediação e socialização. Torna-se imperativo considerar que a interface entre a comunicação e a política, a comunicação política,

também engendra traços destas relações estabelecidas entre os campos sociais nos quais o poder, em suas mais variadas facetas, está em disputa.

2.2 DEMOCRACIA DE PÚBLICO E CENTRALIDADE DA MÍDIA

A mudança de formatação das elites, os direitos de participação, as garantias de liberdade de expressão e os adventos tecnológicos de comunicação são o epicentro da reconfiguração social que ocorre no mundo ocidental a partir da fundação dos Estados Modernos. Neste sentido, estudos provenientes do campo político também lançam olhares sobre as modificações sociais que ocorrem no seio da sociedade considerando a existência de processos comunicativos, ainda que não necessariamente midiáticos, conectados entre si. Destacam-se aqui algumas das percepções que se valem deste entendimento e discutem ao final a conexão entre mídia e política pelo viés das transformações do governo representativo (TOCQUEVILLE, 1998; BERELSON, LAZARFELD E MCPHEE, 1954; DAHL, 1997; MANIN, 1995; SANTOS, 1998; ALBUQUERQUE E DIAS, 2002).

Tendo em vista a mudança das sociedades aristocráticas para as sociedades burguesas no século XVIII, Tocqueville (1998) afirma que a burguesia gerou uma igualização das condições sociais ao romper com o modelo aristocrático e instaurar a possibilidade de mobilidade social. Para ele, a democracia tornou-se um processo inevitável nas sociedades ocidentais desenvolvidas, principalmente no modelo visto nos Estados Unidos, focado mais numa dinâmica social do que em questões normativas. Mas, com a possibilidade de ascensão social observada, Tocqueville (1998) deixou claro a existência de um grande risco para as democracias: a tirania da maioria. No lugar de cidadãos participativos, poderia emergir um individualismo exacerbado, que geraria um esvaziamento do espaço público. Focada em questões muito pessoais e sem caráter coletivo, corria-se o risco de uma homogeneização cultural, o que, de certa forma, acabou ocorrendo, principalmente no século XX, com a racionalização técnica de bens simbólicos – sons, imagens, valores, hábitos, etc. – produzidos a partir de formatos e padrões repetidos, o que Adorno e Horkheimer sintetizaram no conceito de indústria cultural (WOLF, 1999, p. 85).

Mas a novidade no século XX para a Ciência Política foi quando um grupo de pesquisadores – Lazarsfeld, Barelson e Gaudet – desenvolveu as primeiras pesquisas de opinião pública na disputa presidencial norte-americana em 1940 para identificar o comportamento do eleitor. Os autores chegaram a algumas descobertas importantes a partir das primeiras pesquisas de opinião pública, como o fluxo de comunicação em dois níveis (two-step-flow) – a de que há

uma comunicação direta da mídia com o eleitor, mas há a comunicação que passa pelo filtro dos líderes de opinião, como ocorre hoje nas disputas por cargos para eleições proporcionais, em que deputados e vereadores buscam apoio de líderes locais. Concluíram que o cidadão é pouco interessado em política e distante do ideal de cidadão participativo pensado por Tocqueville.

Para além do entendimento de que a mídia tem um papel instrumental de *persuasão*, como afirmavam os primeiros teóricos da comunicação, é importante retomar aqui a perspectiva de Lazarsfeld, Barelson e Gaudet, citados por Wolf (1999), na qual o processo comunicativo ganha contornos sociológicos, com certa capacidade de *influência* sobre o público, embora se configure como mais um fator entre outros capazes de agir sobre a atitude política. Ainda que seja criticável a leitura feita a respeito dos efeitos limitados das mídias - as quais evoluíram tecnologicamente e protagonizam a circulação de informações na sociedade contemporânea -, a perspectiva do autor pode ser considerada atual tendo em vista que a mídia não monopoliza os sentidos que circulam no seio social, embora seja fortemente capaz de sugerir temáticas e enquadramentos por meio dos conteúdos que produz. Além disso, os autores demonstram que o consumo de mídia está ligado às características do público, de acordo com clivagens sociais e suas preferências, as quais podem ser vistas em estudo a respeito de programas de rádio. Ou seja, a pesquisa sobre a comunicação de massa aproxima-se também dos processos e fenômenos comunicativos socialmente vinculados, o que mais tarde é observado nas estratégias de propaganda realizada na segunda guerra mundial (JANOWITS *apud* WOLF, 1999, p. 51) e apropriado por empresas e pela própria classe política.

Em relação à formação de atitudes políticas, Lazarsfeld, Barelson e Gaudet, (1944) estudam a predisposição das orientações de voto de acordo com clivagens socioeconômicas, de religião, grupo etário, etc., e o grau de participação e exposição às campanhas eleitorais. Nesta pesquisa, os autores afirmam que os líderes de opinião se diferem de outros cidadãos em função do seu grau de envolvimento, interesse e capacidade de *influenciar* a parcela restante do eleitorado nas campanhas. Isto é, constituem um setor da população ativo e participativo na política e mais decidido no processo de formação das atitudes de voto, as quais perpassam relações sociais entre outros membros do grupo e a comunicação de massa, porém mediadas por este agente político. Neste sentido, os autores afirmam que as atitudes políticas estão sujeitas a três tipos de efeitos: 1) de ativação, na qual se transformam as tendências latentes em decisão de voto; 2) de reforço, em que se preserva as decisões tomadas, evitando mudanças de atitude; 3) de conversão, no qual há mudança da atitude política mediante a redefinição dos problemas sobre os quais as pessoas tinham refletido muito ou pouco. Em outro nível, as

opiniões cristalizadas dos indivíduos emergem de acordo com as especificidades das campanhas.

Se a comunicação de massa inevitavelmente encontra-se com a questão da exposição e percepção seletivas do público, a comunicação interpessoal ostenta um grau maior de flexibilidade diante das resistências dos destinatários. Para os autores, se a credibilidade de uma fonte se reflete na eficácia persuasiva de uma mensagem, é provável que a impessoalidade da mídia diminua a credibilidade de suas fontes, tendo em vista a força dos vínculos interpessoais estabelecidos nas relações das pessoas com grupos de interesse e indivíduos. Enquanto as mensagens produzidas em períodos eleitorais e veiculadas pela mídia tendem a convencer os eleitores, a influência interpessoal pode estar (parecer) menos ligada a finalidades de persuasão (WOLF, 1999, p. 52-55). Tal perspectiva é entendida pela Ciência Política mais tarde quando outros autores vão se dedicar a estudar a questão da participação e do engajamento no sistema democrático.

Ao estudar as democracias no século XX, Dahl (1997) afirma que elas são pobres aproximações do ideal democrático. Por isso, cria o conceito de poliarquia. Segundo ele, não há uma participação constante das pessoas na esfera pública e, ao contrário, ocorre um revezamento da arena pública por grupos de interesse, dependendo da agenda pública em discussão. Para isso, aponta dois eixos fundamentais: participação e institucionalização. O autor acredita que os países os quais ampliaram primeiro o eixo de institucionalização, criando regras sólidas e depois ampliaram a participação, têm democracias mais consolidadas.

Ao analisar a democracia brasileira, Santos (1993) afirma que o país estruturou-se a partir de uma institucionalização precária, já que as regras sempre foram modificadas facilmente e de acordo com os interesses dos grupos dominantes. Além disso, o processo democrático brasileiro passou por vários momentos de ruptura, como os golpes militares de 1937 e 1964. É somente a partir de 1985 que se inicia o processo de consolidação democrática e o fato de o país ter chegado à sétima eleição presidencial (1989, 1994, 1998, 2002, 2006, 2010 e 2014) demonstrava até 2014 o fortalecimento democrático do país – algo que foi novamente colocado sob prova em razão da manobra congressual que afastou a presidente Dilma Rousseff em agosto de 2016.

No que se refere à representação política, Manin (1995) discute conceitualmente as transformações no governo representativo e aponta três tipos ideais em que se constrói o processo democrático tal como se conhece na atualidade, os quais estão alicerçados em quatro princípios: a) os representantes são eleitos pelos governados; b) os representantes representam uma independência parcial diante das preferências do eleitorado; c) a opinião pública sobre

assuntos políticos pode se manifestar independentemente do controle governamental; d) as decisões políticas são tomadas após debate. Neste contexto, o autor afirma que a relação de confiança entre a classe política e o eleitorado, estabelecida pela fidelidade e correspondência de identidade entre ambos, é modificada. Hoje, no entanto, os partidos oferecem quadros ideológicos vagos para a apreensão do mundo e o processo representativo esvazia-se na figura de candidatos.

Segundo ele, o primeiro tipo ideal, a “democracia parlamentar”, vigorou no século XVIII e baseava-se na relação de confiança entre os parlamentares e os eleitores, os quais ainda eram pouco numerosos em função das exigências de cultura e propriedade para o exercício do direito de voto. Votava-se muito mais pela relação interpessoal do que necessariamente por conexões dadas via partidos e outras organizações. Neste modelo, o governo era selecionado pela escolha dos *notáveis* pelos eleitores, reflexo e expressão de interações não-políticas, e os representantes caracterizavam-se não como porta-vozes, mas verdadeiros homens de confiança das elites políticas. A eleição dos representantes e a opinião pública, naquele momento, eram divididas horizontalmente entre a vontade superior do povo que elegia o parlamento e a vontade inferior do povo que se manifestava nas ruas e na imprensa. Além disso, o parlamento era o local onde a representação definia suas posições políticas por meio da argumentação, no qual o consentimento se dava por meio da troca de argumentos e da formação de maioria simples.

O segundo tipo ideal descreve as características da “democracia de partidos” e a correspondência entre o eleitorado e uma clivagem de classe na qual a figura dos *notáveis* perdia importância ante a representação partidária. De acordo com o autor, os eleitores tendiam a escolher em uma lista extensa de candidatos e partidos aqueles que pertenciam ao mesmo tipo de organização social a qual estavam vinculados. Ou seja, as pessoas não somente se inclinavam a votar constantemente no mesmo partido como também transferiam suas preferências partidárias de uma geração para a outra na mesma localidade.

No entanto, a expansão dos direitos de voto e assimilação dos partidos pela estrutura do Estado não evita os privilégios da elite nas tomadas de decisão políticas em função da hierarquização das estruturas destas organizações, embora os representantes estivessem presos a uma disciplina de controle do voto com parcial independência na tomada de decisões. Os partidos, neste modelo que vigora a partir do final do século XX, organizavam os quadros de referência que orientavam a opinião pública sobre os assuntos políticos. Neste caso, a imprensa de opinião desenvolveu um papel de formação para os cidadãos mais informados, embora estivesse limitado ao cidadão médio o acesso aos meios de expressão disponíveis – a menos

que se incluíssem na estrutura partidária. As tomadas de decisão por parte dos representantes, por sua vez, processavam-se antes dos debates em razão da posição partidária.

A terceira tipologia sugerida por Manin (1995) conserva em si algumas características dos modelos anteriores, embora outra variável relevante para o entendimento das formas de representação contemporâneas seja considerada: a mídia. A “democracia de público”, a partir dos anos 80 do século XX, sugere o declínio do papel formador dos partidos, o crescente poder das figuras personalistas e o papel central da mídia nos processos políticos. Segundo ele, as campanhas políticas, anteriormente ideológicas e orientadas pelos partidos, passaram a centrar-se nos candidatos e não nos partidos e reforçavam o caráter plebiscitário dos pleitos. Se os partidos dominaram a cena política após o governo dos *notáveis*, a personalização da escolha eleitoral trouxe novamente o protagonismo para os indivíduos em detrimento das estruturas organizativas. Para Manin (1995), a razão central para estas transformações reside no fato de que os canais de comunicação política afetam diretamente a natureza da relação estabelecida com a representação, na qual os candidatos se comunicam com seus eleitores por meio do rádio e da televisão. Neste sentido, abrem mão da mediação de uma rede de relações partidárias – o que chama a atenção para a natureza interpessoal de representação que caracterizou a “democracia parlamentar”.

Os meios de comunicação de massa, no entanto, privilegiam determinadas qualidades pessoais: os candidatos vitoriosos não são os de maior prestígio local, mas os “comunicadores” que dominam as técnicas da mídia. O autor alerta que este processo não deve ser visto como um abandono dos princípios do governo representativo, mas uma mudança do tipo de elite selecionada que toma lugar dos ativistas e líderes de partido, na qual emerge a figura do político “comunicador”. A imagem, especialmente na era da televisão, contribui para a construção de imagens públicas, pois realça e confere intensidade para os personagens, e para a criação de antagonismos que distinguem os candidatos. Desta forma, oferecem representações simplificadas e esquematizadas a respeito da política para um tipo de cidadão espectador, imerso na complexidade que a política adquire particularmente após o fim da Segunda Guerra Mundial.

Segundo Manin (1995), as escolhas dos eleitores são realizadas de acordo com os termos postos durante os períodos de eleição, mas não levam em consideração suas características socioeconômicas e culturais. Por esse motivo, existe a percepção de que as decisões do eleitorado estão suscetíveis a um contexto específico construído durante as campanhas políticas, nas quais os resultados eleitorais variam de acordo com a ênfase atribuída a determinados assuntos de interesse do político. O autor afirma que os eleitores

parecem responder aos termos específicos propostos pelos políticos em cada pleito, expressando mais do que suas identidades sociais ou culturais, mas um caráter reativo construído em parte pelo seu afastamento do campo político em função de inúmeros fatores, entre eles, a complexificação do trabalho, do mercado e do campo político representado pelo Estado. Desta forma, o eleitor é visto como *público* que reage aos atalhos cognitivos reproduzidos no *palco* da política.

Sobre os argumentos de Manin (1995), Albuquerque e Dias (2002) questionam o que eles denominam de “teoria da substituição”. Para os autores, ao criar o tipo ideal de democracia de público, Manin (1995) supõe que exista uma substituição dos partidos políticos pela mídia. Eles ressaltam, porém, que os partidos políticos mantêm sua importância e, no caso do Brasil, mesmo com um forte personalismo, estão se realinhando desde a redemocratização os partidos. Este argumento faz sentido quando se pensa que nas últimas seis disputas presidenciais houve uma forte polarização entre Partido dos Trabalhadores (PT) e Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), além do fato de que o tempo de televisão continua sendo variável importante no que se refere à composição de coligações, especialmente na proximidade dos pleitos.

A perspectiva apresentada por Manin (1995), no entanto, demonstra que o campo político e o campo da comunicação apresentam perspectivas que dialogam em larga medida a partir do momento em que o campo político reconhece que a mídia assume um papel de centralidade para a exposição pública de mapas cognitivos, sejam eles em forma de discussão, programas, imagens e personagens – todos eles em formatos e gramáticas específicas dos meios de comunicação de massa.

Vale destacar que o autor concentra sua análise – às vezes bastante instrumental, do ponto de vista da decisão eleitoral orientada pela comunicação, não tanto por outras relações possíveis, como a sociabilidade política – em um período em que a televisão tem predominância sobre outros meios de comunicação de massa, ainda distante das interações proporcionadas pelos meios digitais no contexto da *cibercultura* e do *ciberativismo*. Isto pressupõe que novas estratégias e adequações devem ser realizadas pelos campos que desejam concorrer pela visibilidade e dialogar com as práticas rotineiras estabelecidas no campo midiático. Além disso, é necessário frisar que a nova ambiência proporcionada pela coexistência de diferentes tipos de mídia exige novas formas de comunicação, conteúdos e formatos que atendam à perspectiva de narrativas transmídia (JENKINS, 2008).

No contexto brasileiro, a centralidade da mídia impacta substancialmente as práticas políticas e, para além disso, atinge as sociabilidades na medida em que o rádio e a

televisão chegam ao país. Entretanto, ainda que o Brasil seja considerado um país em que a comunicação de massa tenha um papel bastante privilegiado enquanto instituição social, a realidade do país aponta para características peculiares no que se refere ao acesso e consumo de mídia. Os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) revelam que 95% dos entrevistados afirmam assistirem TV, enquanto 73% argumentam que assistem diariamente. Outro dado importante é de que 79% alegam que usam o meio televisivo para se informar. O rádio aparece em segundo com 55% e a internet em terceiro com 48%. Outros 48% dos brasileiros usam a internet regularmente. O percentual de pessoas que a utilizam todos os dias cresceu de 26% na PBM 2014 para 37% na PBM 2015. A internet também possui um bom índice de atenção exclusiva, já que 32% dos usuários não realizam nenhuma outra tarefa enquanto estão conectados. Os dados da PBM 2015 mostram, entretanto, que a televisão permanece como o meio hegemônico e de maior influência junto ao público e aos eleitores, ainda que a internet apresente crescimento significativo (BRASIL, 2015).

Segundo Lima (2009) a centralidade da mídia para a política no caso brasileiro pode ser interpretada a partir da análise de sete teses a respeito da relação entre mídia e política que se constrói a partir do estabelecimento de uma rede comunicação que permite uma política nacional, especialmente após a reabertura política: 1) a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas, permeando diferentes processos e esferas da atividade humana, em particular; 2) não há política nacional sem mídia; 3) a mídia está exercendo várias das funções tradicionais dos partidos políticos, como, por exemplo, construir a agenda pública, transmitir informações políticas e fiscalizar as ações do governo; 4) a mídia alterou radicalmente as campanhas eleitorais; 5) a mídia transformou-se em importante ator político; 6) o fato de a mídia ser concentrada fomenta o seu poder no processo político; 7) as características da população brasileira potencializam o poder da mídia no processo político: a maioria da população não dominava leitura e escrita, mas convivia com imagens e informações produzidas pela TV quando ela foi implantada no país.

Percebe-se que o comportamento da mídia se alterou e exigiu várias adaptações do discurso político ao longo das campanhas presidenciais, desde a redemocratização, considerando-se o papel hegemônico ocupado pela televisão e a importância da Propaganda Partidária Gratuita (PPG) e do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) (Albuquerque e Dias, 2002), até a narrativa transmidiática (Jenkins, 2008) observadas a partir das eleições de 2010, em função do impacto da internet e das tecnologias digitais. Paralelo à propaganda

política, mas com grande interferência sobre o jogo político, também há que se levar em conta o papel da imprensa como ator político.

Distante da suposta objetividade jornalística, os conglomerados de mídia utilizam os seus veículos, principalmente os noticiosos, para um engajamento nas disputas políticas e eleitorais. Desta forma, atuam na construção dos cenários políticos e eleitorais, impondo agendas de campanha e construindo ou derrubando imagens e candidatos. Os veículos têm a capacidade de criar factoides com o intuito de interferir no jogo eleitoral. Autores utilizam o conceito de enquadramento justamente para apontar como a imprensa faz uma seleção dos acontecimentos e procura dar sentidos a tais fatos a partir da linha editorial dos veículos noticiosos e do impacto que pretendem criar na disputa política. Isso pode ser evidenciado na divulgação das pesquisas de opinião pública, na escolha das temáticas a serem mais abordadas e, principalmente, no tratamento favorável ou contrário dado aos candidatos.

2.3 OS ESTUDOS DA INTERFACE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA NO BRASIL

Os estudos que dão conta da produção no campo da Comunicação Política brasileira relatam, em maior ou menor medida, as interfaces possíveis que conectam os fenômenos comunicacionais às atividades políticas. O entendimento de que a comunicação desempenha a função de palco e o papel de ator na contemporaneidade pode ser apreendido como consensual, embora seja possível discutir em profundidade os graus em que se dá tal participação, seja por meio dos objetos, das metodologias e das bases teóricas utilizadas nas pesquisas (Cf. GOMES, 2004; COLLING, 2007; OLIVEIRA E CHAVES, 2013).

A zona de diálogo, neste sentido, pode ser cotejada a partir do debate entre ambos os campos de forma isolada ou em função das conexões entre os estudos desenvolvidos na Comunicação Política. É fato, no entanto, que o campo é objeto de disputa tanto por parte de pesquisadores do próprio campo quanto de campos paralelos que estabelecem conexões com objetos comunicacionais, sejam eles hipomidiáticos – aqueles que atribuem baixa relevância à comunicação de massa em fenômenos da política –, ou hipermediáticos - aqueles que entendem a comunicação de massa como epicentro de fenômenos políticos (GOMES, 2004, p. 29).

Considera-se que a clivagem temporal e temática proposta por Gomes (2004, p. 17-18) sintetiza a gênese dos estudos em Comunicação Política e as fases de desenvolvimento de suas pesquisas. Segundo ele, os estudos realizados entre a década de 20 e a metade dos anos 40 concentram-se em três eixos: opinião pública, decisão de voto e propaganda. Neste momento, as análises preocupam-se primordialmente com as categorias política e sociedade, sendo a comunicação

de massa entendida como mera intermediária desses dois polos, ou seja, vista como instrumento utilizado para produzir certos efeitos ou realizar determinada função na sociedade. Atribui-se pouca importância à lógica, à gramática e aos registros produzidos pela comunicação de massa, embora seja reconhecido que a sua penetração entre as massas seja capaz de influenciar o voto, as decisões e os gostos das pessoas (GOMES, 2004, p. 18).

A relação entre comunicação e política como grandezas institucionais, no entanto, começa a ser pensada a partir da década de 1960. A perspectiva instrumental entra em crise quando cresce a autonomia da indústria da comunicação e da indústria cultural, ainda que não houvesse certeza a respeito da natureza da comunicação aplicada na relação com a política. Neste período ocorre o alargamento do conceito de comunicação aplicado à política e da percepção de que tanto a cobertura de fatos de importância pública pelo jornalismo quanto às correspondências militares geradas e transmitidas durante a guerra perpassavam um aspecto político. Entre 1960 e 1970, a comunicação transforma-se em indústria presente nas grandes democracias do mundo, nas quais a americanização das disputas políticas passa a ser traço característico e irreversível (Cf. SCHWARTZENBERG, 1977). Inverte-se o jogo e a comunicação aparece como campo social capaz de impor suas estratégias, formatos e agendas ao público. É neste período que são desenvolvidos os primeiros estudos sobre Comunicação Política, tendo como foco a sua importância para as vitórias eleitorais e na condução dos governos (GOMES, 2004, p. 19-21). No Brasil, é nesta época que a produção de trabalhos a respeito da interface mídia e política têm localizado o seu marco inicial, com pesquisas bastante difusas e dispersas (RUBIM E AZEVEDO, 1998, p. 190).

Na década de 1980, a abordagem estruturalista ganha força e penetração com a crise do “pensamento crítico” e a mudança nas formas de se conceber a atuação política dos meios. Segundo Gomes (2004, p. 22), procura-se analisar a estruturação dos sentidos e os mecanismos pelos quais se operam a comunicação e a cultura de massa, algo que desloca o ponto de vista instrumental e negativo do papel desempenhado pela comunicação em seus primeiros estudos, e cede lugar a trabalhos interessados em descrever e entender os fenômenos antes de fazer juízo sobre suas especificidades. A partir das décadas de 1980-90, ocorre a publicação volumosa de trabalhos no campo da Comunicação Política, sendo ela bastante diversa em termos procedência geográfica e de assuntos pesquisados (GOMES, 2004, p. 21-23). No Brasil, o campo é impulsionado pelas primeiras eleições depois de 25 anos de ditadura militar, cuja principal novidade era a presença da comunicação de massa. Em 1989, o Brasil elege Fernando Collor de Mello e também assiste à sedimentação da Comunicação Política como campo que mobiliza elementos multidisciplinares. A emergência de temáticas de Comunicação Política no que se refere ao impacto nas eleições presidenciais não apenas propiciou uma proliferação dos estudos como também permitiu e estimulou a constituição de espaços acadêmicos acerca do

assunto. Surgem neste momento os primeiros congressos e associações que se dispõem a discutir com especificidade as temáticas do campo (RUBIM E AZEVEDO, 1998, p. 190-195).

Além disso, a interface entre a política e os fenômenos, gramáticas e recursos da comunicação de massa e digital permitiram a formação de uma interdisciplinaridade capaz de acumular pesquisas empíricas e estudos teóricos que convidam pesquisadores de outros campos a estabelecerem pontos de diálogo e reflexão. Neste sentido, a Comunicação Política cresce em volume de publicações, objetos de análise e metodologias (Cf. Colling, 2007), além de permitir a organização de associações científicas e profissionais, cuja função principal é aproximar as pesquisas do campo e dividir os conhecimentos práticos produzidos no seio de sua especialização. As principais associações científicas que se propõe a receber trabalhos acadêmicos são a Associação Nacional dos Pesquisadores em Comunicação e Política (Compólitica), a Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação no Brasil (Compós); a Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom), o qual também exerce essa função, embora estabeleça uma conexão com o meio profissional; e a Associação Brasileira dos Consultores de Marketing Político (Abcop), entidade que acolhe os profissionais da área. Além disso, as temáticas da Comunicação Política também encontram espaço em congressos de referência da comunicação e de outras áreas, como é o caso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da Associação Nacional dos Pesquisadores de Ciências Sociais (Anpocs) e da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP).

Os obstáculos epistemológicos dados ao campo da comunicação são estabelecidos a partir do entendimento de que o seu saber transita em diversos outros campos da ciência. Desta forma, a comunicação conectou-se a diversas outras áreas do conhecimento ao longo do século XX, sendo a política uma das mais relevantes. Gomes (2004) elenca as especificidades da Comunicação Política quando enumera aspectos relativos à interface entre as esferas da comunicação e da política na atualidade. São eles: 1) a política contemporânea, seja no exercício do governo ou na disputa eleitoral, estabelece uma relação estreita com a comunicação midiática; 2) as estratégias eleitorais e políticas pressupõem uma cultura política centrada no consumo de imagens públicas; 3) essas estratégias, para serem eficazes, necessitam de instrumentos e profissionais capacitados em marketing, sondagem de opinião, planejamento de campanha, entre outros aspectos; 4) as ações da política são, hoje, direcionadas para públicos que se tornaram uma audiência dos meios de informação; e 5) supõe-se que essa audiência possa ser convertida em eleitores nos períodos de disputa política.

A organização e a delimitação do campo da Comunicação Política representam a configuração de espaços de discussão e produção a respeito de temáticas comuns. Neste sentido, a preocupação de Bourdieu (1983) como campo científico, enquanto sistema de relações objetivas entre

posições adquiridas permite-nos refletir sobre os consensos e tensionamentos estabelecidos na formulação de saberes especializados. Segundo o autor, o campo é o lugar, o espaço de jogo de uma luta concorrencial pelo monopólio de autoridade científica definida, de maneira inseparável, como capacidade técnica e poder político. De outra forma, é o monopólio da competência científica, compreendida enquanto capacidade de falar e de agir legitimamente, isto é, de maneira autorizada e com autoridade, que é socialmente outorgada a um agente determinado. Essa legitimidade é, portanto, reconhecida socialmente pelo conjunto de outros cientistas (que são seus concorrentes) na medida em que crescem os recursos científicos acumulados e, correlativamente, a autonomia do campo (BOURDIEU, 1983, p. 122-155).

Deste prisma, o surgimento de associações científicas e entidades profissionais simboliza a preocupação de classe com métodos e procedimentos relativos à sua teorização e prática. No Brasil, as eleições de 1989 são o marco da sedimentação das pesquisas em comunicação política (Cf. Rubim e Azevedo, 1998; Queiroz e Villas Boas, 2014), especialmente no contexto de uma estrutura de mídia concentrada e de indicadores educacionais que apontavam elevados graus de analfabetismo (LIMA, 2009, p. 30). Na medida em que os políticos passam a trabalhar a sua comunicação com mais recursos, nascem também grupos de trabalhos compostos por profissionais e pesquisadores que desde então contribuem intensamente para a área com estudos e publicações, cuja fundamentação e o esforço de pesquisa colaboram para o avanço do campo (QUEIROZ E VILLAS BOAS, 2014, p. 3).

Em leitura da produção do campo científico nos últimos cinco anos realizada por esta pesquisa² na Compós e na Compolítica foi possível identificar que em um universo de 324 trabalhos, 125 perscrutam questões relativas a processos eleitorais. Apenas 54 investigam estratégias de marketing político-eleitoral desenvolvidas por diversos atores políticos, desde os partidos, candidatos e até as instituições, em diversas plataformas de comunicação, a partir das massivas, como o rádio, a TV e os impressos, até o meio digital, em blogs, jornais online e redes sociais.

Além disso, parcela significativa dos trabalhos aborda a trajetória da propaganda política no país e pesquisas sobre estratégias de marketing político no HGPE e na PPG. Destaca-se, no entanto, que apenas um trabalho se debruça sobre questões relativas a aspectos comunicativos atrelados à racionalidade e o comportamento dos atores políticos – algo que consideramos pouco expressivo dada importância das temáticas para a compreensão das estratégias de mandatos eletivos e as relações estabelecidas com os eleitores.

² Trabalho intitulado “Comunicação Política: uma leitura da produção do campo em associações científicas de referência”, apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, no grupo de pesquisa Publicidade e Propaganda, realizado em setembro de 2015, no Rio de Janeiro.

2.4 COMPOSIÇÃO DE IMAGENS PÚBLICAS E POLÍTICA ESPETACULAR

A midiaticização de campanhas políticas é tratada pela literatura como um processo que acompanha e participa das transformações do sistema representativo conforme já foi tratado nas seções anteriores. A reconfiguração da função partidária e a ênfase no caráter personalista são evidências sintomáticas da mudança de comportamento entre os agentes políticos e os eleitores no que se refere às práticas estabelecidas na democracia. A centralização da disputa na figura dos candidatos, em contraposição à organização partidária, sinaliza a diferenciação entre a “democracia de partido” e a “democracia de público”, e resguarda à comunicação papel de destaque em função dos novos arranjos sociais que modificam a lógica da política. Enquanto na democracia de partido as decisões são discutidas internamente e entre os partidos, na democracia de público as deliberações são articuladas com os grupos de interesse e, em alguns casos, ganham visibilidade por meio da comunicação de massa (ALDÉ, 2001).

Se nos modelos “parlamentar” e “de partido” as decisões aconteciam de forma colegiada e cabia aos políticos reverberar no parlamento as resoluções provenientes dos espaços de discussão do partido, o deslocamento da influência ideológica partidária para a comunicação de massa também modifica os métodos e as técnicas utilizadas na conquista do eleitorado. Desta perspectiva, Manin (1995) reforça esse argumento quando afirma que na “democracia de público” os canais de comunicação política afetam a natureza da relação de representação. Para ele, os candidatos se comunicam diretamente com seus eleitores por meio do rádio e da televisão, dispensando relações que passam necessariamente pelos partidos. Abre-se uma nova perspectiva de contato com este público que é explorada através da especialidade da comunicação política. É neste contexto que o ativista partidário perde espaço para o político comunicador que recorre às assessorias especializadas na manipulação de linguagens midiáticas para promover uma imagem pública ideal, de uma dada posição política, transformando os discursos em espetáculos prontos para o consumo (ROSSINI E LEAL, 2012, p. 54). Desta forma, é neste contexto que voto passa a ter caráter reativo ante a especificidade de cada pleito e fica suscetível às estratégias das campanhas.

Assim, torna-se função dos políticos oferecer pontos de discussão e alternativas, além de propor termos de clivagem a um eleitor flutuante³ a partir de pesquisas de opinião. De acordo com Aldé (2001, p. 15), os eleitores passam a ter maior interação com as especificidades de cada eleição – mais do que uma expressão de suas identidades sociais ou culturais através

³ Aldé (2001, p.16) identifica o eleitor flutuante como aquele que “passa a votar de acordo com a pauta de problemas e questões levantada a cada eleição, identificada pelos institutos de pesquisa e fartamente evidenciada pela cobertura jornalística”.

de um voto segmentado partidária ou ideologicamente em clivagens duradouras. A escolha do eleitorado, então, decorre da avaliação de ações relativamente independentes da classe política, permanentemente empenhada em identificar as questões que melhor fracionam o público para organizar e adaptar o discurso as suas perspectivas. Neste sentido, cabe aos eleitores, periodicamente, renovar ou não as legislaturas dos candidatos que não corresponderam às suas expectativas. A visibilidade proporcionada pela comunicação de massa, neste caso, também se revela importante para o acompanhamento e avaliação da classe política, uma vez que o comportamento e os eventos de partidos e candidatos são modificados em função de critérios de “noticiabilidade” (ALDÉ, 2001, p. 15). A credibilidade do político, nesse âmbito, substitui a possibilidade de verificação de suas ações e compromissos de campanha.

Além disso, as campanhas constroem antagonismos de imagem que permitem aos eleitores distinguir os candidatos concorrentes. De acordo com Manin (1995), essas imagens constituem representações políticas simplificadas e esquematizadas dos candidatos. A importância dessas representações esquemáticas provém do fato de que boa parcela do eleitorado não está suficientemente capacitada para compreender os detalhes técnicos das medidas propostas e as razões que justificam as suas escolhas. Em função do declínio da identidade social ligada aos partidos e sua formação ideológica, surge a necessidade de encontrar alternativas para a obtenção de informação política – papel que será desempenhando em larga medida pela comunicação de massa.

De acordo com Aldé (2001, p. 15), são os meios de comunicação de massa, e especialmente a televisão, que se encarregariam de fornecer “atalhos” para a obtenção da informação política funcionalmente necessária para o cidadão comum. Ou seja, a comunicação de massa apresenta-se como espaço seletivo de discussão das pautas políticas e fornece insumos para que o eleitorado escolha seus candidatos a partir de preferências construídas na sua experiência cotidiana de contato com a mídia. Segundo Aldé (2001, p. 19):

Os indivíduos procuram justificativas válidas para se orientar e agir num contexto político do qual, querendo ou não, são obrigados a participar e em relação ao qual, às vezes contra sua vontade, precisam se posicionar. Para o cidadão comum, a construção destas justificativas se apoia em discursos elaborados e recebidos. Discursos ao mesmo tempo informados e limitados pelos diversos quadros de referência a que os cidadãos recorrem. O próprio processo de construção das atitudes políticas é um processo comunicacional, uma vez que estes quadros de referência – mais ou menos importantes na elaboração das explicações com que organiza o mundo da política – têm natureza discursiva (ALDÉ, 2001, p.19).

A política, na perspectiva da imagem, acontece não apenas no período eleitoral. Diferentes enredos, personagens, discursos, interpretações, antagonismos e protagonistas, peripécias e desenlaces, passam a constituir o campo da política, mesmo que o controle da imagem pública não pertença diretamente aos agentes interessados nos seus atributos. O

jornalismo, por exemplo, converte-se em ator político relevante nos processos de bloqueio, invalidação e alteração de seu valor simbólico (GOMES, 2004, p. 291).

Segundo Gomes (2004, p. 268), “forma-se a imagem de alguém a partir do que ele diz ou do que é dito sobre ele, do que ele faz, da sua capacidade reconhecida de fazer e do que dele é feito”. Ou seja, não se trata daquilo que o indivíduo diz ou faz realmente, mas trata-se daquilo que se pensa que ele diga ou faça e que se reconhece como sendo sua ação, representação e mensagem. A preocupação com a imagem, portanto, reflete-se na política como elemento inseparável das práticas do campo e se traduz na criação, produção e construção da percepção pública sobre atores e instituições políticas (GOMES, 2004, p. 278). A imagem, desta forma, enquanto síntese dos elementos do discurso, substitui o projeto político e ajuda a determinar uma marca que permite conhecer ou reconhecer, criar e consolidar a notoriedade do político por servir como símbolo visível e tangível (SCHWARTZENBERG, 1977, p. 12-13).

As reflexões aqui apresentadas remetem automaticamente ao conceito de espetáculo estabelecido por Gomes (2004, p. 386), sob o qual se caracteriza aquilo que se dá a ver e coloca o seu apreciador na condição de espectador. No sentido cênico da definição, a política contemporânea constitui-se como um espetáculo porque mantém o cidadão na situação de espectador e porque é constituída para se exhibir e para ser apreciada. Ou seja, o que a política e o espetáculo dramático teriam em comum seria o fato de os espectadores de ambos se entregarem aos enlances e desfechos, com pactuada sinceridade a trama e engajamento emocional. Isto é o que despertaria o riso, as lágrimas e a indignação – mesmo que não se tome conhecimento de que ali se trata de um trabalho de atores, da encenação de um roteiro, do resultado de um amplo trabalho preliminar especializado, com estratégias planejadas e disciplinarmente executadas, clareza de propósitos, além de um texto dito de cor e não de coração, algo fingido e ficcional (GOMES, 2004, p. 390).

Segundo ele, a política é racional e imprevisível enquanto a mídia é previsível e se articula como uma vitrine da indústria cultural, já que os seus produtos são planejados sob uma lógica na qual a política precisa se adaptar às rotinas da mídia em sua forma espetacular. O autor explica que a política se torna cada vez mais teatral e o caráter performático assume uma importância estratégica, como ocorre nos debates televisivos – técnicas de controle e de monitoramento frente ao outro. Ao discutir a espetacularização da política, o autor afirma que existem três subsistemas aos quais o discurso midiático precisa se adequar: 1) dramatização que tem a ver com o personalismo, ou seja, a criação de personagens, enredo, trama etc.; 2) ruptura das regularidades, com a ideia do novo, do surpreendente; 3) diversão, que torna o discurso mais lúdico e apela para o entretenimento.

No entanto, a comunicação com os eleitores foi transformada – senão inteiramente, em considerável parcela – em função da profissionalização das campanhas através da contratação de profissionais e empresas especializadas em marketing eleitoral, cuja responsabilidade é definir e formatar as mensagens de candidatos e partidos para seus potenciais eleitores. A adaptação da política para a linguagem exigida pela mediação também teve efeitos em convenções partidárias, comícios, debates, visitas, viagens e pronunciamentos públicos, que se transformaram em produtos televisivos (LIMA, 2009, p. 26).

Depois de discutida a relação estabelecida entre a comunicação e a política, fundamental para o entendimento do percurso procedimental desta pesquisa – no qual lançamos olhares sobre o papel da comunicação nas relações políticas e da adaptação da política a lógicas comunicacionais, este trabalho vai se debruçar sobre a literatura que trata da racionalidade política orientada por incentivos que maximizam seus ganhos na prática política, tendo como ponto de partida os trabalhos de Downs (2013), Mayhew (2004), Figueiredo (2008), Santos (1997 e 1998) e Ornstein e Mann (2000). Neste sentido, serão propostas discussões a respeito das estratégias comunicativas e políticas de congressistas, tendo em vista a perspectiva de que as suas ações são orientadas de acordo com as especificidades das disputas políticas nas quais estão inseridos.

3 MODELOS DE ESTUDOS CONGRESSUAIS, A CONEXÃO ELEITORAL E OS DILEMAS DA VISIBILIDADE NA SOCIEDADE MUDIATIZADA

Este capítulo propõe-se a discutir, no campo da ciência política, os principais modelos de estudos congressuais que se debruçam sobre o comportamento legislativo de parlamentares e partidos, bem como os principais incentivos para a tomada de decisão destes atores. A partir do estudo dos modelos distributivista, informacional e partidário, discorre-se sobre a maximização dos benefícios verificada em cada um deles, considerando-se a predominância do modelo distributivista e sua ênfase, grosso modo, personalista. O sistema eleitoral brasileiro, tendo em vista as suas instituições e práticas, seria um dos principais responsáveis pela valorização dos candidatos em detrimento da função partidária. Tendo como base esta percepção, adota-se a perspectiva da conexão eleitoral como um elemento norteador da atividade parlamentar, responsável por ordenar as prioridades dos deputados, as quais se materializam em ações concretas com finalidades bastante distintas, de acordo com a trajetória política, o perfil e o tipo de mandato. Em razão da constatação de que os propósitos de campanha e governo se aproximaram, na esteira da “campanha permanente”, debate-se a questão da disputa por aprovação pública, a concorrência pelo oferecimento de quadros interpretativos e algumas transformações da política contemporânea atreladas à comunicação. Por fim, as principais funções da comunicação, no caso, a visibilidade, e da política, ao seu turno, a representação, são articuladas para o exame da correlação entre os seus processos em um cenário em que as sociedades demandam cada vez mais políticas de prestação de contas (*accountability*), aproximação entre a classe política e o cidadão/eleitor e inclusão tecnológica.

3.1 ESTUDOS CONGRESSUAIS: O DISTRIBUTIVISMO NA POLÍTICA BRASILEIRA

As instituições representativas sempre foram um importante objeto de estudo para a Ciência Política brasileira, mas ganharam volume e densidade a partir da reabertura democrática do país. Neste âmbito, temáticas variadas têm sido pesquisadas sob diversos prismas, desde o relacionamento Executivo-Legislativo, os poderes de agenda do Executivo na Câmara Federal e a organização interna do Legislativo (Cf. Abranches, 1988; Santos, 1997, 1998; Figueiredo e Limongi, 2001; Neto e Santos, 2003), até a relação destas variáveis com o sistema eleitoral e partidário e os seus respectivos desdobramentos (Cf. SAMUELS, 1997; NICOLAU, 2006; ROJAS DE CARVALHO, 2009; AMES, 2012; CARVALHO JÚNIOR, 2013).

Interessam-nos, contudo, os trabalhos que verificam os incentivos produzidos pelo sistema de lista aberta brasileiro no comportamento de eleitores, partidos, deputados/candidatos e suas bases eleitorais, sob os quais as regras do jogo seriam importantes definidoras de estímulos para certos padrões de atividade política. Neste sentido, os estudos congressuais norte-americanos têm importância fundamental, levando-se em consideração o seu papel fundador e a intensa produção acadêmica que lhe é característica (LIMONGI, 1994, p. 3).

As preocupações do que se chamou de pesquisa neoinstitucional⁴ alteraram o cenário de investigação da Ciência Política, o qual se centralizava até a Segunda Guerra Mundial no comportamentalismo behaviorista e no pluralismo. É partir da perspectiva da escolha racional que esses paradigmas passam a ser questionados e as investigações sobre as preferências dos políticos perdem espaço para a análise das instituições como variáveis independentes – ambas relevantes no processo político. De acordo com Limongi (1994, p. 3), é esta transição que dá origem às principais correntes de estudos congressuais que atualmente se dedicam a compreender a especificidade e os estímulos gerados pelas instituições representativas.

No Brasil, o efeito da apropriação destes estudos por pesquisadores brasileiros e brasilianistas sugeriu novas compreensões a respeito das características do sistema eleitoral e sua relação com o sistema político na tentativa explicar o funcionamento do Legislativo, especialmente a partir de 1990. O grau de divergência a respeito das conclusões é alto e, por essa razão, presume-se que diferentes analistas tendem a focar pontos de análise distintos (De Paula, 2010, p. 123) – por exemplo, em relação ao papel dos partidos nas disputas eleitorais e/ou a respeito de sua disciplina interna.

Neste cenário, destacam-se três modelos teóricos de análise do legislativo nos quais se inspiram a grande maioria dos trabalhos dispostos a oferecer chaves interpretativas sobre os incentivos produzidos pelos sistemas eleitoral e político: 1) o distributivista, no qual se entende que os congressistas orientam-se pela lógica eleitoral com o objetivo de perseguir recursos e políticas que viabilizem os seus interesses e de sua clientela; 2) o informacional, em que se afirma a necessidade de embasamento nas decisões do Poder Legislativo no maior volume de informação disponível, ou seja, que os congressistas se tornem especialistas em áreas específicas e, desta forma, façam uso das informações obtidas de forma benéfica para todos; 3)

⁴ A partir de Arrow (1963) e McKelvey (1976), Limongi (1994, p. 8) afirma que os neoinstitucionalistas não se preocupam com uma definição precisa do que se entende como instituição. Segundo ele, “o que esta literatura sugere é que regras, leis, procedimentos, normas, arranjos institucionais e organizacionais implicam a existência de constrangimentos e limites ao comportamento. Em última análise, estes constrangimentos e limites acabam por explicar os próprios resultados do comportamento”.

e o partidário, cuja argumentação se concentra na importância dos partidos enquanto elementos estruturadores das atividades legislativas (LIMONGI, 1994, p. 2-3).

De acordo com Limongi (1994, p. 4), o distributivismo é o modelo dominante de pesquisa que dá origem às perspectivas informacional e partidária. Segundo o autor, esta corrente tem como fundamento a ideia de que a motivação dos parlamentares em sua atuação política está diretamente ligada à reeleição. Assim, todas as suas ações remeteriam à maximização deste desejo e, por esta razão, a atividade política só poderia ser compreendida a partir de uma concepção positiva. Ou seja, as chances dos congressistas estariam ligadas aos benefícios proporcionados para suas bases eleitorais. Segundo Lemos (2001, p. 565), o termo “distributivo” pode ser considerado a partir de duas acepções diferentes, embora não incompatíveis: a de que a concentração de benefícios geográficos dispersa os custos para muitos, também conhecida como *pork barrel*, e de forma mais ampla, na medida em que descreve políticas nas quais fica claro quem ganha o quê e quem paga por elas.

O modelo informacional, conforme enfatiza a autora, dedica maior atenção às estruturas institucionais. As comissões temáticas no interior do Congresso teriam papel preponderante na reunião de informações necessárias ao andamento legislativo e transmissão dessas informações aos deputados. Segundo ela, a tradição informacional é menos vasta do que a distributivista e tem como principais postulados o primado da decisão majoritária e o da incerteza quanto aos resultados das políticas, o que levaria os parlamentares a agirem de forma a evitar riscos – algo não verificável na visão distributivista, já que nesta perspectiva os parlamentares conseguiriam prever exatamente os resultados de suas políticas (LIMONGI, 1994; KHREBIEL, 1991, *apud* LEMOS, 2001, p. 565).

O plano central deste modelo, no entanto, é de que o conhecimento sobre as matérias que tramitam nas comissões é essencial para tornar eficiente o processo de aproximação entre as políticas e os resultados desejados, de maneira que o cumprimento do objetivo comum dos parlamentares – a reeleição – transforma-se em uma finalidade (LEMOS, 2001, p. 565). A principal preocupação do modelo informacional seria que os congressistas tomassem decisões com base na maior quantidade de informações possível, o que beneficiaria a todos em razão da redução dos níveis de incerteza sobre os resultados das políticas adotadas e um grau maior de especialização da atividade representativa (LIMONGI, 1994, p. 21).

As semelhanças entre os modelos distributivo e informacional, segundo Lemos (2001, p. 566), decorrem de duas características relevantes: ambas as perspectivas percebem a política como um jogo de conflito, e estes mesmos conflitos são resolvidos por atores que racionalizam seus ganhos orientados para uma meta. No entanto, as diferenças também são

notáveis, especialmente no que diz respeito ao majoritarismo – o fato de as decisões internas serem tomadas pelo princípio da maioria, mais abrangente no caso da perspectiva informacional – e em relação às incertezas, fator que não é pensado na perspectiva distributivista. Além disso, no modelo distributivista o equilíbrio legislativo é um dado estável, ao passo que no informacional é definido em termos de comportamento e crenças dos jogadores, e não em termos da estabilidade dos resultados (KHREBIEL, 1991 *apud* LEMOS, 2001, p. 2001).

O modelo partidário, por sua vez, opõe-se aos dois modelos trabalhados inicialmente com a perspectiva de que a principal fonte de poder dos partidos decorre de sua capacidade de controle da agenda decisória. Segundo Lemos (2001, p. 566), na concepção dos pesquisadores ligados à essa visão, ocorre uma rejeição à dicotomia distributivismo/informacionismo. Para esta corrente, os resultados da atividade política dependeriam fundamentalmente do partido majoritário no poder, enquanto o processo legislativo seria tendencialmente favorável a ele. Acrescenta-se a isso o entendimento dos trabalhos das comissões como “cartéis legislativos” e o processo legislativo como totalmente favorável aos partidos majoritários.

Neste sentido, Lemos (2001, p. 566) argumenta que as “regras cartelizadas”, em conjunto com a atuação de lideranças privilegiadas dos partidos maiores, seriam vantajosas aos membros de tais partidos, os quais aprovariam projetos e fariam acordos mais facilidade. Esta é, portanto, visão mais heterodoxa das versões pois aponta que as Comissões são instrumentalizadas pelos partidos políticos (LIMONGI, 1994, p. 26).

Além disso, posições como a de presidente do Congresso, líder do partido majoritário e de comissões estratégicas – detentoras de grande poder no legislativo – seriam de controladas pelo partido. O fato de os partidos dominarem estes cargos, os quais têm posição de relevo nas comissões e postos na administração, evidenciaria as disputas por posições entre os deputados. Os pontos de tensão entre os partidos e os indivíduos, porém, passaram a ser reconhecidos por esse modelo a partir da década 70, quando os autores afiliados à versão partidária reconheceram, em alguma medida, a importância desta relação para o entendimento da atividade política (LEMOS, 2001, p. 566).

A explicação destes modelos permite observar as diferenças de abordagem e a multiplicidade de possibilidades de pesquisa que decorrem de suas escolhas, conforme tratamos. Entretanto, características como o foco no indivíduo, no plenário ou no partido não necessariamente excluem a possibilidade de os modelos serem convergentes em alguns pontos, e o que é mais comum, de se afastarem em outros (LIMONGI, 1994, p. 29). Deste prisma, este opta pela perspectiva distributivista, considerando-se a percepção do senso comum e da

literatura de que os políticos se dedicam, em larga medida, a maximizar os seus interesses e o de suas clientelas.

Este pressuposto do modelo distributivista, o qual tem como pano de fundo a racionalidade dos atores políticos, concebe que as ações dos congressistas serão sempre motivadas pelos ganhos particularizados que cada um pode receber. Desta forma, o objetivo de se reeleger aparece no relevo como uma das principais necessidades dos atores políticos que disputam espaços no Congresso (LEMOS, 2001, p. 567).

Isto ocorre, segundo Lemos (2001), em função da constante avaliação e seleção da classe política por meio de eleições regulares e pelo fato de o Legislativo constituir-se um corpo de escolhas coletivas com a tarefa de alocar benefícios em forma de política. Estes dois fatores colocam em evidência o fato de que o espaço geográfico é o espaço eleitoral, isto é, que os membros do congresso teriam fortes incentivos para atender os interesses de suas redes de apoiadores de forma regionalizada, a chamada “conexão eleitoral” (LEMOS, 2001, p. 567).

É justamente pelo fomento destes vínculos que os congressistas maximizariam seus ganhos individuais na tentativa de aproveitar os “ganhos de mercado” resultantes da distribuição de benefícios. Esta capitalização, na linguagem econômica, talvez seja o grande desafio da organização legislativa, já que este tipo de comportamento parlamentar buscaria transformar suas ações em retornos eleitorais previsíveis e confiáveis (LEMOS, 2001, p. 567).

Segundo a autora, existem grandes complicadores como o fato de as principais decisões da Câmara serem calcadas em votações com regra de maioria (onde é mais difícil conseguir estabilidade de decisões), algo que coagiria os atores políticos a agirem de maneira cooperativa. Contudo, os instrumentos de que dispõem os parlamentares lhes permite balancear os acordos conforme a intensidade de suas preferências. Desta forma, os congressistas podem receber poucos benefícios em políticas que serão percebidas pelo seu eleitorado como menos importantes, ao passo que também podem receber benefícios desproporcionais em temas de maior relevância para este público (LEMOS, 2001, p. 567).

De acordo com Limongi (1994), os trabalhos internos das comissões temáticas no Congresso são afetados pela lógica individualizada da atuação parlamentar. Para ele, os autores distributivistas acreditam que a lógica de interesse dos congressistas tende a prevalecer sobre outras, de modo que a intervenção do partido e do plenário seriam *pro forma*. Ou seja, os congressistas buscariam obter os postos que mais desejam e, desta maneira, conseguiriam ser alocados nas comissões cuja sua competência legislativa influencia de forma mais direta suas chances eleitorais (LIMONGI, 1994, p. 10).

Lemos (2001, p. 567-568) afirma que a política distributivista pode ser entendida, portanto, como a alocação de benefícios particulares seguida da socialização de seus custos, sob a perspectiva de ganhos futuros. Nesta lógica, o conflito entre os atores políticos é inevitável, dada a realidade de escolha coletiva e negociações que está acompanhada da escassez de recursos disponíveis para atender as suas localidades. Estas circunstâncias demandariam ações racionalizadas, por exemplo, no que se refere à proposição de emendas parlamentares e o seu tempo tramitação, com vistas a uma execução anterior ao período eleitoral.

Em resumo, a autora conclui que os princípios gerais deste modelo podem ser elencados da seguinte maneira: 1) os congressistas agem racionalmente em busca da reeleição; 2) para alcançar esse objetivo, devem apresentar propostas vistas como benéficas pelos seus eleitores, com um custo menor que o benefício; 3) a busca por benefícios regionais gera conflito em função da escassez de recursos disponíveis; 4) a organização interna do Congresso permite aos parlamentares a apresentação de propostas que podem lhe gerar retorno eleitoral. Destacam-se os mecanismos de *logrolling* – ou troca de votos, resultante do princípio da maioria, o qual dá origem a um mercado de votos no interior do Congresso –, e a divisão de tarefas em Comissões – nas quais se decide sobre matérias específicas e é possível propor questões de caráter localizado; 5) cabe a instituição garantir a estabilidade do processo de troca de votos de modo que o parlamentar pode reeleger-se; 6) o voto geográfico tem importante papel pois favorece o atendimento de interesses concentrados (LEMOS, 2001, p. 567-568).

Tendo em vista as considerações feitas a respeito da perspectiva distributivista e os seus desdobramentos na Ciência Política, este trabalho propõe na próxima seção uma discussão a respeito dos incentivos proporcionados à candidatos/deputados, partidos e eleitores pelo sistema eleitoral de lista aberta vigente no Brasil. O objetivo é verificar de que forma estes atores se comportam de acordo com os estímulos institucionais provocados por esse tipo de organização e pela busca incessante pela reeleição. Na terceira seção, retoma-se a perspectiva distributivista com foco na conexão eleitoral proposta Mayhew (2004), na qual se discute mais especificamente os principais tipos de ação e ênfases de mandato pelos quais os políticos orientam suas ações na tentativa de maximizar seus ganhos eleitorais.

3.2 SISTEMA ELEITORAL DE LISTA ABERTA E SUAS IMPLICAÇÕES

Os incentivos provenientes do sistema de lista aberta geram posturas individualistas por parte dos candidatos, tendo em vista o estímulo à competição gerado por sua relativa

autonomia em relação aos partidos e à condução de suas campanhas, segundo parte da literatura. Neste sentido, as instituições eleitorais, as regras de escolha de candidatos e as fórmulas de distribuição das cadeiras associada ao tamanho do distrito eleitoral teriam um papel fundamental na determinação dos tipos de votação que prevalecem em um sistema político.

Samuels (1997), ao estudar a forma pela qual os partidos podem fugir à essa tendência geral, reforça que o comportamento individualista dos candidatos está expresso no que ele chama de sistemas eleitorais “centrados no candidato”⁵. Segundo o autor, este tipo de comportamento é focado na estratégia particularista de conquistar o voto pessoal adotada por alguns políticos – ainda que existam exceções, como o Partido dos Trabalhadores (PT). Segundo ele, vários tipos de sistemas eleitorais devem ser incluídos nesta seara, já que estimulam comportamentos competitivos dos candidatos, entre eles, Sistemas de Voto Único Não-Transferível (*Single Non-Transferable Vote Systems*) – SNTV, Sistemas de Voto Único Transferível (*Single Transferable Vote Systems*) – STV, e Sistemas de Representação Proporcional com Listas Abertas (*Open-list Proportional Representation Systems*) – Open-list PR⁶, o qual é utilizado no Brasil.

As características deste sistema e suas principais implicações podem ser observadas nos trabalhos de Nicolau (2006). Segundo ele, o sistema eleitoral de lista aberta, tal como se conhece no país, tem as origens na representação proporcional adotada em 1932. Desde então, diversas reconfigurações deram forma a este sistema por meio do qual os brasileiros hoje escolhem seus representantes. As principais transformações dizem respeito a dois fatores ligados à maneira pela qual os candidatos eram dispostos nas cédulas de votação e ao processo de institucionalização do voto partidário, também conhecido como voto de legenda (NICOLAU, 2006, p. 692).

⁵ De acordo com o modelo concebido por Samuels (1997), “os candidatos tendem a apostar na legenda do partido quando a vantagem líquida do seu investimento excede a vantagem líquida de investir no seu nome pessoal. Quando os políticos decidem entrar no jogo eleitoral, essa decisão depende da sua facilidade de acesso a recursos, incluindo o financiamento de campanhas e a patronagem do governo. Fazer campanha individual exige que os candidatos ofereçam benefícios privados aos eleitores, na forma, por exemplo, de projetos públicos financiados pelo governo, de serviços prestados aos eleitores (*constituency service*) ou de presentes diretamente doados ao eleitor”.

⁶ Nicolau (2004, p.11) distingue os sistemas eleitorais em duas “grandes famílias”. A primeira delas, referente à representação majoritária, tem como finalidade garantir a eleição dos atores políticos que conquistaram mais votos, seja por maioria simples, em dois turnos ou por voto alternativo. A segunda, referente à representação proporcional, tem como objetivo garantir que os cargos em disputa sejam distribuídos proporcionalmente de acordo com as votações recebidas pelos concorrentes, tanto por meio do voto único transferível quanto pelo sistema de listas. No caso do Brasil, onde vigora o sistema de lista aberta – e o majoritário, para eleições de prefeitos, governadores e presidentes –, os votos são destinados aos candidatos e/ou aos partidos de uma lista aberta apresentada pelas siglas ou por uma coligação delas, o que serve de critério, posteriormente, para a alocação proporcional dos candidatos eleitos por coeficiente partidário (NICOLAU, 2004, p. 57).

No que se refere à disposição dos nomes, o autor afirma que a lista completa com a identificação de todos os candidatos nunca foi apresentada na cédula brasileira, algo que se verifica nos três tipos processos de votação empregados a partir de 1945 – da cédula impressa até as urnas eletrônicas. Isso significa que as eleições para Câmara dos Deputados desde esse período sempre implicaram escrever (ou digitar), o nome ou o número de um candidato sem uma percepção clara do processo de lista. Para Nicolau (2006, p. 692-693), este fato somado à escolha simultânea de outros cargos pelo sistema majoritário na mesma eleição, reforçou no eleitorado a impressão errônea de que as eleições para a Câmara dos Deputados são realizadas segundo uma regra majoritária, sob a qual todos os candidatos concorrem entre si.

O voto de legenda, por sua vez, também sofreu impacto no momento em que os partidos deixaram de disponibilizar as cédulas de votação, em 1962, para que a Justiça Eleitoral assumisse a emissão dos papéis. De acordo com o autor, até então as cédulas eram confeccionadas e distribuídas pelos partidos e seus cabos eleitorais no dia das eleições e cabia aos eleitores comparecer aos locais de votação para depositá-las nas urnas. Isso permitia que os votos de legendas fossem computados de acordo com a escolha das cédulas, ainda que houvesse imprecisões de preenchimento (NICOLAU, 2006, p. 693).

Neste sentido, a cédula oficial da Justiça Eleitoral complexificou o voto partidário pelo fato de exigir que o eleitor escrevesse o nome (ou número) do candidato, e/ou a sigla do partido ou coligação pela qual o candidato concorria, mas formalizou o voto de legenda com um espaço específico. Estas configurações não foram modificadas durante o Regime Militar, ainda que em 1982 as legendas não tenham sido contempladas com espaço específico para voto. Em 1986, no primeiro pleito após o fim da Ditadura, a cédula retomou o formato anterior e inovou ao apresentar a lista de todos partidos e deixou mais claro ao eleitor as possibilidades de voto de legenda. As siglas, entretanto, foram retiradas da cédula em 1994 e os eleitores foram obrigados escrever e, posteriormente, com a implementação das urnas eletrônica em 1998, a digitar o número das legendas (NICOLAU, 2006, p. 693).

Nicolau (2006, p. 690) enfatiza que o sistema de lista aberta brasileiro, diante das transformações ao longo dos anos, chama a atenção por três características específicas na atual configuração: 1) pela a longevidade: já que nenhum país do mundo, desde a Finlândia e o Chile pré-1973 (Ames, 2012), utiliza este sistema há anos; 2) pela proporção do eleitorado brasileiro comparado a outros países: em 2014 aproximadamente 141,8 milhões, segundo dados atualizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE); 3) pelas combinações do sistema de lista aberta com atributos do sistema eleitoral como distritos eleitorais de grande extensão, a possibilidade de formação de coligações pelos partidos, eleições simultâneas para outros cargos como

presidente, governadores de estado e senadores, além de distorções acentuadas na representação dos estados na Câmara dos Deputados.

Ao descrever o funcionamento do sistema, Nicolau (2006, p. 692) afirma que os eleitores devem votar em um nome específico ou em uma legenda, tendo em vista que as cadeiras obtidas pelos partidos (ou coligações entre partidos) serão ocupadas pelos candidatos mais votados de cada lista – e não necessariamente pelos candidatos mais votados no geral do processo eletivo. Desta forma, as coligações entre os partidos funcionam como uma única lista na qual os candidatos competem e são eleitos pelo princípio da maioria, independentemente do partido a que estejam vinculados. A diferença em relação aos sistemas verificados em países como Chile e Finlândia está no fato de que os eleitores votam em um nome da lista para ter o seu voto contado para o partido.

No caso brasileiro, os eleitores têm a opção de votar em um nome ou em um partido (legenda). O voto de legenda, portanto, é contabilizado apenas para a distribuição das cadeiras entre os partidos, mas não tem efeito sobre a distribuição das cadeiras entre os candidatos (NICOLAU, 2006, p. 692). A maior parte dos eleitores, contudo, vota nos candidatos e não nas legendas (SAMUELS, 1997; AMES, 2012).

Os partidos, ao seu turno, são fundamentais para a organização da corrida eleitoral, considerando-se que é sua atribuição estruturar as listas e instrumentalizar a competição entre os candidatos. Na disputa pela Câmara Federal, é possível que os partidos apresentem até uma vez e meia o número de cadeiras da circunscrição eleitoral, número que aumenta para até duas vezes em caso de coligação com outros partidos (NICOLAU, 2006, p. 693). Nesta lógica, no estado de Minas Gerais, por exemplo, uma coligação de dois partidos poderia apresentar um máximo de 106 candidatos, dado que o estado possui 53 cadeiras na Câmara.

Vale dizer que os partidos também têm a possibilidade de se colocar em contato com o eleitor durante a disputa por meio das PPGs e dos HGPEs exibidas no rádio e na televisão. Estes espaços permitem que os partidos tentem angariar votos através de apelos de identificação ideológica, utilizando avaliações retrospectivas de governos anteriores e até compromissos políticos que podem vir a assumir em determinado pleito.

As exigências que recaem sobre os candidatos, contudo, limitam sua participação a apenas uma lista, isto é, não é possível concorrer a outro cargo eletivo e nem mesmo disputar simultaneamente a eleição em outro estado. Para se candidatar a qualquer cargo, o cidadão deve estar filiado a um partido há pelo menos um ano e meio, possuir vínculo eleitoral com o município (domicílio eleitoral) por pelo menos um ano e atender aos critérios

de alfabetização (analfabetos podem votar, mas não podem se candidatar) e idade (mínima de 21 anos para candidatos à Câmara) (NICOLAU, 2006, p. 694).

A responsabilidade pela lista de candidatos e os critérios para a seleção dos nomes que concorrem na disputa eleitoral são definidas pelo regimento dos partidos e homologados em convenções estaduais, conforme determina a legislação partidária. Entretanto, pouco se conhece a respeito dos trâmites internos para a escolha dos candidatos. Em geral, não é um hábito dos partidos brasileiros a realização de prévias internas e as convenções partidárias tem a função de homologar às candidaturas pré-definidas (NICOLAU, 2006, p. 695).

A escolha de mais ou menos candidatos, por sua vez, decorre de questões estratégicas das legendas e depende de uma série de variáveis como o volume e o perfil dos candidatos, o tamanho dos distritos (no caso, os estados) e a possibilidade de firmar coligações com outros partidos. A racionalidade partidária, todavia, levaria em conta, segundo Nicolau (2006, p. 695), critérios geográficos para atrair candidatos de diversas regiões do estado com o intuito de evitar superposições de candidaturas na mesma área e uma possível divisão do eleitorado. Ademais, seriam privilegiados nomes com algum tipo de capital político junto eleitorado, como líderes sindicais, de corporações profissionais e empresariais, ativistas de movimentos sociais, líderes religiosos e personalidades que de destaque em algum ramo de atividade específico, como na educação ou no esporte – fenômeno que Miguel (2003, p. 121) classifica como uma “conversão” de capital de outros campos sociais para a política⁷.

Ainda que seja tentador pensar que os partidos receberiam mais cadeiras devido ao resultado da votação agregada de um grande número de candidatos, outros tipos de movimentação ocorrem no âmbito das coligações, já que partidos menores tendem a adotar táticas diferentes de ação no tabuleiro eleitoral. Isto é, se um partido de grande e outro de pequeno porte se aproximam, é bastante provável que o partido de menor expressão perca cadeiras caso não tenha votações expressivas. Desta maneira, existem partidos que apresentam um número reduzido de nomes e investem boa parte de seus recursos nestas candidaturas com o intuito de garantir sua representatividade (NICOLAU, 2006, p. 695-696).

Obviamente, as estratégias de ganho eleitoral não passam isoladamente pelos partidos. Os candidatos têm autonomia para a organizar a agenda de eventos, confeccionar os materiais de publicidade e, mais importante, para controlar o financiamento, os gastos de

⁷ Segundo Miguel (2003, p. 121-122), os diferentes tipos de capital simbólico migram entre os campos sociais com eficácia distinta, de acordo com as características de cada um. Segundo ele, o campo político é capaz de impor limites à conversão do capital simbólico, por estabelecer taxas de conversão que podem ser desfavoráveis a determinados tipos de notoriedade pública. Neste sentido, artistas, atletas, empresários e acadêmicos poderiam auferir tipos distintos de capital político, com custos específicos, conforme é tratado pelo autor no texto.

campanha e a prestação de contas apresentada à Justiça Eleitoral⁸. Os padrões de campanha tendem a ser bastante diversos, visto que os perfis e a disposição de recursos variam substancialmente de candidato para candidato e de acordo com o cenário em que se desdobra cada eleição (NICOLAU, 2006, p. 695). Segundo Samuels (1997), ainda que os candidatos encontrem incentivos eleitorais similares, os recursos que tem à disposição serão determinantes na escolha de suas estratégias. Para ele, uma política individualista, com foco no candidato, ou de caráter coletivista, de cunho ideológico-partidário, dependem desta variável.

Neste contexto, o contato direto com o eleitor e a capacidade de articular atividades em espaços públicos como comícios, panfletagens, visitas e reuniões privadas com grupos e lideranças permite que os candidatos realizem ações relativamente independentes da estrutura partidária. Ao mesmo tempo, abre espaço para práticas clientelísticas como a negociação de benefícios e o oferecimento de recursos em troca de apoio, cargos e votos – o que, de acordo com Nicolau (2006, p.696), é difícil mensurar devido à multiplicidade de estratégias e recursos dos atores políticos. Contudo, o contato com o eleitor é fundamental para a maioria dos candidatos no que se refere à mobilização de apoiadores para a campanha

A conquista de apoiadores diretos é de suma importância para a criação e manutenção de redes de apoio nos municípios. As localidades escolhidas, em geral, são aquelas em que os candidatos já desenvolvem atividades políticas – no caso dos candidatos com mandato ou que já exerceram cargos públicos, são as áreas prioritárias da atuação parlamentar. Compõem estas redes vereadores, prefeitos, lideranças locais sem mandato e candidatos a outros cargos no mesmo pleito, especialmente deputados estaduais. O custo de tais articulações ao candidato é o estabelecimento de compromissos de apoio em pleitos vindouros ou em forma de retribuição aos apoios recebidos no passado (NICOLAU, 2006, p. 697).

Por outro lado, Samuels (1997) lembra também que mesmo em países como Japão, Brasil e Itália, nos quais o clientelismo é uma prática conhecida, a dedicação dos candidatos em divulgar a imagem do partido e da legenda pode lhes render uma boa imagem ante a grupos de eleitores que não têm acesso aos canais de políticos que distribuem benefícios, seja por não participarem das redes clientelísticas e de patronagem mais relevantes, ou por não se interessarem ativamente por partidos de orientação programática.

Os políticos de todos os partidos, segundo Samuels (1997), defrontam-se com escolha de investir em sua própria reputação ou na imagem de seu partido. Ou seja, a busca por

⁸ Vale lembrar que algumas regras da disputa eleitoral foram modificadas em 2016, entre elas, a duração das campanhas, do HGPE e a possibilidade de apresentação de pré-candidaturas antes do início do pleito. A principal mudança, no entanto, diz respeito à proibição do financiamento eleitoral por pessoas jurídicas. Em 2016, a maior parte das campanhas eleitorais nos municípios foram financiadas exclusivamente por doações de pessoas físicas e pelos recursos do Fundo Partidário.

votos pode exigir tanto uma atuação que privilegia a distribuição de benefícios "fisiológicos", quanto a adoção posições de *policy*, ou numa visão mais realista, assumindo uma estratégia que combina as duas orientações, com discursos ao mesmo tempo individuais e coletivos, de maneira não excludente.

A discussão sobre os incentivos produzidos pelo sistema de lista aberta, portanto, pode ser apreendida a partir da percepção dos efeitos de sua sistematização no comportamento de eleitores, partidos e candidatos. O fato de as campanhas serem centralizadas nos figura dos postulantes, conforme afirma parte da literatura, serve de estímulo para a competição no interior dos partidos e mostra que as disputas ocorrem muito menos entre uma e outra legenda e muito mais entre os candidatos.

Se para os eleitores é desafiante participar e dar conta das engrenagens políticas no ordenamento de lista aberta, aos candidatos é extremamente alto o grau de incerteza que envolve a eleição para a câmara, já que o seu resultado eleitoral depende do acumulado das ações de seus concorrentes, dos partidos na formação de coligações, e, mais do que isso, de seus próprios esforços em um ambiente severamente concorrencial. A perspectiva distributivista, neste âmbito, pode oferecer chaves analíticas interessantes para o estudo do comportamento de deputados/candidatos no âmbito de campanhas e mandatos, especialmente no que as relações estabelecidas com as bases eleitorais.

3.3 A PERSPECTIVA DA CONEXÃO ELEITORAL E A GEOGRAFIA DOS VOTOS

O distributivismo, conforme foi tratado nas seções anteriores deste capítulo, é o modelo mais tradicional de estudo sobre o comportamento legislativo. Junto das perspectivas informacional e partidária, dedica-se a compreender as ações e o comportamento de congressistas tais como eles emergem na atividade política. O foco deste modelo, neste sentido, está mais voltado para o indivíduo, ao contrário das reflexões propostas nas outras perspectivas, nas quais a discussão se concentra, grosso modo, no grau de informação de que dispõem os congressistas para fazer boa política via comissões, e no papel dos partidos na definição dos cargos de destaque e o seu poder de agendamento de assuntos estratégicos no Congresso.

A base do distributivismo, no entanto, está fundada nos trabalhos sobre o congresso americano, especialmente a partir das pesquisas de David Mayhew, na década 1970. Segundo o autor, duas premissas básicas seriam fundamentais para explicar o comportamento dos parlamentares e sua atividade legislativa. Para ele, os congressistas orientariam suas ações para a reeleição e, além disso, existiria um vínculo, marcado pela prestação de contas, entre as

atividades de mandato e as estratégias para se reeleger. Por meio destas duas concepções seria constituído o vínculo pelo qual o congressista e o eleitor estariam interligados, a chamada “conexão eleitoral” (MAYHEW, 2004, p. 13-17).

Autores brasileiros preocupados com geografia dos votos e o vínculo dos parlamentares com suas bases apoiaram-se neste conceito para estudar os diferentes padrões de votação e distribuição de benefícios verificáveis na política brasileira. Rojas de Carvalho (2009, p. 370) esclarece a particularidade do conceito de conexão eleitoral ao afirmar que o seu foco está associado à maximização dos interesses dos congressistas e a questões de natureza geográfica diversas, como por exemplo a origem do parlamentar. Neste âmbito, a conexão eleitoral seria, de modo geral, a relação construída entre o representante e suas estruturas de mandato junto às bases eleitorais, no qual o vínculo se estabeleceria por meio da distribuição de benefícios a certos distritos e pelos retornos eleitorais auferidos nestas localidades.

Para Rojas de Carvalho (2009), a compreensão do terreno no qual o conceito se aproxima da sociologia eleitoral é capaz de sugerir chaves interpretativas importantes a respeito da orientação do comportamento político de deputados. Segundo ele, a clivagem urbano/rural, que atravessa a política brasileira, estaria ligada a dois universos de valores distintos: o primeiro com ênfase nas dimensões particularistas, sobscritas e consagradas da vida social, e o segundo, caracterizado por orientações universalistas, adquiridas e seculares. Dito de outra forma, a dimensão urbana estaria ligada à “política do desenvolvimento”, caracterizada pelo papel mais relevante desempenhado pelas classes sociais e pela ideologia, assim como por projetos orientados para o país como um todo, enquanto de outro lado prevaleceriam elementos como a tradição e orientações não ideológicas na dimensão chamada de “política do atraso”.

Estas duas dimensões dariam origem a padrões distintos de representação nos quais deputados voltados à maximização de suas carreiras políticas, mas associados a origens geográficas de natureza diversa, apresentariam comportamentos legislativos diferenciados. Segundo Rojas de Carvalho (2009, p. 370), os deputados eleitos com base eleitoral em capitais se veem sujeitos a dois tipos de incentivos no que tange a sua ação legislativa: 1) de priorizar o posicionamento pessoal em relação a temas, isto é, dando destaque à tomada de posição por meio de projetos de lei, pronunciamentos e a da ação legislativa de forma geral; e 2) de pautar sua ação legislativa para uma orientação de caráter universalista.

De acordo com o autor, os deputados provenientes do interior tendem a concentrar seus esforços para conseguir recursos desagregados para suas respectivas localidades, pautando sua ação pela lógica do particularismo e do paroquialismo legislativo, ao contrário dos deputados metropolitanos. Em síntese, a dicotomia entre capital/interior e urbano/rural e o eixo

que discute geograficamente padrões concentrados e dispersos de votação no espaço geográfico estão no cerne do que se entende como parquialismo e universalismo, respectivamente (ROJAS DE CARVALHO, 2009, p. 370-373).

Para Ames (2012, p. 65-66), os cálculos para a previsão do retorno eleitoral feito pelos candidatos para garantir uma cadeira na delegação congressista do estado é aproximado. Depois de estabelecida uma meta, os atores políticos tendem a criar estratégias e coalizões considerando os custos e benefícios da aproximação com potenciais grupos. Neste sentido, o autor aponta três princípios que afetam a racionalidade dos atores políticos, independentemente da localidade, sob as regras eleitorais brasileiras.

O primeiro deles dá conta dos eleitores como membros de grupos politizados. De acordo com Ames (2012, p. 66), um candidato dito racional procura gastar uma quantidade menor de recursos para conseguir o maior apoio possível. Desta forma, os alvos ideais seriam os membros de um grande grupo, conscientes de suas demandas, com identificação e/ou queixa politizada. Cita-se como exemplo de grupos os nipo-brasileiros, cientes de sua identidade, e os evangélicos, com um tipo de autoreconhecimento não-católico. Segundo ele, ambos são vistos de fora com divisões menos intensas do que realmente possuem, o que permite ao político disputar votos entre os evangélicos sem perder eleitores entre os católicos.

Grupos ocupacionais, no entanto, tendem a ser menos previsíveis, já que a consciência de classe dependeria, em larga medida, da natureza do processo de produção, das remunerações e da organização do trabalho. Ou seja, os trabalhadores de pequenas fábricas, especialmente no setor informal, tendem possuir um perfil diferente dos trabalhadores de grandes corporações. O seu perfil seria mais jovem, com menos qualificação e com fixação recente na cidade onde trabalham. Esses trabalhadores apoiariam políticos que oferecem mais benefícios particularistas ao invés de candidatos que prometem reformas sociais (AMES, 2012, p. 66).

O autor acrescenta ainda que a identificação dos políticos com a comunidade, especialmente em pequenas cidades, ocorre de modo praticamente automático. Para ele, os políticos locais procuram fortalecer a identificação com a comunidade porque é dela que advém sua influência – a qual depende de conseguir votos para os candidatos aos quais estão ligados. Nesta perspectiva, ocupar cargos governamentais facilitaria a mobilização dos eleitores nas pequenas comunidades e, além disso, em razão do escalonamento das eleições para cargos executivos e legislativos em nível local, estadual e nacional, as autoridades locais seriam encorajadas a fazer acordos com os candidatos legislativos e executivos que estão no cargo antes e depois das eleições (AMES, 2012, p. 66).

O segundo princípio proposto por Ames (2012, p. 66) trata da dificuldade de assegurar benefícios para o grupo. De acordo com ele, os deputados buscam apoio para cumprir as suas promessas de campanha no legislativo e, por isso, optam por individualizar geograficamente os benefícios por meio de programas clientelistas quando o sistema decisório é fragmentado e a demanda por bens públicos é alta, estável e específica em um distrito e variável em outros. O autor atribui esta característica ao fato de o Brasil ter estados poderosos e com interesses próprios, por exemplo, na seleção de candidatos ao congresso no nível estadual, municípios que elegem governos locais de forma independente, lideranças de partidos nacionais fracas e separação de poderes entre o presidente e o legislativo federal. Outro fator importante são as profundas desigualdades regionais as quais fazem alguns municípios bastante dependentes das fontes de recursos governamentais.

O terceiro princípio ligado aos incentivos dados aos congressistas refere-se aos custos e benefícios que impedem a entrada de deputados em certas regiões. De acordo com Ames (2012, p. 67), os deputados procuram isolar o seu eleitorado do contato com os seus competidores para reduzir a competição e, por conseguinte, os custos de campanha. Para o autor, um simples “você não é daqui” é capaz de blindar uma comunidade pequena e com alto grau de integração entre os membros.

Enquanto a violência, sob a forma de ameaças físicas e interrupção de atos públicos é rotineira em áreas rurais, comunidades com maior diversidade tendem a desenvolver competições entre facções, com correligionários mais fortemente partidarizados. Em grandes áreas urbanas é mais difícil que um líder ou facção controle uma parcela significativa do eleitorado (AMES, 2012, p. 67). No entanto, muitos candidatos procuram angariar votos e torna-se uma tarefa difícil para os políticos de certas regiões manter erguidas as barreiras contra forasteiros. Isso ocorre em razão de inúmeros fatores, entre eles os custos financeiros, a extensão territorial e a dinâmica urbana de cada localidade.

Ao propor que os candidatos se orientariam basicamente por seu interesse na reeleição e pela conexão eleitoral estabelecida com os eleitores no distrito, Mayhew (2004) também sugeriu que as ações parlamentares estariam relacionadas a três tipos de atividade duradouras nos mandatos. Segundo ele, os congressistas se engajariam em razão de sua utilidade eleitoral, com maior ou menor ênfase, em atos como: 1) *advertising*: a publicização de ações e de sua imagem; 2) *credit claiming*: a distribuição de recurso e a reivindicação de crédito por ações de mandato; 3) e *position take*: as tomadas de posição sobre assuntos de interesse (MAYHEW, 2004, p. 49-77).

A conexão eleitoral, portanto, baseada no vínculo estabelecido entre representante e representados, seria mantida a partir de comportamentos orientados para uma finalidade. Segundo Mayhew (2004, p. 73) estes três tipos de ações eleitorais que orientam o engajamento dos congressistas – propaganda, reivindicação de crédito e tomada de posição – auxiliam na compreensão das motivações dos congressistas, mas não devem ser entendidos como padrões deterministas, já que existem podem existir padrões distintos de mandato. Afinal, como observa o autor, dentro dos seus limites, cada deputado tem plena liberdade para construir seu próprio eixo de ação e, por essa razão, pode escolher os meios para fazê-lo.

De acordo com Mayhew (2004, 49), a primeira tipologia, *advertising*, pode ser considerada a principal atividade congressional. Para o autor, esta é uma atividade continuada e sem fim durante os mandatos. Na perspectiva dos congressistas, sempre haveria novos eleitores a serem conquistados por seus méritos e, ao mesmo tempo, eleitores antigos para serem lembrados de suas características. Assim, qualidades pessoais como a experiência, a sabedoria, a responsividade, as preocupações, a sinceridade e independência, etc., seriam enfatizadas para gerar uma percepção positiva sobre ator político.

O autor afirma ainda que congressistas com mandatos teriam vantagem neste aspecto por serem mais conhecidos que os seus desafiantes na disputa eleitoral função das frequentes visitas às suas bases, dos discursos não-políticos para públicos locais (em shows, feiras, e participação em solenidades) e pelo envio de correspondências. Este tipo atividade de mandato se caracteriza, portanto, pela utilização de propaganda como suporte para disseminar o nome do candidato entre os eleitores de certa região, com o objetivo de construir uma imagem favorável num horizonte de disputa eleitoral (MAYHEW, 2004, p. 49-52).

A tipologia *credit claiming*, por sua vez, caracteriza as atividades congressuais voltadas para geração de laços de confiança entre os atores políticos e financiadores de campanha, empresas, associações, sindicatos e demais grupos que possam acrescentar diferenciais competitivos aos deputados, como recursos, votos, influência, etc.. A lógica é fazer com o eleitor acredite que o parlamentar produz ações desejáveis – desta forma, ele pode produzir novas ações desejáveis no futuro, na perspectiva de um novo mandato. Destacam-se os compromissos individuais assumidos pelos políticos, sob os quais se enfatiza sua capacidade de executá-los. Por este motivo, a reivindicação de crédito é importante para os parlamentares, tendo em vista que boa parte da vida congressual consiste na procura por oportunidades nas quais se engajar (causas, bandeiras, questões, sugestões e legislações), além da tentativa de destacar sua participação em ações governamentais (leis, emendas, programas, ações, etc.) que

possam gerar um senso de responsabilidade do ator político sobre a realização – ou seja, ações para chamar de suas (MAYHEW, 2004, p. 52-61).

Neste sentido, o caminho para o congressista médio é transitar pelo que Mayhew (2004, p. 53-54) chama de “benefício particularizado”, no qual se concentram duas propriedades: a distribuição para um indivíduo, grupos ou para uma região específica, sendo as unidades beneficiárias constituídas de uma escala que permite ao congressista ser reconhecido por atores políticos relevantes, outros congressistas e eleitores como o responsável por certas políticas; e os benefícios seriam distribuídos a partir de finalidades aparentemente formais e distanciadas, na qual o deputado se engajaria para ajudar na alocação de recursos.

Nesta perspectiva, um benefício particularizado pode ser considerado normalmente como membro de uma classe, ou seja, um benefício dado a um grupo, indivíduo ou eleitorado pode ser visto como uma classe de benefícios destinado a um grande número de pessoas, grupos e colégios eleitorais. Por isso pode surgir a impressão de que o congressista está “dando sua contribuição” ainda que seja o governo que esteja oferecendo o benefício. Mayhew (2004, p. 60) afirma que é indesejável que os congressistas tirem proveito de questões (pautas) maiores diante de um vasto eleitorado. Para muitos congressistas, a reivindicação de crédito estaria ligada a matérias particularizadas, localizadas em áreas temáticas especializadas no congresso como comitês, comissões e subcomissões – nas quais o congressista teria uma atuação mais específica e exclusiva.

A terceira tipologia, *position take*, diz respeito às ações de tomada de posição por parte dos deputados. Segundo Mayhew (2004, p. 61), esta atividade é caracterizada pela enunciação pública de juízos/posições sobre algum tipo de interesse dos atores políticos. Para o autor, elas se distinguem por duas finalidades governamentais: os fins – quando se vê uma saída última para determinadas questões amplas, com a guerra: “a guerra precisa acabar” – e os meios – quando se propõe uma forma ou mecanismo específico para solucionar certa demanda: “o caminho para diminuir a violência é investir no ensino de período integral”. Neste aspecto, as tomadas de posição fazem com que os congressistas sejam mais enunciadores do que realizadores. Para ele, a requisição eleitoral não é de que ele faça coisas desejáveis acontecerem, mas que emita juízos desejáveis sobre certas matérias, especialmente naquelas em que a responsabilidade do governo é largamente distribuída. Por essa razão, não é surpreendente que os atores políticos voltem atrás em suas posições como se isso fosse sinônimo de virtude.

Para eleitores que desconhecem os processos congressionais, segundo Mayhew (2004, p. 62), este recurso é o mais facilmente empregado. Por meio das ações de tomadas de

posição, as estratégias argumentativas dos políticos podem ser numerosas e as vezes imaginativos. Há discursos abordando desde pesadas orações e referências religiosas – como no caso da votação de impeachment de Dilma Rousseff no Congresso, em 17 de abril, no qual vários deputados embasaram os votos em questões de fé – até aquelas produzidas em massa sobre assuntos cívicos.

Mayhew (2004, p. 63-64) afirma também que a existência de discursos junto a grupos distritais, em aparições na televisão, cartas, informativos, releases para a imprensa, livros e artigos produzidos por *ghost writers* e até entrevistas com cientistas políticos podem ser utilizados para manifestar tomadas de posição. Isso significa que os congressistas estão aptos a adequar usualmente suas posições para atender suas audiências. Para Mayhew, não há dúvidas de que o congressista acredita que a tomada de posição faz diferença. Desta maneira, uma importante consequência desta crença é o costume de vigiarem as eleições de cada um dos seus concorrentes para perceber quais posições são vendáveis e quais não.

A discussão proposta a respeito do modelo distributivista e dos respectivos incentivos gerados pelo sistema eleitoral de lista aberta no Brasil conduziram esta pesquisa por elementos macro e micro do sistema político, sob os quais é possível verificar uma série de variáveis que interferem diretamente no comportamento de candidatos/deputados. Pressupõe-se, a partir disso, uma forte orientação individualista dos congressistas para a obtenção de benefícios particulares, sob os quais se estabeleceria uma relação de vínculo perene entre os atores políticos e suas bases eleitorais.

Esta relação, segundo a literatura escolhida, pode ser entendida como uma importante transformação do relevo político, considerando-se a fragilização das fronteiras entre campanha e governo e a percepção de que as eleições prosseguem mesmo com a finalização dos sufrágios. Neste sentido, a perspectiva da campanha permanente apresenta uma nova concepção no que diz respeito à conexão entre representantes e representados, na qual a comunicação seria uma importante variável para o estudo de fenômenos políticos.

3.4 CAMPANHA E GOVERNO NO CENÁRIO DA CAMPANHA PERMANENTE

A compreensão de que procedimentos especializados de campanha dialogam com a especificidade de governos é uma constatação de parte da literatura que se preocupa com a chamada “campanha permanente”⁹. Não é sem razão que uma gama variada de autores tenha

⁹ Segundo Hecló (2000, p. 15-16), o conceito de campanha permanente deve ser entendido a partir de uma série de um emaranhado de relações que orientam o jogo político e as técnicas de comunicação para organizações estratégicas que amarram os interesses dos atores políticos e direcionam suas ações para aprovação pública. Neste

se debruçado sobre o assunto na esteira de uma participação mais efetiva da comunicação na relação entre representantes e representados. Tomadas de posição, opiniões sobre políticas públicas, prestação de contas, contato direto com os eleitores e outras atividades políticas deixaram de ser restritas ao período eleitoral e passaram a fazer parte de uma estratégia mais globalizada de disputa pelas posições centrais do campo (Cf. BLUMENTHAL *apud* ORNSTEIN E MANN, 2000; ORNSTEIN E MANN, 2000; HECLO, 2000; NOGUERA, 2001; GALÍCIA, 2010;).

De acordo Ornstein e Mann (2000), os primeiros a cunhar o termo foram o consultor Patrick Caddell, em um memorando de transição escrito em 1976 ao presidente americano eleito à época, Jimmy Carter, e o jornalista Sidney Blumenthal, autor livro *The permanent campaign*, de 1982. A notoriedade da expressão, no entanto, foi atribuída à Blumenthal. Durante anos o conceito de campanha permanente foi interpretado correntemente pelo campo político como a utilização do governo como instrumento político de construção e sustentação de apoio popular.

Contudo, Ornstein e Mann (2000) argumentam que esta concepção alimentava um entendimento limitado para a captação do fenômeno em curso. Segundo os autores, as estratégias de campanha cresceram em importância e recursos em todos os aspectos da vida pública, tanto para candidatos à presidência quanto ao congresso, de maneira que muitas ferramentas de campanhas se tornaram artifícios perenemente utilizados pelos governos/mandatos. Na concepção de Hecló (2000, p. 2), David Mayhew já havia criado polêmica, em 1974, ao analisar o comportamento político de congressistas e interpretar seus mandatos como uma coleção de aproximadamente 435 campanhas permanentes individuais sempre orientados para a reeleição. Desde então, pesquisas de diferentes campos, entre eles a comunicação e a política, buscam compreender os termos deste novo conceito.

A primeira distinção necessária decorre dos sentidos de campanha e governo. Segundo Hecló (2000, p. 4), o sistema democrático é baseado na ideia de que aquilo que acontece no governo está substancialmente relacionado às escolhas eleitorais das pessoas. Por suposto, esse mecanismo já seria suficiente para afirmar que as eleições e as respectivas campanhas podem ser discutidas com alguma proximidade com as questões de governo e, portanto, como parte integral do governo representativo.

Entretanto, as funções de ambos, campanha e governo, são diferentes em essência. Sobretudo porque a campanha tem como finalidade a eleição de novos representantes com uma

sentido, os domínios de campanha e governo teriam sido flexibilizados em função das finalidades do jogo político, o que conduziria técnicas de campanha ao governo e também permitiria que o governo ordenasse as suas ações com olhos para as campanhas. Segundo ele, milhares de apelos orquestrados são produzidos para construir e manter favoráveis a percepção de determinados públicos e elites para uma ou outra questão do campo político – algo que alcança o limiar da relação entre a comunicação e a política.

marcação discursiva e temporal bem delimitada, caracterizada pelo convencimento e pelas promessas; o governo, por sua vez, tem um papel deliberativo no qual são tensionadas e executadas diversas políticas, as quais disputam o consentimento público diariamente, inclusive na busca, real ou não, pelo cumprimento das promessas feitas antes no período eleitoral (HECLO, 2000, p. 4-15).

Fato é que o modo permanente de campanha compreende, segundo Hecló (2000, p. 15-16) um emaranhado complexo de pessoas que entendem o jogo político e técnicas de comunicação e organização estratégicas que amarram os interesses dos atores políticos e direcionam suas ações para aprovação pública. Vencer as eleições, nesta visão, seria apenas parte do processo, onde o foco estaria tipicamente nas personalidades e no público de massa, no qual a lógica se assentaria em processos validação e legitimação durante os mandatos.

Segundo ele, menos óbvio que estas imagens são os milhares de apelos orquestrados produzidos o tempo todo para construir e manter favoráveis a percepção de certos públicos e determinadas elites para uma ou outra questão do campo político. Neste sentido, o autor acredita que uma parte dos apelos intermináveis por aprovação pública são bastante diretos, ao passo que outros são tão indiretos que as pessoas acabam sendo conduzidas pelos argumentos disponíveis. Por esse motivo, o autor afirma que pessoas no governo, grupos de interesse nas franjas do governo e redes de colaboração e de oposição são parte de uma batalha contínua por aprovação pública que atravessa todo o cenário político ao ponto de estar em toda parte e, ao mesmo tempo, não estar em nenhum lugar em particular (HECLO, 2000, p. 15-16).

A comunicação política desempenha importante papel neste contexto. A utilização do *marketing* político, no que se refere à campanha permanente, pode ser observada no trabalho de Noguera (2001). De acordo com o autor, as ferramentas do *marketing* político são utilizadas de três formas distintas que em certa medida confluem e se desenvolvem. Para ele, o *marketing* de campanha é praticado no momento em que se disputa o poder, isto é, durante as eleições. Depois da vitória eleitoral, desenvolve-se outra face, o *marketing* de governo. Por seu intermédio, a comunicação acompanha a arquitetura do exercício de poder e a implementação de uma agenda política. O autor ressalta, por último, o *marketing* de oposição, que pode ser reconhecido quando a campanha atinge sua etapa final, embora sua utilização seja de importância desde o começo de uma gestão.

Noguera (2001) destaca ainda não ser possível afirmar que um ator político – por ter sido eleito, por ocupar um cargo, ser presidente ou deputado – detém o poder de fato. Na sua visão, o poder deve ser conquistado a todo momento e legitimado diariamente por meio da comunicação. Para isso, consultores políticos especializados podem ajudar o governante não

apenas nos períodos de eleição, mas também durante o mandato, com o intuito de constituir uma imagem positiva do político e de suas ações, com vistas à manutenção e conquista do poder.

Para Loomis (2000, p. 163-164), a disputa pela produção de sentido é fundamental, mas é necessário reconhecer que há elites interessadas na agenda de governo em áreas específicas como a saúde, a educação, as telecomunicações e o setor elétrico, as quais financiam tomadas de posição e a construção de narrativas que sustentam posições confortáveis para os seus interesses – muitas vezes fora da arena eleitoral.

O autor acredita que há interesses de todos os tipos tentando formatar informações e argumentos dentro e fora das instituições, algo que exige estruturas narrativas capazes de oferecer compreensão sobre questões específicas, com capacidade para fixar as pautas do dia, definir os problemas em discussão e nomear as suas principais causas (LOOMIS, 2000, p. 164-165).

A campanha permanente, na sua perspectiva, também significa a perseguição de vantagens políticas por grupos organizados os quais dispõem de *surveys*, grupos focais, propagandas, profissionais de relações públicas e redes de *lobby*, institutos de pesquisa e outras técnicas para investir pesado na política eleitoral. Segundo ele, indiferente ao fato de ser período de campanha ou de governo, o que prevalece é o foco contínuo nas questões que lhes são mais importantes. Ou seja, políticos eleitos podem ser aliados hoje e amanhã não mais. No entanto, o que permanece são as demandas que continuam em jogo (LOOMIS, 2000, p. 164).

Retomando as ideias de Hecló (2000, p. 18-29), a campanha permanente não remete, portanto, a um padrão planejado e discutido que emerge na gestão política. Ao contrário, desenvolve-se de forma mais ou menos espontânea. A utilização do termo, segundo Galícia (2010, p. 2), reflete uma antiga prática dos atores políticos para se manter em evidência antes e depois dos períodos eleitorais, algo que converteria as campanhas em princípio e finalidade de uma gestão. Para Nogueira (2001), até mesmo os atores políticos que não acreditam incorrer na campanha permanente, provavelmente fazem um tipo de campanha precária e silenciada.

No entanto, há uma racionalidade técnica e um cálculo orientado por parte dos atores para organizar a atividade política no ambiente de uma política cada vez mais midiaticizada. De acordo com Martins (2016, p. 67), a campanha permanente foi convertida em um espetáculo coordenado por equipes e profissionais detentores da técnica de persuasão, cujo objetivo é facilitar e garantir a vitória de partidos e candidatos na eleição seguinte, além de assegurar a continuidade do grupo político e seu projeto no poder.

A diferenciação entre campanha e governo também está marcada pela finalidade que a comunicação assume para a classe política. Para Martins (2016), o objetivo central da comunicação eleitoral é convencer o eleitorado e arrecadar votos para que um determinado candidato conquiste seu anseio principal, no caso, a vitória. Ao seu turno, a comunicação governamental, teria como objetivo principal informar e dialogar com os cidadãos, além de facilitar a prestação de contas por parte da administração pública. Segundo a autora, é preciso também reconhecer que há no conceito de campanha permanente uma confluência entre as finalidades das comunicações eleitoral e governamental – o que também é reconhecido por Ornstein e Mann (2000). Considera-se, portanto, que as técnicas empregadas na comunicação eleitoral dos candidatos vitoriosos são praticamente as mesmas utilizadas na comunicação governamental do mandato, já que o apoio popular é demandado durante o seu exercício para projetar uma próxima vitória (MARTINS, 2016, p. 67).

O ciclo campanha-governo e governo-campanha, sugerido por Hecló (2000, p. 19-27), demonstra que o comportamento político foi alterado com a perspectiva da campanha permanente. Segundo ele, seis categorias são capazes de explicar o processo: 1) a mudança dos papéis dos partidos políticos – agora são mais fracos na organização, no recrutamento e na mobilização de candidatos, e mais são mais fortes em ideologias, questões sociais e ataques políticos; 2) a expansão de um sistema aberto e extenso de grupos de interesses políticos permitiu a diferenciação das pautas, a fragmentação das lutas e a exposição dos procedimentos de governo via reuniões abertas de comitês, votos registrados publicamente, debates televisivos, etc.; 3) o uso novas tecnologias da comunicação permitiram que os políticos deslocassem seus apelos de varejo das organizações partidárias para o comércio intenso e direto com o público votante por atacado; 4) o uso de novas tecnologias políticas, especialmente as relações públicas e as pesquisas de opinião, com o objetivo de captar as preocupações das pessoas, dos grupos e dos políticos como forma de equalizar o comportamento e a imagem; 5) a crescente necessidade de financiar a política em função do aumento dos custos, já que o *marketing* político implica despesas com os consultores, pesquisas e mídia; 6) o aumento das expectativas para todos os atores no que se refere ao ativismo do governo, ou seja, a promoção de políticas públicas

Obviamente, o custo da política midiaticizada e a dinâmica eleitoral exigem que os atores políticos privilegiem mais algumas ações do que outras num cenário constante de disputa por legitimidade e posições no campo político. Nos Estados Unidos, Brady e Fiorina (2000) relatam que muitas mudanças ocorreram no comportamento político em razão das mudanças de regras e procedimentos das casas legislativas (*House and Senate*), entre elas, a abertura dos procedimentos do congresso e a exposição das tomadas de decisão para o público. Segundo

eles, os membros do congresso passaram a voltar com mais frequência para suas regiões do que na primeira metade do século XX, participaram das votações com posições alinhadas às dos seus partidos em oposição aos adversários com muito mais frequência e também escolheram diferentes tipos de líderes de bancada para coordenar o comportamento e apresentar uma face coletiva para o mundo externo (BRADY E FIORINA, 2000, p. 148).

Tendo em vista as perspectivas assumidas por este trabalho, acredita-se que estas características, no caso brasileiro, aplicam-se em alguma medida ao comportamento dos deputados federais, considerando-se os incentivos do sistema eleitoral e as motivações individuais para a manutenção de vínculos entre a atividade congressual e as bases eleitorais. Distritos de grande amplitude e disputas eleitorais cada vez mais acirradas por votos no âmbito local estimulam uma crescente demanda por alianças e reconhecimento – ambos testados nos períodos de pleito. Além disso, o funcionamento e o controle dos veículos de mídia no país também são determinantes para os resultados eleitorais se considerada a concentração de rádios e televisões nas mãos de políticos, a pequena oferta de canais de televisão abertos e o controle de retransmissoras por grandes conglomerados.

3.5 VISIBILIDADE, REPRESENTAÇÃO E ACCOUNTABILITY

Os conceitos de visibilidade e representação são fundamentais para compreender o que a comunicação e a política compartilham no que se refere ao escopo deste trabalho – as conexões políticas e comunicacionais de deputados federais. Até este momento, os termos foram utilizados de forma genérica para descrever os principais elementos constitutivos dos campos e sua correlação na medida em que foi desenhada uma zona convergência entre ambos, na qual fenômenos da comunicação e da política dialogam com maior ou menor dominância.

No capítulo anterior, discorremos sobre o estreitamento da relação entre os campos da comunicação e da política ao longo dos anos em função das inúmeras inovações técnicas e gramaticais que acompanharam o processo de midiaticização e democratização do corpo social. A modificação das arenas de debate e a transformação dos sistemas representativos foram essenciais neste processo porque influenciaram e foram influenciadas pelas reconfigurações dos sistemas de governo e também pela entrada de novos jogadores na arena política, entre eles, partidos políticos, organizações civis e os próprios agentes da comunicação massiva (MANIN, 1995; GOMES, 2004; ALDÉ, 2001).

Torna-se necessário considerar a comunicação como um importante elemento no jogo de poder contemporâneo, tendo em vista que estas alterações nas relações sociais

impactaram diretamente a forma pela qual o cidadão participa da política. Os significativos deslocamentos que ocorreram nas fronteiras entre os diferentes espaços e grupos sociais foram acompanhados pela fragmentação das percepções individuais que estabilizam os sentidos sobre o mundo e, por sua vez, tem consequências importantes na ação política (MIGUEL E BIROLI, 2010b, p. 695-696).

Diante deste quadro, Miguel e Biroli (2010b) afirmam que a visibilidade é um dos principais atributos da mídia na relação com a política e adotam uma definição que atende aos objetivos deste trabalho. Para eles, a visibilidade é uma propriedade que se relaciona com a sua capacidade de agendar temáticas no âmbito da discussão pública e de atribuir valores simbólicos que podem ser utilizados para finalidades distintas, desde a diferenciação dos atores políticos no âmbito das disputas internas do campo, até a capitalização eleitoral enquanto momento de avaliação pública de mandatos. Segundo os autores, a luta pelo acesso e acumulação de capital político é importante para definir as posições centrais no campo e não se limita apenas à conquista de altos cargos eletivos durante os pleitos. Por essa razão, políticos diferentes da mesma casa legislativa podem exercer influência de formas diferenciadas.

Nesta perspectiva, Miguel e Biroli (2010b, p. 696) destacam que os agentes do campo político lutam pela maximização de seu “capital”, entendido como o reconhecimento de sua relevância por outros políticos naquele universo, o que inclui a obtenção de cargos, mas não deve ser confundido com ela. Fatores intrínsecos ao campo político como a representação influem diretamente no comportamento político no momento em que os atores assumem determinadas posturas e discorrem sobre questões específicas. No caso, os representantes se identificam como tal por se constituírem como “porta-vozes” de certos segmentos sociais, fato pelo qual são reconhecidos pelos seus representados e por outros atores políticos. Neste âmbito, a concorrência entre os agentes no campo político pode ser entendida como uma disputa pelo direito de falar em nome de outros (MIGUEL E BIROLI, 2010b, p. 696-697).

Percebe-se na argumentação dos autores que a visibilidade exerce papel fundamental para a política em função da capacidade de conferir legitimação a classe política no momento que é estabelecido o vínculo vital da representação no sistema democrático. Em função disso, definem a relação entre visibilidade e capital político como a incorporação de elementos de valorização e distinção reconhecidos por parte dos atores políticos, nos quais os meios de comunicação são percebidos ao mesmo tempo como fonte e índice de capital simbólico (MIGUEL E BIROLI, 2010b, p. 697)

Para Gomes (2004), a experiência democrática contemporânea foi maximizada pela visibilidade pública na proporção em que trouxe à baila instituições como a esfera pública e as

eleições. Segundo ele, buscou-se diminuir a força de um tipo de “política obscura”, realizada nos bastidores dos gabinetes, na tentativa de aumentar tanto os lugares e situações de publicidade como aqueles de decisão política autêntica e legal (GOMES, 2004, p. 263).

Como parte de um sistema simbólico de conhecimento e reconhecimento social, Carvalho Júnior (2013, p. 3-4) acredita que a questão da visibilidade afeta profundamente os discursos da representação no Congresso e, além disso, impacta diretamente na formação da agenda legislativa. Quanto maiores tais recursos, maior o poder simbólico ou “capital acumulado”. Segundo ele, os meios de comunicação de massa constituem-se como o *locus* de gestão da visibilidade e da imagem pessoais construídas ao longo das carreiras políticas, as quais já não se reduzem apenas aos períodos eleitorais – como defendem Miguel e Biroli (2010b) e uma gama variada de autores preocupados com a perspectiva da “campanha permanente”.

De qualquer modo, o capital midiático constitui-se como uma forma de capital simbólico que essencialmente depende do reconhecimento gerado pelo público e pelos agentes políticos, no qual a visibilidade midiática desempenha um papel relevante. Carvalho Júnior (2013) enfatiza ainda que a exposição favorável no espaço midiático contribui para orientar certos “tipos” de carreiras na política, constituindo formas de valorização não somente dentro dos partidos, mas também nas variadas dimensões em que tais carreiras se constroem (CARVALHO JÚNIOR, 2013, p. 3-4).

Obviamente a visibilidade não é somente um elemento de grandeza positiva para a classe política em campanhas eleitorais e mandatos. A perspectiva de Thompson (2002) a respeito do escândalo político também deve ser lembrada quando se discute o papel da visibilidade e o seu papel no conhecimento, reconhecimento e legitimação públicos. Segundo ele, o acesso à esfera de visibilidade auxilia na construção de imagens de personalidades e atores políticos e reforça sentimentos de familiaridade e intimidade diante do eleitorado. No entanto, ao se revelar determinadas atividades do campo político, certos valores e normas podem ser violados, o que daria origem ao chamado “escândalo político”.

Para Thompson (2002), três tipos de escândalos políticos associam a questão da visibilidade à política: 1) o escândalo político-financeiro: relacionado à corrupção, desvios de verbas, etc.; 2) o escândalo político-sexual: o qual revela relacionamentos privados e íntimos dos representantes; 3) e o escândalo de poder: o qual envolve questões sobre o mau uso ou abuso do poder político.

Diante destas situações, o capital simbólico dos atores políticos fica ameaçado pela visibilidade de ações de instituições/grupos/agentes até então ocultos ou desconhecidos pelo cidadão/eleitor. Vale lembrar ainda que os escândalos também podem ser utilizados como arma

política com o objetivo de atingir adversários e minar a credibilidade e a reputação de outros *players*. Ainda que os escândalos políticos não sejam socialmente desejados, constituem-se como uma das possíveis implicações de novos ambientes sociais que progressivamente alteram as fronteiras da comunicação com outros campos, conforme o autor explica:

Nessa era de visibilidade midiática, os que ocupam ou aspiram posições de poder estarão sujeitos a um grau de escrutínio público que excede em muito aquele que seus predecessores foram obrigados a suportar e não devemos subestimar a angústia pessoal e o prejuízo político que isso pode causar. Mas se tudo isso ajudar a produzir mais transparência e responsabilidade no governo, se isso estimular um debate mais efetivo sobre os padrões de conduta tanto na vida pública como na mídia, e se isso encorajar nossos líderes políticos a exercer, com mais circunspeção e humildade, a confiança que neles foi depositada como titulares de uma função pública, então os ganhos não serão desprezíveis (THOMPSON, 2002, p. 325).

Conforme discutiu-se até o momento, as implicações da visibilidade – enquanto elemento intrínseco à comunicação e incidente em outros campos como a política – são importantes no que se refere à construção e validação de sentidos. Em um cenário em que as imagens públicas constituem-se como mapas instrucionais para uma sociedade complexa, a mediação da política permite que os atores desse campo legitimem suas funções, sejam avaliados por suas ações e disputem cargos. O que está em jogo, neste sentido, é o processo de representação e suas finalidades no sistema democrático.

Considera-se que o processo representativo está diretamente associado à visibilidade, ainda que não seja dependente dela como variável última, já que o campo político possui características e regras específicas de funcionamento, conforme tratado na seção anterior. O conceito de representação, no entanto, deve ser discutido em virtude da necessidade de validação e legitimação que recorta a atividade política – relação que julgamos fundamental para os campos da comunicação e da política.

De acordo com Bobbio, Matteuci e Pasquino (1998), deve-se considerar como favoráveis todas as condições que jogam no sentido de um alto grau de publicidade nos negócios públicos e de compreensão dos mesmos para os cidadãos, e, no sentido oposto, todas as condições que tornam cognoscíveis à classe política as atitudes do público. Segundo eles, dada a natureza dos processos institucionais que a envolvem, a representação está estreitamente ligada a um processo ambivalente de comunicação das mensagens políticas.

A origem do verbo "representar" e do substantivo "representação" revelam um grande universo de interpretações do conceito – como representar, no sentido de atuação teatral ou mesmo de personificação de outros indivíduos. Os autores afirmam ainda ser compreensível que a polivalência da palavra permita uma acepção ligada à política que evoca uma multiplicidade de significados (BOBBIO, MATTEUCI E PASQUINO, 1998, p.1106-1007).

Pitikin (2006, p. 16) compartilha essa ideia quando afirma que a representação se constitui, em grande medida, como um fenômeno cultural e político. A diversidade do conceito de representação política, neste sentido, pode ser verificada em três modelos longamente discutidos pela literatura, conforme descrevem Bobbio, Matteuci e Pasquino (1998). Na visão destes autores, os estudos do campo político se resumem em investigações referentes à *delegação*, à *confiança* e à *representatividade*.

Segundo eles, a representação como relação de *delegação* pode ser entendida como um modelo no qual o representante é concebido como um executor sem iniciativa e autonomia em relação às demandas que os representados lhe distribuem, o que os autores comumente reconhecem como “mandato imperativo”. A representação como relação de *confiança*, no entanto, é estabelecida quando o representante conserva uma posição de autonomia e presume que a única orientação para suas atividades advém dos interesses dos representados – algo que se verifica no clássico *Speech to the electors of Bristol*, de Edmund Burke. A representação como “espelho”, também conhecida como *representatividade* sociológica, concentra-se na ideia de efeito de conjunto mais do que no papel de cada representante, dado que o organismo representativo seria como um microcosmos no qual se reproduz com fidelidade as características do corpo político (BOBBIO, MATTEUCI E PASQUINO, 1998, p. 1003).

Os três modelos podem ser vistos em perspectiva no trabalho de Pitikin (2006), segundo a qual o conceito de representação deriva de experiências históricas profundamente perpassadas por efeitos de sentido. Em O Federalista, a autora identifica a existência de um sentido de “bem público” no qual a representação, superior a democracia direta, pode assegurar sem a influência e distração de interesses individuais e de facções¹⁰. Para Madison, Hamilton e Jay, a representação deveria funcionar como uma espécie de filtro refinador e ampliador das perspectivas do público ao passarem por um corpo eleito de cidadão. Desta maneira, a sabedoria dos representantes poderia discernir melhor os verdadeiros interesses do seu país, no qual o patriotismo e amor pela justiça estariam menos suscetíveis a sacrificá-la em razão de questões parciais ou menos urgentes (PITIKIN, 2006, p. 35-36).

Para os autores utilitaristas, no entanto, a questão do interesse no processo representativo é vista de forma diferente da visão americana. O que motivaria as tomadas de decisão seriam os interesses de cada indivíduo, responsável por ser o guardião do seu próprio interesse, isto porque outros indivíduos seriam demasiadamente egoístas para defendê-lo ou

¹⁰ Segundo a definição de Hamilton, Madison e Jay (1948, p. 10-42), citados por Pitikin (2006, p.36-36), facções são “uma quantidade de cidadãos, que pode constituir a maioria ou a minoria do todo, que são unidos e atuam por algum impulso comum de paixão, ou de interesse, contrário aos direitos dos outros cidadãos, ou ao interesse permanente e agregado da comunidade”.

porque suas razões seriam desconhecidas por outros agentes. Caberia ao legislador, neste caso, o fomento de ações socialmente desejáveis alinhando os interesses individuais com o bem público. Para John Stuart Mill, o legislador seria substituído pela legislatura eleita enquanto o altruísmo daria lugar à mecanismos institucionais de representação. Segundo ele, um governo representativo falharia se apenas uma pequena proporção de indivíduos ou grupos tivesse interesse pelos assuntos gerais de Estado, os quais seriam necessários para a formação de uma opinião pública – condições sob as quais os eleitores fariam uso do direito de sufrágio para servir seu interesse privado ou o interesse da sua localidade (PITIKIN, 2006, p. 39-40).

O parâmetro circunstancial do tipo de representação e suas finalidades, levando-se em conta os exemplos tratados, decorre de experiências específicas e de sua interpretação em cada momento histórico. É notado por Bobbio, Bobbio, Matteuci e Pasquino (1998, p. 1104), contudo, que os tipos de representação sugeridos, considerando-se as nuances particularizadas, compõem-se a partir de necessidades específicas e uma certa concepção dos interesses individuais e coletivos.

A evolução da discussão proposta por Bobbio, Matteuci e Pasquino, (1998) mostra a variação e a incorporação dos três modelos com contribuições específicas – desde a vinculação de representantes e representados, proveniente do modelo de *delegação*; passando pela representação de *confiança*, de onde se origina uma margem de autonomia; até chegar ao modelo de *representatividade* sociológica, no qual concebe-se que grupos específicos se identificam com certas características e se fazem representar por aqueles que defendem seus interesses. Ou seja, estes modelos conservam em si um mínimo característico da representação política que aparece com maior ou menor frequência nos sistemas democráticos.

A multidimensionalidade do conceito de representação política sintetiza a importância do fenômeno e lhe dá uma grande amplitude de elementos constitutivos, embora sua finalidade e lógica causal permaneçam as mesmas. Desta forma, a representação política¹¹ é entendida neste trabalho como um sistema institucionalizado de responsabilidade política, no qual ocorrem processos de escolha dos governantes e de controle sobre sua ação por meio de eleições competitivas (BOBBIO, MATTEUCI E PASQUINO, 1998).

Além disso, a representação política pressupõe um complexo de direitos políticos (liberdade de imprensa, de associação, de propaganda, etc.) que permitem a efetivação do processo representativo, diretamente ligado ao campo da comunicação e à circulação de mensagens políticas. Portanto, é sensível aos estímulos dos canais de informação e às

¹¹ Tal como é discutida e conceituada por Norberto Bobbio.

perturbações que aconteçam neste campo (BOBBIO, MATTEUCI E PASQUINO, 1998, p. 1106).

Na visão de Weber (2007, p. 40), os processos de comunicação no sistema democrático respondem a demandas não apenas de prestação de contas entre representantes e representados, mas também se referem ao exercício de relacionar o público a um projeto político, a um sujeito ou partido de forma propagandística. De acordo com a autora, ocorre um processo de rompimento e reconstrução da participação e opinião do cidadão nas ambiências, mediações e relações estabelecidas direta ou indiretamente com governos, candidatos e parlamento. Segundo ela, o poder do discurso político se concentraria na visibilidade de temas de interesse coletivo expostos em formato de notícia, propaganda, diálogos e ações de relações públicas. Desta maneira, a eficácia discursiva estaria ancorada nos argumentos que convenceriam o eleitor da sua efetiva representação.

Segundo Veiga e De Paula (2007, p. 4), é fundamental incorporar a variável mídia à discussão sobre a forma pela qual políticos e eleitores se relacionam, tendo em vista que a “prestação de contas” na relação mandantes-mandatários, conhecida como *accountability*, é uma exigência do sistema democrático para a avaliação dos mandatos e para a sequente legitimação da representação. As autoras criticam a visão de O’Donnell (1998) a respeito da prestação de contas na medida em que não é visualizada a necessidade de informação para o processo de tomada de decisões políticas.

Na concepção do autor, o conceito de *accountability* vertical pressupõe a existência de uma relação assimétrica entre representantes e representados, segundo a qual os representantes exercem controle sobre representados no momento das eleições, ao passo que o conceito de *accountability* horizontal daria conta de uma relação mais simétrica, cujos mecanismos de *checks and balances*, garantiriam o equilíbrio entre os três poderes do estado (O’DONNELL *apud* VEIGA E DE PAULA, 2007, p. 4).

No entanto, segundo as autoras, a dimensão proposta por O’Donnell, centrada apenas em eleições, em última instância no voto, não garantiria uma efetivação da *accountability* considerando-se que, para que um governo seja de fato representativo, é necessário contar com cidadãos qualificados para escolher politicamente. Para Lattman-Weltman (2001, p. 8), citado por Veiga e De Paula (2007, p. 4), é importante ressaltar a dimensão vertical da prestação de contas para compreender que a participação dos representados os percebe como consumidores de informação e restringe a produzir informação. Contudo, a relação entre deputados e eleitores, quando observada pela intermediação midiática,

perpassaria ambas as formas de participação destacadas por O'Donnell (VEIGA E DE PAULA, 2007, p. 4).

Esta relação fica clara quanto as autoras explicam que os eleitores seriam consumidores quando utilizam as informações disponíveis na mídia para avaliar, fazer julgamentos, comparações, e se posicionar, de forma positiva ou não, diante dos seus candidatos/representantes. Por outro lado, seriam produtores da informação na medida em que fizessem uso da mídia para criarem demandas e serem ouvidos, já que seria função da mídia dar visibilidade a diferentes opiniões e percepções sobre os candidatos/representantes. Segundo Veiga e De Paula (2007, p. 4), o vetor da conexão midiática estaria ligado, no primeiro caso, dos políticos para os eleitores, e no segundo caso, dos eleitores para os políticos. Ressalva-se, entretanto, que a lógica inversa não se aplica à *accountability*, considerando-se que esta variável não depende exclusivamente da mídia para acontecer. As autoras afirmam, portanto, que é preciso reconhecer a vinculação da mídia ao processo enquanto meio de informações ligado à participação política, embora isso não garanta que a prestação de contas seja bem-sucedida ou ampliada, já que tanto o conteúdo dessas informações quanto a recepção dos eleitores são dependentes de uma ampla gama de elementos externos a variável mídia (VEIGA E DE PAULA, 2007, p. 4-5).

A constatação de que o processo político como um todo envolve variáveis dinâmicas que se entrecruzam na racionalização de métodos, procedimentos e técnicas de cada campo em específico evidencia a intrincada rede de mecanismos articulados para produzir sentidos sobre os atores políticos nas democracias contemporâneas. É desta maneira que os campos da comunicação e da política estão em amplo diálogo, produzindo relações de poder que extrapolam suas especificidades na medida em que a complexidade técnica dos processos condiciona certos tipos de ação desejáveis, e não outras. Desta forma, visibilidade e representação, como finalidades dos campos da comunicação e da política, também podem ser entendidas como importantes variáveis, capazes de fomentar comportamentos e induzir a estratégias que respondam de forma mais eficiente às necessidades de cada ator político.

As discussões realizadas a respeito das práticas particularistas de maximização de benefícios, sobre a necessidade de visibilidade para construção e manutenção de capital político e sua associação direta com o processo de representação política sugerem que estratégias distintas são enfatizadas pelos mandatos. Conforme as tipologias tratadas a respeito da representação, evidencia-se que o comportamento dos deputados é motivado por diferentes escalas de fidelidade estabelecidas de formas específicas, desde as preferências e filtros

próprios do mandato até a interferência de partidos na atuação parlamentar e a participação de grupos mobilizados durante a eleição (LEAL, 2002, p. 32).

Afinal de contas, se é possível falar de *ranking* de prioridades, formal ou não, a partir do processo de representação, a quem devem fidelidade: A si mesmos? Aos grupos sociais que lhe deram apoio nas urnas? Aos eleitores do partido que lhe apoiaram, ou aos seus? As lideranças do partido ao qual estão vinculados? A população de forma geral? O *ranking* de prioridades pelo qual os políticos definem quais ações seriam urgentes, importantes ou desejadas, nesta perspectiva, depende da ordem de preferências que os políticos estabelecem durante seus mandatos (LEAL, 2002, p. 32).

Considerando-se a discussão proposta nas seções anteriores a respeito da forma pela qual variáveis comunicativas e políticas geram incentivos para atividades políticas centradas na maximização de benefícios particulares e localizados, analisaremos no próximo capítulo uma série de variáveis com o intuito de identificar semelhanças e diferenças no comportamento dos deputados federais com domicílio eleitoral na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais. O objetivo é verificar de que forma as conexões políticas e comunicativas dos deputados são estabelecidas na mesorregião da Zona da Mata mineira, levando em consideração as suas votações, a distribuição de benefícios na região, suas trajetórias políticas e as imagens projetadas por seus mandatos nas redes sociais.

4 ANÁLISE MULTIMETODOLÓGICA: UMA ABORDAGEM TRANSDISCIPLINAR SOBRE OS MANDATOS DOS DEPUTADOS FEDERAIS DA ZONA DA MATA

Neste capítulo, será instrumentalizada a análise proposta por esta pesquisa, levando-se em consideração as especificidades do objeto trabalhado, no caso, as conexões políticas e midiáticas dos deputados federais com domicílio eleitoral na cidade de Juiz de Fora, localizada na Zona da Mata mineira. Considerando-se o escopo da discussão conduzida nos primeiros capítulos e a diversidade de variáveis encontradas na atividade parlamentar, investe-se na investigação de algumas características do comportamento político dos parlamentares no âmbito da atividade política de seus mandatos, com foco na distribuição geográfica dos votos, de emendas parlamentares e na produção de conteúdo em suas respectivas páginas no Facebook. Neste sentido, as carreiras políticas e as entrevistas em profundidade representam importantes fontes de informação e investigação, haja vista a escassez de fontes a respeito das figuras públicas dos deputados, normalmente disponíveis por meios do próprio parlamentar e/ou de seu partido. Acredita-se que a dinâmica destas variáveis correlacionadas pode contribuir na explicação das ênfases de cada um dos mandatos, especialmente no que diz respeito à zona relacional discutida até o momento.

4.1 DELIMITAÇÃO DO OBJETO E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO

Com o intuito de avaliar as estratégias políticas e comunicativas dos deputados federais com domicílio eleitoral em Juiz de Fora/MG, este trabalho se propõe, neste capítulo, a estudar algumas das variáveis presentes na complexa teia de relações na qual os mandatos parlamentares estão inseridos. Portanto, são objetos de análise deste estudo as conexões comunicativas e políticas dos deputados federais Marcus Pestana (PSDB), Margarida Salomão (PT), Wadson Ribeiro (PC do B) e Júlio Delgado (PSB), no período eleitoral de 2014 e no primeiro ano de mandato, em 2015.

A partir do percurso teórico discutido ao longo do trabalho, assumimos como pressuposto que as conexões com o eleitor/cidadão ocorrem de formas variadas, afinal, dependem da concepção dos deputados sobre o mandato, de sua trajetória política e de incentivos ligados ao sistema político. Além disso, consideramos que a comunicação é um fator importante, mas não determinante para a manutenção do vínculo entre mandantes e mandatários em função da relevância atribuída a essa variável pela classe política, cujo mérito ainda não teria se refletido na composição dos gabinetes como uma real preocupação. Este fenômeno seria aparentemente instigante em razão da percepção de que uma boa comunicação é cada vez mais

indispensável ao funcionamento dos mandatos, uma vez que a sociabilidade contemporânea conserva características claras do processo de mediação.

Tendo em vista a necessidade de delimitação da pesquisa, consideramos como variáveis políticas os dados de votação dos deputados na mesorregião da Zona da Mata, em Juiz de Fora e nas demais microrregiões, as emendas parlamentares empenhadas nestes municípios, as relações com lideranças políticas, comunitárias, religiosas e de movimentos sociais, a composição dos gabinetes e a prestação de contas. As variáveis comunicacionais, por sua vez, dizem respeito aos conteúdos produzidos pelas assessorias e divulgados nas *fanpages*, a construção de atributos ligados à imagem dos políticos e os comentários sobre questões de cunho político-ideológico não necessariamente ligados a aspectos locais ou regionais.

O caráter multidisciplinar desta pesquisa, evidenciado pela diversidade de variáveis que atravessa os campos da comunicação, da política, da história e da geografia, exige a mobilização de uma série de métodos capazes de permitir a produção de inferências válidas sobre o objeto estudado. Neste sentido, a base teórica até aqui trabalhada é capaz de oferecer os subsídios necessários para a criação de critérios de seleção e seleção dos dados coletados.

A composição do *corpus* analítico, desta forma, seguiu a lógica temática delimitada em cada eixo de pesquisa, embora as inferências produzidas não tenham se restringido a esses eixos. Ou seja, no processo de redação da análise, os eixos não possuem sentidos estanques em função do seu tipo de estudo. Ao contrário, as informações produzidas nos eixos políticos e/ou comunicativos dialogam na medida em que extrapolam as fronteiras de um e outro campo para compor uma narrativa sobre as estratégias dos mandatos em um período específico, obviamente influenciado pelas dinâmicas políticas e pelas trajetórias de cada um dos deputados no momento do levantamento dos dados e de realização das entrevistas.

Para analisar o objeto de forma a considerar a divisão de variáveis estabelecida, optamos por um ordenamento empírico dos dados baseado nos estudos apresentados na base teórica e conceitual. Esta divisão não obedece à ordem de disposição desta base teórica nos capítulos anteriores, mas sugere outra organização que nos permite trabalhar de forma mais clara com as informações levantadas. Isso ocorre em função do volume e da ordem de grandeza dos dados, os quais incluem características de votação, valores de emendas parlamentares, levantamentos documentais nas *fanpages*, de trajetórias políticas e de entrevistas em profundidade.

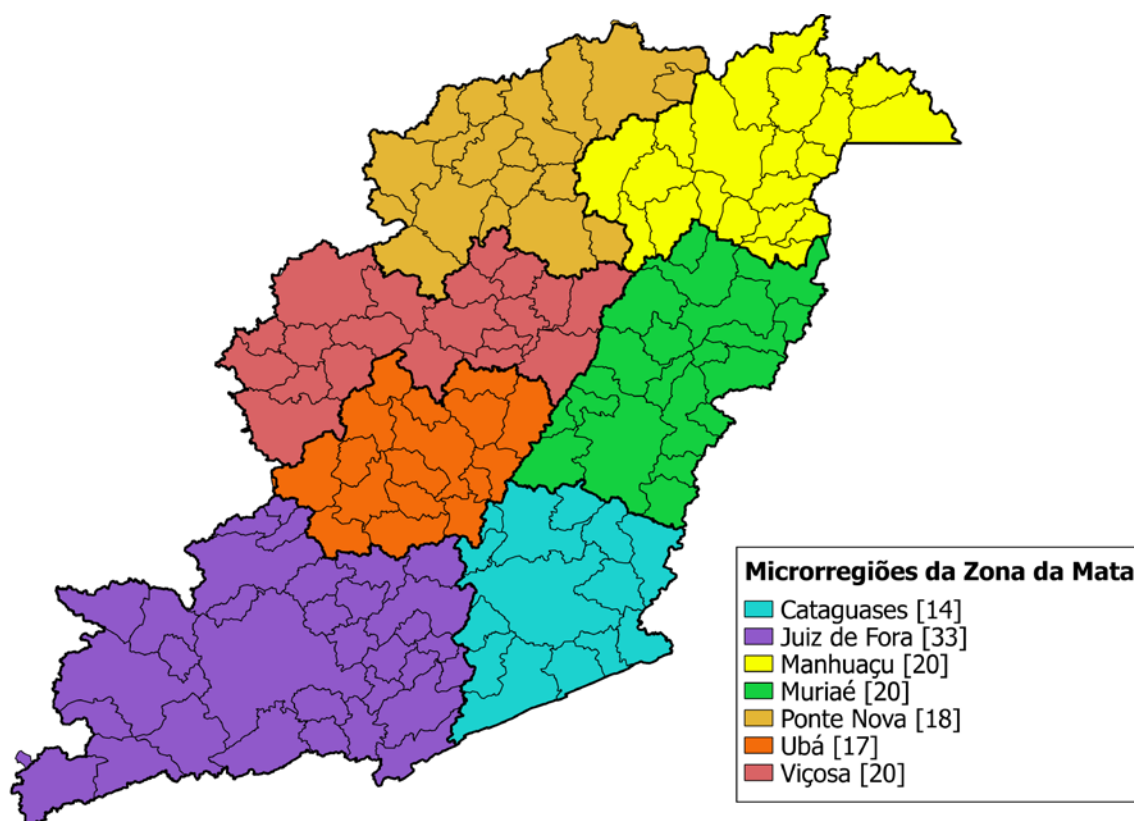
A transformação das variáveis políticas e comunicativas em eixos temáticos possibilitou a análise e a sistematização dos dados, em primeiro lugar, como uma investigação específica sobre as estratégias de conexão dos deputados e, em segundo lugar, permitiu a

compreensão desta ampla gama de variáveis como relevantes componentes da atividade política. Nesta perspectiva, foram desenvolvidos três eixos analíticos: 1) Geografia Eleitoral; 2) Emendas Parlamentares; e 3) *Fanpages*. Por meio deles, torna-se possível compilar e discutir uma série de informações capazes de explicar alguns dos comportamentos políticos dos deputados e, conseqüentemente, do funcionamento de seus respectivos mandatos.

4.1.1 Geografia Eleitoral

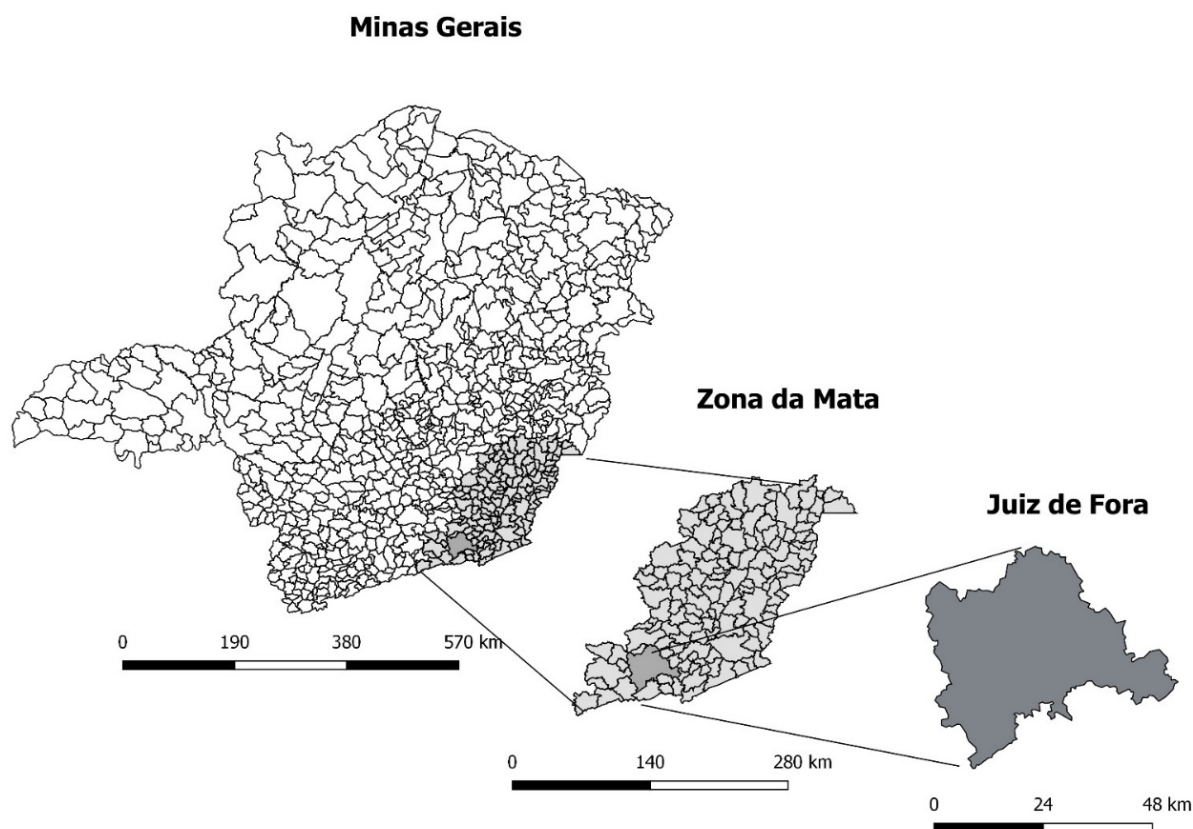
O primeiro eixo analítico compreende as variáveis de Geografia Eleitoral. A partir dos dados disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a respeito do desempenho dos deputados federais nas urnas, buscamos entender a distribuição dos votos de cada um deles no âmbito do estado de Minas Gerais e, na sequência, enfocamos os 142 municípios da mesorregião da Zona da Mata Mineira (Mapa 1) e a subsequente votação em Juiz de Fora (Mapa 2). São avaliados, por meio de percentuais comparativos, as concentrações de voto em nível estadual, regional e local. Verifica-se a origem dos votos dos candidatos no sentido de analisar as localidades em que o deputado tem maior ou menor presença política.

Mapa 1 – Detalhe da divisão microrregional e municipal da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

Mapa 2 – Detalhe do município de Juiz de Fora na mesorregião da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

4.1.2 Emendas Parlamentares

O segundo eixo elenca as distribuições de recursos provenientes de emendas parlamentares individuais. A partir dos dados disponibilizados no endereço eletrônico da Câmara dos Deputados, foram coletadas informações sobre as emendas e os empenhos feitos por cada parlamentar, de acordo com a Lei Orçamentária Anual (LOA). No espaço destinado à LOA, a Câmara disponibiliza as informações sobre tramitações, impedimentos e pareceres a respeito das destinações de recursos. Desta forma, é possível verificar especificamente a alocação de recursos de cada deputado federal.

No caso dos parlamentares com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, foram acessadas por meio do Banco de Dados Access, plataforma governamental de consulta as emendas sugeridas em 2015, com previsão de execução no seguinte. A interface do programa permite a seleção de algumas variáveis para a realização da consulta, entre elas, município beneficiário e o órgão de destino. No caso, foram preenchidos com os dados dos deputados os campos Unidade Federativa, Partido e Autor. Na sequência, ao clicar no botão Relatório

Detalhado por Empenho/Favorecido, foram gerados automaticamente os relatórios referentes a cada mandato.

Nos documentos é possível verificar o órgão de onde os recursos são provenientes, o número da emenda, o valor aprovado, os favorecidos – algumas vezes identificados de forma incipiente – e dados contábeis sobre a liberação de recursos, como o valor empenhado em cada cidade. O principal percalço neste levantamento foi a dificuldade de acesso aos dados do parlamentar Wadson Ribeiro. Provavelmente em razão de seu exercício como suplente, as informações a respeito de suas emendas individuais e os respectivos destinos não foram disponibilizados, o que motivou, primeiramente, um contato não resolutivo na seção Transparência da Câmara e, mais tarde, solicitações diretas à assessoria do deputado – prontamente recebidas e solucionadas.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 23 e 24 de agosto de 2016 e, por essa razão, apresenta os valores de empenhos atualizados até este período. A aprovação dos recursos para as emendas, no entanto, consta como valor aprovado para a execução, ou seja, a totalidade dos recursos disponíveis para a atividade política dos deputados federais. Os documentos cedidos pela assessoria de Wadson Ribeiro, nos quais constam os valores das indicações para os municípios, os órgãos de origem e os números das emendas, foram recebidas por e-mail entre os dias 14 e 15 de novembro de 2016.

4.1.3 Fanpages dos deputados federais

O terceiro eixo avalia a utilização das páginas do Facebook pelos mandatos. Dado a importância crescente da internet como ferramenta de comunicação na vida do brasileiro¹² e a gradual utilização de plataformas digitais pela classe política, optou-se por analisar as *fanpages* a partir das postagens publicadas nos meses de dezembro de 2015 e janeiro de 2016, os quais compreendem o fim do primeiro ano de mandato e início do segundo, estabeleceu-se um ponto de coleta partindo-se do pressuposto de que neste período a prestação de contas do mandato e suas perspectivas de ação tendem a ficar mais evidentes com o fim do ano fiscal e os balanços produzidos a respeito do ano anterior. As postagens realizadas pelos mandatos foram coletadas diariamente, às 22h, durante dois meses, com início em 1 de dezembro e término em 31 de janeiro. Este horário de prospecção das postagens foi estabelecido com o

¹² A Pesquisa Brasileira de Mídia realizada em 2014 revelou que a internet está presente no cotidiano de 48% dos indivíduos. O percentual de pessoas que a utilizam todos os dias cresceu de 26% para 37% em um ano. A atenção exclusiva a esta plataforma, ou seja, não realização de nenhuma outra tarefa no momento da conexão, foi verificada em 32% dos usuários (BRASIL, 2015).

intuito de facilitar a captura das publicações realizadas no período. O volume de postagens por deputados nos respectivos meses pode ser verificado a seguir (Quadro 1).

Quadro 1 – Quantificação das postagens dos deputados federais com domicílio eleitoral em Juiz de Fora entre 1º de dezembro de 2015 e 31 de janeiro de 2016

Deputado	Dezembro	Janeiro	Recorrências
Marcus Pestana	96	55	151
Margarida Salomão	75	42	119
Wadson Ribeiro	56	31	87
Júlio Delgado	18	8	26
		Total	383

Fonte: elaboração própria

Ao todo, foram auferidas 383 postagens, das quais 151 são provenientes da página de Marcus Pestana, 119 de Margarida Salomão, 87 de Wadson Ribeiro e apenas 26 de Júlio Delgado, de acordo com os dados contidos no Quadro 1. As postagens foram integralmente capturadas em telas, de modo que a visualização de textos, imagens e vídeos não prejudicasse a categorização do conteúdo dos mandatos disponível nas páginas (ANEXO).

As estratégias discursivas utilizadas pelos deputados foram analisadas e discutidas a partir de duas perspectivas: 1) com base na literatura sobre conexão eleitoral são enfocadas diferentes ênfases de atividade congressual, de acordo com as tipologias propostas de Mayhew (2004, p. 49-77), nas quais se destacam: *advertising* (publicidade), *credit claiming* (reivindicações de crédito) e *position take* (tomadas de posição); e 2) por meio da verificação de padrões e recorrências, com ferramentas de análise de conteúdo.

O resultado da aproximação entre a base teórica que discute a conexão eleitoral e os métodos de análise de conteúdo permitiram a geração de categorias que se adequam ao objeto estudado. O desenvolvimento destas categorias, com base na metodologia de análise de conteúdo proposta por Bardin (1977, p. 36-37), leva em consideração totalidade dos textos, tendo como princípio norteador a classificação e o recenseamento, segundo a frequência de presença (ou de ausência) de itens de sentido. Weber (1990, p. 18), ao discutir este método, afirma que valores como validade e a confiabilidade, devem ser tratados como princípio por serem consideradas elementos centrais para a validação das categorias, levando-se em conta a correspondência entre a categorização sugerida e o conceito abstrato que ela representa.

Para Krippendorff (2004, p. 19), os textos podem ser observados a partir de três tipos de perspectivas concebidas pela literatura que se propõe a entender as propriedades do conteúdo. De acordo com o autor, se dividem em: 1) definições que consideram o conteúdo inerente à materialidade textual; 2) definições que levam em conta o conteúdo como uma propriedade da fonte textual; e 3) definições que consideram que o conteúdo emerge do processo de análise do pesquisador em um determinado contexto. Em larga medida, esta pesquisa emprega cada uma destas concepções nos momentos em que recorre ao texto, ao contexto e à história para buscar explicações sobre as recorrências verificadas. Neste sentido, privilegia-se a análise categorial, tendo em vista que o seu emprego admite a organização semântica de itens com características semelhantes, seja por aspectos gramaticais, de sentido e/ou de recorrência.

Vale considerar que a escolha da tipologia sugerida por Mayhew (2004) implica na concepção de que os congressistas orientam suas atividades parlamentares para a maximização de seus benefícios, em que a busca pela reeleição torna-se um ponto comum para parcela significativa dos políticos. Desta forma, as inferências¹³ produzidas sobre a imagem dos parlamentares, sua relação com adversários políticos, prestação de contas, divulgação de agendas e posicionamentos sobre questões de cunho político, partidário e ideológico, foram relacionados aos comportamentos parlamentares para sintetizar as 14 categorias de análise dispostas abaixo (Quadro 2).

¹³ Inferência, segundo Bardin (1977, p. 39) “é uma operação lógica, pela qual se admite uma proposição em virtude da sua ligação com outras proposições já aceites como verdadeiras”.

Quadro 2 – Categorias de análise de conteúdo para páginas de deputados federais no Facebook

Tipos	Características	Categorias
Propaganda (Advertisement) (1)	Ações produzidas para difundir valores sobre o candidato. A construção/reforço de atributos é uma atividade perene do mandato com o objetivo de constituir uma valência positiva sobre as imagens públicas. Congressistas em atividade (com mandatos) têm a vantagem de serem mais conhecidos que os desafiantes em função das frequentes visitas, dos discursos-não políticos para públicos locais e da produção de material publicitário.	Construção da imagem do deputado (valores pessoais, capacidade de gestão, etc.)
		Construção da imagem do partido (objetivos, ações e diretrizes)
		Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças (municipais/regionais, estaduais e nacionais)
		Postagens de estímulo ao cidadão/eleitor para a ação política (reforço do vínculo democrático)
		Ataque aos adversários
Crédito Reivindicado (Credit Claiming) (2)	Ações orientadas para gerar confiança em relação aos políticos entre financiadores de campanha, empresas, associações, sindicatos e demais grupos que possam lhe acrescentar diferenciais competitivos como recursos, votos, influência, etc. A lógica é fazer o eleitor acreditar que o parlamentar produz ações desejáveis – desta forma, ele pode produzir novas ações desejáveis no futuro. Destaca-se, a reivindicação de crédito nas ações e a busca por oportunidades nas quais se engajar (causas, bandeiras, questões, sugestões e legislações), além da tentativa de destacar sua participação em ações governamentais (leis, emendas, programas, ações, etc.) que possam gerar um senso de responsabilidade do ator político sobre a realização.	Prestação de contas do mandato (accountability)
		Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.
		Discussão da atividade parlamentar do deputado (projetos de lei/emendas)
		Reivindicação de ações congressuais
Tomada de Posição (Position Taking) (3)	Ações de enunciação pública de juízos/posições sobre algum tipo de interesse dos atores políticos, as quais se distinguem por duas finalidades governamentais, os fins, quando se vê uma saída última para determinadas questões; e os meios, quando se propõe uma forma ou mecanismo específico. Tomada de posição discursiva junto a grupos distritais, em aparições na televisão, cartas, informativos, releases para a imprensa, livros de <i>ghost writers</i> , artigos em revista e até entrevistas com cientistas políticos.	Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais
		Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais
		Temas Políticos e Fatos contemporâneos nacionais
		Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores
		Tomadas de posição em comissões em espaços da câmara (Comissões, CPIs, Plenário, etc.)

Fonte: elaboração própria

No Quadro 2, estão contidas na tipologia *advertising* as categorias “Construção da imagem do deputado”, “Construção da imagem do partido”, “Inserções/participações na mídia

e agendas com lideranças “Postagens de estímulo ao cidadão/eleitor para a ação política” e “Ataque aos adversários”. Segundo Mayhew (2004, p. 49) esta é uma atividade sem fim durante os mandatos, já que sempre haveria novos eleitores a serem conquistados por seus méritos e, ao mesmo tempo, um número considerável de eleitores a serem lembrados de fatores como a sua experiência, sabedoria, capacidade de gestão, a sinceridade e independência, etc., os quais estão diretamente ligados a percepções positivas sobre os atores políticos.

Ligadas à tipologia *credit claiming* estão as categorias “Prestação de contas do mandato (*accountability*)”, “Divulgação de agendas de entrega de recursos”, “Discussão da atividade parlamentar do deputado” e “Reivindicação de crédito em ações congressuais”. Este tipo de atividade, segundo Mayhew (2004, p. 52-61), tem como objetivo gerar no eleitor a crença de que o parlamentar produz ações desejáveis no presente e, desta maneira, pode também realizá-las em um novo mandato. Destacam-se os compromissos individuais assumidos pelos políticos, sob os quais se enfatiza sua capacidade de executá-los. Ainda segundo o autor, é por essa razão que a reivindicação de crédito é tão importante para os parlamentares: consiste na tentativa de gerar um senso de responsabilidade do ator político sobre a realização de certas ações. Os benefícios particularizados – ações que beneficiam indivíduo, grupos ou uma região específica – trazem reconhecimento ao congressista entre atores políticos relevantes, outros congressistas e eleitores.

As categorias “Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais”, “Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais”, “Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais”, “Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores” e “Tomadas de posição em comissões em espaços da câmara (Comissões, CPIs, Plenário, etc.)” estão ligadas à tipologia *Position Taking*. Esta classificação se refere aos posicionamentos assumidos pelos deputados. Para Mayhew (2004, p. 61), esta atividade é caracterizada pela enunciação pública de juízos/posições sobre algum tipo de interesse dos atores políticos. Segundo ele, a requisição eleitoral não é de que ele se faça coisas desejáveis acontecerem, mas que emita juízos desejáveis sobre certas matérias, especialmente em matérias em que a responsabilidade do governo é largamente distribuída. A existência de discursos junto a grupos distritais, em aparições na televisão, cartas, informativos, releases para a imprensa, livros e artigos produzidos por *ghost writers* e até entrevistas com especialistas podem ser utilizados para manifestar tomadas de posição. Isso significa que os congressistas estão aptos a adequar usualmente suas posições para atender as suas audiências (MAYHEW, 2004, p. 63-64).

4.1.4 Dados biográficos e entrevistas profundidade

O estabelecimento destes três eixos de análise permite-nos transitar por variáveis políticas e comunicativas na tentativa de compreender as atividades dos deputados federais a partir da origem de seus votos, da destinação de suas emendas, das reivindicações de crédito e da publicização de suas posições. Para isso, no entanto, outras duas ferramentas foram determinantes para a composição desta análise e para a compreensão das conexões comunicativas e políticas dos deputados federais: o levantamento biográfico dos parlamentares e as entrevistas em profundidade. A trajetória política de cada congressista pode ser entendida como um fator essencial para explicar de que forma as votações e a destinação de recursos estão ligadas à militância em partidos, a proximidade com movimentos sociais, aos cargos executivos ocupados em nível local, regional, estadual, e a proximidade com lideranças políticas de prestígio nacional¹⁴.

As entrevistas em profundidade, por sua vez, foram de extrema importância pois significaram a possibilidade de contato direto com os deputados e suas assessorias, além de se constituírem como uma importante fonte de informações sobre o que pensam e de que forma se comportam os deputados a respeito das questões trazidas por esta pesquisa. Os encontros foram agendados mediante consulta prévia aos assessores políticos, e com o consentimento dos deputados federais, no primeiro e no segundo semestre de 2016¹⁵.

O questionário semiestruturado (APÊNDICE A) utilizado nas entrevistas foi preparado com base na literatura discutida nos dois primeiros capítulos desta pesquisa. Três perguntas iniciais sobre a trajetória política e histórico em partidos, movimentos sociais e demais organizações civis estimularam os deputados a falar sobre a sua biografia no primeiro bloco de questões.

No segundo bloco, composto por oito questões de viés comunicativo, os deputados foram indagados sobre a importância da visibilidade em veículos de abrangência local, regional, estadual e nacional, a respeito do público para o qual destinam suas atividades de mandato, em relação a estrutura de comunicação de que dispõem e/ou se terceirizam esta atividade. Além

¹⁴ Os dados foram levantados durante todo o processo de revisão bibliográfica e levantamento de dados. O processo foi realizado com a participação dos bolsistas de iniciação científica na consulta das fontes, desde as informações disponibilizadas no site da Câmara, passando por jornais e prestações de contas, até sites, blogs e plataformas de comunicação dos próprios deputados.

¹⁵ As entrevistas foram realizadas de acordo com a disponibilidade de agenda dos deputados federais em Juiz de Fora. O primeiro entrevistado foi Wadson Ribeiro, em 18 de maio; logo depois, em 13 de junho, a entrevistada foi Margarida Salomão; na sequência, em 21 de julho, Marcus Pestana; e por último, em 12 de agosto, Júlio Delgado.

disso, foram tratadas temáticas ligadas à preferência por veículos/plataformas de comunicação e sobre a imagem que gostariam que os eleitores formulassem a seu respeito.

Investiu-se, no terceiro bloco, em aspectos voltados mais especificamente a questões políticas. Os deputados foram perguntados sobre o seu papel enquanto formadores de opinião no âmbito da política, quanto a importância de encontros com lideranças em diferentes níveis (local, regional, estadual, nacional) e a respeito de grupos de militantes que os mandatos mobilizam. Também foram questionados em pontos como a visibilidade dada a encontros políticos, prestação de contas, principais bandeiras de mandato e critérios para a distribuição de emendas parlamentares. Ao final, foi pedido aos deputados que avaliassem, em uma escala de 0 a 5, o grau de concordância/discordância com quatro sentenças afirmativas, onde 0 equivale a total discordância e 5 se referia a total concordância.

As entrevistas em profundidade, conduzidas de acordo com o roteiro previsto no questionário, não se restringiram aos assuntos predeterminados. Outras temáticas foram abordadas na medida em que a dinâmica de exposição dos entrevistados sugeria pontos de contato entre as ações do mandato e a sua concepção a respeito da prática política. Este espaço de diálogo permitiu que novas questões fossem inseridas na pauta, especialmente sobre a rotina dos parlamentares e de seus gabinetes.

Tanto o levantamento biográfico quanto as entrevistas em profundidade cumprem nesta pesquisa um papel fundamental de preencher as lacunas existentes entre o comportamento dos parlamentares e as suas atividades de mandato. É justamente neste sentido que as informações de ambas as bases de dados serão úteis para compor o mosaico de variáveis as quais este trabalho se propõe a investigar no âmbito da representação legislativa federal. Desta forma, a trajetória política dos deputados federais, a percepção de como se comporta o seu capital político e a forma como enxergam seus mandatos podem ser ferramentas importantes para a compreensão das variáveis comunicativas e políticas aqui elencadas.

Algumas ressalvas importantes, no entanto, devem ser feitas ao método e ao cenário político em que a pesquisa se desdobra. Em primeiro lugar, os dados de geografia eleitoral dos deputados federais são analisados sem a pretensão de estabelecer uma régua para a avaliação de votações concentradas/dispersas. Consideraremos, como já foi dito, variáveis concentradas ou dispersas de acordo os números de votos de cada deputado no estado de Minas Gerais, na mesorregião da Zona da Mata, em suas sete microrregiões e na cidade de Juiz de Fora. Os valores das emendas individuais auferidos também serão avaliados individualmente, levando-se em conta os empenhos feitos pelos deputados nas cidades identificadas no sistema disponibilizado pela Lei Orçamentária Anual de 2015.

No que se refere ao cenário político em que os deputados federais estão inseridos, é necessário considerar a instabilidade democrática que tomou conta do país a partir das manifestações iniciadas em julho de 2013. Desde então, eventos de natureza política, econômica e simbólica ocorreram no país, com destaque para a Copa do Mundo de 2014, e, mais tarde, as Olimpíadas de 2016; e fundamentalmente, a eleição de Dilma Rousseff para o cargo de presidente em 2014 e sua deposição em 2016. O Brasil conviveu, portanto, com grande visibilidade internacional e também vivenciou intensas discussões no parlamento. Estas discussões, embaladas pelas investigações realizadas pela Polícia Federal na chamada Operação Lava Jato e pela cobertura seletiva da mídia, levaram multidões divididas às ruas – os contrários ao fim do governo e ao “golpe”, e os favoráveis ao impedimento da presidente petista, eleita com aproximadamente 54 milhões de votos, em razão das chamadas “pedaladas fiscais” e dos escândalos de corrupção envolvendo o seu partido.

Neste clima de cisão, atores políticos distintos se acotovelaram para tomar frente das manifestações na tentativa de oferecer explicações para a crise de representação que tomou conta do relevo político e atingiu frontalmente o Partido dos Trabalhadores. A participação de políticos como Aécio Neves e Eduardo Cunha insuflou as manifestações de grupos de apoiadores que negavam a política e pregavam a austeridade acompanhada da moralização dos negócios públicos.

O processo que envolveu a deposição de Dilma Rousseff foi transmitido em tempo real para todo o país, assim como as votações preliminares que definiram os rumos do processo de impedimento. Não distantes dos fatos políticos, os deputados acompanharam todo este processo e se manifestaram a respeito destes fatos em inúmeras ocasiões, seja na bancada da Câmara, nos Programas Partidários Gratuitos ou em seus canais de comunicação. Fato é que este importante momento da política brasileira alterou o comportamento dos deputados e, se não os aproximou boa parte de suas bases, certamente lhes fez mais ativos no oferecimento de quadros explicativos sobre os fatos em disputa – algo que pode ser evidenciado nas análises de conteúdo das postagens no Facebook.

Conforme vimos, a proximidade entre a comunicação e a política na vida social contemporânea permite que mecanismos de ambos os campos sejam ativados. Dada a dimensão geográfica das democracias modernas, seria impensável ao cidadão comum acompanhar o funcionamento dos sistemas eleitorais e a efetiva prestação de contas dos governos sem a participação da comunicação massiva e digital nos processos de mediação. Não é sem razão que em diferentes momentos as variáveis políticas e comunicativas estabelecem relação direta, isto quando não estão completamente interpenetradas uma na outra.

Neste ambiente, cabe aos políticos a busca por reconhecimento e validação de seus mandatos na tentativa de semear e colher os frutos de suas ações em um determinado horizonte de tempo. A reeleição seria o principal elemento norteador para aqueles desejam permanecer no exercício da representação política, ou mesmo para aqueles interessados em incrementar seus benefícios particulares. Neste sentido, a postura individualista e descolada da classe política em relação a projetos políticos abrangentes estaria ligada aos tipos de incentivo produzidos pelo sistema político, no caso brasileiro, condescendente com a personalização e o enfraquecimento dos partidos.

Cabe dizer ainda que os eixos analíticos deste trabalho serão fragmentados entre si para que as variáveis sejam aglutinadas de acordo com o deputado federal de referência. Desta maneira, será possível verificar os eixos analíticos de forma individualizada, algo que favorece a organização das informações e facilita uma visão geral das inferências que emergem das conexões políticas e comunicativas. Acredita-se que este conjunto multimetodológico de ferramentas será capaz de oferecer explicações razoáveis sobre o comportamento político dos agentes em questão.

4.2 MARCUS PESTANA (PSDB)

4.2.1 Geografia Eleitoral

Deputado federal eleito por quociente partidário em 2014, Marcus Vinicius Caetano Pestana da Silva é um dos principais quadros do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) no estado de Minas Gerais¹⁶. Fundador do partido em Juiz de Fora e filho do ex-prefeito Agostinho Pestana (1971-1973), iniciou sua atividade política no final da década de 1970 como militante de movimentos sociais ligados à educação, à anistia e às comunidades eclesiais de base da igreja católica. Foi coordenador do diretório acadêmico da Faculdade de Economia da UFJF e presidiu o Diretório Central dos Estudantes entre 1980 e 1982. No mesmo período, também esteve presente na direção da União Nacional dos Estudantes (UNE) e da União Estadual dos Estudantes (UEE).

O percurso institucional de Marcus Pestana, no entanto, é iniciado nas eleições municipais de 1982, na qual foi eleito vereador pelo Partido do Movimento Democrático

¹⁶ As informações a respeito da trajetória política de Marcus Pestana foram coletadas no endereço eletrônico do parlamentar, na seção biografia, no portal do Câmara dos Deputados e na entrevista em profundidade disponível no Apêndice B desta pesquisa.

Brasileiro (PMDB) – o mais jovem parlamentar da Câmara juiz-forana até aquele momento. Com formação em Economia pela UFJF, Pestana finalizou seu mandato como vereador em 1988 e, na sequência, já filiado ao PSDB, foi coordenador das campanhas do tucano Mário Covas à presidência da República, em 1989, e de Pimenta da Veiga ao governo de Minas Gerais, em 1990.

Com a eleição de Custódio Mattos em 1992, exerceu pela primeira vez um cargo executivo. Por indicação do companheiro tucano, Pestana foi secretário de governo nos anos de 1993 e 1994 e, nos três anos seguintes, ocupou a cadeira de secretário-adjunto da Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral, na qual foi efetivado como secretário em 1998 pelo governador Eduardo Azeredo. A carreira de Pestana no poder Executivo teve continuação em Brasília entre os anos de 1999 e 2002, quando chefiou o gabinete de Pimenta da Veiga no Ministério das Comunicações. Também ocupou, ainda em 2002, o cargo de Secretário Executivo do Ministério do Meio Ambiente. Em ambos os Ministérios, o político mineiro exerceu o cargo de ministro interino.

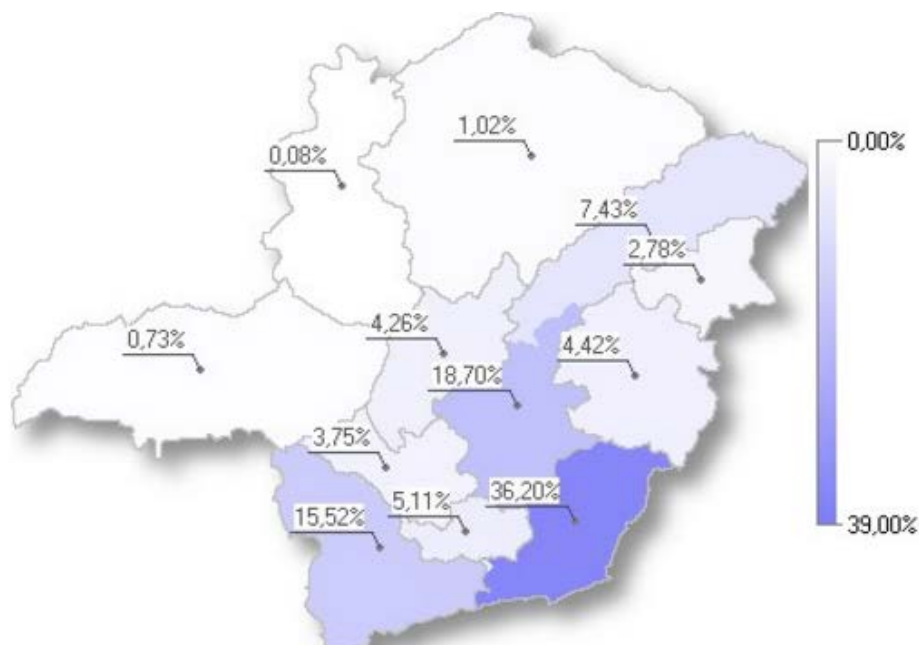
O regresso de Marcus Pestana a Minas Gerais ocorreu a convite de Aécio Neves para a coordenação de planejamento e finanças, na campanha do então postulante a governador em 2002. Com a vitória de Aécio, Pestana assumiu o cargo de secretário de Estado da Saúde de Minas Gerais, onde iniciou um ciclo de oito anos ininterruptos no executivo estadual em congruência com os dois mandatos consecutivos de Aécio Neves. Ainda no executivo, o tucano se candidatou e foi eleito deputado estadual em 2006, mas não exerceu o cargo na Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais (ALMG).

O retorno ao poder Legislativo ocorreu em 2010, 23 anos depois de sua primeira eleição para a Câmara Municipal de Juiz de Fora. Após um longo período em cargos executivos, Pestana disputou pela primeira vez a cadeira de deputado federal e foi eleito com 161.892 votos. O político juiz-forano se reelegeu em 2014 com a décima quinta votação no Estado, totalizando 131.687 votos e uma significativa queda em números totais, com um resultado negativo de 30.205 votos em relação ao pleito anterior.

A terceira eleição legislativa de Marcus Pestana tem contornos específicos no que se refere à distribuição territorial de seus votos evidenciada no mapa abaixo. De acordo com os dados do Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais (TRE/MG), Pestana apresenta porcentagens de votos bastante dispersas em relação aos outros deputados estudados, mas uma relativa concentração na mesorregião da Zona da Mata. Abaixo (Mapa 3), é possível verificar a distribuição dos votos válidos do tucano em cada uma das 12 mesorregiões do estado de Minas

Gerais, com destaque para a mesorregião onde está localizado o seu domicílio eleitoral, o município de Juiz de Fora.

Mapa 3 – Distribuição dos votos de Marcus Pestana nas mesorregiões do estado de Minas Gerais



(*) Distribuição do total de votos do candidato nas mesorregiões

Fonte: TRE/MG

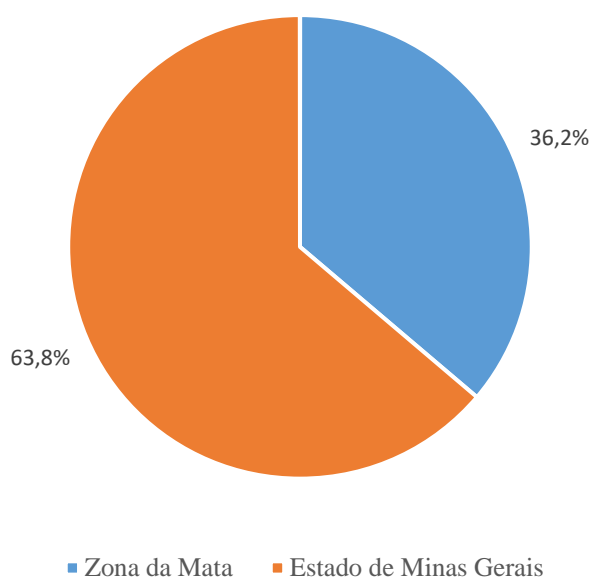
Os dados apresentados no Mapa 3 se referem ao total de votos válidos de Marcus Pestana no estado de Minas Gerais. Os tons mais fortes em azul destacados no mapa indicam, em ordem crescente, de cima para baixo, a porcentagem dos votos obtidos pelo deputado federal nas mesorregiões do estado. De acordo com os dados do TRE/MG, verifica-se que a menor votação ocorreu na região Noroeste de Minas, onde o deputado obteve apenas 110 votos, o equivalente a 0,08% do total recebido pelo candidato. O percentual continua baixo na região do Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba onde são registrados 957 votos, o equivalente a 0,73%. O percentual aumenta gradativamente nas regiões: Norte de Minas, 1343 (1,02%); Vale do Mucuri, 3.662 (2,78%); Oeste de Minas, 4.937 (3,75%); Central Mineira, 5.615 (4,26%); Vale do Rio Doce, 5.821 (4,42%); Campo das Vertentes, 6.728 (5,11%) e Jequitinhonha, 9.781 (7,43%).

É visualmente verificável, no entanto, que as votações de Marcus Pestana têm um peso maior nas três regiões com destaque em azul no mapa do estado, com destaque para Sul de Minas, Metropolitana de Belo Horizonte e Zona da Mata. Os percentuais inferidos em cada uma delas demonstram onde os votos do tucano se concentraram com mais força nas eleições

de 2014. Foram obtidos, no Sul/Sudoeste de Minas, 20.436 (15,52%), na Metropolitana de Belo Horizonte 24.631 (18,70%) e na Zona da Mata, 47.666 (36,20%). Se somadas as votações nestas três mesorregiões, evidencia-se que a concentração nestas localidades foi de 70,42% do total. Isso corresponde a 92.733 votos válidos, número que supera a votação total dos outros deputados com domicílio em Juiz de Fora.

A comparação entre o total de votos válidos recebidos no estado e os percentuais nas mesorregiões também serve de parâmetro para compreender de que forma as votações obtidas pelo deputado federal estão distribuídas na ampla dimensão territorial do estado de Minas Gerais, tendo em vista os incentivos produzidos pelo sistema político, conforme tratamos nos capítulos teóricos. Neste sentido, comparamos a seguir (Gráfico 1) as votações de Marcus Pestana na Zona da Mata com o total auferido no estado.

Gráfico 1 – Distribuição espacial dos votos de Marcus Pestana no estado e na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

Estão expostos no Gráfico 1 os dados de votação referentes ao estado de Minas Gerais e à Zona da Mata. Evidencia-se que a porcentagem que diz respeito à Zona da Mata – onde está situada a cidade de Juiz de Fora, na qual Marcus Pestana iniciou sua carreira política – tem significativa relevância no que diz respeito ao seu desempenho eleitoral. Esta região lhe conferiu 47.666 votos, o equivalente a 36,2% do total disposto no gráfico. Nas demais regiões do estado somadas, foram obtidos 84.021 votos (63,8%) – número maior que as votações de Margarida Salomão e Wadson Ribeiro e pouco menor que a de Júlio Delgado. A grande quantidade de votos provenientes de outras regiões demonstra a força do capital político de

Pestana no estado – fato que talvez seja explicado pela sequência de cargos ocupados pelo parlamentar nos poderes executivos em nível federal e estadual.

Desta forma, é possível afirmar que a votação de Marcus Pestana, neste cenário, caracterizou-se por traços de concentração estadualizados, no qual a mesorregião da Zona da Mata lhe garantiu uma larga vantagem em relação aos parlamentares locais em números totais. De outro ponto de vista, quando se considera a área total do estado (586.521 km²)¹⁷, o número de eleitores (14.522.090)¹⁸ e a proporção de votos encontrada nas demais mesorregiões, verifica-se que a concentração, na verdade, quando observada a dimensão de Minas Gerais, representa um modelo relativamente mais disperso do que aquele encontrado nos demais parlamentares de Juiz de Fora. Além de receber uma quantidade significativa de votos na mesorregião da Zona da Mata, Marcus Pestana também consegue buscar votos em localidades distantes de seu domicílio eleitoral, ainda que em pequenos percentuais, algo que requer do mandato articulação política, alianças, estratégia e recursos.

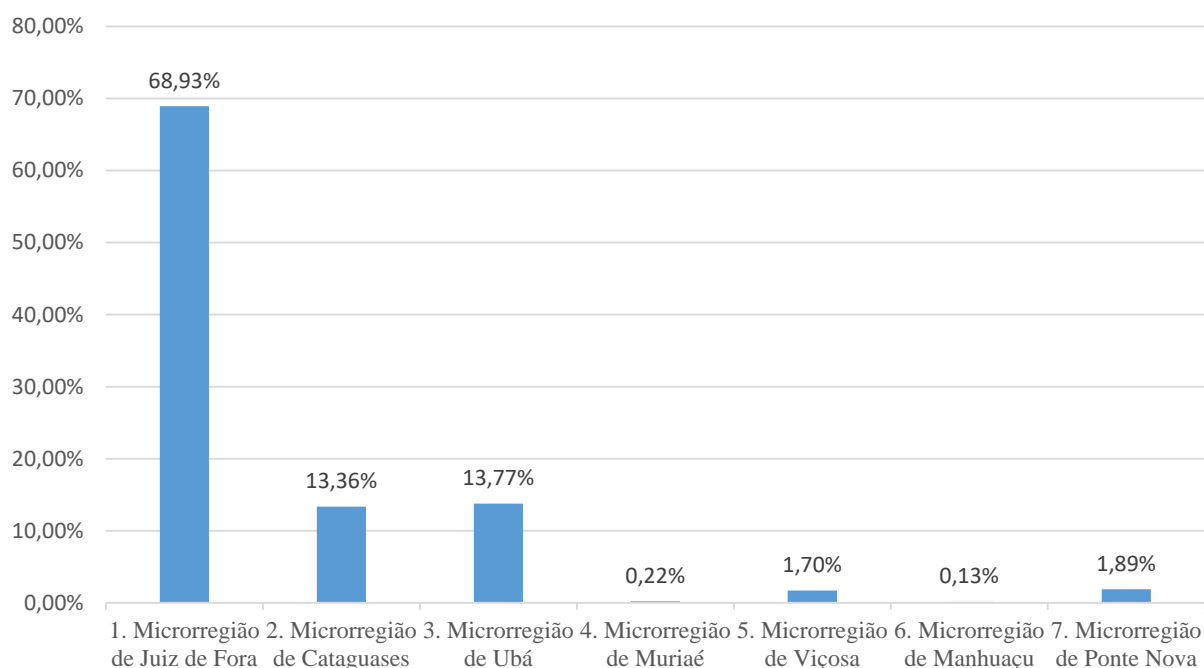
No que se refere especificamente à Zona da Mata, a disputa pelas 53 cadeiras para o cargo de deputado federal pelo estado registrou 1.192.970 votos válidos na mesorregião em 2014, segundo dados do TRE/MG. Neste universo, cada um dos deputados federais apresentou um desempenho específico nos 142 municípios – para efeito de facilitação da comparação e da análise, no presente trabalho esses resultados foram divididos de acordo com o desempenho nas sete microrregiões que compõem a Zona da Mata: Juiz de Fora (33), Cataguases (14), Ubá (17), Muriaé (20), Viçosa (20), Manhuaçu (20) e Ponte Nova (18). Estas localidades abrigam uma população estimada em 2.341.036 de pessoas¹⁹. A seguir (Gráfico 2) estão detalhadas as votações de Marcus Pestana nas microrregiões que circunscrevem a Zona da Mata.

¹⁷ Dado do IBGE referentes Censo 2015.

¹⁸ Dado do TRE/MG sobre o eleitorado mineiro em 2014.

¹⁹ Segundo dados da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais. Disponível em http://www7.fiemg.com.br/Cms_Data/Contents/central/Media/Documentos/Biblioteca/PDFs/IEL/2015/PainelRegional/Fevereiro/Painel-Industria-Mineira_Zona-da-Mata_Fevereiro_15.pdf. Acesso em: 17 nov. 2016.

Gráfico 2 – Representação gráfica dos votos de Marcus Pestana nas microrregiões da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

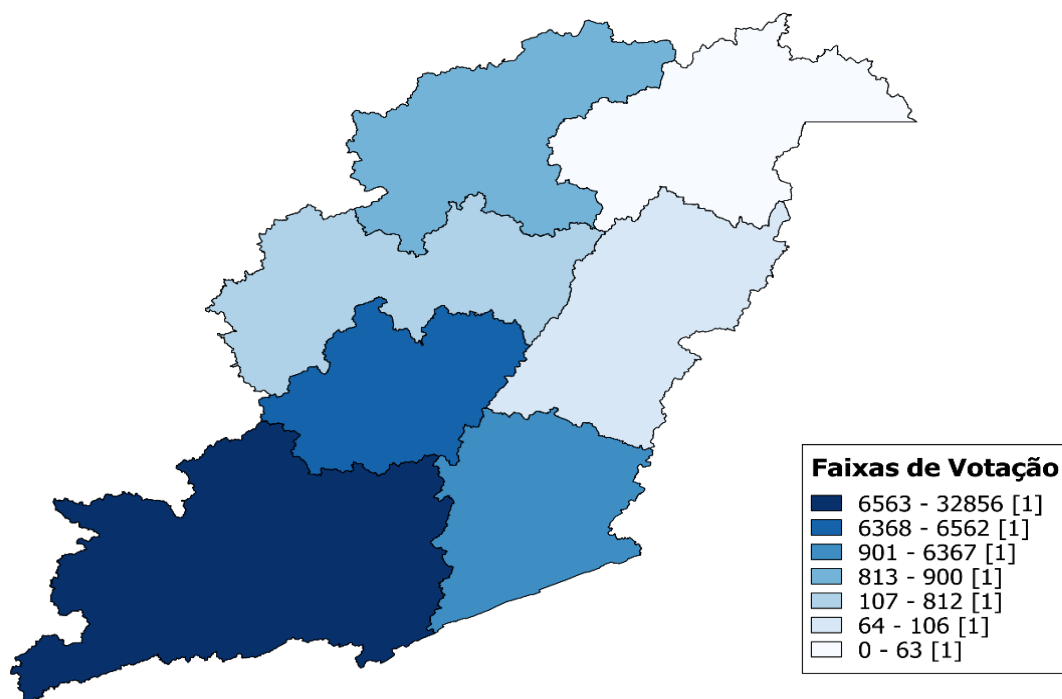
No Gráfico 2 é possível verificar, na primeira barra da esquerda para a direita, a concentração dos votos do deputado Marcus Pestana na microrregião de Juiz de Fora, a qual também empresta seu nome para a divisão regional. Nesta microrregião, o tucano recebeu o voto de 32.856 eleitores, o que representa 68,93% de seu total na Zona da Mata. A cidade de Juiz de Fora, como maior colégio eleitoral da região (392.619 votantes) e quarto maior do estado de Minas Gerais, tem um peso significativo neste aspecto, embora os votos provenientes do município representem apenas 12.982, 12,98% de toda a região. Em comparação com os deputados Margarida Salomão e Júlio Delgado, segundo estes dados, Marcus Pestana depende muito menos de sua votação em Juiz de Fora.

O desempenho do tucano cai de maneira significativa na medida em que os votos vão se distanciando da cidade em que Marcus Pestana iniciou sua carreira política. Nas microrregiões de Cataguases e Ubá, o deputado federal registrou, respectivamente, 6367 (13,36%) e 6562 (13,77%) votos. A tendência de queda também se efetivou na microrregião de Muriaé, 104 (0,22%); teve ligeiro aumento em Viçosa, 812 (1,70%); nova queda em Manhuaçu, 63 (0,13%), e novo crescimento registrado em Ponte Nova, 900 (1,89%).

A variação de desempenho do deputado na região, portanto, sugere uma curva senoidal a partir de Juiz de Fora, passando pelas demais microrregiões com picos e vales, na qual o ponto derradeiro, em Ponte Nova, mostra um ligeiro crescimento. A representação

cartográfica da distribuição dos votos de Marcus Pestana por microrregiões na Zona da Mata está disposta abaixo (Mapa 4).

Mapa 4 – Distribuição dos votos de Marcus Pestana nas microrregiões da Zona da Mata

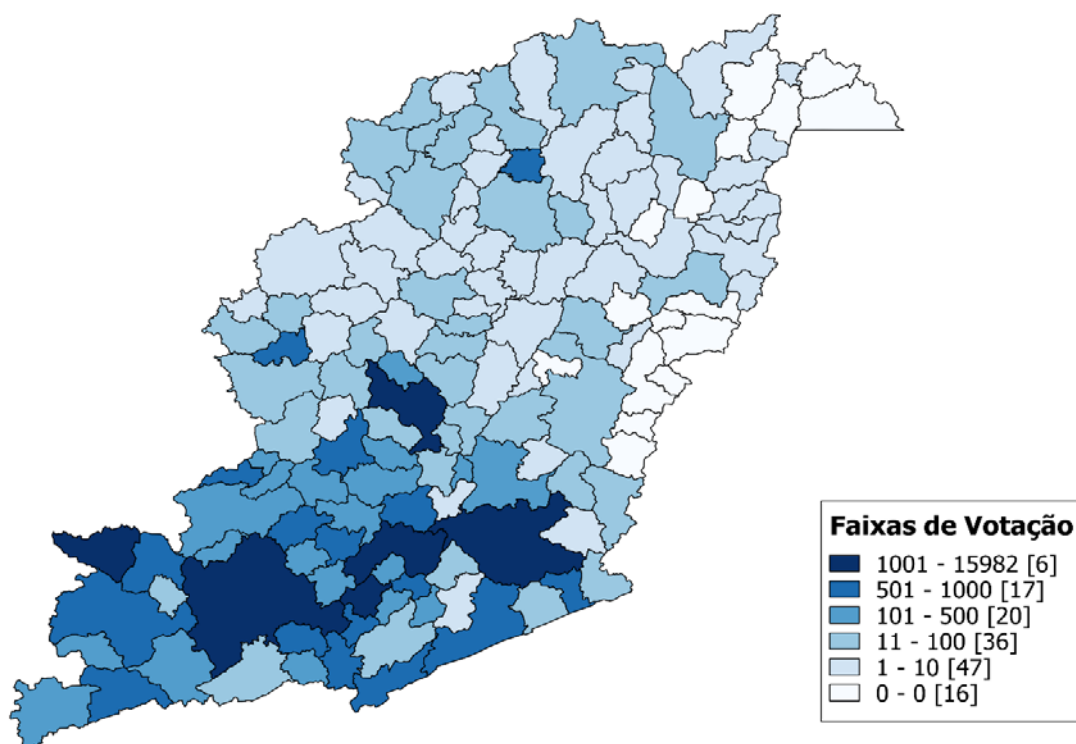


Fonte: elaboração própria

As faixas de votação estabelecidas para Marcus Pestana, criadas a partir dos dados do gráfico anterior, são responsivas aos votos conquistados em cada uma das sete microrregiões e demonstram em que medida as votações variaram a partir do afastamento da microrregião do eixo eleitoral estabelecido pela cidade de Juiz de Fora. É fato, no entanto, que o desempenho eleitoral também se configura de acordo com as cidades em cada microrregião, as quais variam em número e quantidade de eleitores.

Com o objetivo de evidenciar as cidades que registraram maiores votações na Zona da Mata, estabelecemos seis faixas de votação nas quais é possível identificar, a partir das regiões mais coloridas, onde estão concentradas as maiores votações do tucano. Ao contrário, quanto mais fracos se tornam os tons de azul, menores são as porções de eleitores que elegeram Marcus Pestana à Câmara Federal. Este detalhamento microrregional das 142 cidades pode ser visto a seguir (Mapa 5).

Mapa 5 – Detalhamento das votações de Marcus Pestana nas cidades da microrregião da Zona da Mata



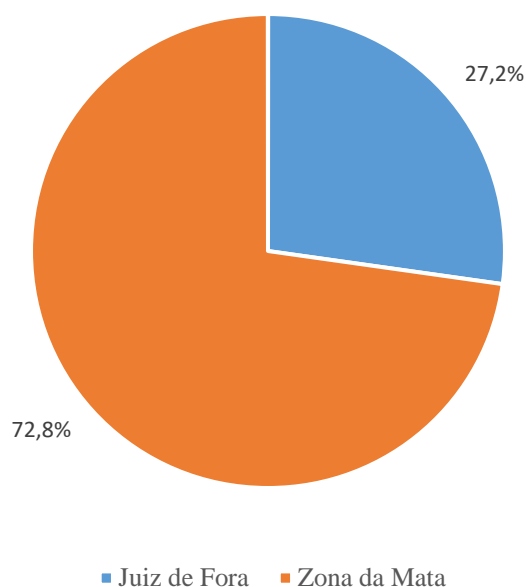
Fonte: elaboração própria

De acordo com a clivagem proposta nas faixas de votação, revelou-se que o deputado federal obteve votação acima dos mil votos em apenas seis cidade: Juiz de Fora, Bicas, Santa Rita de Ibitipoca, São João Nepomuceno, Ubá e Leopoldina. Entre elas, apenas Ubá e Leopoldina não se encontram na microrregião de Juiz de Fora. Na segunda clivagem, 17 cidades registraram votações entre 501 e 1.000 votos; na terceira, entre 101 e 500, 20 cidades; na quarta, entre 11 e 100 cidades, 36 municípios; na quinta, entre 1 e 10, houve a maior recorrência, 47; e por último, na sexta clivagem, as localidades que não registram votos, que ao todo somam 16.

Ao observar o Mapa 4, é possível inferir que os municípios com maiores votações se concentram na microrregião de Juiz de Fora e nas vizinhas Cataguases e Ubá, onde se localizam as votações das três primeiras faixas em azul mais escuro. Nas microrregiões de Viçosa, Muriaé, Manhuaçu e Ponte Nova, as votações tendem a ficar mais escassas e, por essa razão, os tons de azul também ficam mais claros – exceto na cidade de Santo Antônio do Grama, na microrregião de Ponte Nova. Também é importante ressaltar que os votos da quarta (36 municípios) e da quinta faixas (47 municípios) são relativamente menos predominantes, o que se verifica com mais facilidade nas regiões de Muriaé, Viçosa, Ponte Nova e Manhuaçu.

Dentre todos os deputados com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, Marcus Pestana foi aquele que conseguiu os menores percentuais no município quando se comparou a votação na cidade ao total auferido na Zona da Mata – atrás de Margarida Salomão (76,8%), Júlio Delgado (70,80%) e Wadson Ribeiro (52%). O parâmetro é válido levando-se em consideração que o colégio eleitoral juiz-forano representou 32,91% de todos os votos válidos na Zona da Mata. Na representação gráfica que segue é possível observar relação dos votos do tucano na microrregião (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Comparativo entre as votações de Marcus Pestana na cidade Juiz de Fora e na mesorregião da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

No Gráfico 3, referente às votações do deputado federal na Zona da Mata e à parcela que cabe a maior cidade da mesorregião, observa-se que a votação do tucano registrou 12.982 votos, 27,2% do somatório de seus votos em Juiz de Fora. A maior parcela dos votos, no entanto, provém das demais cidades da região. Ao todo, foram concedidos 34.684 nas demais cidades da mesorregião, o que corresponde a um montante de 72,8% da votação do deputado na localidade.

Considerando-se o percurso sugerido, no qual se enfoca desde as votações no âmbito estadual (macro) até a especificidade regional da mesorregião da Zona da Mata (micro), é possível dimensionar o desempenho eleitoral de Marcus Pestana, em 2014, como altamente estadualizado e intimamente conectado à sua trajetória política, tendo em vista os cargos ocupados durante os mandatos consecutivos de Aécio Neves em Minas Gerais. Além disso, o

tucano tem boa circulação na cúpula nacional de seu partido e foi cogitado, neste mesmo pleito, ao cargo de governador – o que não aconteceu em razão da escolha de Pimenta da Veiga.

A questão da estadualização e da relação com líderes locais foi reiterada em alguns momentos da entrevista em profundidade, na qual o deputado reconhece, em certa medida, a importância do contato com as bases para um efetivo desempenho eleitoral, além das dificuldades geradas pela organização dos distritos, dado a extensão territorial do estado de Minas Gerais.

Eu sou um deputado claramente estadual. Eu tenho votos no Jequitinhonha, no Mucuri, no Sul de Minas, no Centro-Oeste, eu tenho votos dispersos em Minas inteira. [...] É evidente que eu tenho um perfil típico de um candidato de lista partidária pela difusão da minha imagem no estado inteiro, mais dispersamente, sem concentração (sic) (PESTANA, 2016).

Eu tenho muito esse vínculo com as lideranças institucionais municipalistas. Então, eu participo de reuniões, de inaugurações, de eventos nos municípios... Uma comunicação setorial mais com a área de saúde. Eu sou muito convidado para eventos, debates na área de saúde... Então... Mas não há um foco específico. É muito difícil isso, porque o sistema leva a gente a uma lógica dispersiva... (sic) (PESTANA, 2016).

[...] Eu procuro, pelo menos de 15 em 15 dias [visitar os municípios]... Um final de semana é dedicado a viagens. Então, dois finais de semanas por mês, e eu procuro oscilar... porque tem um polo que se organiza em torno do escritório de Belo Horizonte e outro polo aqui [Juiz de Fora]... São mais ou menos 60 cidades lá em Belo Horizonte e 60 cidades aqui. 120 cidades. Isso já dá a dimensão irracional do nosso sistema político. Acaba sendo um contato, e isso deriva dessa baixa conexão da sociedade com os seus representantes, porque você faz 'visita de beija-flor'. Um deputado distrital inglês, ou americano, ou francês, participa do cotidiano da população. Ele está ali radicalmente inserido... nos temas do cotidiano, das pessoas, dos temas regionais. Isso seria possível se nós tivéssemos o distrital puro. Quer dizer, eu viria todos os finais de semana, ou na maioria dos finais de semana para Juiz de Fora e daqui selecionaria, transitaria uns oito municípios... Quer dizer, teria uma responsabilidade focada e aí a comunicação seria muito mais eficiente e os controles sociais seriam muito maiores, porque, quando eu votasse uma questão, o meu adversário na eleição distrital... Os meus adversários apontariam isso para a comunidade, eu teria que vir para as rádios, realizar reuniões, justificar o meu voto... Isso politizaria a sociedade. No sistema atual, ninguém controla ninguém, tudo é difuso, a informação é baixa, a nitidez é pouca... E aí, você substitui esse esforço que as pessoas acham... Há um mito de que deputado não trabalha. É uma vida desumana. A qualidade de vida é muito baixa, porque você tem que se desdobrar... Você imagina... Nesses 10 dias, em 30 cidades... Quer dizer, é uma relação e eu tenho que ir em 120, em quatro vezes mais... Até a eleição... Então, é uma relação de baixa qualidade, de baixa eficácia, mas essa é a regra do jogo, infelizmente. Então, eu procuro... Eu tenho, sistematicamente... Eu fui na Festa da Banana, em Piau, fui na Festa do Milho, em Cipotânea... E essa é a rotina da gente (sic) (PESTANA, 2016).

Eu mantenho um escritório em Belo Horizonte e outro aqui. Aí, eu recebo as pessoas sempre. Segunda-feira, em geral, estou em Belo Horizonte, porque os prefeitos e lideranças vão para Belo Horizonte resolver problemas e a gente procura dar assistência, articular, apoiar. Recebo em Brasília e também aqui em Juiz de Fora e no interior. Eu viajo muito. Para se ter ideia, em dez dias agora eu vou em 30 cidades... Estar presente... Então, essa articulação com as lideranças locais é fundamental. Na verdade, é uma correia de transmissão de confiança. Eles que, na verdade, tem o prestígio dos votos (sic) (PESTANA, 2016).

Nestes trechos, o parlamentar esclarece alguns pontos de sua rotina legislativa, onde se destacam o volume de viagens para o contato com lideranças, a importância logística de Belo Horizonte para o mandato e as dificuldades identificadas na atual disposição do sistema político/eleitoral, cuja principal característica seria a “baixa conexão com a sociedade”. Evidencia-se, no entanto, o esforço do deputado em participar de festas e espaços de contato com as lideranças locais e cidadãos/eleitores, em uma espécie de ação comunicativa na qual a presença de Marcus Pestana parece ser fundamental para a estratégia política escolhida, o que induz a realização de visitas curtas e perenes, classificadas como “visitas de beija-flor”, às vezes influenciadas pelas temáticas prioritárias tratadas pelo congressista.

Ressalta-se que, em função da estadualização de seus votos, Pestana é o que menos depende dos votos de Juiz de Fora e da Zona da Mata para se eleger. Enquanto Margarida e Júlio concentram significativa parcela de seu eleitorado na mesorregião, o tucano e o comunista Wadson Ribeiro conseguem bons percentuais fora de suas localidades de origem. No entanto, Wadson dependeu bastante da Zona da Mata para conseguir a suplência na Câmara, ao passo que Pestana poderia praticamente se eleger – ainda que contabilizando uma queda de 30.205 eleitores – sem os votos desta mesorregião.

4.2.2 Emendas Parlamentares

Serão discutidas nesta seção as emendas parlamentares individuais empenhadas pelo deputado federal Marcus Pestana no que se refere às indicações do parlamentar à Lei Orçamentária Anual (LOA) no ano fiscal de 2015 e a sua respectiva votação nas localidades para as quais os recursos foram destinados. No geral, tanto deputados federais quanto senadores não iniciantes na casa dispuseram de um montante de R\$ 16 milhões de reais para suas emendas ao Orçamento 2015, com a exceção dos deputados em primeiro mandato – no caso desta pesquisa, apenas Wadson Ribeiro –, os quais têm à sua disposição a quantia de R\$ 10 milhões de reais²⁰.

Conforme foi dito anteriormente, as emendas parlamentares constituem-se como um mecanismo de complemento ao orçamento sugerido pelo poder executivo em cada ano fiscal corrente, cuja aplicação normalmente ocorre no ano posterior. Por meio da avaliação das emendas, é possível verificar a origem e a destinação de recursos de cada deputado federal,

²⁰ Dados sobre o valor máximo das emendas parlamentares para deputados eleitos e reeleitos disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/03/governo-libera-emendas-para-novatos-para-conseguir-aprovar-orcamento.html>. Acesso em 27, out de 2016.

considerando-se os laços locais estabelecidos com redes de apoiadores, aliados políticos e atores interessados na atividade parlamentar de cada deputado.

De acordo com os dados fornecidos pela Câmara Federal, Marcus Pestana aprovou no ano fiscal de 2015 um montante de R\$ 12 milhões de reais. Este valor corresponde a totalidade de recursos disponíveis ao deputado para fomentar ações no estado, tendo em vista as atividades identificadas pelo mandato como prioritárias, por exemplo, nas áreas de saúde, educação, infraestrutura, cultura, lazer, etc. Os balanços contábeis, coletados em 23 de maio de 2016, mostram que os empenhos de recursos – os valores empregados até aquele momento – somam a quantia de R\$ 7.415.404,00. A observação deste montante, quando se verifica a destinação dos recursos para os municípios beneficiários, permite-nos observar as localidades em que o tucano aparentemente empenhou maiores volumes de recursos e esforços do ponto de vista político. Tendo em vista os recursos aprovados, verifica-se abaixo (Quadro 3) o valor total empenhado nas emendas parlamentares individuais de Marcus Pestana.

Quadro 3 – Valores dos empenhos nas emendas parlamentares de Marcus Pestana na LOA 2015

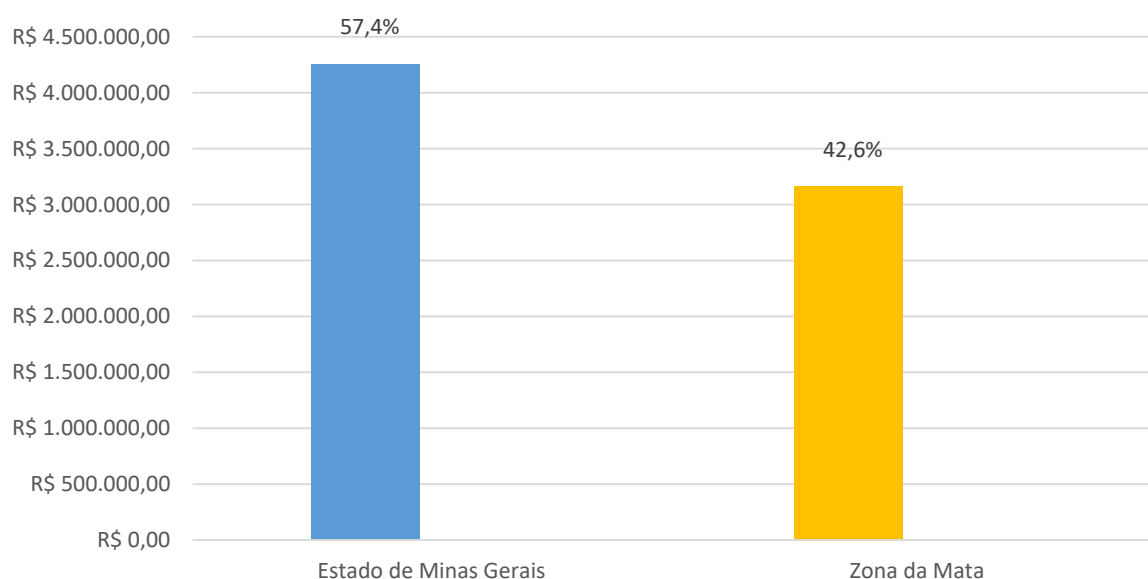
Emenda	Cidade	Microrregião	Valores Empenhados
27630001	Seritinga		R\$ 390.000,00
27630007	Leopoldina	Cataguases	R\$ 532.929,00
27630007	Andrelândia		R\$ 394.200,00
27630007	Maripá de Minas	Juiz de Fora	R\$ 394.200,00
27630007	São Vicente de Minas		R\$ 394.200,00
27630007	Santa Rita de Ibitipoca	Juiz de Fora	R\$ 394.200,00
27630007	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 365.747,00
27630007	Diamantina		R\$ 344.750,00
27630007	Goianá	Juiz de Fora	R\$ 344.750,00
27630007	Estrela D'Alva	Cataguases	R\$ 295.300,00
27630008	Cruzília		R\$ 500.000,00
27630011	São Gonçalo do Rio Abaixo		R\$ 553.684,00
27630011	Cipotânea	Viçosa	R\$ 210.785,00
27630011	Turmalina		R\$ 189.000,00
27630011	São Miguel do Anta	Viçosa	R\$ 44.530,00
27630012	Congonhas		R\$ 599.857,00
27630012	Bicas	Juiz de Fora	R\$ 300.000,00
27630013	Piedade de Caratinga		R\$ 500.000,00
27630015	Baependi		R\$ 390.272,00
27630020	Ubá	Ubá	R\$ 277.000,00
		Total	R\$ 7.415.404,00

Fonte: elaboração própria

No Quadro 3 é possível verificar os valores empenhados pelo tucano nos municípios de Minas Gerais, conforme os dados disponibilizados no endereço eletrônico da Câmara dos Deputados. Estão organizados nas colunas o número das emendas parlamentares, a cidade beneficiária, sua localização microrregional na mesorregião da Zona da Mata e os valores de recursos empenhados em cada uma delas. Como primeira característica, observa-se que os empenhos de Marcus Pestana se encontram distribuídos em 20 municípios, dentre os quais 10 estão localizados na Zona da Mata. As demais cidades estão situadas nas regiões Central, Vale do Rio Doce, Vale do Jequitinhonha e Sul de Minas. Nota-se também que o município de Juiz de Fora recebe recursos de apenas uma das emendas aprovadas por Pestana, algo que não acontece com os outros deputados, os quais empenham recursos de mais de uma emenda na cidade.

Ao se somar os recursos destinadas aos municípios da mesorregião da Zona da Mata e as demais cidades do estado de Minas Gerais, evidencia-se que o mandato de Marcus Pestana privilegiou em maior medida, neste ano fiscal, o empenho de recursos em outras regiões que não a Zona da Mata. Dos R\$ 7.415.404,00 empenhados, o deputado destinou um montante de R\$ 4.255.963,00 para municípios dispersos em outras mesorregiões, e os outros R\$ 3.159.441,00 para municípios localizados na Zona da Mata. Os dados referentes aos valores empenhados no Estado e na mesorregião da Zona da Mata estão comparados na representação abaixo (Gráfico 4).

Gráfico 4 – Comparativo do empenho de recursos de emendas individuais de Marcus Pestana no estado e na Zona da Mata

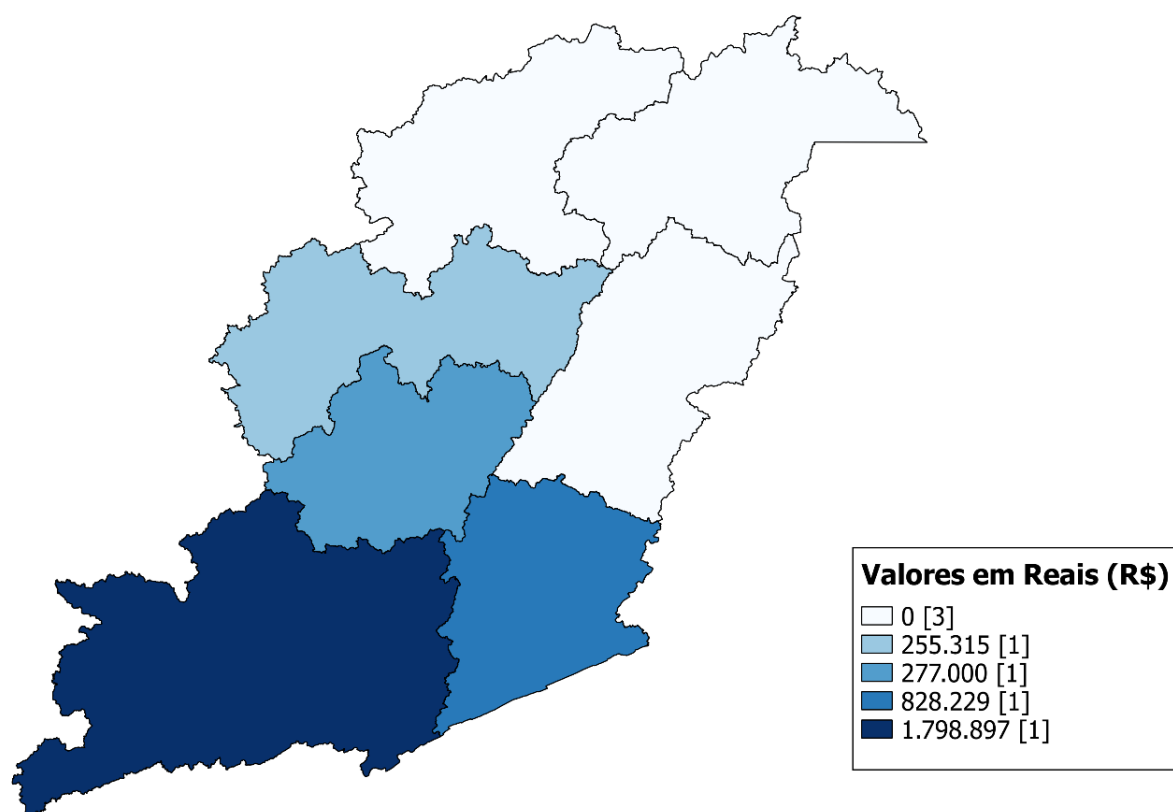


Fonte: elaboração própria

Esta visualização gráfica dos empenhos de emendas parlamentares do deputado Marcus Pestana nos municípios mineiros evidencia o volume de recursos destinados à região de origem do deputado e o montante disposto em outras regiões do estado. De acordo com os dados, 57,4% do valor total foi empenhado nas mesorregiões Central, Vale do Rio Doce, Vale do Jequitinhonha e Sul de Minas, enquanto os 42,6% restantes tiveram como destino a Zona da Mata. No plano dos recursos, Marcus Pestana demonstra aparente esforço de atendimento ao estado de Minas Gerais como um todo, sem necessariamente perder de vista a mesorregião da Zona da Mata, a qual recebe aproximadamente metade dos recursos, segundo a comparação proposta.

Considerando-se as microrregiões que tiveram municípios beneficiados na Zona da Mata, a representação cartográfica a seguir (Mapa 6) demonstra de que forma os recursos foram distribuídos na mesorregião.

Mapa 6 – Recursos de emendas parlamentares de Marcus Pestana empenhadas nas microrregiões da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

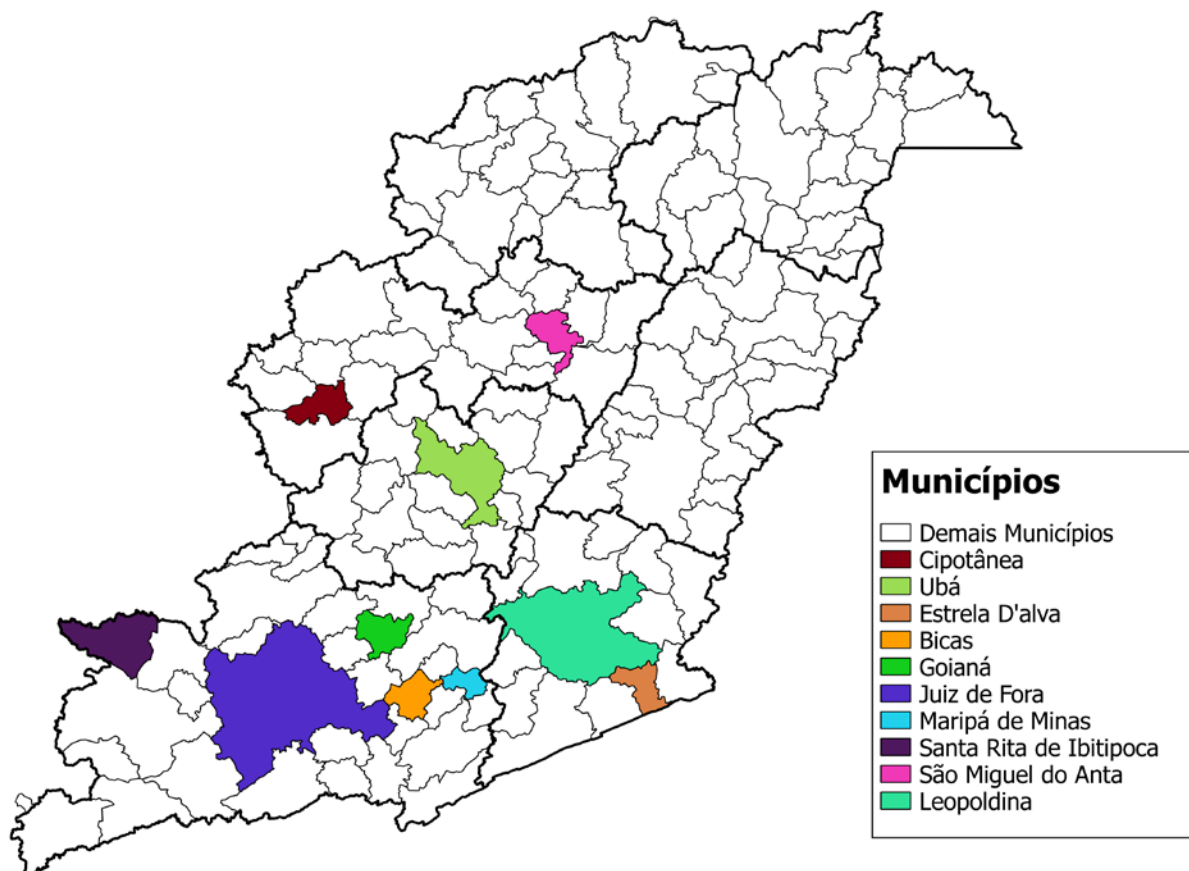
O parâmetro da comparação, quando voltado para as microrregiões da Zona da Mata em relação ao total de empenhos na mesorregião, demonstrou que Marcus Pestana foi o único deputado, entre aqueles que são objeto deste trabalho, a distribuir recursos para quatro regiões. Todos os demais restringiram os seus empenhos a duas ou, no máximo três microrregiões – fato que talvez esteja condicionado às votações recebidas, tendo em vista que a perspectiva da reeleição é um objetivo relativamente comum entre os atores políticos (MAYHEW, 2004).

No Mapa 6 é possível visualizar, dos tons mais escuros para os mais claros, as microrregiões em que Marcus Pestana concentrou os maiores montantes de recursos provenientes de emendas parlamentares individuais de acordo com as faixas posicionadas no canto inferior direito. Constata-se que a maior beneficiária foi a microrregião de Juiz de Fora, na qual se registrou um aporte de R\$ 1.798.897,00 aos municípios de Maripá de Minas, Santa Rita de Ibitipoca, Juiz de Fora, Goianá e Bicas – valor superior ao somatório de todas as outras faixas. Assim como ocorreu nos mapas de distribuição de votos, esta região se destaca pela concentração de recursos oriundos dos empenhos. Na medida as regiões se distanciam de Juiz de Fora, os recursos tendem a diminuir e, por conseguinte, repete-se o padrão verificado nas votações de Marcus Pestana.

Os valores dos empenhos são reduzidos na região de Cataguases, onde se verifica um montante de R\$ 828.229,00 destinados aos municípios de Leopoldina e Estrela D’Alva – uma queda de mais de 50% em comparação ao recurso enviado à mesorregião anterior. O montante é expressivo quando comparado aos números totais das microrregiões de Ubá e Viçosa, onde foram registrados, respetivamente, R\$ 277.000,00 no município de Ubá, e R\$ 255.035,00 nos municípios de Cipotânea e São Miguel do Anta. As microrregiões de Muriaé, Manhuaçu e Ponte Nova não registraram empenhos de recursos provenientes de emendas individuais, ao passo que também estão mais distantes de Juiz de Fora.

Os empenhos de recursos, quando analisados em cada município, revelam um desenho bastante particular das áreas de influência de cada deputado federal, tendo em vista as regiões nas quais os parlamentares optam por empregar os montantes advindos da dotação orçamentária do Executivo. A verificação das áreas de concentração de recursos, assim como a distribuição dos votos, dimensiona o grau de envolvimento do parlamentar com determinadas localidades e o respectivo desenho do mandato no âmbito regional. Neste sentido, a distribuição dos empenhos nos municípios da Zona da Mata pode ser observada abaixo (Mapa 7).

Mapa 7 – Municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Marcus Pestana na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

A visualização das cidades em que Marcus Pestana empenhou os recursos demonstra uma variada gama de municípios beneficiários dispersos geograficamente em quatro regiões da Zona da Mata. Ao contrário de Margarida Salomão, Wadson Ribeiro e Júlio Delgado, o tucano diluiu seus recursos em diversas cidades no estado e na mesorregião, as quais, como se observa no mapa, encontram-se relativamente afastadas. Acrescenta-se também o fato de as microrregiões de Muriaé, Manhuaçu e Ponte Nova, conforme se verificou, não terem recebidos recursos.

Os padrões constatados nos empenhos das emendas parlamentares de Marcus Pestana chamam a atenção por apresentarem similaridade com as distribuições de votos do deputado federal na região. Assim como nas emendas, Pestana registrou suas taxas de votação mais baixas nas regiões que não receberam recursos. Curiosamente, apenas a microrregião de Ponte Nova, que não recebeu recursos, rendeu mais votos ao deputado que uma região agraciada por emendas, no caso, Viçosa.

Assim como o padrão disperso de votos de Marcus Pestana, os empenhos também parecem seguir este formato, tendo em vista a similaridade entre as localidades em que o deputado recebeu votos e o respectivo empenho de recursos. Neste sentido, a estadualização

dos votos de Pestana aparenta uma forte correlação com a alocação de recursos de emendas do deputado federal, conforme se observa no comparativo entre as localidades que receberam votos e recursos, dispostas no quadro abaixo (Quadro 4).

Quadro 4 – Votações de Marcus Pestana nas localidades que receberam empenhos de emendas parlamentares

Mesorregião	Cidade	Votação
Zona da Mata	Juiz de Fora	15.982
Zona da Mata	Ubá	4.306
Zona da Mata	Leopoldina	4.222
Zona da Mata	Bicas	1.448
Zona da Mata	Santa Rita de Ibitipoca	1.009
Zona da Mata	Maripá de Minas	696
Zona da Mata	Goianá	602
Zona da Mata	Cipotânea	583
Zona da Mata	Estrela D'alva	543
Zona da Mata	São Miguel do Anta	5
	Total	29.396

Fonte: elaboração própria

Observa-se, nesta perspectiva, que cinco dos seis municípios que concentraram um grande número de eleitores do deputado federal – considerada a faixa acima de 1001 votos estabelecidas para o parlamentar no mapa de distribuições eleitorais nas cidades – receberam empenhos do mandato. De acordo com os dados levantados por este trabalho, dos 47.666 votos auferidos por Marcus Pestana, 29.396 encontram-se em municípios que obtiveram recursos do deputado no primeiro ano fiscal após as eleições de 2014, entre eles Juiz de Fora, Bicas, Santa Rita de Ibitipoca, Ubá e Leopoldina, com a exceção de São João Nepomuceno. Outros quatro municípios, Maripá de Minas, Goianá, Estrela D'alva e Cipotânea, estão enquadrados na segunda faixa, que inclui números acima de 501 votos. O município de São Miguel do Anta foi a única localidade com baixa votação registrada entre aquelas que receberam emendas do deputado tucano.

A partir das análises realizadas, verifica-se que a distribuição dos recursos variou, especificamente na região da Zona da Mata, de acordo com as votações auferidas pelo deputado nas cidades. Isso significa que as emendas parlamentares aparentemente atenderam a critérios de recompensa definidos de acordo com os valores e crenças do mandato e, não obstante, às estratégias eleitorais estabelecidas pelo deputado, conforme se verifica a seguir.

O critério é da necessidade, das demandas que chegam, atendendo, fundamentalmente, prefeituras... E, obviamente, as prefeituras e entidades filantrópicas dos lugares que eu sou votado, não é? (sic) (PESTANA, 2016).

Vai muito por demanda e tal... Por necessidade. Mas eu procuro atender todas, não é? Algumas, ao longo do mandato. É muito pouco recurso para tantas cidades, não é? São 120 cidades. Eu tenho, nessas 120, uns 40 prefeitos. Então, nós temos 16 milhões de reais por ano. Para 40 cidades, não é muita coisa (sic) (PESTANA, 2016).

É exatamente, porque os recursos são insuficientes, então você faz o rodízio de cidades. Um ano você atende um bloco, em outro ano atende outro, para nos quatro anos tentar cobrir toda a base que te apoia (sic) (PESTANA, 2016)

Ao ser questionado a respeito dos parâmetros para a destinação de recursos aos municípios, Pestana (2016) ressaltou, nos dois primeiros trechos, a necessidade/demanda dos municípios como a principal razão para a alocação dos recursos. A segunda justificativa está ligada à escassez de recursos, a qual seria responsável pela fragmentação das receitas, dada a dimensão do estado e do número de municípios atendidos. No entanto, a verificação espacial dos votos e dos empenhos do deputado na Zona da Mata demonstraram a existência de uma correlação entre estas duas variáveis, as quais apontam para uma sobrevalorização das regiões e municípios em que Pestana obteve melhores resultados eleitorais. As votações inferidas associadas aos apoios políticos de aliados, portanto, seriam os principais critérios de distribuição de recursos.

Tendo em vista a trajetória política, as votações e os empenhos apurados nesta pesquisa, Marcus Pestana conserva um tipo de capital político fortemente estadualizado e com forte influência na Zona da Mata, ainda que a cidade de Juiz de Fora não seja o seu principal colégio eleitoral. Na prática, uma grande parcela dos votos do deputado está diluída em municípios com eleitorados menores, os quais garantem uma média razoável no montante total. Os empenhos referentes às emendas parlamentares, por sua vez, demonstram que existe responsividade entre os recursos/votos do deputado no espaço, algo que implica redes de apoiadores, alianças com políticos locais, encontros com lideranças e outros tipos de influência que se materializam como *práxis* do sistema político, dados os incentivos gerados no âmbito do sistema eleitoral.

4.2.3 Fanpages

Serão discutidas nesta seção as particularidades do conteúdo produzido e publicado pelo deputado federal Marcus Pestana em sua página no Facebook, tendo em vista o papel central atribuído à internet nas comunicações massivas e digitais contemporâneas. Considera-se que a característica de maximização competitiva dos benefícios verificada no relevo político,

em boa medida produzida pelo sistema político para tipos de comportamentos individualistas e desvinculados dos partidos, tende a aumentar os custos de ações coletivas, com reflexos diretos na arena eleitoral (NICOLAU, 2006; AMES, 2012).

A forma pela qual os atores atribuem sentido aos fatos que perpassam o campo político, e por sua vez, constroem a sua imagem e dos adversários, é determinante para se compreender as tomadas de posição manifestas no ecossistema digital. Este ambiente – onde coexistem técnicas e gramáticas comunicativas e objetivos políticos definidos, utilizados inclusive para efetivar o vínculo democrático ente mandantes e mandatários – exige recursos, especialização e estratégia, na esteira do que parte da literatura reconhece como um movimento de perene disputa e profissionalização, conhecido como *campanha permanente*.

A partir das proposições de Mayhew (2004) a respeito de tipos de ações congressuais dos parlamentares em seus mandatos e da percepção de que o campo político enseja o oferecimento de sentidos que validem o processo de representação, foram elaboradas 14 categorias de análise, cuja principal função é identificar a ênfase comunicativa do deputado no contexto da interface estabelecida com o cidadão/eleitor. Nesta perspectiva, as recorrências das postagens auferidas na página de Marcus Pestana foram analisadas e recenseadas nas categorias a seguir (Quadro 5).

Quadro 5 – Categorização das postagens de Marcus Pestana na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016

TIPOS	CATEGORIAS	RECORRÊNCIAS		%
Propaganda (Advertisement) (1)	Construção da imagem do deputado (valores pessoais, capacidade de gestão, etc.)	59	2	1,3%
	Construção da imagem do partido (objetivos, ações e diretrizes)		3	2,0%
	Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças (municipais/regionais, estaduais e nacionais)		22	14,6%
	Postagens de estímulo ao eleitor para a ação política (reforço do vínculo democrático)		7	4,6%
	Ataque aos adversários		25	16,6%
Crédito Reivindicado (Credit Claiming) (2)	Prestação de contas do mandato (accountability)	2	0	0,0%
	Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.		0	0,0%
	Discussão da atividade parlamentar do deputado (Projetos de Lei/emendas parlamentares)		0	0,0%
	Reivindicação de ações congressuais		2	1,3%
Tomada de Posição (Position Taking) (3)	Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais	90	4	2,6%
	Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais		5	3,3%
	Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais		67	44,4%
	Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores		2	1,3%
	Tomadas de posição em espaços da Câmara (comissões, CPIs, plenário, etc.)		12	7,9%
TOTAL			151	100%

Fonte: elaboração própria

Conforme se observa no Quadro 5, as tipologias de atividades congressuais adotadas balizam a primeira coluna, a partir da qual estão dispostas as categorias de análise²¹, o volume total de recorrências e o percentual representativo de cada uma delas no que diz respeito às postagens de Marcus Pestana no período entre os dias 1 de dezembro de 2015 e 31 de janeiro de 2016.

Ao todo, foram coletadas 383 postagens nas páginas oficiais dos deputados com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, das quais 151 correspondem ao conteúdo produzido e publicado por Marcus Pestana. Levando-se em consideração o total de recorrências, o tucano foi o deputado mais ativo na rede social neste período dentre aqueles que são objeto deste trabalho. De acordo com os dados, verifica-se uma preponderância da tipologia “Tomada de

²¹ A discussão das tipologias e suas respectivas categorias estão dispostas na seção específica de metodologia.

Posição” em relação as demais, com 90 recorrências, seguida de “Propaganda”, com 59, e “Reivindicação de Crédito”, com apenas dois registros.

Isto sugere que Marcus Pestana enfocou juízos e posições sobre temas de interesse do mandato e questões ligadas à imagem em detrimento da reivindicação de ações como os empenhos de emendas parlamentares, a divulgação de agendas de entrega de recursos e a proposição e discussão de Projetos de Lei. Neste período, a categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais” foi a mais acionada, com 67 recorrências, o que representa 44,4% de todas as postagens de Marcus Pestana. Este número, conforme se observa, tem relação direta com o cenário de crise institucional vivida no país após as eleições de majoritárias de 2014, cujo efeito de engajamento dos atores políticos era praticamente inescapável.

As postagens do deputado elencadas nesta clivagem privilegiaram a indicação de textos de jornais e imagens, geralmente acompanhados de pequenos comentários sobre política, economia e saúde, os quais, na maioria das vezes, demonstraram-se ácidos e pessimistas. Numericamente, as postagens centraram-se na temática política, onde foi destacada a crise institucional, o papel de Dilma Rousseff, Lula e do PT no processo, e a questão da corrupção, em alguns momentos comentada por Aécio Neves.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (2 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (2 de jan. 2016)

A economia – área de formação do Marcus Pestana – também foi tema central, embora o destaque sempre tenha sido dado a aspectos negativos como a diminuição do PIB, a inflação e o desemprego. A mesma situação pode ser descrita em relação às temáticas ligadas à saúde, pelo fato de Pestana ter ocupado o cargo secretário de Estado da Saúde em Minas Gerais. Sobre este assunto, foi destacada a questão do Zika Vírus na qual se verificou o emprego de expressões como “números são assustadores”, “efeitos devastadores” e “projeções são estarrecedoras”, o que contribui para o cenário de crise descrito pelo deputado nas demais temáticas.

A segunda categoria mais acionada, “Ataque aos adversários”, refere-se à propaganda negativa de Marcus Pestana em relação aos seus antagonistas no campo político. Foram registradas 25 recorrências, o equivalente a 16,6% das postagens – a mais frequente no que diz respeito à tipologia propaganda. Nestas postagens, destacaram-se os ataques nominais à Dilma Rousseff, Lula e ao PT.

Também persistiu a construção negativa da imagem do país e a atribuição das responsabilidades aos petistas, algo que se verifica nas expressões utilizadas para descrever o cenário e/ou a capacidade de gestão deste grupo político: “perdeu a capacidade de governar”, “queda livre”, “tiro no pé”, “fim da corrupção, da mentira e da irresponsabilidade” e “o que deu errado é o que vale e orienta”.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (8 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (8 de jan. 2016)

O principal alvo dos ataques foi a ex-presidente Dilma Rousseff, a qual foi chamada, em uma das postagens, de “ingrata e mal-educada”, ao passo que Lula recebeu a alcunha de “atrapalhado” e “comandante de tudo”, em referência ao escândalo de corrupção investigado pela operação Lava-Jato na Petrobras. Praticamente todas as outras desconstruções verificadas nas peças deram conta do “governo Dilma” e do “governo do PT” como um

somatório de “irresponsabilidade fiscal e incompetência na gestão” e “é tão atrapalhado que até quando acerta faz do jeito errado”.

As recorrências referentes à categoria “Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças” correspondem às postagens em que o deputado replicou as suas participações nas mídias comercial, partidária e congressual, além dos encontros com lideranças partidárias e da Câmara dos Deputados. Marcus Pestana, conforme foi verificado, teve inserções em veículos regionais como a Tribuna de Minas, em nível estadual, como o jornal O Tempo, e com abrangência nacional, como O Globo, Folha de S. Paulo, CBN e Rádio Câmara. Além disso, o tucano escreve semanalmente no jornal O Tempo e também é colunista no site Congresso em Foco, no qual seus artigos normalmente são reproduzidos.

De acordo com a amostragem, verifica-se que as inserções nacionais são mais recorrentes para Marcus Pestana, embora o deputado também registre participações nas mídias local e estadual. O site do PSDB também configura-se como espaço de divulgação dos conteúdos produzidos por Pestana, tendo em vista que alguns dos seus artigos também são replicados no domínio do partido. A maior parte dos artigos e inserções contém opiniões sobre o cenário político e a respeito de temáticas econômicas.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (23 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (4 de dez. 2015)

A recorrência da divulgação de agendas e encontros com lideranças foi baixa em comparação com as inserções na mídia. No geral, as postagens destacaram o encontro regionais do PSDB realizado em Juiz de Fora, com a presença de Aécio Neves, e algumas conexões no âmbito estadual, como o vice-prefeito de Belo Horizonte na gestão de Márcio Lacerda, Délio Malheiros. Registrou-se, além disso, uma agenda de Pestana e outros deputados com o ex-presidente da Câmara, Eduardo Cunha, para a discussão de assuntos ligados à mineração. Fica evidente a penetração do deputado e sua capacidade de articulação a lideranças nos três níveis federativos, com destaque para a conexão estabelecida com Aécio Neves.

Na categoria “Tomadas de posição em espaços da Câmara”, foram consideradas as publicações do deputado que davam conta de sua participação em Comissões, Conselhos, Plenário e demais espaços de atividade parlamentar. Ao todo, foram identificadas 12 recorrências nesta categoria, o que corresponde a 7,9% das postagens. Destacam-se, neste sentido, as numerosas reproduções de discursos no Plenário, seguidas dos registros de participação do deputado na CPI dos Fundos de Pensão – algo que lhe atribui capital político em função da cruzada contra a corrupção iniciada pela operação Lava Jato –, e a presença na Comissão de Seguridade, Saúde e Família.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (17 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (1 de dez. 2015)

Normalmente dispostas em vídeo ou registro fotográfico das participações nos espaços, as postagens se concentraram na tomada de posição do deputado sobre temas políticos como a crise institucional, a corrupção e a deposição da presidente Dilma Rousseff, além de questões ligadas ao orçamento anual. As peças frequentemente indicavam posicionamentos claros sobre as temáticas trabalhadas, embora uma grande parcela delas tenha sido apenas descritiva, ou seja, com a função de registrar a participação do deputado no espaço.

A quinta categoria mais acionada é “Postagens de estímulo ao eleitor para a ação política”, com 7 registros, 4,6% do total das publicações feitas pelo mandato de Marcus Pestana.

Nestas recorrências é possível observar de que forma o deputado estimulou a atividade política das pessoas que interagiram com a página, levando-se em consideração à campanha pelo impeachment de Dilma Rousseff iniciada pelo seu partido após o pleito presidencial de 2014. Esta temática, recorrentemente acionada pelos políticos tucanos, especialmente pelo senador Aécio Neves, foi o principal mote dos incentivos à mobilização publicados por Marcus Pestana. Nas imagens, fotos e vídeos foram disponibilizadas as principais informações sobre locais e horários de protestos nas capitais e no interior com expressões e frases de mobilização como “esquenta para o impeachment” e “com você na rua, agora vai!”. Jovens políticos do PSDB, como Caio Nárcio e Bruno Covas, aparecem em vídeo publicado pelo deputado. Apenas uma postagem tratou de assuntos distantes do campo político, na qual foi incentivada a doação de imposto de renda à fundos municipais de incentivo à criança e ao adolescente.

TODOS NA RUA PELO IMPEACHMENT!
COM VOCÊ NA RUA, AGORA VAI!

13 de dezembro 2015

- SÃO PAULO - Avenida Paulista, no MASP ÀS 13H
- BRASÍLIA - Congresso Nacional ÀS 10H
- RIO DE JANEIRO - Posto 5 Copacabana ÀS 13H
- CURITIBA - Praça Santos Andrade
- BELO HORIZONTE - Praça da Liberdade ÀS 13H
- NATAL às 15h - Midway Mall
- RECIFE às 10h - Marco Zero
- BELÉM - Pç da República às 9h
- ARACAJU - Calçada da 13 de Julho às 15h
- CURITIBA - Praça Santos Andrade às 13h
- CUIABÁ - Praça Alencastro às 16h
- SALVADOR - Farol da Barra às 10h
- TERESINA - Ponte Estaiada às 10h

QUERO ME DEFENDER | **ACORDA BRASIL** | **VemPraRua.net**

ALIANÇA | **BRASIL LIVRE** | **Brasil melhor** | **MOVIMENTO BRASIL**

Marcus Pestana
Página curtida · 9 h ·

231 pessoas curtiram isso. Principais comentários ·
136 compartilhamentos 16 comentários

Erica Santos Vão pra rua contra o Eduardo Cunha também? Que tal acordarmos, não sermos manipulados e gritar por um país sem corrupção, que é o nossa realidade, tanto pela direita quanto da esquerda... Todos estão ganhando milhões às nossas custas, essa é a triste verdade.
Curtir Responder 4 · 5 h

Telma Braga Estaremos lá Deputado. Para mostramos o nosso desejo: impeachment já!!! Fora Dilma Rousseff e o PT. O nosso Brasil não aguenta mais.
Curtir Responder 4 · 6 h

João Eduardo Devede Ribeiro Você tem razão, precisamos de mudanças sérias, com o PT não dá mais, a indústria que eu trabalho já demitiu 215 colegas e vêm mais cortes, que presente de Natal!!!
Curtir Responder 1 · 4 h

Luis Carlos Marinho Impeachment não será solução para o problema do Brasil, outros pilantras viram, em quanto os eleitores

Escreva um comentário...

Fonte: página oficial do deputado no Facebook (5 de dez. 2015)

A categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais”, por sua vez, registrou 5 ocorrências, 3,3% do total de publicações, nas quais o tucano se posiciona sobre questões referentes ao estado de Minas Gerais. A tônica das postagens é de crítica ao governo do estado e reforço da capacidade de gestão dos governos tucanos, especialmente no que se refere ao mandato de Aécio Neves.

Seu bolso. 'Avalanche tributária' agrava empobrecimento da população, diz analista

Ano começa com imposto maior para 160 produtos

Cerveja, telefone e energia terão alta de até 30% de ICMS no preço a partir do dia 1º

Mais caro por força da lei

- **Bebidas alcoolizadas:** Início, aumento de 20%. Será de 25% a 32%.
- **Cerveja e chopes:** Início, aumento de 20%. Será de 25% a 32%.
- **Telefonia celular:** de 12% para 14%.
- **Refrigerantes:** de 18% para 20%.
- **Ração tipo pet:** de 18% para 20%.
- **Câmeras (foto e vídeo):** de 18% para 20%.
- **Aparelhos de som e vídeo para uso doméstico:** de 18% para 20%.
- **Perfumes e cosméticos (exceto xampu, sabonete e óleo vegetal):** de 25% para 27%.
- **Telefonia, internet e TV por assinatura:** de 25% para 27%.
- **Energia elétrica para consumidores comerciais (exceto lojas, entidades beneficentes e hospitais):** de 15% para 25%.

Além do imposto estadual, mineiros pagarão mais por IPI

Além do aumento de ICMS em Minas Gerais, que é um tributo estadual, 2016 deve começar também com elevação de um imposto federal, o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para produtos de informática e bebidas quentes (chocolates e vinho).

No dia 16 de dezembro, o plenário do Senado aprovou o projeto de lei que converte na Medida Provisória (MP) 690, que aumenta a elevação das alíquotas, vinhos e aguardentes terão uma alíquota menor de 10% do que a MP original, que era de 10% a 20% de reajuste do imposto. O texto aprovado estabelece para os vinhos o reajuste de 6% em 2016 e 5% a partir de 2017.

Pelo texto aprovado, as mudanças na tributação valerão a partir de 1º de janeiro do ano que vem.

O texto original previa o reajuste a partir 1º de dezembro deste ano. A MP 690/2015 faz parte do pacote de ajuste fiscal do governo. (G2)

Corrosão

Renda média caiu 8,8% em um ano

O Brasil teve mais um ano ruim para o PIB em 2015. O crescimento foi negativo, de -0,1%. Isso ocorreu mesmo com o aumento de 0,8% da renda média mensal dos brasileiros em 2015, para R\$ 1.217,00. No ano de 2014, esse valor chegou a R\$ 1.312,00, um aumento de 7,2% em relação ao ano anterior.

O texto original previa o reajuste a partir 1º de dezembro deste ano. A MP 690/2015 faz parte do pacote de ajuste fiscal do governo. (G2)

Em Minas Gerais, fórmula de Fernando Pimentel é a mesma de Dilma e do PT. Em plena recessão: aumento de impostos. Aumento pegará telefonia, energia, material escolar e de construção. Governo de Aécio Neves reduziu impostos de produtos de consumo popular, PT e Pimentel retomam com 18%.

→ Leia mais, via jornal O Tempo: <http://www.otempo.com.br/capa/economia/icms-subira-na-virada-do-ano-1.120675>

Curtir Comentar Compartilhar

101 pessoas curtiram isso. Principais comentários

125 compartilhamentos

Netthy Tavares Uma vergonha, esses bandos de ladrões rouba nosso país, e quem paga sono nós. Pq ladrões de galinhas vão presos e os que acabam nosso país, andam por aí? Curtir Responder 1 h

Jairo Duarte Quero parabenizar os Mineiros, pela bela escolha que fizem nas últimas eleições, elegeram Dilma e Pimentel! Curtir Responder 5 h

Paulo Afonso Ferreira da Silva Parabéns a todos que ajudaram a eleger este governo do PT. Curtir Responder 6 h

1 resposta

Ferrou sem comentários

Fonte: página oficial do deputado no Facebook (28 de dez. 2015)

Verificou-se que a maior parte das postagens tratou do aumento dos impostos no estado, do encolhimento do PIB e do corte dos gastos sociais. Pestana também desaprovou a iniciativa do governador Fernando Pimentel, via notícia do jornal O Tempo, de pintar de vermelho as 600 unidades do programa estadual Farmácia de Minas.

As temáticas específicas ligadas às cidades e suas respectivas microrregiões foram alocadas na categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos locais e regionais”. Nestas publicações, onde foram registradas 4 ocorrências, 2,6% do total, Marcus Pestana homenageia cidades aniversariantes como Belo Horizonte e Delfinópolis, esta última caracterizada como “acolhedora” e de “importantes parcerias”. O deputado também comenta fatos municipais como a inauguração do Museu Itamar Franco, no qual ressalta valores políticos como a “honradez” e o “espírito público”, além do lançamento de um livro e um CD sobre samba, ambos em Juiz de Fora.

Marcus Pestana
Página curta - 5 h · Editado

Delfinópolis hoje completa 77 anos! Cidade acolhedora, de importantes parcerias. Ao povo de Delfinópolis, parabéns!
(foto: Prefeitura de Delfinópolis)

Curtir Comentar Compartilhar

16 pessoas curtiram isso. Principais comentários

2 compartilhamentos

Adriana Miruzzi

Curtir Responder 4 h

Fonte: página oficial do deputado no Facebook (17 de dez. 2015)

O tucano também acionou sentidos que faziam referência à imagem e ao papel atribuído ao PSDB na crise política, as quais foram recenseadas na categoria “Construção da imagem do partido”. As três recorrências, correspondentes a 2% do total das peças, foram publicadas na página de Marcus Pestana no período analisado. Nestas postagens, foi possível observar a coesão do partido em relação a pautas como o impedimento de Dilma Rousseff e a cassação de Eduardo Cunha. As discussões internas que ganharam visibilidade tiveram a participação da cúpula do partido, dos deputados da bancada tucana, e de um dos principais quadros do partido, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso.

Embora poucas recorrências diretas tenham sido registradas nesta categoria, as citações ao PSDB realizadas por Marcus Pestana foram bastante numerosas. O deputado fez referências frequentes a quadros como Aécio Neves, utilizou os conteúdos digitais da sigla e teve alguns artigos hospedados no endereço eletrônico do partido. Isto demonstra que o PSDB esteve fortemente presente nas postagens veiculadas pelo deputado no ambiente digital.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (1 de dez. 2015)

As categorias “Construção da imagem do deputado”, “Reivindicação de ações congressuais” e “Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores” contabilizaram duas recorrências cada uma, o que representa 1,3% do total geral. Na primeira categoria, foram identificadas as postagens que ressaltavam valores pessoais e habilidades do parlamentar, por exemplo, na atividade política. As duas recorrências verificadas dizem respeito a indicações de livros feitas por Pestana, as quais sugerem ao deputado características de erudição cultural como parte de sua personalidade.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (14 de jan. 2016)

Na segunda categoria, onde se destacaram as ações reivindicadas por Marcus Pestana como de sua autoria e/ou com a sua participação, as postagens fizeram referência à sua atividade na discussão da meta fiscal proposta pelo governo e rechaçada pelos deputados. Na ocasião, o tucano afirmou que havia evitado “piorar o que já era ruim” e que não permitiu o aumento dos “rombos nas contas do governo”. Observa-se o mesmo comportamento na outra recorrência, em relação ao programa Farmácia de Minas, na qual Pestana reivindicou a participação da antiga gestão na sua formulação.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (3 de dez. 2015)

Na terceira categoria com apenas duas recorrências, “Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores”, foram elencadas as postagens em que o deputado reforça a sua conexão política com prefeitos e redes de aliados no estado. Ambas as postagens têm como característica a citação nominal dos prefeitos, por meio das quais Marcus Pestana demonstrou proximidade e alinhamento com as questões locais. As citações incluíram os prefeitos de Congonhas, Zelinho de Freitas, de Piau, Beto Lopes (DEM), e de Tabuleiro, Dauro Martins (PP).



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (15 de dez. 2015)

Verificou-se que, nestas duas postagens, foram adotados comportamentos diferentes em relação à circunstância das conexões. Na primeira delas, a relação firmada com o prefeito Zelinho de Freitas, descrito intimamente como “amigo” e recomendado profissionalmente como “um exemplo de liderança, seriedade, perseverança e capacidade de trabalho”, teve como fato desencadeador a inauguração do Museu de Congonhas. A segunda postagem, por sua vez, destaca a amizade do deputado com os prefeitos Beto Lopes e Dauro Martins em uma circunstância de fragilidade infraestrutural dos municípios no período de chuvas. Em ambos os casos, foram acionadas as relações de amizade do deputado por motivos

distintos, ora pela inauguração de um equipamento público, ora pela adversidade oriunda das cheias dos rios na região.

As categorias que não registraram ocorrências, “Prestação de contas do mandato”, “Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.” e “Discussão da atividade parlamentar do deputado”, chamaram a atenção pelo fato de estes tipos de atividade terem irrompido nas entrevistas em profundidade como ações de extrema importância para o parlamentar, embora a análise empírica não tenha apontado nenhuma recorrência neste sentido. É importante observar que todas estas categorias, atreladas à tipologia “Reivindicação de crédito”, referem-se às ações de mandato em que o deputado estabeleceu vínculo com grupos ou municípios por atividades realizadas no passado e/ou reivindica a sua autoria/participação em pautas que estão em discussão.

Destá maneira, constata-se que o mandato praticamente não deu visibilidade às destinações de empenhos de emendas parlamentares, seus respectivos eventos de entrega/cessão dos recursos junto os grupos e lideranças, além das demais atividades congressuais como a sugestão e aprovação de projetos de leis. A ênfase das postagens concentrou-se na tipologia “Tomada de posição”, cujas categorias demonstraram uma predominância de posicionamentos críticos ao governo, com destaque para questões de abrangência nacional, especialmente em relação às temáticas ligadas a política. Economia e saúde também foram áreas destacadas nas postagens, temáticas nas quais Marcus Pestana esteve diretamente inserido ao longo de sua trajetória, tanto em razão de sua formação acadêmica quanto no exercício de cargos políticos.

Destaca-se também, na tipologia “Propaganda”, o volume de recorrências de ataque aos adversários e de inserções do deputado na mídia. No primeiro caso, Marcus Pestana elegeu como adversários Dilma, Lula e o PT, com foco em temáticas como a corrupção e má gestão. No segundo momento, evidenciou-se que a maior parte das exposições de Marcus Pestana advieram de suas colunas, ainda que significativa parcela da visibilidade também tenha sido retida na cobertura dos veículos de imprensa de abrangência nacional.

Nas entrevistas em profundidade, foi possível verificar que algumas estratégias do deputado são convergentes com as práticas comunicativas e políticas do mandato, embora algumas diferenças importantes também tenham vindo à tona na medida em que o conteúdo ganhou forma e disposição nas categorias propostas, conforme se verifica nos trechos a seguir.

É da essência da atividade política e uma necessidade fundamental da democracia aquilo que os ingleses chamam de *accountability*, prestação de contas, controle social. Nós temos um defeito genético no nosso sistema político partidário. Como o nosso sistema eleitoral é uma jabuticaba, é uma inovação, não existe em nenhuma parte do mundo, ele introduz um grave problema, que se soma a um problema universal. [...] Hoje, no mundo inteiro, há um desconforto, há um mal estar da sociedade com a

representação política. [...] Aqui, no Brasil, isso é agravado por péssimas regras de organização eleitoral e partidária. Isso resulta, e aí vamos ao cerne da sua questão, que 70% dos brasileiros, um ano depois da eleição, não sabem dizer sequer o nome do deputado em quem votaram. Se não sabem dizer o nome do seu deputado, quer dizer que eles não controlam, não fiscalizam, não acompanham. E isso é um grave problema. E isso é derivado do nosso sistema eleitoral, que é o sistema de voto nominal, proporcional e em território aberto, e, no caso de Minas Gerais, isso não faz nenhum nexos. Eu sou especialista no tema da Reforma Política, discuti isso nos três últimos esforços de reforma, nos últimos seis anos. Não faz sentido uma democracia onde 70% do eleitorado não sabe dizer o nome do seu representante (sic) (PESTANA, 2016).

Do ponto de vista do eleitor é humanamente impossível, totalmente inviável ele comparar as mil opções. Então, ele vai ter contato, profundo, ou superficial, com umas vinte candidaturas, no máximo. E eu estou considerando como contato receber um papelzinho na rua. A televisão é totalmente ineficaz, nesse caso [Legislativo Federal]. Só tem validade para as candidaturas majoritárias, onde são muito menos opções. Então, isso introduz um problema grave para a comunicação. Você, por um objetivo disperso e sem foco, você faz uma comunicação dispersa e sem foco. Você tem que atirar para todo lado. Então, é um conjunto de instrumentos que você tem que erguer, mas é totalmente impossível você ter uma política de comunicação eficaz que ajude no accountability (sic) (PESTANA, 2016).

[Perguntado sobre a importância do contato com lideranças] Para o meu perfil, sim. Porque existem candidatos que são candidatos de opinião pública, de seguimento, de causas... E eu sou um candidato mais de articulação institucional, de lideranças municipais, seguimentos, como seguimento da saúde e tal. Então, esse contato é fundamental. Você está vendo aqui o movimento no escritório, é permanente isso, um entra e sai grande...(sic) (PESTANA, 2016).

O deputado é um formador... Mas como eu disse, aquele problema seminal, genético dificulta muito. Então, as pessoas sabem sequer o nome do seu deputado, quanto mais... Eu fiz uma pesquisa, em 2011, um ano depois da minha primeira eleição a deputado federal... E só tínhamos nós dois: só eu e Júlio Delgado... Margarida era suplente, só veio a assumir depois. E eu perguntei, eu fiz a tradicional pergunta “em que deputado você votou?” 70% não sabia me dizer o nome. E quando eu perguntei... Como eu e o Júlio Delgado tínhamos votado em três questões que eu selecionei aleatoriamente, mas que tinham mais contato... Salário mínimo, código florestal e imposto da saúde. Três questões que dizem mais ao dia-a-dia de pelo menos alguns seguimentos, ou de toda a sociedade. 95% não tinha a menor noção de como eu e o Júlio Delgado... Eu testei com variável de controle, porque poderia ser uma falha de comunicação minha. Se desse uma discrepância muito grande, uma nitidez de voto muito grande do Júlio em relação a mim, ou vice e versa, teria um problema de estratégia de comunicação, mas não. A percepção da opinião pública é exatamente a mesma, quer dizer, não se tem a menor noção de como os deputados se posicionam lá em Brasília, a não ser em um caso excepcional, como foi a questão do *impeachment*, que virou igual a uma final de Copa do Mundo... As pessoas ficaram em frente à televisão, domingo inteiro esperando o seu deputado. Então, as pessoas me viram votar e tal... Mas isso é uma exceção da exceção da exceção (sic) (PESTANA, 2016).

No primeiro e no segundo trechos, o deputado reitera a importância da prestação de contas e do controle social, embora esta pesquisa tenha verificado escassas referências aos recursos empenhados no período. Além disso, a crítica do congressista ao sistema político constatou que o seu funcionamento impede que os eleitores estabeleçam um contato mais efetivo com seus representantes e, por consequência, a impossibilidade de acompanhamento dos mandatos. O tucano também enfatizou o papel ineficaz da televisão para as disputas legislativas em razão do número de opções oferecidas, o que sugere a necessidade de

diversificação de plataformas de contato com o cidadão/eleitor e, por sua vez, demanda enfoques bastante distintos no campo comunicativo – algo que pode ser observado na página do deputado e nas estratégias adotadas em seu trabalho de campo com prefeituras e lideranças locais, conforme os dois trechos finais. Neste sentido, ainda que o deputado considere as variáveis comunicativas como importantes para o mandato, a ênfase na profissionalização deste campo é incipiente, tendo em vista que apenas uma assessora de comunicação faz parte da composição de seu gabinete, de acordo com a entrevista – o que sinaliza para um baixo investimento de recursos e cargos no que se refere ao aspecto comunicativo do acesso às mídias massivas e digitais e a respectiva produção de conteúdos.

Conclui-se, a partir das análise proposta, que o vínculo democrático estabelecido com o eleitor/cidadão por meio de atividades como a prestação de contas e da reivindicação de ações congressuais não se manifestou nas publicações de Marcus Pestana veiculadas no Facebook. Isto confirma, em certa medida, a percepção de que existem outros mecanismos, para além das ferramentas comunicativas, que desempenham funções definidoras no âmbito da atividade política, como a estreita relação de apoio a prefeitos e líderes locais, a maximização de benefícios a grupos políticos e lideranças e as posições internas ocupadas nas burocracias partidárias. De outra perspectiva, também é razoável supor que as inserções do deputado na mídia nacional podem reforçar a percepção de prefeitos e aliados sobre a sua relevância política, e concomitantemente, em relação a sua capacidade de intermediar pleitos municipais nas três esferas de poder nacional.

De forma sintética, o mandato de Marcus Pestana é estadualizado, com aproximadamente 30% de suas votações na Zona da Mata, das quais apenas 27% são provenientes de Juiz de Fora. Os recursos de empenhos, ao seu turno, foram divididos igualmente entre o estado e a mesorregião de origem do deputado, o que sugere a preocupação do deputado em manter ativo o seu domicílio eleitoral, considerando-se a queda de aproximadamente 30 mil votos registrada entre os pleitos de 2010 e 2014. Além disso, o tucano é um dos fundadores do partido, teve forte atuação na administração de Aécio Neves no governo de Minas Gerais e já ocupou cargos importantes na cúpula do partido – fatores que influenciam diretamente as tomadas de decisão do mandato e, por consequência, a ênfase generalista dada ao conteúdo postado em sua página.

4.3 MARGARIDA SALOMÃO (PT)

4.3.1 Geografia Eleitoral

Deputada federal eleita por quociente partidário em 2014, Maria Margarida Martins Salomão é um dos principais quadros do Partido dos Trabalhadores (PT) na cidade de Juiz de Fora²². Iniciou sua carreira política nos movimentos estudantis e sindicais durante a década de 1980 e foi atuante na campanha pela redemocratização do país pelo Movimento Democrático Brasileiro (MDB). Desde então, exerceu funções no executivo municipal e no legislativo federal.

A projeção de Margarida foi impulsionada em razão de sua atividade como professora na Universidade Federal Juiz de Fora (UFJF) e pela atuação em entidades de classe como a Associação Nacional dos Docentes do Ensino Superior (Andes) e a Associação de Professores de Ensino Superior de Juiz de Fora (APES JF). Margarida Salomão é graduada em Letras pela UFJF, tem mestrado em Linguística pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), mestrado e doutorado pela Universidade da Califórnia, e pós-doutorado pela Universidade de Berkeley.

No ambiente acadêmico, Margarida disputou e venceu a reitoria da UFJF em 1984, nas primeiras eleições diretas para a escolha do reitor do campus. O pleito, embora não tenha sido acolhido pelo Conselho Universitário, foi a primeira experiência eleitoral da congressista. Neste período, Margarida já exercia o cargo de secretária municipal depois de participar ativamente das campanhas de Tancredo Neves ao governo de Minas Gerais, e de Tarcísio Delgado ao executivo juiz-forano. Esteve à frente das secretarias de Administração e de Governo de Delgado por cinco anos, entre 1983 e 1987.

No ano seguinte, Margarida Salomão disputou, como vice-prefeita na chapa encabeçada pelo ex-ministro de Itamar Franco, Murilo Hingel, as primeiras eleições municipais de sua carreira, vencida em cenário de votação minoritária por Alberto Bejani por conta da divisão do eleitorado entre Hingel e Custódio Mattos. Margarida deixa o PMDB em 1990 e passou a fazer parte dos quadros do Partido Comunista Brasileiro (PCB), mais tarde transfigurado em Partido Popular Socialista (PPS).

Depois da derrota nas eleições e da desfiliação junto ao PMDB, Margarida se dedicou às atividades acadêmicas e retornou a política da UFJF em 1998. Neste ano, foi eleita

²² As informações a respeito da trajetória política de Margarida Salomão foram coletadas no endereço eletrônico da parlamentar, na seção biografia, no portal do Câmara dos Deputados, no portal Acessa.com e na entrevista em profundidade disponível no Apêndice C desta pesquisa.

a primeira mulher reitora da universidade desde a sua fundação, em 1960 – cargo que também foi ocupado por seu pai, Gilson Salomão (1968-1972). No fim do primeiro mandato como reitora, em 2002, a deputada se filiou ao Partido dos Trabalhadores (PT), pelo qual disputou a maior parte dos cargos eletivos de sua carreira. Em 2002, a professora se reelegeu reitora da universidade e administrou a instituição até 2006.

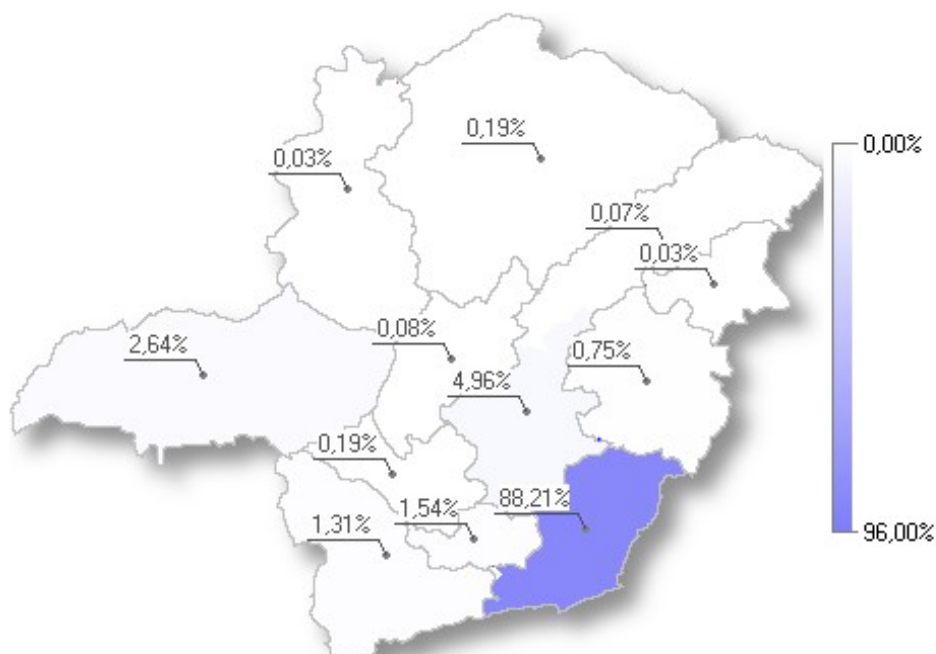
Vinte anos depois da primeira tentativa de vencer o executivo municipal, Margarida Salomão voltou a disputar as eleições municipais em 2008 quando se candidatou à prefeita de Juiz de Fora. Em 2008, foi vencida por Custódio Mattos (PSDB) com uma votação acirrada (51% do tucano contra 48% da petista). Em nova candidatura, desta vez em 2012, a diferença a favor de Bruno Siqueira foi maior: 57,16% contra 42,84%.

A primeira candidatura à Câmara Federal ocorre 2010, quando Margarida é eleita primeira suplente de sua coligação. A petista assume o mandato como deputada federal em janeiro de 2013, em função da saída do deputado Gilmar Machado (PT-MG), eleito prefeito na cidade de Uberlândia. No pleito de 2014, a parlamentar é eleita deputada federal com 0,78% dos votos válidos, com votação concentrada em Juiz de Fora e em algumas cidades da Zona da Mata.

Ao todo, foram 78.973 votos recebidos por Margarida dos quais 53.485 são provenientes de seu domicílio eleitoral. Foi a candidata com maior concentração de votos na cidade, seguida de Júlio Delgado (PSB), com 48,27%, enquanto Marcus Pestana e Wadson Ribeiro tiveram porcentagem de votos abaixo dos 20% no município. A petista participa, em 2016, da quinta eleição consecutiva se forem consideradas as corridas eleitorais ao executivo municipal e ao legislativo federal (2008, 2010, 2012, 2014, 2016). Se comparados, os desempenhos eleitorais da deputada em 2010 e 2014 revelam uma ligeira queda no total de votos. Em 2010, foram contabilizados 79.388, contra 78.973 em 2014, uma diferença de 415 votos. Ainda assim, o resultado da coligação e do partido garantiram a cadeira à parlamentar.

No geral, a votação de Margarida Salomão diz respeito a uma grande parcela de votos concentrados na mesorregião da Zona da Mata e uma pequena quantidade de votos dispersos no restante do estado. Em nenhuma das 12 mesorregiões de Minas Gerais a deputado alcançou mais de 5% dos votos, exceto em sua microrregião de atuação, conforme se vê abaixo (Mapa 8).

Mapa 8 – Distribuição dos votos de Margarida Salomão nas mesorregiões do estado de Minas Gerais



(*) Distribuição do total de votos do candidato nas mesorregiões

Fonte: TRE/MG

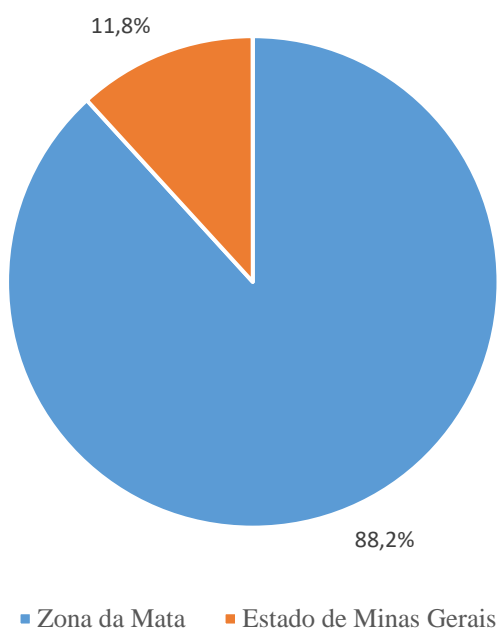
Os dados de distribuição mostram em azul mais escuro a forte votação de Margarida Salomão na região da Zona da Mata, onde a deputada federal concentrou 69.666 de seus 78.973 votos, o equivalente a 88,21% de todos os eleitores que escolheram a petista nas eleições de 2014. Ficam visíveis na sequência, em tons de azul mais claros, as regiões em que a deputada obteve votações fora de seu eixo domiciliar, entre as quais se destacam percentuais de relativamente reduzidos: Metropolitana de Belo Horizonte, 3.920 (4,96%); Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, 2.086 (2,64%); Campo das Vertentes, 1.213 (1,54%); e Sul/Sudoeste de Minas, 1.036 (1,31%).

Outras sete regiões não chegaram a registrar um ponto percentual no somatório geral dos eleitores que escolheram a deputada petista para a quinquagésima quinta legislatura na Câmara dos Deputados, entre elas: Vale do Rio Doce, 591 (0,75%); Oeste de Minas, 152 (0,19%); Norte de Minas, 148 (0,19%); Central Mineira, 61 (0,8%); Jequitinhonha, 59 (0,07%); Noroeste de Minas, 21 (0,03%); e Vale do Mucuri, 21 (0,03%).

Entre os parlamentares analisados, a petista é aquela que mais depende dos eleitores de sua localidade de origem, algo que sugere contornos regionalistas às atividades de mandato e ações pontuais em outras mesorregiões. Além disso, o desempenho eleitoral da deputada

federal reflete, em larga medida, os cargos ocupados ao longo de sua trajetória política, eleitoral e acadêmica, considerando-se a militância, a administração da UFJF e o papel exercido no executivo juiz-forano. A comparação entre os votos recebidos por Margarida Salomão na Zona da Mata e nas demais mesorregiões do estado evidencia o caráter concentrado de uma grande parcela de seu eleitorado, conforme verifica-se a seguir (Gráfico 5).

Gráfico 5 – Distribuição espacial dos votos de Margarida Salomão no Estado e na Zona da Mata



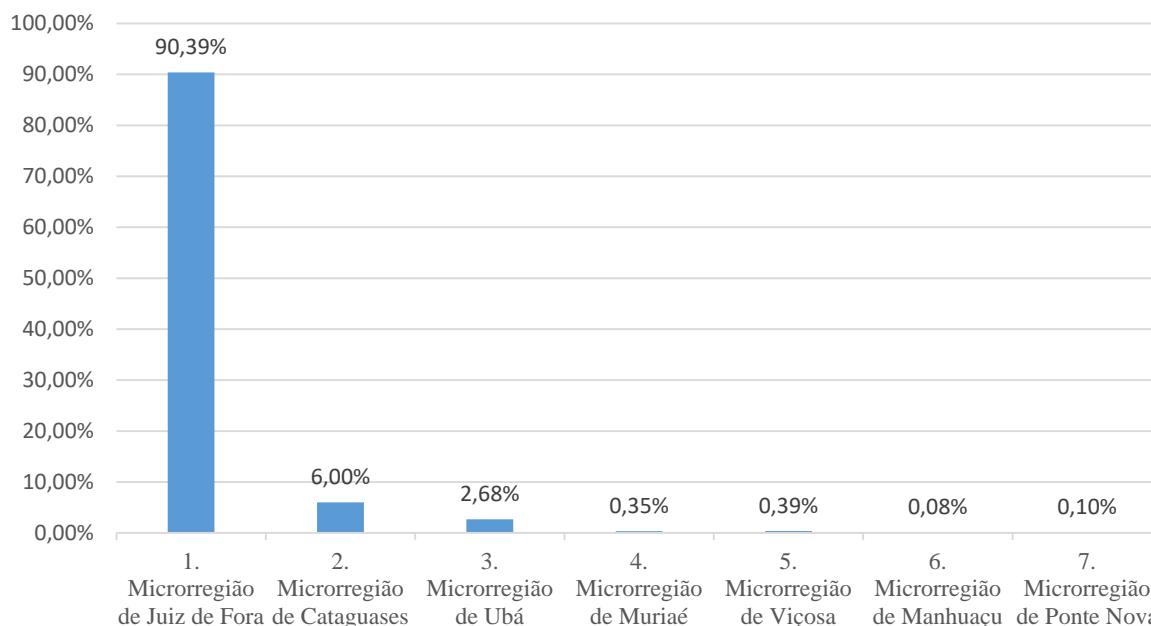
Fonte: elaboração própria

Apenas 9.307 votos – o equivalente a 11,8% do total – provêm das demais mesorregiões do estado de Minas Gerais; enquanto isso, a parcela de maior expressividade, 78.973 votos, representa 88,2% do montante de Margarida. Outros deputados como Wadson Ribeiro (34%) e Marcus Pestana (36,2%) distinguem-se da parlamentar por conseguirem percentuais menores Zona da Mata, ao passo que seus resultados estaduais lhes garantem uma significativa quantidade de votos no somatório individual. Em função das dimensões territoriais de Minas Gerais e da distribuição auferida nas mesorregiões, é possível afirmar que as baixas taxas de votação nessas localidades implicam em um alto grau de dispersão dentro dos 11,8% registrados.

A Zona da Mata registrou em 2014 o número de 1.192.970 votos válidos na mesorregião, segundo dados do TRE/MG. Neste universo, Margarida obteve votações mais expressiva do que nas demais partes do estado de acordo com o gráfico anterior. Quando comparadas as votações nas microrregiões, a concentração em relação às demais mesorregiões

de Minas Gerais ficam ainda mais expostas. Ao focar a Zona da Mata, suas sete microrregiões e seus 142 municípios, percebe-se uma forte influência da cidade de Juiz de Fora na votação da parlamentar (Gráfico 6).

Gráfico 6 – Distribuição dos votos de Margarida Salomão nas microrregiões da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

Levando-se em consideração as votações de Margarida na mesorregião, o Gráfico 6 expõe, em termos gerais, as concentrações de votos de acordo com as microrregiões que compõem a Zona da Mata Mineira. A primeira barra da esquerda para a direita, com maior proeminência, refere-se à microrregião de Juiz de fora, na qual está localizado o maior município da mesorregião, Juiz de Fora.

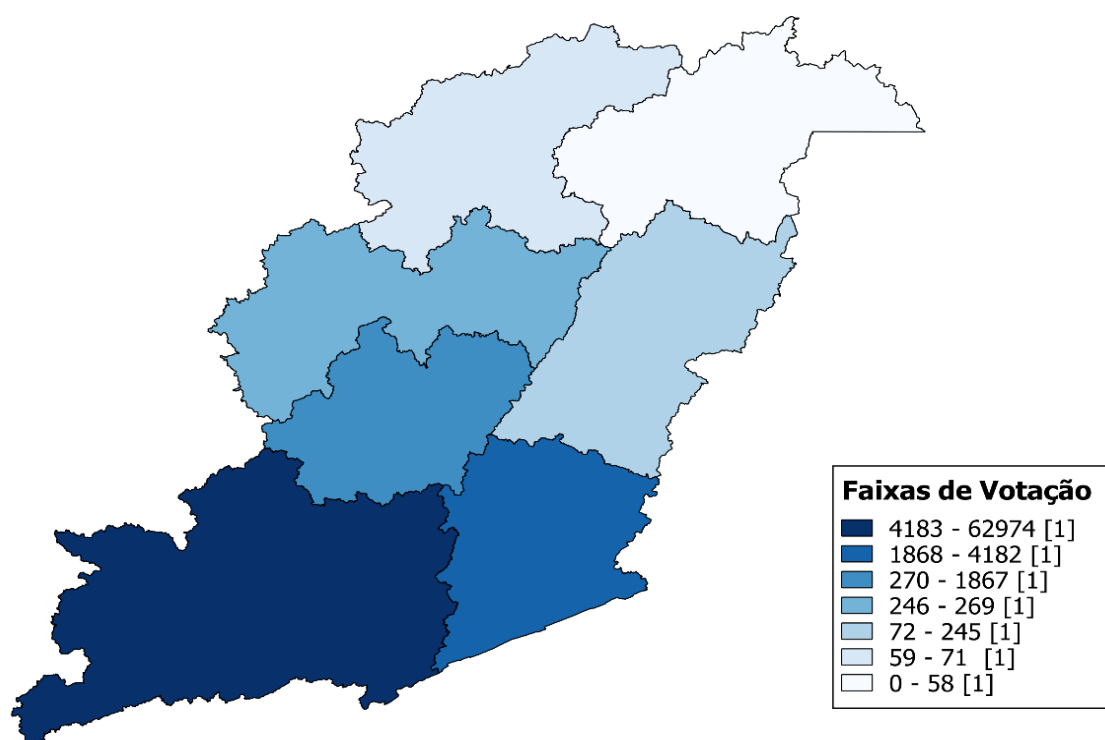
Nesta microrregião está disposta uma importante parcela de 62.974 votos da petista, 90,39% de todo o seu montante na região – a votação mais concentrada entre todos os deputados juiz-foranos. Fica evidente que a cidade de Juiz de Fora, com o maior colégio eleitoral da região e quarto maior do Estado em 2014, reúne mais eleitores nesta barra. Além disso, a votação da deputada federal se acentuou bastante nesta cidade, afinal, 53.485 de seus votos, 76,8%, vieram desta localidade.

O percentual cai fortemente quando compara-se com as demais microrregiões. O melhor desempenho de Margarida Salomão ocorre na microrregião de Cataguases, 4.182 votos, 6%, e diminui na medida em que se afasta do centro de irradiação de sua influência política. A quantidade de eleitores que confiam no trabalho da deputada diminui nas microrregiões de Ubá,

1867 (2,68%), e Muriaé, 245(0,35%); teve ligeira alta em Viçosa, 269 (0,35%); e voltou a cair em Manhuaçu, 58 (0,08%) e Ponte Nova, 71 (0,10%).

A variação das votações da deputada, desta forma, sugere uma curva senoidal iniciada no pico das votações, em Juiz de Fora, com forte queda em Cataguases e, na sequência, em Ubá, e variações de pequenos crescimentos e quedas em Muriaé, Viçosa, Manhuaçu e Ponte Nova. A representação cartográfica da concentração dos votos de Margarida Salomão também pode ser visualizada abaixo (Mapa 9).

Mapa 9 – Distribuição dos votos de Margarida Salomão nas microrregiões da Zona da Mata



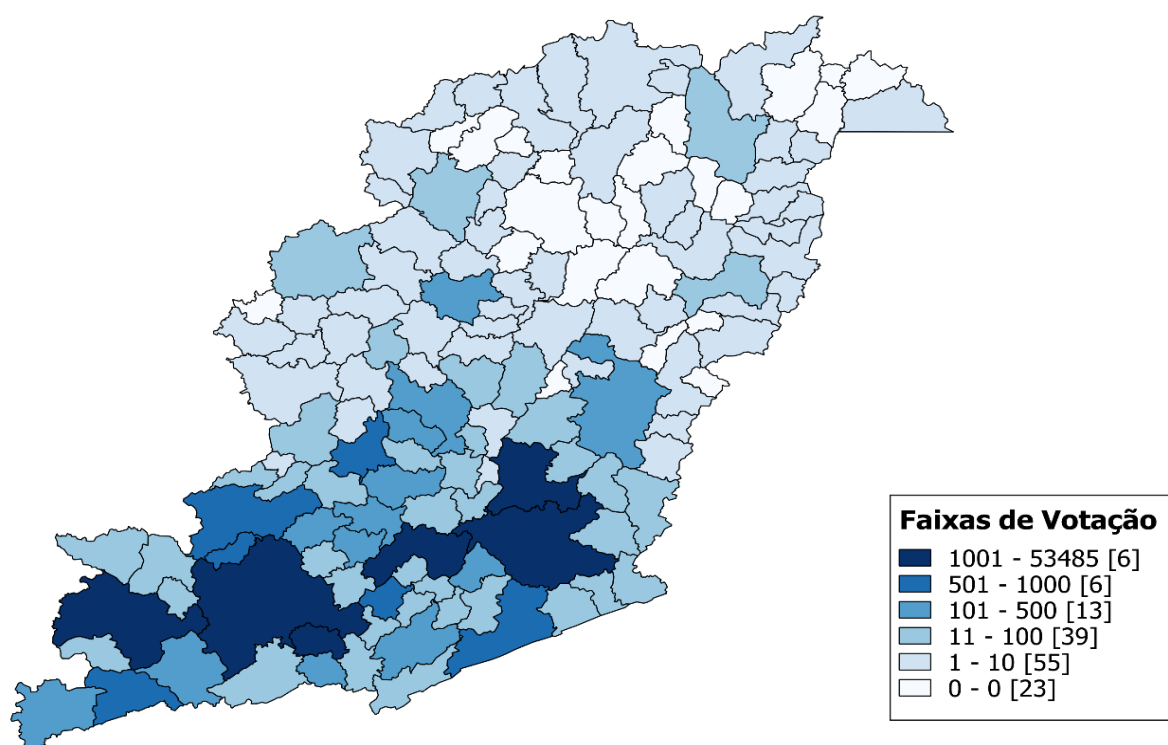
Fonte: elaboração própria

As faixas de votação a respeito do desempenho eleitoral de Margarida, criadas a partir dos dados do gráfico anterior, dizem respeito aos votos conquistados em cada uma das sete microrregiões e ilustram em que medida as votações variaram ao passo em que houve afastamento da microrregião de Juiz de Fora, na qual a deputada construiu seu capital político. É fato, no entanto, que o desempenho eleitoral também configura-se de acordo com as cidades em cada microrregião, as quais variam em número e quantidade de eleitores.

Por essa razão, estabelecemos sete faixas de votação dispostas no canto inferior direito do mapa, nas quais é possível identificar, a partir das regiões com cores mais fortes, de

que forma estão distribuídos os votos da petista. Os tons mais fracos, por sua vez, evidenciam as cidades em que Margarida Salomão obteve um retorno eleitoral menor. O detalhe da variação microrregional dos votos da deputada, com destaque para os 142 municípios da região, pode ser visto a seguir (Mapa 10).

Mapa 10 – Detalhamento das votações de Margarida Salomão nas cidades da microrregião da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

Na primeira faixa, estabelecida para os municípios onde a deputada recebeu uma quantia superior a 1.000 votos em apenas seis municípios: Cataguases, Leopoldina, Juiz de Fora, Lima Duarte, Matias Barbosa, São João Nepomuceno – todos eles localizados nas microrregiões de Juiz de Fora e Cataguases. A segunda faixa, que compreende votações acima de 500 e até 1.000, registrou apenas seis cidades, das quais cinco também estão localizadas nas microrregiões, além de outras oito das 13 recorrências medidas na terceira faixa. Ou seja, nas 25 cidades enquadradas nas três primeiras faixas, 19 estão localizadas nas microrregiões supracitadas.

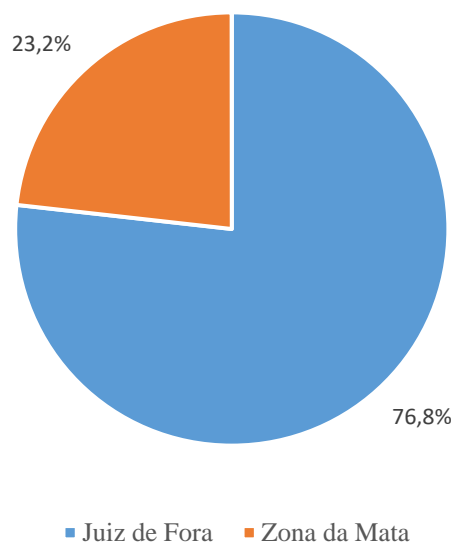
As três faixas que vêm a seguir estão contempladas com os demais 117 municípios, os quais, em sua maioria, estão localizados nas microrregiões de Ubá, Muriaé, Viçosa, Manhuaçu e Ponte Nova. Elas correspondem a resultados eleitorais relativamente baixos, nas

quais se registra 39 municípios entre 11 e 100 votos; 55 municípios entre 1 e 10 votos; e 23 municípios que não registraram nenhum voto favorável à petista.

No mapa, é possível visualizar, entre as microrregiões de Muriaé, Viçosa, Ponte Nova e Manhuaçu, uma mancha em tons claros de azul correspondente aos municípios que não contabilizaram votos à Margarida. Além disso, as faixas preenchidas com maior frequência foram a quarta (39 municípios) e a quinta (55) – assim como Marcus Pestana e Júlio Delgado, algo que se manifesta no mapa como predominância relativa em quase todas as microrregiões, exceto Juiz de Fora e Cataguases, onde sobressaem os tons de azul mais fortes das três primeiras faixas. Aparentemente prevalece a lógica de maximizar os votos na Zona da Mata, ainda que eles sejam escassos em algumas regiões. O deputado que não pontuou em mais municípios e conseguiu muitos votos em poucos colégios eleitorais, Wadson Ribeiro, é justamente aquele que teve menos folga de votos para se eleger e, talvez por esse motivo, tenha sido eleito como deputado suplente.

No que se refere aos votos oriundos do município de Juiz de Fora, Margarida é a deputada que teve o melhor desempenho, com característica oposta ao padrão de Marcus Pestana e Wadson Ribeiro, e bastante similar ao de Júlio Delgado. A petista concentra forte capital eleitoral em sua terra natal, na qual disputou e perdeu seguidamente as últimas três eleições municipais, e outras duas, vencidas, para a Câmara dos Deputados. Em nível local, destaca-se a influência do colégio eleitoral juiz-forano no total de Margarida, tanto no estado de Minas Gerais quanto em relação à Zona da Mata. A seguir, é possível visualizar o peso do município no desempenho da petista na mesorregião (Gráfico 7).

Gráfico 7 – Comparativo entre as votações de Margarida Salomão na cidade Juiz de Fora e na mesorregião da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

No Gráfico 7, referente às votações da deputada Margarida Salomão na Zona da Mata e a respectiva parcela de Juiz de Fora em sua totalidade, observa-se que a petista registrou 53.485 votos, 76,8% do somatório de seus votos em Juiz de Fora. A menor parcela, por sua vez, provém das demais cidades da mesorregião. Ao todo, foram conferidos 16.181 nas demais cidades da mesorregião, o que corresponde a um montante de 23,2% da votação de Margarida nesta região do estado de Minas Gerais.

Assim como no caso de Marcus Pestana, esta análise enfocou até o momento as votações da deputada federal desde o nível macro até micro. Observando-se as peculiaridades na distribuição geográfica do voto, tornou-se possível verificar o desempenho eleitoral de Margarida no ano 2014 como altamente concentrado e influenciado sua trajetória política. Por essa razão, devem ser considerados os cargos ocupados pela deputada em nível local durante as gestões de Tarcísio Delgado, suas gestões como reitora da UFJF e o seu ativismo sindical.

Vale dizer, no entanto, que Margarida se posiciona como uma deputada regionalista e, talvez por este motivo, o mandato não tenha avançado na captação de votos desde o pleito de 2010. Ao contrário, Margarida recebeu, em Juiz de Fora, 66.779 em 2010, contra 53.485 em 2014 – uma diminuição de 13.294 votos. Este valor, ainda com uma pequena baixa já citada, possivelmente foi diluído entre as mesorregiões e microrregiões, o que atenuou a significativa queda em seu reduto eleitoral.

Na entrevista em profundidade, a deputada identifica o seu mandato como de orientação local e, assim como Marcus Pestana – embora este tenha enfatizado o seu caráter estadualizado –, defende o voto distrital misto, no qual seriam endossados tipos de votação atrelados à opinião e à conexão do eleitor/cidadão com partidos políticos. Além disso, segundo a deputada, a extensão do estado seria um fator que impediria uma votação mais expressiva, exceto para os concorrentes com volumes expressivos de recursos, cargos no governo e “esquemas”.

Eu acredito num voto distrital misto. O voto é ou pela base setorial, que é onde eu trabalho ou é por conta de voto de opinião, que seria o voto na lista. Então, eu não vejo, eu não tenho esquema que me permitisse ser votada em um estado como Minas Gerais, que é do tamanho da França. Quem faz isso é quem tem esquema, quem tem muito cargo no governo, quem tem dinheiro. Eu não tenho nem uma coisa, nem outra. Eu só tenho mesmo trabalho político. Então eu prefiro fazer isso territorialmente, porque aí eu conheço o meu eleitor, o eleitor me conhece e pode cobrar (sic) (SALOMÃO, 2016).

[Questionada sobre o tempo dedicado aos encontros com lideranças] No geral, eu diria a você que um dia e meio por semana. Porque o resto são reuniões que eu faço na cidade e na região. Geralmente, eu fico em Brasília, dedico à Brasília três dias inteiros, três dias e meio... E três dias e meio eu passo aqui. [...] Não só aqui. Aqui que eu digo é em Juiz de Fora e na região. Em muitas vezes, eu estou viajando, visitando cidades, visitando as comunidades, fazendo reuniões lá... (sic) (SALOMÃO, 2016).

É um voto de militância, um voto de opinião que converge para mim. Está certo? Eu sou uma pessoa que tem esse tipo de voto. Para mim, isso é bom, por que isso é um voto de graça, está certo? Porque não é um voto que você tem que, além do seu trabalho político, você tem que fazer mais... (sic) (SALOMÃO, 2016).

[Questionada sobre quais são os tipos de articulações locais] Reuniões que eu faço... Reuniões em bairro, reuniões na região, reuniões na cidade, plenárias, conversas... Hoje mesmo eu recebi uma comunidade, que veio conversar comigo. Dessa forma (sic) (SALOMÃO, 2016).

A rotina do mandato, neste sentido, demanda agendamentos perenes de reuniões com lideranças, o que exige viagens e deslocamentos de Brasília para Juiz de Fora, diferentemente de outros deputados que se estabelecem também em Belo Horizonte – talvez em razão do foco local assumido pelo mandato. No que diz respeito ao tipo de voto, a parlamentar reitera que 15% do eleitorado juiz-forano escolhe o seu mandato por opinião, ou seja, em razão de militância partidária. No entanto, embora este voto seja mais barato do ponto de vista de seu custo econômico, o grau de exigências deste tipo de eleitor seria imperativo para ações efetivas de manutenção do vínculo estabelecido. Desta maneira, o último trecho sugere uma espécie de ação comunicativa de Margarida, tendo em vista o eleitorado especializado no qual o mandato enfoca a sua rede de apoiadores, cuja principal atividade concentra-se nas reuniões nos bairros, na cidade de Juiz de Fora e região.

Sendo assim, a tendência regional determinante dos votos de Margarida reforça sua dependência da Zona da Mata e, especialmente, de Juiz de Fora. Ao mesmo tempo em que

Marcus Pestana e Wadson Ribeiro conseguem bons percentuais fora de suas localidades de origem e desempenhos relativamente fracos na mesorregião, Margarida e Júlio Delgado obtiveram ampla votação derivada de distintos capitais políticos. No caso de Júlio, a influência maior talvez seja a figura do pai, Tarcísio Delgado; Margarida, por sua vez, têm a influência construída ao longo de sua trajetória política e devido à exposição acumulada no HGPE²³, o que automaticamente lhe assegura penetração e capilaridade em uma vasta parcela de municípios.

4.3.2 Emendas Parlamentares

Discute-se nesta seção as emendas parlamentares individuais empenhadas pela deputada federal Margarida Salomão em referência à Lei Orçamentária Anual (LOA) no ano fiscal de 2015 e a sua respectiva votação nestas localidades. Neste sentido, as emendas parlamentares são ferramenta de complemento ao orçamento sugerido pelo executivo em cada ano orçamentário. A verificação das destinações de recursos dos deputados permite a identificação das regiões nas quais o parlamentar estabelece laços por algum tipo de critério, seja em função redes de apoiadores, aliados políticos e/ou outros atores interessados nas ações de mandato de cada político.

Segundo os dados disponíveis na seção de LOAS da Câmara Federal, Margarida Salomão aprovou no ano fiscal de 2015 um volume de recursos que totaliza R\$ 11.829.518,00. Este valor diz respeito a todo o montante de recursos disponíveis à deputada para fomentar ações nos municípios, considerando-se atividades prioritárias identificadas pela parlamentar, por exemplo, nas áreas de saúde, educação, infraestrutura, cultura, lazer, etc.

Os números, coletados em 24 de maio de 2016, apontam que os empenhos de recursos totalizam a quantia de R\$ 6.153.503,00. A destinação deste montante pela deputada petista permite-nos observar as localidades que receberam um volume maior de recursos, algo que, segundo a literatura trabalhada, representa esforços de maximização de benefícios do ponto de vista político (MAYHEW, 2004). Observa-se, a seguir (Quadro 6), o valor dos empenhos de emendas individuais aprovadas por Margarida Salomão.

²³ Para se ter uma ideia, a TV Integração, afiliada da Rede Globo em algumas regiões de Minas Gerais, tem área de cobertura de 106 municípios nas regiões da Zona da Mata e Campo das Vertentes, em um universo de 674.346 domicílios com televisão e aproximadamente 2.025.169 espectadores, segundo informações da emissora. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/mg/tvintegracao/noticia/2011/11/area-de-cobertura.html>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

Quadro 6 – Valores dos empenhos nas emendas parlamentares de Margarida Salomão na LOA 2015

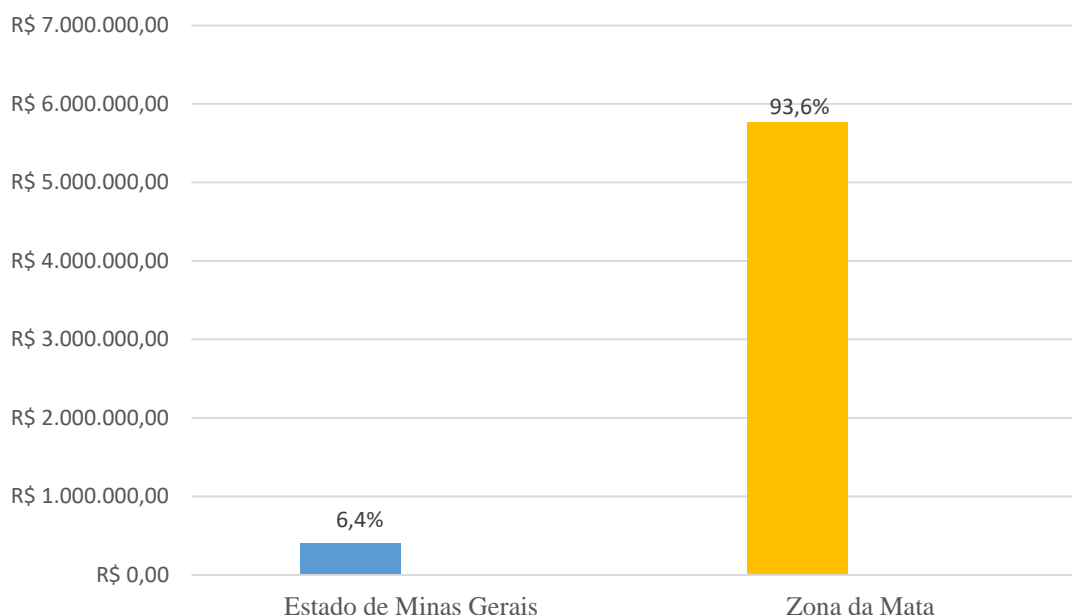
Emenda	Cidade	Microrregião	Valores empenhados
29750001	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 214.500,00
29750001	Barbacena		R\$ 195.000,00
29750002	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 245.850,00
29750004	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 150.000,00
29750004	Uberlândia		R\$ 100.000,00
29750005	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 100.000,00
29750007	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 229.965,00
29750008	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 500.000,00
29750009	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 214.778,00
29750010	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 922.914,00
29750011	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 466.368,00
29750012	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 432.413,00
29750013	Belo Horizonte		R\$ 99.903,00
29750015	Cataguases	Cataguases	R\$ 97.534,00
29750015	Simão Pereira	Juiz de Fora	R\$ 299.980,00
29750016	São João Nepomuceno	Juiz de Fora	R\$ 500.000,00
29750019	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 519.387,00
29750020	Além Paraíba	Cataguases	R\$ 200.000,00
29750021	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 664.911,00
		Total	R\$ 6.153.503,00

Fonte: elaboração própria

Verifica-se no Quadro 6 os valores empenhados pela deputada nos municípios de Minas Gerais. Os dados dispostos nas colunas se referem, da direita para a esquerda, ao número de referência das emendas parlamentares, à cidade beneficiária, sua localização microrregional na mesorregião da Zona da Mata e os montantes empenhados em cada uma delas. Observa-se que os empenhos de Margarida foram destinados a um total de oito cidades, entre as quais apenas cinco estão localizadas na Zona da Mata. Os três municípios que estão fora desta área estão situados nas mesorregiões de Metropolitana de Belo Horizonte, Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba e Campo das Vertentes. Além disso, destacam-se os numerosos empenhos no município de Juiz de Fora, os quais, somados, representam 12 destinações de recursos. Neste aspecto, a deputada é que mais concentra recursos no município, com padrão oposto ao de Marcus Pestana, embora também repita a lógica de concentração de recursos na região onde obteve maiores votações.

Os recursos destinados aos municípios da mesorregião da Zona da Mata e às demais cidades do estado de Minas Gerais evidenciam a ênfase do mandato de Margarida Salomão no aspecto regionalista. Isto pode ser observado não apenas nos municípios beneficiários, mas também no montante de recursos empenhados dentro e fora da Zona da Mata. Dos R\$ 6.153.503,00 empenhados por Margarida, apenas R\$ 394.903,00 foram alocados em municípios dispersos em outras mesorregiões. O valor destinado à Zona da Mata, por sua vez, totalizou R\$ 5.758.600,00. Estes dados, referentes aos valores empenhados no Estado e na mesorregião da Zona da Mata, estão percentualmente dispostos na representação abaixo (Gráfico 8).

Gráfico 8 – Comparativo do empenho de recursos de emendas individuais de Margarida Salomão no estado e na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

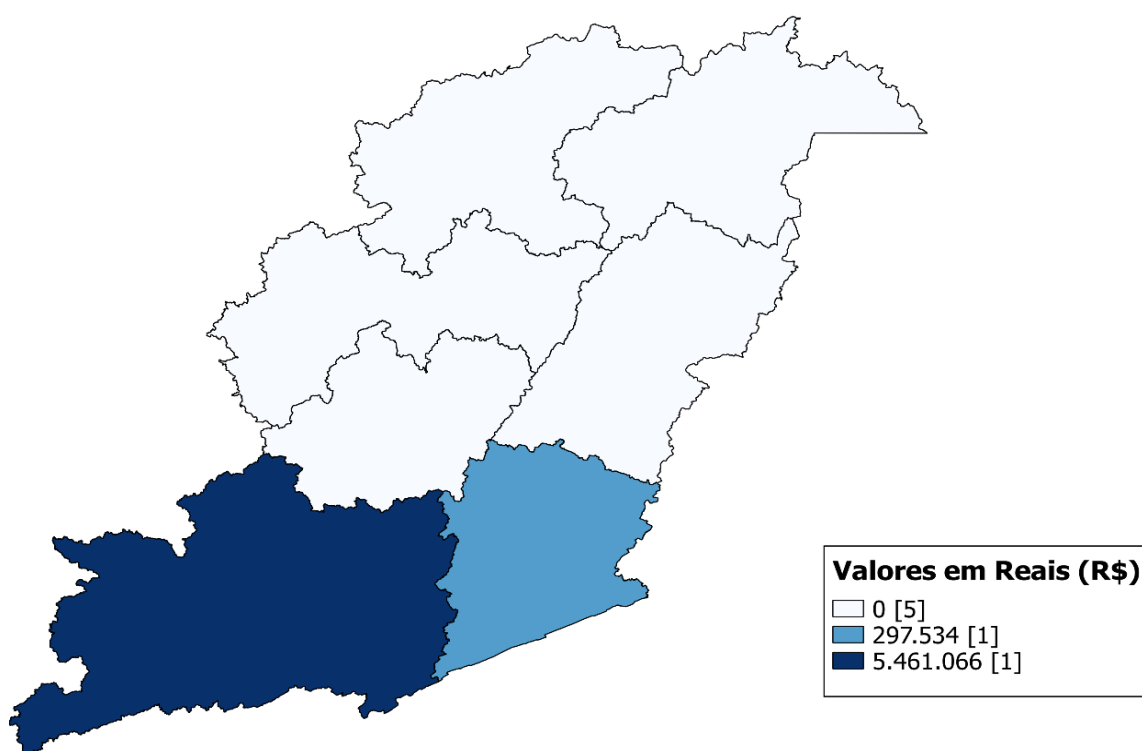
Os empenhos de emendas parlamentares de Margarida Salomão nos municípios mineiros evidencia o volume de recursos alocados na Zona da Mata e o total observado nos demais municípios do estado. Observa-se que 93,6% do valor total foi empenhado na mesorregião da Zona da Mata, enquanto a pequena fatia restante de 6,4% teve como destino as mesorregiões Metropolitana de Belo Horizonte, Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba e Campo das Vertentes.

Estes valores demonstram a forte ênfase da deputada nos municípios da Zona da Mata, especialmente na cidade de Juiz de Fora, na qual se concentrou o valor de R\$ 4.661.086,00 – o equivalente a 75,7% do montante total empenhado pela petista. Isto significa

que Margarida Salomão prioriza a alocação de recursos na Zona da Mata, com foco no município de Juiz de Fora, ao mesmo tempo em dedica poucos valores aos demais municípios do estado, menos de 7% do total.

Tendo como enfoque as microrregiões que tiveram municípios beneficiados na Zona da Mata, demonstra-se na representação cartográfica a seguir (Mapa 11) a disposição dos recursos distribuídos por microrregião.

Mapa 11 – Recursos de emendas parlamentares de Margarida Salomão empenhadas nas microrregiões da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

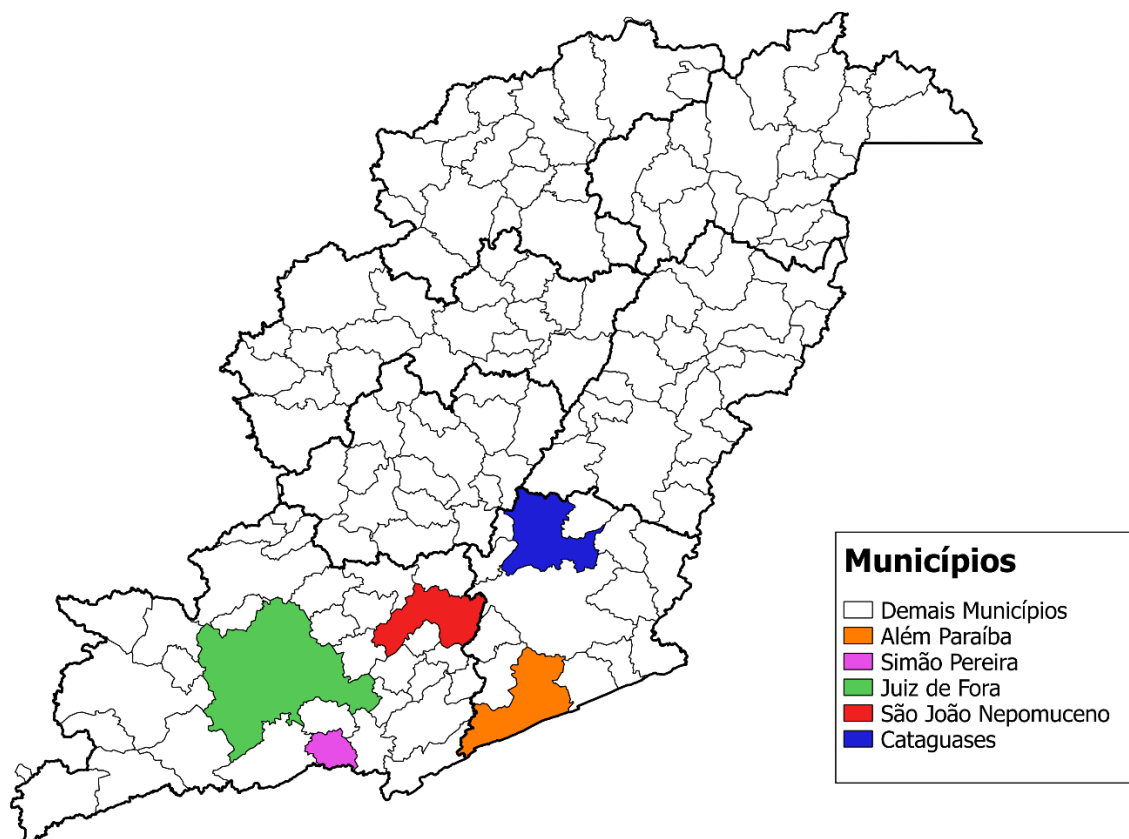
No mapa acima, é possível visualizar os recursos destinados às microrregiões em relação ao total de empenhos na Zona da Mata. Neste sentido, observa-se que Margarida, assim como Wadson Ribeiro, foram os únicos que distribuíram recursos para apenas duas microrregiões, enquanto Júlio Delgado empenhou valores em três localidades, e Marcus Pestana em outras quatro. O fato de Margarida ter registrado mais recursos na mesorregião da Zona da Mata, especificamente em Juiz de Fora, talvez seja um indicativo do condicionamento dos recursos às votações recebidas, tendo em vista que a perspectiva da reeleição é um objetivo relativamente comum entre os atores políticos (MAYHEW, 2004).

As microrregiões em que Margarida alocou seus empenhos de emendas parlamentares individuais estão elencadas no Mapa 11 nas duas faixas posicionadas no canto inferior direito. Evidencia-se que a maior beneficiária foi a microrregião de Juiz de Fora, em azul escuro, na qual se registrou um total de R\$ 5.461.066,00 destinados aos municípios de Simão Pereira, São João Nepomuceno e Juiz de Fora. Na faixa intermediária, constata-se uma baixa alocação de recursos na microrregião de Cataguases, na qual é registrado uma pequena parcela de todo o montante, R\$ 297.534,00 – valor que se concentra integralmente no município de Cataguases.

Também verifica-se que as microrregiões mais distantes do eixo estabelecido pela microrregião de Juiz de Fora recebem menos recursos, da mesma forma que os votos da petista diminuem gradualmente nestas áreas. Conforme as faixas de recursos de distribuídos, as microrregiões de Ubá, Muriaé, Viçosa, Manhuaçu e Ponte Nova não recebem empenhos oriundos de suas emendas parlamentares. Além disso, a concentração de dinheiro nas microrregiões de Juiz de Fora e Cataguases coincide com a existência de um volumoso número de eleitores da deputada nestas áreas, levando-se em consideração os dados a respeito da distribuição dos votos de votos. Isto significa que a área de maior influência econômica e política do mandato de Margarida está localizada nestas localidades e perde força nas demais regiões.

A análise das áreas em que houve concentração de recursos associada à distribuição dos votos demonstra um certo grau de envolvimento da parlamentar com as localidades e o respectivo desenho do mandato no âmbito regional. Neste sentido, a distribuição dos empenhos nos municípios da Zona da Mata pode ser observada abaixo (Mapa 12).

Mapa 12 – Municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Margarida Salomão na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

A visualização no Mapa 12 permite a observação cartográfica dos cinco municípios beneficiários dos empenhos de recursos de emendas parlamentares de Margarida Salomão, no qual se constata a escolha de cidades com relativa proximidade geográfica – Cataguases, o município mais distante, encontra-se a aproximadamente 118 km de Juiz de Fora. Também fica evidente a ausência de destinações para os municípios dispostos em branco.

Os empenhos de Margarida Salomão permitem a observação de sua similaridade com as distribuições de votos na região. Em ambos, Margarida registrou maiores taxas de votação nas regiões em que alocou mais recursos, no caso, Juiz de Fora e Cataguases, as quais respondem pelas duas primeiras faixas de votação nos mapas referentes aos votos da petista.

Da mesma forma que Margarida Salomão apresenta um padrão concentrado no que diz respeito aos votos, os empenhos também parecem seguir este formato. Neste sentido, a regionalização das votações da deputada demonstra forte correlação com a alocação de recursos de emendas, conforme se observa no comparativo entre as localidades que receberam votos e recursos, dispostas no quadro abaixo (Quadro 7).

Quadro 7 – Votações de Margarida Salomão nas localidades que receberam empenhos de emendas parlamentares

Macrorregião	Cidade	Votação
Zona da Mata	Juiz de Fora	53.485
Zona da Mata	Cataguases	1.407
Zona da Mata	São João Nepomuceno	1.064
Zona da Mata	Além Paraíba	929
Zona da Mata	Simão Pereira	221
	Total	57.106

Fonte: elaboração própria

Observa-se, no Quadro 7, que três dos cinco municípios que concentraram um grande número de eleitores da deputada federal, considerada a faixa acima de 1001 votos estabelecidas para o parlamentar no mapa de distribuições eleitorais nas cidades, receberam empenhos do mandato, entre eles, Cataguases, Juiz de Fora, São João Nepomuceno.

De acordo com os dados levantados por esta pesquisa, dos 69.666 votos medidos por Margarida na Zona da Mata, 57.106 estão localizados em municípios que obtiveram recursos de seu mandato no primeiro ano fiscal após as eleições de 2014. O município de Além Paraíba é o único que se posiciona na segunda faixa, que inclui números acima de 501 votos. O município de Simão Pereira foi a única localidade abaixo das duas primeiras faixas que recebeu recursos, onde se localizam votações entre 101 e 500 votos.

A partir dos dados levantados, a deputada foi questionada, na entrevista em profundidade, a respeito dos critérios estabelecidos para a distribuição das emendas parlamentares, dentre os quais Margarida aponta as suas alianças e outras prioridades determinadas pela demanda em diversas áreas como principais pontos norteadores, conforme verifica-se no diálogo reproduzido a seguir.

Gustavo: Há algum critério de distribuição para as suas emendas parlamentares? Você tem algum critério que você estabelece para trabalhar em uma região ou em outra?

Margarida: Aí, basicamente, em função de alianças estabelecidas, prioridades, que são as prioridades de cidade, saúde, esporte, cultura... Na universidade, educação, não é? É a minha própria pauta.

Gustavo: Eu fiz um levantamento rápido, Margarida, a respeito da distribuição das emendas parlamentares para verificar, por exemplo, onde é que elas estão mais ou menos localizadas. Dá para perceber que as suas emendas estão em Juiz de Fora, basicamente, um pouco na região também... Há empenhos em Cataguases, Simão Pereira, São João Nepomuceno, Além Paraíba... Mas tem duas que destoam. Porque Uberlândia e Belo Horizonte, por exemplo, que fogem um pouco do seu círculo de atuação?

Margarida: Aí é por conta da ligação política, não é? Eu fui votada em Uberlândia, fui bem votada em Uberlândia e fui bem votada também em Belo Horizonte. Eu tenho um núcleo de apoio lá, então, isso é um acordo que tinha sido feito...

Gustavo: Tomando compromissos assumidos anteriormente. Sim.

Margarida: Para prestigiar essas coisas, não é? (sic) (SALOMÃO, 2016).

No trecho selecionado, evidencia-se a conexão da deputada com grupos de apoiadores do mandato na distribuição dos recursos, especialmente quando os empenhos de emendas parlamentares são destinados a cidades distantes do seu raio de ação, no qual Juiz de Fora é a posição central. Margarida aponta as alianças estabelecidas como um critério para a alocação de recursos, o que pressupõe a conexão com grupos de apoiadores e lideranças. Talvez, neste sentido, esta seja a explicação para o envio de recursos a cidades distantes como Uberlândia – levando-se em consideração possíveis compromissos assumidos com o ex-deputado federal petista Gilmar Machado, o qual venceu as eleições municipais em 2012 e abriu caminho para que Margarida exercesse a suplência na Câmara dos Deputados²⁴.

Considerando-se os dados a respeito de trajetória política, votações e as destinações de recursos apurados por este trabalho, Margarida Salomão representa um tipo de capital político fortemente regionalizado na Zona da Mata e capilarizado na cidade de Juiz de Fora, na qual se concentra seu maior reduto eleitoral. Enquanto Marcus Pestana e Wadson receberam votos diluídos no estado e na mesorregião, Margarida teve uma grande parcela dos votos na região e pequenas quantidades em municípios com eleitorados menores, os quais complementam montante total – algo que demonstra uma baixa penetração nas demais cidades da Zona da Mata.

Existe, portanto, responsividade entre os recursos/votos da deputada no espaço em que ela desenvolve suas atividades de mandato, o que implica redes de apoiadores, alianças com políticos locais, encontros com lideranças e outros tipos de influência, embora estas conexões aparentemente estejam restritas a microrregiões da Zona da Mata, conforme esta pesquisa verificou também nas entrevistas em profundidade.

4.3.3 Fanpages

As características do conteúdo produzido e publicado pela deputada federal Margarida Salomão em sua página no Facebook serão discutidas nesta seção, levando em

²⁴ Esta relação pode ser verificada em texto publicado pelo jornal Correio de Uberlândia. Disponível em: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/primeiro-prefeito-petista-toma-posse-em-uberlandia-durante-solenidade-nesta-terca/>>. Acesso em: 11 dez. 2016.

consideração o papel central das comunicações massivas e digitais contemporâneas na construção de sentidos válidos ao campo político. Além da visibilidade, como característica intrínseca deste ambiente, também devem ser observadas as propriedades do campo político como a maximização competitiva dos benefícios, em larga medida produzida pelo sistema político. Neste sentido, tipos de comportamentos individualistas e desvinculados dos partidos tendem a aumentar os custos de ações coletivas, cujos reflexos diretos podem ser evidenciados na arena eleitoral (NICOLAU, 2006; AMES, 2012).

Neste ambiente, onde são abundantes as técnicas e as gramáticas comunicativas, objetivos políticos definidos, como o sucesso eleitoral e a manutenção do vínculo democrático, são relativamente importantes para a efetivação da relação entre o cidadão/eleitor e a classe política. Não é sem razão que a literatura especializada demonstra que o vínculo democrático entre mandantes e mandatários têm exigido recursos, especialização, contato duradouro e estratégia – ou seja, uma orquestração de ferramentas capazes de propor um novo tipo de ação política perene, na perspectiva da chamada *campanha permanente*.

Tendo em vista os tipos de ações congressuais dos parlamentares em seus mandatos, propostos por Mayhew (2004), e a demanda do campo político pelo oferecimento de sentidos que validem o processo de representação, foram elaboradas 14 categorias de análise, cuja função é identificar a ênfase comunicativa do deputado no contexto da interface estabelecida com o cidadão/eleitor. Nesta perspectiva, as recorrências das postagens auferidas na página de Margarida Salomão foram analisadas e recenseadas nas categorias a seguir (Quadro 8).

Quadro 8 – Categorização das postagens de Margarida Salomão na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016

TIPOS	CATEGORIAS	RECORRÊNCIAS	%	
Propaganda (<i>Advertisement</i>) (1)	Construção da imagem do deputado (valores pessoais, capacidade de gestão, etc.)	37	3	2,52%
	Construção da imagem do partido (objetivos, ações e diretrizes)		1	0,84%
	Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças (municipais/regionais, estaduais e nacionais)		5	4,20%
	Postagens de estímulo ao cidadão/eleitor para a ação política (reforço do vínculo democrático)		10	8,40%
	Ataque aos adversários		18	15,13%
Crédito Reivindicado (<i>Credit Claiming</i>) (2)	Prestação de contas do mandato (accountability)	18	5	4,20%
	Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.		1	0,84%
	Discussão da atividade parlamentar do deputado (projetos de lei/emendas)		4	3,36%
	Reivindicação de ações congressuais		7	5,88%
Tomada de Posição (<i>Position Taking</i>) (3)	Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais	65	3	2,52%
	Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais		3	2,52%
	Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais e internacionais		55	46,22%
	Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores		2	1,68%
	Tomadas de posição em comissões e espaços da Câmara (Comissões, CPIs, Plenário, etc.)		2	1,68%
TOTAL		119	100%	

Fonte: elaboração própria

É possível observar, no Quadro 8, as tipologias de atividades congressuais que orientam este trabalho, a partir das quais estão organizadas as categorias de análise²⁵, o volume total de ocorrências e o percentual representativo de cada uma delas no que se refere às postagens de Margarida Salomão entre os dias 1 de dezembro de 2015 e 31 de janeiro de 2016.

Ao todo, foram coletadas 383 postagens nas páginas oficiais dos deputados com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, sendo que 119 dizem respeito ao conteúdo produzido e publicado pela deputada. Tendo em conta o volume total de recorrências, Margarida é a segunda

²⁵ A discussão das tipologias e suas respectivas categorias estão dispostas na seção específica de metodologia.

parlamentar mais ativa na rede social durante o período analisado. Tomando como ponto de observação as tipologias, a partir da investigação empírica, observa-se uma preponderância das “Tomada de Posição” em relação às demais, com 65 recorrências. “Propaganda”, com 37, e “Reivindicação de Crédito”, com menos da metade, 18 registros, representam as demais tipologias.

Neste sentido, afirma-se de antemão que Margarida Salomão enfocou, em primeiro lugar, os posicionamentos sobre temáticas de interesse do mandato; em segundo, questões ligadas à sua imagem e dos seus adversários; e no terceiro momento, as reivindicações de ações ligadas à sua atividade parlamentar, como a divulgação de agendas de entrega de recursos, empenhos de emendas parlamentares e a proposição e discussão de Projetos de Lei.

A categoria com maior registro de recorrências foi “Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais”, com 65 recorrências, 46,22% de todas as publicações da deputada petista. A mobilização das postagens nesta categoria remonta, em certa medida, à contaminação do cenário político provocada pela instabilidade institucional que tomou conta do país depois das eleições de 2014 e dos desdobramentos da Operação Lava Jato. Também tem peso o fato de Margarida exercer o mandato pelo PT, partido que era o principal alvo das investigações e das críticas no momento da aferição.

As postagens analisadas por esta pesquisa apresentaram como padrão a utilização de imagens, fotos e vídeos, além de notícias, colunas e reportagens de grandes jornais e veículos com alinhamento político similar, por meio das quais a assessoria da deputada construía as mensagens veiculadas nas redes sociais, normalmente publicadas com análises e comentários sobre as respectivas questões factuais abordadas. As imagens produzidas pela assessoria sempre foram assinadas com o nome da deputada dividido por uma estrela branca vazada de cinco pontas, análoga ao símbolo do PT. As temáticas trabalhadas pela página, as quais abordaram temas como educação, economia e programas do governo, etc., quase sempre remeteram a questões políticas devido à problematização destes assuntos realizada pela sua equipe – isto quando não tratavam exclusivamente desta matéria.

A LUTA CONTINUA

ESTUDANTES DERRUBARAM ATO AUTORITÁRIO DO GOVERNADOR GERALDO ALCKMIN COM POLÍTICA

CHEGA AO FIM A OCUPAÇÃO DE 55 DIAS QUE CANCELOU O FECHAMENTO DE ESCOLAS EM SÃO PAULO E REAFIRMOU A NECESSIDADE DE DIÁLOGO DENTRO DE UMA SOCIEDADE DEMOCRÁTICA

DEPUTADA FEDERAL **MARGARIDA SALOMÃO**

Margarida Salomão
Página curtida · 13 h · 🗨

OCUPAR PARA EDUCAR

Depois de 55 dias de luta e bons exemplos, passando por Natal e ano novo, os estudantes da Escola Estadual Fernão Dias Paes, em São Paulo, desocuparam, de forma voluntária, o colégio. Estes estudantes nos deram uma verdadeira lição de política e democracia. Durante toda a ocupação, organizaram aulas, palestras, eventos culturais e cuidaram da escola e de todo o patrimônio público.

A ocupação teve início após o governador Geraldo Alckmin (PSDB), por meio de uma atitude autoritária e sem ouvir os estudantes, anunciar o fechamento das escolas. Os jovens responderam da melhor forma possível: mostrando que querem participar e se interessam pela sua educação. Deixaram claro que não aceitam o fechamento de suas escolas! Querem mais educação, cidadania, participação e espaço. O resultado foi a suspensão da chamada "reorganização escolar".

Parabéns a todos! Essa ocupação ficará para a história. É essencial o envolvimento da juventude na mudança do país. E que essa luta a favor da democracia continue cada vez mais forte! — 🇺🇵 sentindo-se esperançosa.

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Leticia Rodrigues, Leonardo Azevedo e outras 155 pessoas curtiram isso.

20 compartilhamentos

Tânia Maria Alves PSDB é contra a educação, contra estudantes, contra professores, contra o País. Presidência gentileza, chega desse bando de mafiosos, vamos dizimá-los da política brasileira.
Curtir · Responder · 🗨 1 · 12 h

Escreva um comentário...

Fonte: página oficial da deputada no Facebook (6 de jan. 2016)

#NãoVaiTerGolpe

NO MESMO DIA EM QUE O AI-5 COMPLETA 47 ANOS, GOLPISTAS VÃO PARA AS RUAS PEDIR A DERRUBADA DE UM MANDATO PRESIDENCIAL LEGÍTIMO!

NÓS NÃO PERMITIREMOS! LUTAMOS ANTES E SEGUIREMOS NA LUTA PELA DEMOCRACIA

DEPUTADA FEDERAL **MARGARIDA SALOMÃO**

Margarida Salomão
Página curtida · 10 h · 🗨

#NãoVaiTerGolpe

No mesmo dia em que o AI-5, decreto emitido pelo governo militar brasileiro que cassou direitos civis durante a ditadura, completa 47 anos, golpistas vão para as ruas tentar derrubar o mandato LEGÍTIMO da presidenta Dilma Rousseff. Nós não flertaremos com o golpe. Lutamos muito para conquistar a nossa democracia e não vamos abrir mão dela JAMAIS.

Pelo menos 390 brasileiros foram assassinados em nome "do interesse nacional" nos 10 anos de AI-5
<http://bit.ly/AISNuncaMais>

Estudantes lutavam pela #democracia. A ditadura lutou contra os estudantes: RELEMBRE o AI-5
<http://bit.ly/1QxfCfZ>

Por isso, reafirmo: eu não vou comemorar o aniversário do AI-5 com os golpistas hoje nas ruas pois defendo e respeito a democracia!

Nós temos lado. Estamos com Dilma! Pela democracia, mais direitos, e contra o preconceito e ódio. A coragem vencerá a chantagem e o golpismo! — 🇺🇵 sentindo-se determinado.

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Leonardo Azevedo e outras 449 pessoas curtiram isso.

123 compartilhamentos 31 comentários

Ricardo Pinguim O afastamento do presidente está previsto no artigo 85 da Constituição, que estabelece que ele pode ocorrer em casos de

Escreva um comentário...

Fonte: página oficial da deputada no Facebook (13 de dez. 2015)

Tendo em conta as temáticas gerais verificadas nesta categoria, as postagens centraram-se na questão política, em que foram discutidos com mais frequência, dentre outros assuntos, a desqualificação dos argumentos favoráveis ao impedimento; a construção da imagem do governo por meio da visibilidade de ações e programas realizados, bem como a sua

defesa; a contrariedade por parte de reitores de universidades federais, grupos católicos como a CNBB, juristas, governadores em relação ao impedimento de Dilma Rousseff; a atuação dos secundaristas paulistas contra o fechamento de escolas no estado; e a truculência da polícia na lida com as ocupações e protestos.

Estas temáticas, embora também tenham perpassado questões das áreas de educação, economia, assistência social e segurança pública, foram trabalhadas a partir dos pontos de vista do mandato a respeito dos fatos políticos escolhidos. Desta forma, a crítica aos adversários também emergiu como uma forma de defesa nas tomadas de posição referentes aos temas de abrangência nacional, por exemplo, no que tange à decisão do governo de São Paulo, chefiado por Geraldo Alckmin, quanto ao corte de gastos e fechamento de escolas públicas no estado. Além deste fato, também foi criticada a violência da Polícia Militar contra o movimento estudantil secundarista, na ocasião das ocupações e manifestações contrárias à medida, algo que indiretamente atuou na desconstrução do tucano, um dos principais quadros do partido.

Ainda que as críticas a políticos como Eduardo Cunha e Geraldo Alckmin tenham emergido nas tomadas de posição assinaladas na primeira categoria, a desconstrução por meio de ataques foi recenseada em uma categoria específica. Em “Ataque aos adversários”, foram registradas 18 recorrências, 15,13% do total das postagens, nas quais se verifica um tom mais claro de hostilidade. Os principais alvos identificados foram, por volume de registros, Eduardo Cunha, Aécio Neves, Fernando Henrique Cardoso, Eduardo Azeredo e Jair Bolsonaro.



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (2 de dez. 2015)



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (5 de dez. 2015)

Na primeira postagem selecionada, é possível verificar de que forma a deputada petista construiu a imagem de seus opositores no cenário de disputa política em que o PT e o governo de Dilma Rousseff enfrentaram uma queda de popularidade seguida da fragmentação da base aliada. Na primeira postagem, foi evidenciada a disputa política na contraposição de imagens entre Eduardo Cunha e Dilma Rousseff, acompanhada da frase “Escolha seu lado da força”, a qual remete a um dualismo entre ‘nós’, o governo, a figura da presidente e seus apoiadores – o lado luminoso (*ashla*), e ‘eles’, no caso, o peemedebista e os adversários do governo – o lado negro (*bogan*), com alusão às disputas entre os *jedi*, personagens centrais na trama de *Star Wars*.

Acusado por ter omitido e mentido em juízo sobre “contas na Suíça não declaradas no exterior”, além de ser “suspeito de corrupção e crimes de desvio de dinheiro público”, Eduardo Cunha é comparado às qualidades atribuídas à Dilma Rousseff, no caso, como “parte de um governo que tirou 36 milhões” e “elevou 40 milhões de pessoas à classe média”. A disputa focalizou, naquele momento, a questão da corrupção atribuída a Cunha e ao crime de responsabilidade, remetido à Dilma, no episódio das chamadas “pedaladas fiscais” – denúncia que embasou a aceitação do processo de impedimento no dia seguinte à publicação da referida postagem.

Na segunda postagem, em que o tema central foi o arquivamento do inquérito sobre o aeroporto construído nas terras do tio-avô de Aécio Neves na cidade de Cláudio, Minas

Gerais, verificou-se o tom de ironia pela utilização de anjos pensativos na imagem assinada que apresentou o título da notícia da Folha de S. Paulo a respeito do fato. No texto que segue a imagem, Margarida afirma que Aécio “já confundiu o público e o privado diversas vezes em seu mandato”, inclusive em casos em que deu “carona VIP” a figuras públicas como o dono da Editora Abril, Roberto Civita, o apresentador e empresário, Luciano Huck, e o ex-presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), Ricardo Teixeira.

No que diz respeito a terceira categoria mais acionada, “Postagens de estímulo ao cidadão/eleitor para a ação política”, foram auferidos 10 registros, o que corresponde a 8,40% do total das publicações de Margarida Salomão. Observou-se nas postagens recenseadas nesta categoria os incentivos à atividade política dos cidadãos/eleitores que interagiram com a página, considerando-se as mobilizações em defesa do governo da ex-presidente Dilma Rousseff e da legalidade das instituições democráticas no contexto das investigações da Operação Lava Jato, nas quais a deputada petista estava inserida. Além disso, também foram verificados estímulos à prevenção da AIDS e à valorização dos direitos humanos.



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (14 de dez. 2015)



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (14 de jan. 2016)

Conforme se observa na primeira postagem, a maior parte das recorrências refere-se à mobilização em favor de Dilma, do Governo do PT e contra o ex-presidente da Câmara, Eduardo Cunha, algo que pode ser evidenciado nas *hashtags* que classificam as postagens da página, entre elas, #NãoVaiTerGolpe, #DilmaFica, #ForaCunha e #EuVouPraRua, e nas expressões “vamos unir forças contra o golpe”, “o direito constitucional que nos garantiu eleições limpas e periódicas não pode ser jogado fora” e “quem quiser governar o país tem que ganhar no voto popular, e não no ‘tapetão’”. Na segunda postagem, Margarida desmentiu boatos a respeito do confisco de poupança por parte do governo que circulara nas redes sociais e pediu que os seus seguidores utilizassem suas contas pessoais para desconstruí-los. Mais uma vez, a deputada empregou *hashtags*, como #EspalheAVerdade, para elencar a temática tratada nas redes sociais, assim como foi feito na maior parte de suas postagens.

A quarta categoria analítica mais acionada se refere às postagens em que Margarida Salomão reclamou a sua participação em ações congressuais ou na elaboração de emendas parlamentares e Projetos de Lei. Em “Reivindicação de ações congressuais”, foram verificadas sete ocorrências, 5,88% do total de postagens, nas quais se observou a autoria/participação e/ou sua respectiva associação aos temas trabalhados.



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (14 de jan. 2016)



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (2 de dez. 2015)

A maior parcela das postagens alocadas nesta categoria trata da participação de Margarida Salomão na proposição de Projetos de Lei, com foco em sua atividade na educação, ciência e tecnologia – áreas de atuação e militância da deputada ao longo de sua trajetória acadêmica e política. A temática principal das reivindicações de autoria da deputada esteve ligada à Proposta de Emenda Constitucional 290/13, também conhecida como PEC 290/13, a qual se refere ao avanço na cooperação entre as pesquisas públicas e o desenvolvimento do setor privado, cuja proposição deu origem à Emenda Constitucional nº 85/15.

Esta reivindicação de autoria perpassa, em larga medida, as postagens da deputada, algo que pode ser notado com alguma frequência na amostra selecionada. Vale lembrar que esta ação foi retomada em dezembro por meio de uma série de postagens identificadas pelo termo “Retrospectiva”, na qual Margarida relembrou as principais ações promovidas e as atividades nas quais o seu mandato esteve presente. Na segunda postagem, a petista saúda o Dia Nacional do Samba como um “traço da identidade nacional” e utiliza o gancho factual da data para discutir o projeto Ponto do Samba. Por meio desta postagem, Margarida se associa à atividade realizada na cidade de Juiz de Fora e gera visibilidade a respeito da ação viabilizada com o auxílio do mandato.

A categoria “Prestação de contas do mandato”, com cinco recorrências, o equivalente a 4,20% das postagens, refere-se às efetivas destinações de recursos de Margarida Salomão aos municípios atendidos pelo mandato. Verifica-se nas postagens uma grande amplitude de áreas cobertas pelos recursos empenhados, entre elas, educação, saúde, agricultura, esporte e lazer. De acordo com as postagens, o valor total de empenhos totalizou aproximadamente 6,9 milhões de reais neste período, valor que supera em R\$ 600.000,00 a quantia verificada nas aferições dos empenhos de emendas individuais realizada por este trabalho. A diferença possivelmente ocorreu em função das demais fontes de recursos da deputada, como as emendas de bancada.

EMENDAS PARLAMENTARES

MARGARIDA CONSEGUE A LIBERAÇÃO DE R\$ 6,9* MILHÕES EM DEZEMBRO**

- R\$ 3,1 MILHÕES** para atenção básica, atenção especializada e urgência em Bicas, Cataguases, Juiz de Fora, São João Nepomuceno e Simão Pereira
- R\$ 1,8 MILHÕES** para UFJF e IF Sudeste (Juiz de Fora e Rio Pomba)
- R\$ 1 MILHÃO** para benefício direto de 800 crianças e adolescentes em projetos de esporte e lazer em Juiz de Fora
- R\$ 414 MIL** para a agricultura familiar em Barbacena e Juiz de Fora
- R\$ 248 MIL** para mobilidade no bairro Santa Luzia em Juiz de Fora
- R\$ 151 MIL** para financiamento de eventos artísticos
- R\$ 101 MIL** para o Fundo Municipal de Direitos da Criança e Adolescente em Juiz de Fora

* Este é o valor aproximado, o valor real é R\$6.897.571,45
** O total de indicações em 2015 foi de R\$15,4 milhões, algumas emendas já foram empenhadas antes e outras estão sob análise

DEPUTADA FEDERAL **MARGARIDA SALOMÃO**

Margarida Salomão
Página curtida · 6 h · Editado

#MargaridaPelaRegião

EMENDAS PARLAMENTARES EMPENHADAS

Neste final de ano, várias emendas parlamentares que indicamos foram empenhadas. Nós trabalhamos muito para garantir estes recursos para Juiz de Fora e região. Agora em dezembro, foram R\$6,9 milhões. Nós indicamos, ao todo, R\$15,4 milhões para várias ações. Parte dos recursos já foi liberado antes e algumas indicações continuam sob análise.

Esperamos sensibilizar os ministérios para que outras emendas sejam empenhadas e pedimos atenção aos prefeitos e prefeitas para cumprirem todas as exigências e prazos, pois não podemos perder recursos neste momento de austeridade.

Confira o destino das nossas emendas:
goo.gl/18Vbul

Curtir · Comentar · Compartilhar

Pedro Brasil e outras 33 pessoas curtiram isso. Principais comentários · curtiram isso.

21 compartilhamentos

Leandro G. de Almeida Assessoria Margarida Salomão como e onde no bairro Santa Luzia serão investidos esses 248 mil? Alt

Escreva um comentário...

Fonte: página oficial da deputada no Facebook (22 de dez. 2015)



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (27 de jan. 2016)

As postagens destacaram os montantes empenhados na Zona da Mata, nas quais se evidencia a predominância de Juiz de Fora e a participação de municípios até então não identificados nas emendas individuais, como Bicas, Rio Pomba, Tocantins e Piraúba. Os municípios de Belo Horizonte e Uberlândia, por sua vez, não figuraram na prestação de contas de feita neste período. Em função da não divulgação dos números das emendas, foi praticamente inviável a conferência exata da execução das emendas parlamentares, suas instituições de origem, os respectivos valores e os municípios beneficiários.

Na primeira recorrência selecionada, estão elencados os valores empenhados pela deputada, as áreas de destinação e os municípios beneficiários. Além disso, também estão dispostas as alocações de recursos em Juiz de fora e na região, bem como o financiamento de eventos artísticos, no Fundo Municipal de Direitos da Criança e do Adolescente e em um dos bairros mais populosos da cidade, o Santa Luzia.

A segunda recorrência, ao seu turno, referente à destinação de recursos ao IF Sudeste Rio Pomba, reforça que o empenho seria importante para “movimentar a economia

local” e que a agenda também possibilitaria a visita aos “amigos de Piraúba e Tocantins”, na busca por “alternativas para melhorar a qualidade de vida e o desenvolvimento dos moradores dessas cidades” – expressões que aproximam a deputada do eleitor/cidadão pela tentativa de demonstrar familiaridade e preocupação com o seu futuro, respectivamente. Vale ressaltar que a postagem registrou a participação da deputada em uma rádio local, ferramenta que lhe permite uma penetração bastante localizada e verticalizada nas cidades beneficiárias.

Outra categoria, “Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças”, também registrou cinco recorrências, ou seja, 4,20% das postagens. Nesta clivagem, ganharam relevo as inserções da deputada na mídia, seja como fonte ou como colunista/escritora, bem como as suas agendas com lideranças políticas. No caso das inserções, apenas três recorrências foram encontradas, enquanto outras duas se referiam ao encontro com o ex-ministro do Trabalho e Previdência Social, Miguel Rosseto, e a agenda com a diretoria do IF Sudeste MG, com a presença do reitor da instituição, Paulo Rogério Araújo Guimarães.

Fonte: página oficial da deputada no Facebook (27 de dez. 2015)



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (27 de dez. 2015)

De acordo com a verificação feita nas postagens, Margarida Salomão divulgou em sua página as suas participações em veículos de abrangência regional e nacional, como a TVE Juiz de Fora e a TV Câmara, embora não tenha registrado, durante o período de investigação, inserções em jornais de grande circulação nacional, como O Globo e Folha de S. Paulo. Apenas uma inserção em rádio local foi verificada, na ocasião do anúncio de recursos para o IF Sudeste, localizado no município de Rio Pomba. A relação de Margarida com a mídia, neste sentido, se diferencia do padrão apresentado por Marcus Pestana e Júlio Delgado, considerando-se que ambos deram visibilidade para as suas participações na mídia, seja como fontes ou como colunistas em jornais impressos e digitais. Esta circunstância talvez sinalize uma penetração menor da deputada nas mídias estadual e federal.

Três categorias registraram três postagens cada uma, isto é, 2,52% do total, respectivamente. Entre elas estão “Construção da imagem do deputado”, “Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais” e “Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais”. A primeira delas, “Construção da imagem do deputado”, elencou as postagens que ressaltaram valores pessoais, habilidades políticas e sua capacidade de aproximação e diálogo. Isto pode ser observado na postagem a seguir, considerando-se a proximidade demonstrada em relação aos seguidores na antevéspera do Natal. As demais recorrências desta categoria dizem respeito às trocas de foto principal e de capa realizadas pela assessoria da deputada, nas quais Margarida é retratada de perfil, com expressão firme e compenetrada. Embora não sejam o objeto de estudo deste trabalho, os comentários registrados indicam a interação afetiva dos usuários com a fotografia, de onde emergem comentários como “Diva!”, “Orgulho do meu voto!!” e “Me representa!!!”.

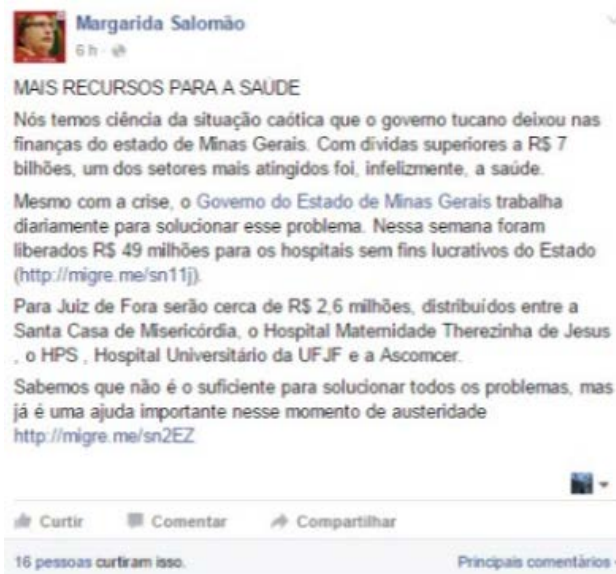


Fonte: página oficial da deputada no Facebook (23 de dez. 2015)

Em “Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais” e “Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais”, ambas categorias pertencentes à tipologia “Tomada de posição”, foram registradas as recorrências relativas ao engajamento da deputada em relação a questões contemporâneas factuais e temas políticos em nível municipal e regional, no primeiro caso, e estaduais, no segundo.



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (17 de dez. 2015)



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (11 de dez. 2015)

Na primeira postagem, selecionada na categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais”, Margarida Salomão dá visibilidade para o protesto da militância de esquerda na cidade de Juiz de Fora. A deputada revela a sua ausência, mas demonstra o seu apoio ao grupo por meio da expressão “na luta pela democracia” e das marcações “#NãoVaiTerGolpe”, “#ForaCunha” e “#DilmaFica”.

A segunda recorrência selecionada, já na categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais”, demonstra a articulação de uma questão factual política com uma crítica ao grupo político que até as eleições de 2014 governava o estado. A destinação de R\$ 49 milhões de reais a hospitais sem fins lucrativos em Minas Gerais, realizada pelo governo Pimentel, permitiu que a deputada criticasse a “situação caótica que o governo tucano deixou nas finanças do estado” e, em seguida, fizesse a abordagem estadual e local da distribuição dos recursos, dos quais a cidade de Juiz de Fora também foi beneficiária. Talvez em razão da dificuldade enfrentada pelo PT naquele momento, Margarida afirmou que recurso não era suficiente para solucionar toda a problemática da saúde, embora fosse importante no cenário de austeridade antes justificado na crítica ao governo de seus oponentes em Minas Gerais.

As categorias “Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores” e “Tomadas de posição em comissões em espaços da câmara” apresentaram duas recorrências, o que corresponde a 1,68% do total de postagens em cada uma delas. Nestas clivagens, onde se observou a conexão de Margarida Salomão com grupos de apoiadores, foi possível identificar a aproximação da deputada com moradoras dos bairros Santo Antônio e Alto Santo Antônio, em Juiz de Fora, durante uma capacitação em MDF coordenada pela Faculdade de Comunicação da UFJF. Na ocasião, o empenho de emenda da petista na atividade foi tratado

em segundo plano, com destaque para o aprendizado das mulheres atendidas pelo curso. Além disso, a conexão da deputada com grupos ligados à CUT também ganhou visibilidade na ocasião de uma conferência da central sindical, e também foi reforçada em função do vínculo presente na trajetória de Margarida com movimentos sociais trabalhistas.



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (22 de jan. 2016)



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (16 de jan. 2016)

Em “Tomadas de posição em comissões e espaços da Câmara”, foram recensadas as postagens que trataram exclusivamente de posicionamentos da deputada, com destaque para

a sua atuação na Câmara dos Deputados. A postagem escolhida ilustra a posicionamento de Margarida Salomão contra o processo de impedimento em curso naquele momento, logo após a sua aceitação por parte do ex-presidente da Câmara, Eduardo Cunha. Na publicação, a petista enfatiza a sua posição como “direta e frontalmente contra o golpe”, o que ela considera uma “afronta” da parte do peemedebista.

As categorias com apenas uma recorrência, “Construção da imagem do partido” e “Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.”, registraram apenas 0,84% das recorrências cada uma. Na única postagem que trata especificamente do PT, Margarida replica um *tweet* da conta @PTnaCâmara no dia da votação pela admissibilidade do processo contra Eduardo Cunha no Conselho de Ética da Câmara dos Deputados. Na peça, Margarida comenta o fechamento de posição da bancada petista a respeito do processo e o posicionamento do partido por meio dos deputados Geraldo (PT/PA), Leo de Brito (PT/AC) e Valmir Prascidelli (PT/SP). Foi a única referência direta ao posicionamento do partido sobre uma matéria específica, algo que aparentemente se distancia da prática comum da legenda de fechar questão sobre temas específicos na pauta da Câmara.



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (2 de dez. 2015)



Fonte: página oficial da deputada no Facebook (2 de dez. 2015)

Na última categoria, “Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.”, foi registrada uma recorrência relativa ao convênio para a construção de uma Unidade de Atenção Primária à Saúde (UAPS) no bairro Manoel Honório, em Juiz de Fora. Margarida reivindicou o crédito de sua participação no convênio e criticou o antigo governo estadual tucano ao afirmar que “o projeto ficou parado na burocracia” e que sua equipe “acompanhou firme para dar celeridade à luta da comunidade”. Na postagem, a deputada descreve o acompanhamento da questão de forma detalhada, o que demonstra aparente diligência em relação ao assunto tratado na publicação.

Considerando-se as características que emergiram da análise das postagens, constata-se que Margarida Salomão preocupou-se fundamentalmente em defender o governo das críticas recebidas pela oposição a partir da sugestão de ângulos de observação distintos daqueles construídos pelos opositores do PT. Aparentemente, o conteúdo produzido pelo mandato respondia à necessidade de quadros interpretativos a respeito da situação política do país, os quais Margarida, em razão de sua atuação em nível federal, era capaz de recomendar aos seus seguidores.

A atenção de Margarida no que se refere à comunicação e sua relação com a política é evidenciada na entrevista em profundidade, na qual a deputada reitera a importância da comunicação nos processos democráticos e também demonstra preferências no que diz respeito às esferas de comunicação acessadas pelo mandato, o recorte parlamentar em Juiz de Fora e o papel da imprensa estadual para a visibilidade de deputados federais.

Gustavo: Como é que você vê a importância da visibilidade em veículos locais, regionais, estaduais e nacionais para o mandato de deputada federal?

Margarida: Eu acho que não há divórcio, não há política sem comunicação. Uma política secreta pode ser sim um período de luta clandestino ou qualquer coisa dessa. Mas quando você tem o mínimo de liberdade democrática como hoje temos... Quer dizer, não é uma democracia plena, porque não tem a democratização da mídia, você tem tantas restrições da participação da sociedade, você tem um judiciário também que é completamente sem controle social, desenfreado, mas enfim... [...] Então, sendo assim, não há como você pensar em fazer política sem pensar em comunicar as suas ideias, estabelecer vínculos, construir apoios, construir uma relação de interlocução com a sociedade da qual você inclusive... é o veículo! Eu entendo que a função parlamentar é uma função de representação. Isso é dado constitucionalmente para que isso não seja uma formulação vazia. Então, você precisa de ter uma comunicação ativa. Então, eu procuro ter uma presença nos meios locais. Também tenho buscado nos meios nacionais, fundamentalmente... Os meios estaduais, muito pouco, porque os meios estaduais, na verdade, são os meios municipais de Belo Horizonte. A mídia de Minas, estadual, é uma mídia de Belo Horizonte e da região metropolitana. Então, inclusive, não tem nenhuma repercussão aqui. Você não encontra aqui quem leia O Tempo... Sei lá, tem uma matéria ali e tal... Então eu tenho interesse na mídia local e na mídia nacional.

Gustavo: Dá para dizer que a local se sobrepõe à nacional, tendo em vista que 67% dos seus votos foram aqui?

Margarida: Não, porque uma grande parte do meu eleitorado é... Juiz de Fora tem uma característica interessante. Juiz de Fora tem dois escopos de interesse político: municipal e nacional. Nós sempre saltamos o estado de Minas, não é? Então, eu me projetando nacionalmente... Isso rebate no meu eleitorado de Juiz de Fora. Então, eu tenho muito interesse sempre de frequentar a mídia nacional (sic) (SALOMÃO, 2016).

No trecho da entrevista, é possível observar que o foco do mandato está alinhado localmente com protagonismo da cidade de Juiz de Fora. Além disso, a petista reforça a penetração das mídias local e nacional e sua importância para o mandato, algo que reitera as ênfases encontradas na página do Facebook, tendo em vista que a maior parcela dos conteúdos trabalhados destacou aspectos da política regional e nacional. Esta situação também é evidenciada quando Margarida explica as estratégias comunicativas do mandato.

Eu tenho duas estratégias comunicativas claras. Uma delas é de dar conta do meu mandato. E isso eu dou conta fundamentalmente para a cidade e região. Eu sou uma candidata, eu sou uma deputada distrital, então eu tenho um interesse muito grande em prestar contas do que eu estou fazendo, as emendas que eu faço, os projetos que eu apoio... Eu tenho um interesse muito grande em dar visibilidade a isso. De outro lado, eu me dirijo a um público de opinião de esquerda no Brasil, que é um público com qual eu dialogo aí... É um diálogo nacional (sic) (SALOMÃO, 2016).

Neste sentido, verifica-se que a deputada se preocupa em relação a sua atuação regional, mas também se dedica a produzir conteúdos que estabelecem diálogo com um público de esquerda em nível nacional. Nas redes sociais, assim como na distribuição de empenhos de emendas parlamentares, a deputada privilegiou e destacou as ações na Zona da Mata, especialmente em seu principal reduto eleitoral, a cidade de Juiz de Fora. Em suas publicações na página, a parlamentar deu visibilidade às atividades de mandato em algumas das principais

idades da microrregião e também expôs atividades de cunho bastante localizado, em especial, em alguns bairros. No contexto da prestação de contas, destaca-se a impossibilidade de verificação exata dos empenhos de emenda da deputada federal em razão da não divulgação dos códigos que identificam as emendas parlamentares e suas fontes de origem (ministérios, fundações, tipo de emenda, etc.) – o que dificulta a apuração de pesquisadores e a consulta de cidadãos interessados em questões mais específicas do orçamento.

Embora Margarida Salomão tenha se dedicado a temas de abrangência nacional no que diz respeito às tomadas de posição, o número de inserções da parlamentar em meios de comunicação locais, estaduais e nacionais foi relativamente pequeno, ainda que a deputada tenha afirmado o seu interesse nestes veículos, em razão de sua influência no cenário local. No entanto, outras formas de comunicação também foram consideradas determinantes para a deputada no relevo político do mandato.

[Perguntada sobre os vínculos estabelecidos com os eleitores pela comunicação massiva e digital] Por exemplo, através das redes sociais, da divulgação do meu trabalho, do retorno que eu tenho nas redes sociais, que é a forma mais intensa que eu tenho de retorno dos eleitores... É claro que eu tenho outras formas de comunicação que são presenciais. Reuniões que eu faço, visitas que eu recebo aqui... Eu, hoje, estou aqui... Até a hora em que eu viajar eu estarei recebendo gente. Então, isso é uma outra forma de comunicação. Comunicação não é só comunicação de massas. Então, é lógico que isso também é vital para que eu dê visibilidade, densidade e força ao meu mandato (sic) (SALOMÃO, 2016).

[Perguntada sobre o papel de líder de opinião exercido pelos deputados] Na medida em que eu ofereço informações, na medida em que eu assumo posições e na medida em que eu exerço a função de liderança. Essa é uma das esferas do exercício parlamentar... É essa referência no campo da opinião. [...] Uma fala minha teve essa ressonância em um país de 220 milhões de habitantes. Eu tive 12 milhões de visualizações. Há de se convir que é lógico que eu sou formadora de opinião (sic) (SALOMÃO, 2016).

Diferentemente de outros deputados e do próprio desejo em acessar a mídia nas esferas regional e nacional, Margarida praticamente não divulgou as suas participações em jornais, revistas e no meio digital, o que sugere uma baixa penetração da petista no círculo midiático, seja como fonte ou colunista/autora de textos – ainda que Margarida tenha afirmado em entrevista que sua assessoria conta com quatro profissionais de comunicação e uma empresa terceirizada, isto é, a maior profissionalização da comunicação verificada entre os parlamentares. Neste sentido, a capacidade de atender aos interesses de seus aliados e eleitores está assentada em outros tipos de relação política, como a sua trajetória, a proximidade e o atendimento ao seu reduto eleitoral e a eventual participação nas disputas pelo executivo municipal.

Em resumo, o mandato de Margarida Salomão enfatiza a expansão regional ancorado em uma forte concentração de votos na cidade de Juiz de Fora, o que pode ser

evidenciado nas variações nos volumes de voto entre 2010 e 2014 no estado Minas Gerais e em Juiz de Fora. As emendas parlamentares confirmam esta tendência, posto que Juiz de Fora continua sendo a principal cidade beneficiária, acompanhada de outros municípios localizados em sua órbita. A carreira política construída localmente via ocupação de cargos está conectada à influência do PT no município e aos cinco pleitos seguidos de exposição e campanhas, as quais reiteram a ênfase personalista e regional do mandato. Talvez pelo fato de não ocupar os principais cargos na hierarquia partidária, espaços de diálogo e opinião na mídia foram escassos, embora sejam aparentemente importantes para deputados que pretendem capilarizar o mandato em vastas regiões como o estado de Minas Gerais.

4.4 WADSON RIBEIRO (PC DO B)

4.5.1 Geografia Eleitoral

Deputado federal eleito suplente no processo eleitoral de 2014, Wadson Nathaniel Ribeiro é presidente do Partido Comunista do Brasil (PC do B) no estado de Minas Gerais²⁶. Possui uma carreira política bastante vinculada às lideranças de movimentos sociais ligados à educação, nos quais exerceu cargos de diretor e presidente, especialmente na União Nacional dos Estudantes (UNE) e na União da Juventude Socialista (UJS).

A trajetória política de Wadson foi iniciada em 1992, aos 16 anos, quando se tornou dirigente da União Juizforana de Estudantes Secundaristas (UJES). Durante o processo de impeachment de Fernando Collor, Wadson Ribeiro transformou-se em uma das principais lideranças municipais responsáveis pelo apoio à mobilização nacional pela saída do então presidente. Em 1994, Wadson Ribeiro iniciou o curso de medicina na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e tornou-se presidente do centro acadêmico na universidade e representante da Direção Executiva Nacional dos Estudantes de Medicina do Brasil (DENEM).

Durante sua formação acadêmica em medicina, Wadson Ribeiro iniciou sua trajetória na UNE e elegeu-se presidente da organização em 1999, cargo ocupado até o ano de 2001. Em função das atividades na UNE, Wadson deixou o curso de medicina e se mudou para São Paulo, onde colaborou na construção da Bienal de Arte e Cultura da UNE e do Circuito Universitário de Cultura e Arte (CUCA), ainda durante o mandato como presidente da entidade.

²⁶ As informações a respeito da trajetória política de Wadson Ribeiro foram coletadas no endereço eletrônico da parlamentar, na seção biografia, no portal do Câmara dos Deputados, no portal do jornal Estado de S. Paulo e na entrevista em profundidade disponível no Apêndice D desta pesquisa.

Em 2001, Wadson Ribeiro foi novamente eleito, desta vez, para presidir a UJS. Neste percurso, militou pela criação do Estatuto da Juventude e por uma reforma universitária, que contribuiu para a criação de políticas públicas como o Programa Universidade Para Todos (Prouni). Neste mesmo período, participou da coordenação nacional de campanha na eleição de Lula à presidência da república em 2002.

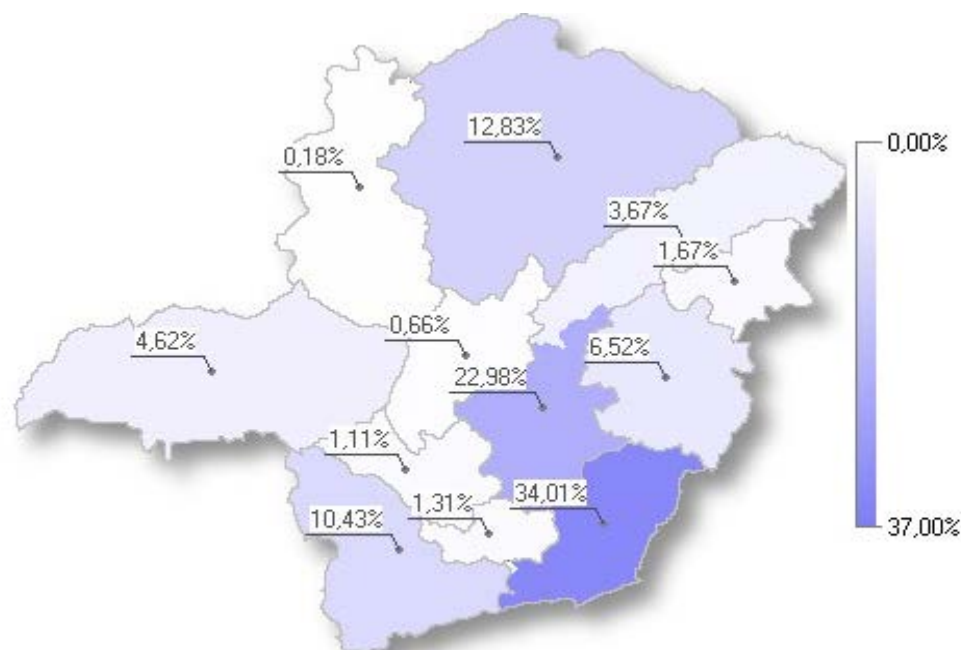
Em 2006, Wadson Ribeiro disputa a eleição para deputado estadual em Minas Gerais, mas não consegue se eleger ao legislativo estadual com os 10.494 votos recebidos. Em 2007, por meio de um convite de Lula e do ministro do Esporte à época, Orlando Silva, assume a Secretaria-Executiva do Ministério do Esporte. Wadson assumiu o cargo, sem aparente conexão com o tema, e permaneceu no ministério até 2010, quando foi exonerado pelo ex-ministro, também comunista, Aldo Rebelo.

No ano de 2010, Wadson Ribeiro se candidatou pela primeira vez ao legislativo federal pelo PC do B e alcançou 54.494 votos, dos quais 20.752 foram conquistados em Juiz de Fora. Este resultado lhe garantiu pela primeira vez a suplência na Câmara dos Deputados. Em 2011, o deputado retorna ao Ministério do Esporte e, no ano seguinte, volta à Minas Gerais para atuar em atividades partidárias. Em 2013, foi eleito presidente do PC do B no estado de Minas Gerais depois de ter sido vice-presidente durante um ano.

Em 2014, Wadson Ribeiro foi reeleito deputado federal suplente, mas nesta ocasião assumiu a cadeira para um mandato tampão após a convocação de Odair Cunha ao primeiro escalão de Fernando Pimentel em Minas Gerais. O desempenho do deputado neste pleito foi ligeiramente inferior ao do processo eleitoral anterior: em 2014, foram totalizados 53.733, contra 54.494 em 2010 – diminuição de 761 votos. Em Juiz de Fora, a votação do comunista também diminuiu de um pleito para outro, tendo sido contabilizados 20.792 em 2010, e apenas 9.504 em 2014 – isto é, queda de 11.228 votos.

No geral, os votos de Wadson Ribeiro, assim como os dos outros deputados federais analisados por esta pesquisa, possui características próprias de localização e disposição no estado, com diferentes graus de concentração em cada mesorregião, microrregião e municípios. Quando se toma como ponto de observação a clivagem estadual sugerida pelo governo de Minas Gerais, é possível verificar que os votos de Wadson se concentram em algumas mesorregiões, como pode ser visto a seguir (Mapa 13), com destaque para a Zona da Mata.

Mapa 13 – Distribuição dos votos de Wadson Ribeiro nas mesorregiões do estado de Minas Gerais



(*) Distribuição do total de votos do candidato nas mesorregiões

Fonte: TRE/MG

No mapa do estado é possível ver o detalhe das votações de Wadson Ribeiro nas mesorregiões de Minas Gerais. Em tons mais escuros estão as localidades que registraram números mais concentrados de votos, enquanto os tons mais claros demonstram a redução na quantidade eleitores que escolheram o comunista para o exercício da legislatura na Câmara Federal. Entre todos os parlamentares com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, Wadson é aquele que detém, no todo de sua votação, a menor concentração de votos da Zona da Mata. A maior votação do comunista entre as mesorregiões ocorre nesta localidade, onde são registrados 18.824 votos, o equivalente a 34,01% de seus eleitores, embora ela não seja tão expressiva no todo como para os demais deputados.

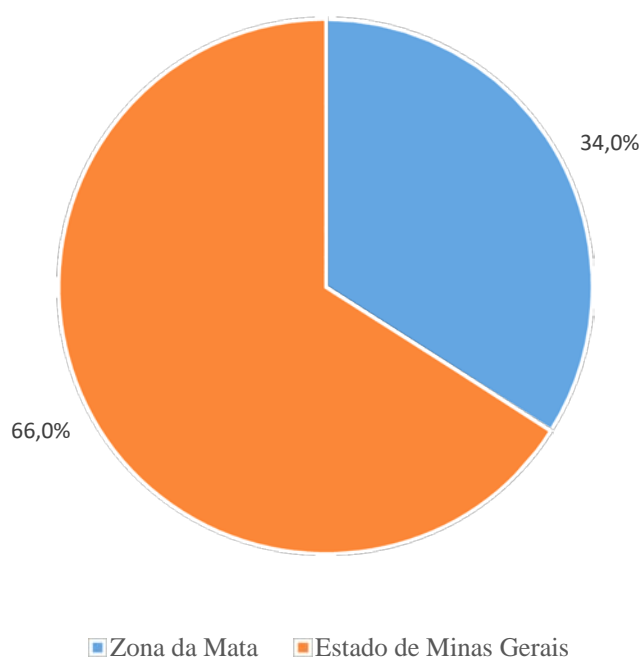
Wadson Ribeiro obteve, no entanto, a melhor votação em uma região que não é a sua de origem. Tomando como base a sua votação total, o deputado federal recebeu 12.384 votos na região Metropolitana de Belo Horizonte, o equivalente a 22,98%. O parlamentar também teve expressivo resultado no Norte de Minas, onde obteve 6.894 votos, o que corresponde a 12,83%, e no Sul/Sudoeste de Minas, na qual foram registrados 5.607, isto é, 10,43% de todo o seu montante. Os dados revelam que as concentrações mesorregionais de Wadson tendem a aproximá-lo de um padrão de votos estadualizado, considerando-se os

percentuais medidos fora do eixo eleitoral clássico, ou seja, ligado à região de proveniência do político.

A votação de Wadson teve uma baixa de aproximadamente quatro pontos percentuais na mesorregião do Vale do Rio Doce, 3.506 (6,52%), seguida de outras pequenas diminuições no Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, 2.485 (4,62%), no Jequitinhonha, 1.974 (3,67%), no Vale do Mucuri, 899 (1,67%), no Campo das Vertentes, 702 (1,31%) e nas regiões Oeste De Minas, 595 (1,11%), Central Mineira, 353 (0,66%) e Noroeste de Minas, 96 (0,18%).

É importante considerar que total de votos válidos recebidos no estado e os percentuais nas mesorregiões também servem de parâmetro para avaliar a forma pela qual as votações obtidas pelo deputado federal estão distribuídas no Minas Gerais, tendo em vista os incentivos produzidos pelo sistema político, conforme tratamos nos capítulos teóricos. Desta forma, comparamos no gráfico abaixo (Gráfico 9) os votos contabilizados por Wadson Ribeiro na Zona da Mata e o total recebido no estado.

Gráfico 9 – Distribuição espacial dos votos de Wadson Ribeiro no Estado e na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

Estão expostos no Gráfico 9 os dados de votação referentes ao estado de Minas Gerais e mesorregião Zona da Mata. Nele, é possível observar que a porcentagem que diz respeito à Zona da Mata, onde está localizada a cidade de Juiz de Fora, tem importante peso em relação ao desempenho de Wadson. Ao todo, o deputado recebeu 18.277 votos nesta localidade,

o que diz respeito a 34% do total disposto no gráfico. Nas outras mesorregiões do estado somadas, foram obtidos 35.456 votos, ou seja, 66% do eleitorado de Wadson Ribeiro.

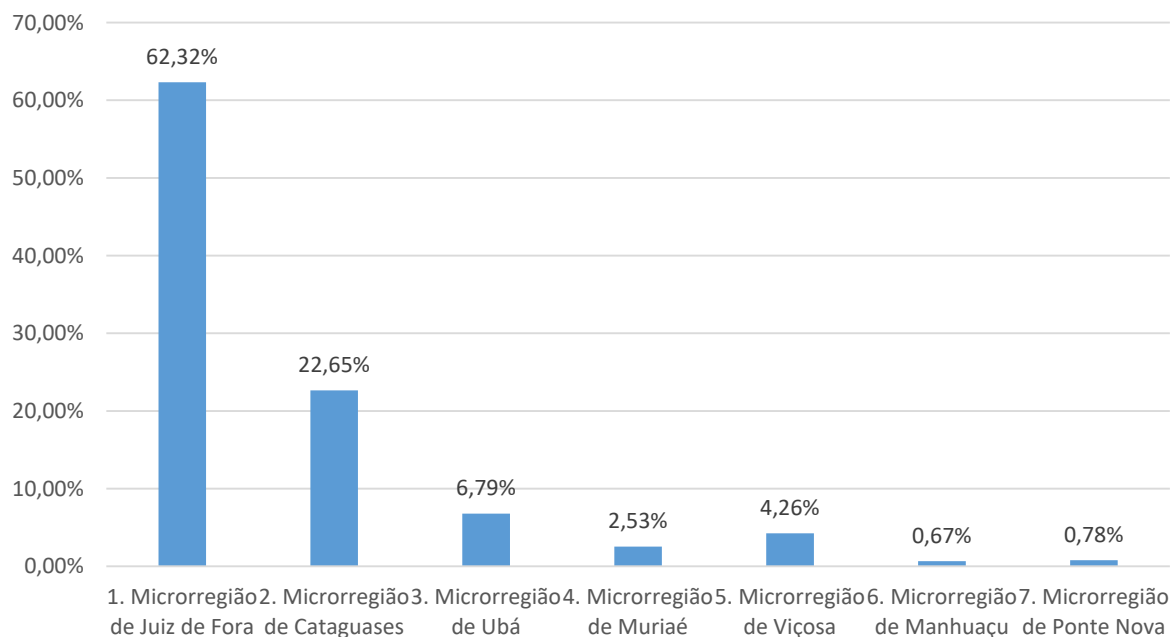
A grande quantidade de votos provenientes de outras regiões demonstra uma fragmentação dos votos do deputado, talvez correspondente à trajetória do deputado, a qual registra cargos eletivos somente no movimento estudantil e duas suplências. Além disso, o fato de Wadson ocupar a presidência estadual do PC do B pode ser determinante para a articulação da base eleitoral do deputado, tendo em vista a tradicional rede de militantes cultivada pelos partidos de esquerda no país.

Neste sentido, afirma-se que as votações de Wadson Ribeiro no âmbito do estado de Minas Gerais caracterizam-se pela estadualização de uma parcela significativa dos votos, ao passo que a Zona da Mata ainda permanece como ponto fundamental para a eleição do parlamentar, levando-se em consideração a impossibilidade de efetivação de um mandato sem o percentual exibido no gráfico – ao contrário de Marcus Pestana e do papel exercido pela mesorregião em sua votação.

Em comparação em relação aos demais deputados de Juiz de Fora, Wadson Ribeiro apresenta um modelo relativamente mais disperso do que aqueles encontrados nas votações de Margarida Salomão e Júlio Delgado. Enquanto a petista e o pessebista concentram grandes percentuais na Zona da Mata por razões aparentemente distintas de trajetória e transferência de capital político, Wadson apresenta um padrão diferente de ambos, e também de Marcus Pestana, por ter ocupado cargos no executivo e, mais tarde, no legislativo federal. Em nível municipal e estadual, no entanto, o comunista não chegou a desempenhar nenhuma função pública, embora tenha sido representante de associações nacionais de luta política pela educação. Aparentemente, as milâncias partidária e estudantil garantiram uma grande parcela dos votos recebidos pelo deputado

Tendo em vista as 53 cadeiras do estado de Minas Gerais no Congresso e os 1.192.970 votos válidos registrados na Zona da Mata em 2014, segundo dados do TRE/MG, os deputados federais apresentaram desempenhos específicos nos 142 municípios da mesorregião. A seguir (Gráfico 10) estão detalhadas as votações de Wadson Ribeiro nas microrregiões contidas na Zona da Mata.

Gráfico 10 – Distribuição dos votos de Wadson Ribeiro nas microrregiões da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

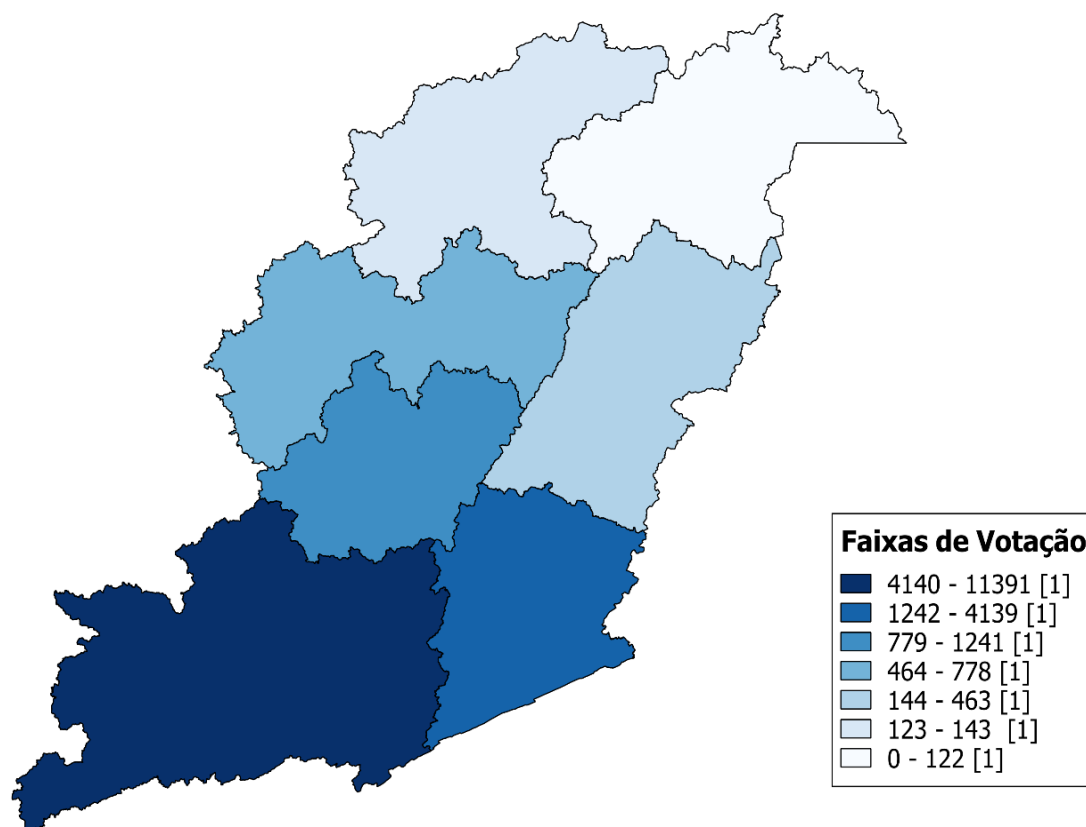
O Gráfico 10 torna possível verificar os percentuais de concentração de votos de Wadson Ribeiro nas sete microrregiões dispostas na Zona da Mata Mineira. A primeira coluna, da esquerda para a direita, com maior porcentagem relativa ao eleitorado do parlamentar, refere-se a microrregião de Juiz de fora. Nesta microrregião está localizada uma importante parcela dos votos de Wadson, obviamente influenciada pelo numeroso colégio eleitoral juiz-forano. Ao todo, 11.391 votos são provenientes desta região da Zona da Mata, o que representa 62,32% do total das microrregiões somadas. A segunda barra, já em decréscimo, corresponde aos percentuais da microrregião de Cataguases, na qual 4.139 eleitores votaram em Wadson, 22,65% dos votos recebidos.

O percentual tende a diminuir nas demais microrregiões na medida em há um afastamento geográfico das microrregiões em relação à Juiz de Fora. Nas microrregiões de Ubá e Muriaé, onde ocorreram mais reduções, são contabilizados 1.241 votos (6,97%), e na sequência, 463 votos, respectivamente (2,53%). Em Viçosa é registrado uma ligeira alta de aproximadamente dois por cento, 778 (4,26%), e mais uma redução e um aumento: 122 votos (0,67%) em Manhuaçu, e 143 (0,78%) em Ponte Nova.

O pico das votações de Wadson Ribeiro na Zona da Mata está localizado na primeira barra da esquerda, enquanto o ponto mínimo encontra-se na última barra da esquerda para direita. Por meio das votações, é possível verificar o comportamento das votações no que se refere as concentrações na mesorregião, na qual as regiões de Cataguases, Ubá e Muriaé

representam uma queda na curva, seguidas de um ligeiro aumento em Viçosa, uma nova queda em Manhuaçu e pequeno crescimento em Ponte Nova. A visualização destas intermitências também pode ser observada cartograficamente na representação abaixo (Mapa 14).

Mapa 14 – Distribuição dos votos de Wadson Ribeiro nas microrregiões da Zona da Mata

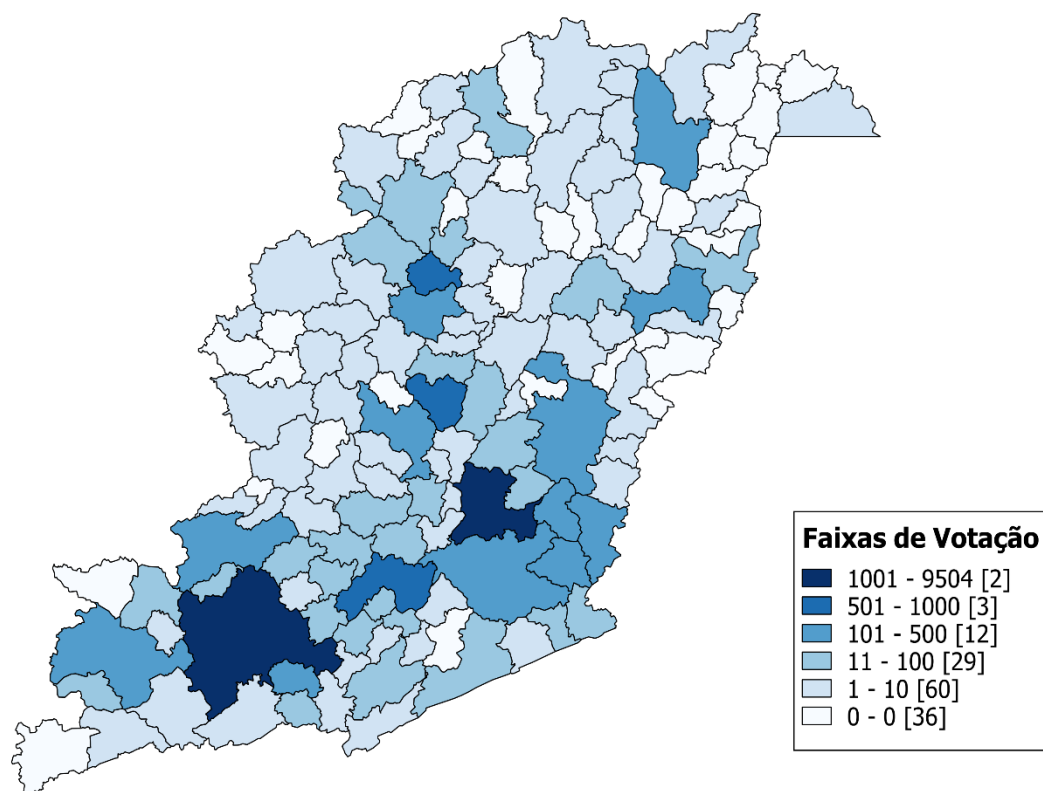


Fonte: elaboração própria

Estão dispostas no Mapa 14 as microrregiões da Zona da Mata e o respectivo desempenho do deputado Wadson Ribeiro nas faixas de votação criadas a partir dos dados do gráfico anterior. Das cores mais escuras para as mais claras encontram-se os votos conquistados em cada uma das sete microrregiões, com destaque para a mais escura, onde está localizada a cidade de Juiz de Fora, e para a mais clara, na parte superior, onde estão dispostas as microrregiões de Manhuaçu e Ponte Nova.

As sete faixas de votação dispostas no canto inferior direito do mapa identificam de que forma estão distribuídos os votos do comunista. O detalhe da variação dos votos do deputado na microrregião, com destaque para os 142 municípios, pode ser visualizado abaixo (Mapa 15).

Mapa 15 – Detalhamento das votações de Wadson Ribeiro nas cidades da microrregião da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

A primeira faixa, em azul mais escuro, refere-se a quantias superiores a 1.000 e com máximo de 9.504 votos, número máximo alcançado por Wadson na Zona da Mata. Apenas dois municípios estão enquadrados nesta faixa: Juiz de Fora e Cataguases. A segunda faixa, por sua vez, que registra votações acima de 500 e até 1.000 votos, marcou apenas três cidades, entre elas, São João Nepomuceno, Visconde do Rio Branco e Teixeiras – municípios localizados nas microrregiões de Juiz de Fora, Ubá e Viçosa, respectivamente. Na terceira faixa, entre 101 e 500 votos, 12 cidades foram assinaladas – quatro na microrregião Cataguases, três em Juiz de Fora, duas em Muriaé, uma em Manhuaçu, uma em Ubá e uma em Viçosa. Ou seja, nas 25 cidades enquadradas nas três primeiras faixas, 19 estão localizadas nas microrregiões supracitadas.

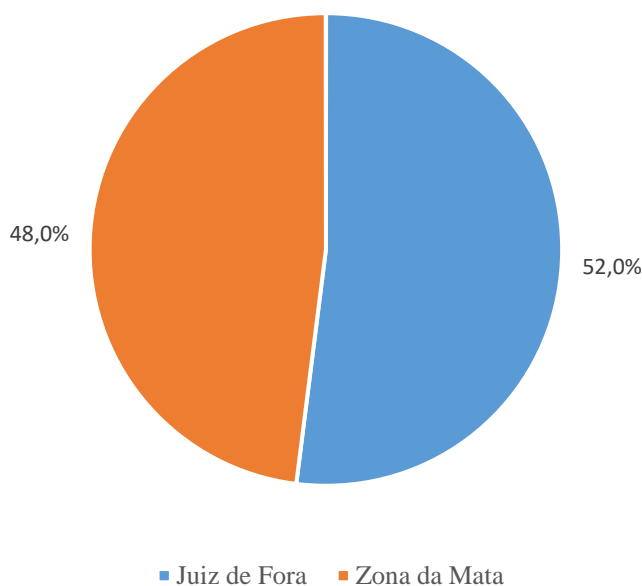
Estão contempladas, três faixas subsequentes, os demais 125 municípios, localizados em sua maioria nas microrregiões de Ubá, Muriaé, Viçosa, Manhuaçu e Ponte Nova. Nestas faixas, são contabilizados 29 municípios entre 11 e 100 votos; 60 municípios entre 1 e 10 votos – Wadson é o maior pontuador nesta faixa; e 36 municípios que não

registraram nenhum voto favorável ao comunista, número também inédito entre os deputados estudados.

A observação do mapa demonstra a predominância das três faixas com votação mais baixas em detrimento das faixas mais concentradas. É possível visualizar uma faixa de azul esbranquiçado bastante marcante na microrregião de Ponte Nova e vários outros pontos dispersos na mesorregião. Verifica-se também a predominância da quinta faixa, a qual se distribui por toda a extensão do mapa, inclusive nas regiões de votações mais concentradas. Percebe-se que Wadson possui pouca capilaridade na maioria das cidades da Zona da Mata, tendo em vista a quantidade de municípios em que o comunista não recebeu votos e a número de municípios em que recebeu entre 1 e 10. Os municípios em que Wadson recebeu parcelas significativas de sua votação na região, no entanto, representam um universo reduzido.

O capital político de Wadson Ribeiro, construído em uma trajetória que remete a uma pequena identificação local e regional em função de sua militância em movimentos estudantis e carreira política ligada cargos no executivo federal, expõe a dificuldade de alcançar uma gama mais ampla de municípios e, conseqüentemente, uma parcela mais representativa do eleitorado em sua mesorregião de origem. O desempenho do deputado em Juiz de Fora, no entanto, é representativo em relação à Zona da Mata. Embora seja inferior a todos os outros deputados em quantidade total e porcentagem relativa aos seus próprios votos – Margarida é a mais concentrada, seguida de Júlio Delgado. Abaixo é possível visualizar o peso do município no desempenho do comunista na mesorregião (Gráfico 11).

Gráfico 11 – Comparativo entre as votações de Wadson Ribeiro na cidade Juiz de Fora e na mesorregião da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

O gráfico acima evidencia a distribuição das votações na Zona da Mata e na cidade de Juiz de Fora, no qual fica evidente o peso do município para a votação localizada de Wadson na mesorregião. Ao todo, os votos nesta região do estado totalizaram 18.277, 34% do total, sendo a maior fatia dos votos proveniente da cidade de Juiz de fora – 52% do total, o que corresponde a 9.504 eleitores. Por outro lado, o comunista contabilizou na Zona da Mata o equivalente a 48% do total, ou seja, 8.773 votos.

As votações de Wadson Ribeiro, assim como as dos outros deputados, foram analisadas em âmbito macro e micro, levando em consideração as especificidades de cada parlamentar, desde a distribuição no estado até a capilaridade municipal. Por meio dos dados inferidos, pelas entrevistas em profundidade e os cruzamentos de informações, é possível afirmar que os votos do deputado respondem a uma dinâmica construída pela militância de Wadson no partido e em movimentos sociais e políticos de âmbito nacional, especialmente focados em pautas educacionais de nível superior, como é o caso da UNE e da UJS. Isto pode ser observado nos trechos da entrevista em profundidade realizada junto ao deputado selecionado a seguir.

[Perguntado a respeito do tipo de eleitor do mandato] No meu caso, não é simples. O meu voto é um voto muito estadualizado. Eu tenho campanha no estado de Minas inteiro, em todas as regiões, porque o meu voto é muito concentrado numa militância do PC do B, por eu ser presidente do PC do B, e ele é muito concentrado também num setor que são os movimentos sociais, sindicatos, entidades, não é? Ele é muito ligado a isso. A exceção feita é Juiz de Fora, porque aqui, além desse voto, você tem um voto também muito nos bairros, muito na cidade, por eu ser daqui. Então, é aquilo de votar

em um candidato da cidade. Que uma parcela tem. Mas eu diria que, como seguimento, eu daria esse corte: uma militância política, uma militância de esquerda, uma militância filiada ao PC do B, ou mesmo não sendo filiada ao PC do B, uma militância dos movimentos sociais, sindicatos... Eu diria que esse... Juventude, mulheres, negros... Essa parcela organizada da sociedade (sic) (RIBEIRO, 2016).

[Perguntado sobre o tratamento de pautas políticas mais amplas e generalistas pelo mandato] Como eu disse, todo tema nacional e que tem um grande apelo nacional é claro que ele suplanta tudo e chega em todos os buracos. Ou seja, eu vou chegar numa cidade de 3 mil habitantes eu tenho que pôr um jornal meu lá, e tal... Por hipótese, em um processo que eu protagonize, de uma relação com o Supremo que vai julgar o rito do *impeachment* e eu tenho visibilidade nisso, eu vou chegar nessa cidade de 3 mil habitantes como eu vou chegar em um grande centro. Por quê? Porque a mídia nacional vai cobrir isso, entendeu? Agora, o problema dessa proximidade tomou uma acentuação agora, porque você tem uma “judicialização” enorme da política agora, não é? Não é normal o que está acontecendo, o normal seria o Supremo julgar pontualmente questões ligadas à defesa da Constituição. Hoje não, hoje você vê umas aberrações. O ministro do Supremo ir dar coletiva. Ninguém conhecia antes o ministro do Supremo, não é para ele ficar se expondo, ele tem que ser muito resguardado, muito imparcial. Então, tem isso. Então, eu me aproximo desse aspecto, eu acho. E essa relação é interligada, do Judiciário com o Executivo, o papel do Legislativo [...] (sic) (RIBEIRO, 2016).

No primeiro trecho, Wadson discorre sobre as características de sua votação e evidencia alguns aspectos inferidos e analisados nos dados levantados por esta pesquisa. O comunista reforça a importância do voto de opinião para o mandato, concentrado primordialmente na militância do PC do B, o que justifica a distribuição eleitoral do mandato no estado de Minas Gerais. Este aspecto talvez esteja relacionado às estratégias comunicativas de Wadson, considerando-se o segundo trecho em destaque, no qual o deputado discorre sobre o tratamento de pautas políticas mais amplas pelos mandatos, no contexto de uma sobreposição dos poderes Executivo e Judiciário em relação ao Legislativo na esfera midiática.

O capital político do deputado se diversifica depois de sua passagem pelo Ministério dos Esportes, algo que fica evidenciado na diferença revelada pelos números de votos da eleição para a Assembleia Legislativa de Minas Gerais, em 2006, e mais tarde, nas eleições para a Câmara dos Deputados em 2010 e 2014. Desta forma, os votos do deputado apresentaram-se, no pleito de 2014, diluídos nas mesorregiões do estado e também na Zona da Mata, embora com uma relativa concentração na cidade de Juiz de Fora, a qual representa, grosso modo, 10% da votação total de Wadson Ribeiro. As redes de apoiadores estão, portanto, ligadas aos laços de militância de Wadson, mas também dizem respeito ao partido e às suas conexões, não se configurando, necessariamente, por vínculos personalistas. O voto do deputado, nesta perspectiva, é de caráter pouco concentrado, tanto na Zona da Mata quanto no estado de Minas, onde apresenta bons números em relação ao total geral, inclusive em regiões pouco acessadas pelos deputados locais, como o Norte de Minas.

Verifica-se que o parlamentar depende significativamente de sua rede de apoiadores pelo fato de não ter consolidado seu nome na política local antes de ter se projetado

nacionalmente. Ao contrário de Júlio Delgado, Wadson Ribeiro não herdou o capital familiar de outros atores do campo; diferentemente de Margarida, o comunista não ocupou cargos de primeiro escalão no executivo municipal e na UFJF; também não teve a projeção estadual de Marcus Pestana. Não se trata de fazer apontamentos sobre as trajetórias ideais, mas sim de discutir o fato de que diferentes percursos dão origem a diferentes tipos de carreiras políticas.

4.5.2 Emendas Parlamentares

Discute-se nesta seção as emendas parlamentares individuais empenhadas pelo deputado federal Wadson Ribeiro em relação às indicações do parlamentar à Lei Orçamentária Anual (LOA) no ano fiscal de 2015 e a sua respectiva votação nas localidades para as quais os recursos foram destinados. No geral, conforme já afirmamos, tanto deputados federais quanto senadores não iniciantes na casa dispuseram de um montante de R\$ 16 milhões para suas emendas ao Orçamento 2015, com a exceção dos deputados em primeiro mandato – no caso desta pesquisa, apenas Wadson Ribeiro –, os quais têm à sua disposição a quantia de R\$ 10 milhões de reais.

No contexto das finanças públicas, as emendas parlamentares constituem-se como um mecanismo de complemento e sugestão em relação ao orçamento proposto pelo poder executivo em cada ano fiscal corrente, cuja aplicação normalmente ocorre no ano posterior. Por meio da avaliação das emendas, é possível verificar a origem e a destinação de recursos de cada deputado federal, considerando-se as demandas locais determinadas junto a redes de apoiadores, grupos políticos e demais atores interessados na atividade parlamentar de cada deputado.

De acordo com os dados fornecidos pela assessoria de Wadson Ribeiro²⁷, o deputado aprovou um valor de R\$ 4.335.828,00 no ano orçamentário estudado. Este valor corresponde a totalidade de recursos disponíveis ao comunista para fomentar ações no estado, tendo em vista as atividades identificadas pelo mandato como fundamentais, por exemplo, nas áreas de saúde, educação, infraestrutura, cultura, lazer, etc. Os balanços das emendas enviados à esta pesquisa, recebidos no mês de novembro, mostram que os empenhos de recursos – os valores empregados até aquele momento – somam a mesma quantia dos valores aprovados, R\$

²⁷ Os dados do deputado não estavam disponíveis para a consulta no momento em que foram coletadas as informações relativas aos valores aprovados e empenhados na LOA 2015. Por esta razão, esta pesquisa solicitou os dados, primeiramente, junto ao Portal da Transparência. Em função da dificuldade de compreensão do pedido e da necessidade imediata de acesso às informações, o contato foi estabelecido, no segundo momento, com assessoria parlamentar de Wadson Ribeiro. Os dados que concernem às emendas individuais e aos respectivos empenhos foram recebidos por e-mail entre os dias 14 e 15 de novembro de 2016.

4.335.828,00 – valor este que talvez seja justificado em função do montante de recursos reduzido oferecido aos deputados iniciantes.

A distribuição dos recursos pelos parlamentares possibilita analisar esforços de maximização de benefícios do ponto de vista político (MAYHEW, 2004). Considerando-se a destinação dos recursos para os municípios beneficiários, observa-se a seguir (Quadro 9) as localidades em que o comunista aparentemente alocou maiores esforços e montantes de empenhos.

Quadro 9 – Valores dos empenhos nas emendas parlamentares de Wadson Ribeiro na LOA 2015

Emenda	Cidade	Microrregião	Valores empenhados
81000579	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 249.970,00
81000580	São João Nepomuceno	Juiz de Fora	R\$ 200.000,00
81000580	Recreio	Cataguases	R\$ 100.000,00
81000580	Palma	Cataguases	R\$ 100.000,00
81000580	Olaria	Juiz de Fora	R\$ 100.000,00
81000580	Lima Duarte	Juiz de Fora	R\$ 150.000,00
81000580	Jacutinga		R\$ 150.000,00
81000580	Cristiano Ottoni		R\$ 100.000,00
81000580	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 300.000,00
30230001	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 1.300.000
30230002	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 285.858
30230004	Cataguases	Cataguases	R\$ 500.000
30230014	Cataguases	Cataguases	R\$ 800.000
Total			R\$ 4.335.828,00

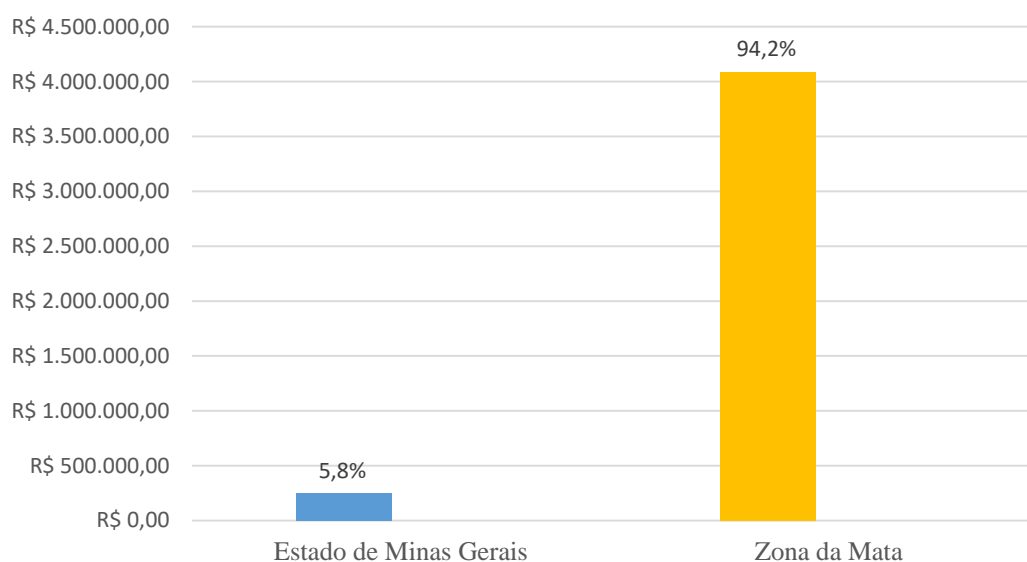
Fonte: elaboração própria

Os valores dispostos no Quadro 9 dizem respeito aos recursos empenhados por Wadson Ribeiro, no ano fiscal de 2015, no estado de Minas Gerais. As colunas ordenam, da direita para a esquerda, o número de referência das emendas parlamentares, a cidade para a qual o recurso foi destinado, sua localização microrregional na mesorregião da Zona da Mata e os montantes empenhados em cada uma delas. Verifica-se que os empenhos de Wadson Ribeiro tiveram como destino um total de 9 municípios, dos quais 7 estão localizados na Zona da Mata. Os dois municípios que fogem a este padrão estão situados nas mesorregiões Metropolitana de Belo Horizonte e Sul/Sudoeste de Minas.

De acordo com os dados analisados, os empenhos de emendas parlamentares destinados à mesorregião da Zona da Mata e às demais cidades do estado de Minas Gerais demonstram que Wadson Ribeiro destinou uma grande parcela de seus recursos para a sua

mesorregião de origem. Isto pode ser observado não apenas nos municípios beneficiários, como é apontado no quadro, mas também no montante de recursos empenhados dentro e fora da Zona da Mata. Dos R\$ 4.335.828,00 empenhados por Wadson, R\$ 4.085.828,00 foram designados à Zona da Mata. Aos demais municípios, no entanto, coube a fatia de R\$ 250.000,00 – cifra que foi dividida entre apenas dois municípios. Destaca-se, no entanto, o volume de recursos destinados à cidade de Juiz de Fora, a qual registra quatro empenhos que representam um montante de R\$ 2.135.828,00 – valor que diz respeito pouco mais que a metade dos empenhos do parlamentar. Os valores referentes aos empenhos no estado de Minas Gerais e na mesorregião da Zona da Mata estão percentualmente dispostos na representação gráfica a seguir (Gráfico 12).

Gráfico 12 – Comparativo do empenho de recursos de emendas individuais de Wadson Ribeiro no estado e na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

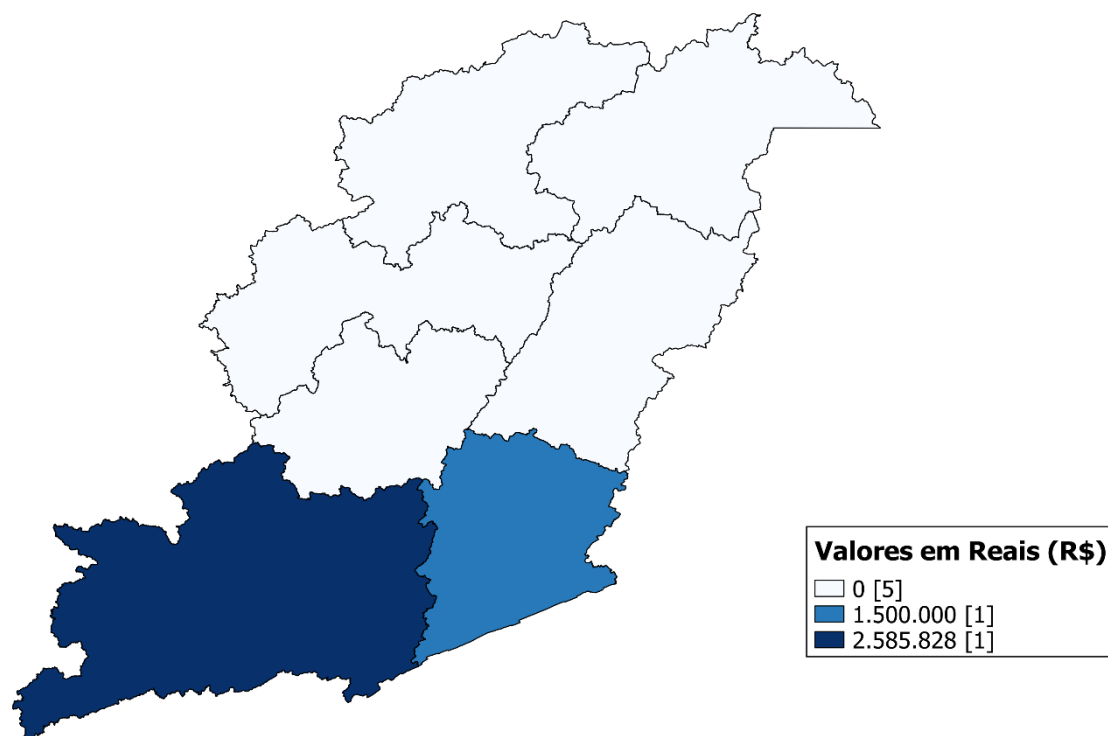
O volume total de empenhos destinados aos municípios do Estado de Minas Gerais, em azul, e o montante total referente aos envios à Zona da Mata, em amarelo, estão dispostos no Gráfico 12. Constata-se que o volume de recursos alocados na Zona da Mata representa fatia majoritária, 94,2% do montante, enquanto os 5,8% restantes dizem respeito aos demais municípios, entre eles, Jacutinga e Cristiano Otoni.

Estes valores demonstram uma forte ênfase nos municípios da Zona da Mata, especialmente na cidade de Juiz de Fora, na qual se acumularam mais da metade dos valores empenhados pelo mandato de Wadson Ribeiro. Guardadas as proporções em relação aos valores de cada deputado, Wadson supera Margarida Salomão no volume de recursos destinados à Zona

da Mata. De acordo com os dados, o deputado prioriza esta mesorregião em detrimento das demais, na medida em que destina recursos para um número de localidades reduzido – algo que também é limitado pela escassez de recursos, em comparação com os demais parlamentares, especialmente Júlio Delgado e Marcus Pestana.

Tendo em vista os municípios beneficiados por empenhos na Zona da Mata, demonstra-se na representação cartográfica a seguir (Mapa 16) a disposição dos recursos distribuídos nas microrregiões de acordo com os empenhos realizados no ano fiscal de 2015 pelo deputado Wadson Ribeiro.

Mapa 16 – Recursos de emendas parlamentares de Wadson Ribeiro empenhadas nas microrregiões da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

Os empenhos de Wadson Ribeiro, de acordo com as microrregiões da Zona da Mata, estão dispostos nas três faixas posicionadas no canto inferior direito do Mapa 16. Confirmou-se que a maior destinatária foi a microrregião de Juiz de Fora, em azul escuro, na qual se registrou um total de R\$ 2.585.828,00 enviados aos municípios de Juiz de Fora, São João Nepomuceno, Olaria e Lima Duarte. Na faixa intermediária, constatou-se uma queda na alocação de recursos em comparação à microrregião anterior.

Na área referente à região de Cataguases, na qual foi registrado parcela de R\$ 1.500.000,00, o valor empenhado foi seccionado entre os municípios de Cataguases, Recreio e Palma. A terceira faixa, por sua vez, diz respeito as demais regiões em branco que não receberam destinações provenientes das emendas individuais, entre elas, Ubá, Muriaé, Manhuaçu, Viçosa e Ponte Nova.

Constata-se que Wadson Ribeiro alocou a maior parte de seus recursos na Zona da Mata, ainda que 66% de seus eleitores em 2014 estivessem dispersos nas demais regiões do estado. Na mesorregião onde registrou 34% dos votos, Wadson empenhou praticamente todo o montante proveniente de emendas individuais, algo semelhante ao comportamento de Margarida Salomão, embora a deputada tenha conseguido uma grande parcela de seus votos na Zona da Mata. Esta alocação de recursos de Wadson Ribeiro em áreas até então pouco representativas do ponto de vista eleitoral podem significar uma espécie de movimentação no sentido de construir novas redes de apoio e sedimentar grupos tradicionalmente ligados ao deputado e seu partido, levando-se em consideração as recentes experiências do parlamentar no legislativo.

A característica de Wadson Ribeiro, neste sentido, demonstra-se bastante diferente dos outros deputados, tendo em vista os tipos de destinação de recursos e os seus desempenhos eleitorais. Enquanto Marcus Pestana e Margarida apresentam padrões opostos de concentração/dispersão de votos e recursos no estado e nas microrregiões, Júlio Delgado tende a concentrar boa parte dos recursos na Zona da Mata, onde obteve um número considerável de votos, mas também se preocupa em atender aos demais municípios do Estado que lhe conferiram porcentagens importantes de voto.

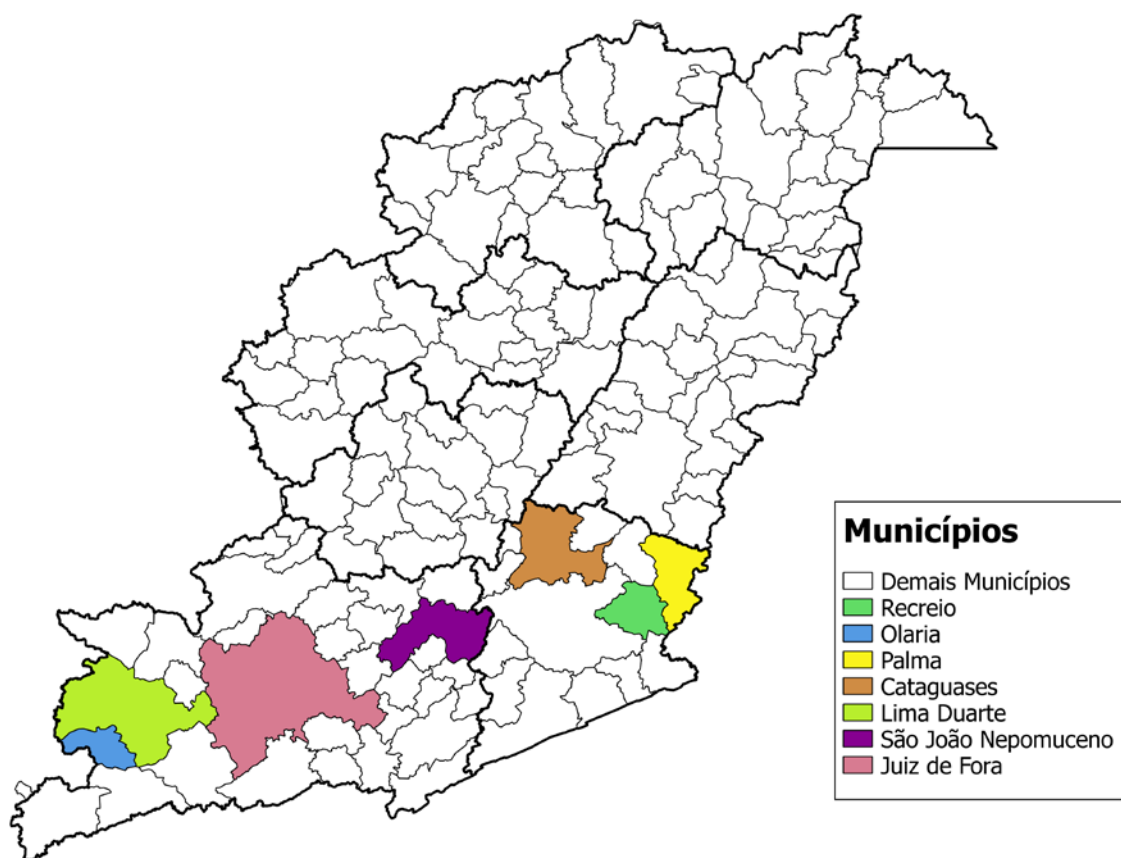
Aparentemente, Wadson opta por alocar recursos em algumas cidades nas quais conseguiu bons retornos eleitorais na Zona da Mata, especialmente no colégio eleitoral mais numeroso, conforme já foi trabalhado por esta pesquisa. Na prática, o deputado distribui mais empenhos nas microrregiões de Juiz de Fora e Cataguases, sem avançar distributivamente em relação às cinco microrregiões não atendidas. Na medida em que ocorre um afastamento em relação ao eixo estabelecido pela cidade de Juiz de Fora, os valores de empenho tendem a ser diminuídos a zero – padrão verificado em todos os outros deputados, talvez em razão da relevância do número de eleitores da microrregião de Juiz de Fora.

Conforme tratamos, a alocação significativa de recursos em Juiz de Fora talvez seja um indicativo do condicionamento dos recursos às votações recebidas em Júlio Delgado e Margarida Salomão. No que se refere a Wadson, este padrão também se repete na Zona da Mata, ainda que não se manifeste tão fortemente em função dos votos obtidos, já que somente

três dos sete municípios apresentam votações na faixa que contempla números acima de 1001 eleitores – talvez pela necessidade de expandir os limites do mandato em algumas cidades, ou atender a grupos e atores localizados. Afinal, de acordo com a proposição de Mayhew (2004), os novos jogadores dependem de estratégia, recursos e articulação para garantirem a reeleição.

Tendo em vista as áreas em que houve concentração de recursos e a distribuição dos votos de Wadson Ribeiro, é possível verificar a movimentação do mandato no âmbito regional. Neste sentido, a distribuição dos empenhos nos municípios da Zona da Mata pode ser observada abaixo (Mapa 17).

Mapa 17 – Municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Wadson Ribeiro na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

No Mapa 17 é possível verificar a distribuição cartográfica dos sete municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Wadson Ribeiro. Os empenhos do deputado comunista permitem observar similaridades entre as destinações de recursos para os municípios e os votos na região. Neste sentido, manifesta-se claramente nos mapas a correlação entre os empenhos de emendas individuais e as cidades nas quais foram registradas porcentagens significativas de votações em três casos, conforme veremos a seguir. Nos demais, foram

registradas destinações para municípios com média ou baixa votação, dentro dos critérios estabelecidos por este trabalho.

Conforme observa-se, tomando como referência a cidade de Olaria, no canto inferior direito, as localidades que receberam empenhos apresentam-se dispostas em um traçado mais ou menos retilíneo e inclinado que termina na cidade de Palma, na divisa com o Espírito Santo. Abaixo, no que se refere ao comparativo entre as localidades que receberam votos e recursos, estão dispostas no quadro abaixo as respectivas votações nos municípios beneficiários das emendas parlamentares de Wadson Ribeiro (Quadro 10).

Quadro 10 – Votações de Wadson Ribeiro nas localidades que receberam empenhos de emendas parlamentares

Mesorregião	Cidade	Votação
Zona da Mata	Juiz de Fora	9.504
Zona da Mata	Cataguases	3.067
Zona da Mata	São João Nepomuceno	873
Zona da Mata	Palma	160
Zona da Mata	Lima Duarte	104
Zona da Mata	Recreio	111
Zona da Mata	Olaria	42
	Total	13.861

Fonte: elaboração própria

Segundo dados coletados por esta pesquisa, dos 18.277 eleitores que optaram por Wadson Ribeiro na Zona da Mata, 13.861 estão localizados em municípios que receberam empenhos de seu mandato no primeiro ano fiscal após as eleições de 2014. No Quadro 10 é possível observar que os dois municípios que registraram grandes concentrações de votos, na faixa acima de 1001 votos estabelecidas para o parlamentar no mapa de distribuições eleitorais nas cidades, receberam empenhos do mandato, entre eles, Juiz de Fora e Cataguases.

Entre os três municípios com grandes volumes de voto na faixa entre 501 e 1000 votos, apenas São João Nepomuceno recebeu empenhos. Os municípios de Palma, Lima Duarte e Recreio são as três localidades que se encontram na terceira faixa, onde se registraram votações entre 101 e 500 – todas elas abaixo de 200 votos. A cidade de Olaria, na quarta faixa, entre 11 e 100 votos, é a única recorrência na divisão proposta, com menos de 50 votos.

A partir dos dados a respeito de trajetória política, votações e as destinações de recursos mobilizados por este trabalho, Wadson Ribeiro apresenta um tipo de capital político bastante fragmentado na Zona da Mata e distribuído em algumas cidades, incluindo Juiz de Fora – ainda que com baixa votação em relação aos demais –, onde se concentra a maior base

eleitoral do deputado. Contudo, a destinação de recursos concentrada na mesorregião e distante dos municípios nos quais Wadson não consegue votações demonstra baixa capilaridade nas microrregiões mais distantes de Juiz de Fora. Assim como Margarida Salomão e Júlio, Wadson concentrou seus votos em um número reduzido de cidades e não registrou eleitorado na faixa entre 1 e 10 votos, isto é, em 96 municípios.

Na entrevista em profundidade, o deputado revelou a importância de diversificar a sua base eleitoral com o intuito de dialogar com parcelas mais amplas da sociedade – constatação que vai ao encontro das análises deste trabalho, no qual foi verificado que o parlamentar não obteve votações em 96 municípios da Zona da Mata –, fato que destaca a baixa capacidade de agendamento do mandato na mesorregião.

A partir de emendas parlamentares, nós procuramos intensificar muito parcerias com os municípios da região, municípios pequenos em áreas agrícolas, outras ligadas à saúde... Então, é claro que toda essa ação procura ampliar [a dimensão do mandato]... De uma militância apenas da esquerda, porque seria, inclusive, do ponto de vista eleitoral, um fracasso, não é? Porque a esquerda é muito pequena, e daí é preciso ampliar esse voto para parcelas mais amplas da sociedade (sic) (RIBEIRO, 2016).

A dimensão desta articulação é calculada por Wadson na medida em que o deputado afirma a importância sistemática do contato com as lideranças para a expansão do mandato. A partir da militância e de apoiadores, o parlamentar estabelece a estratégia de formação política para garantir o vínculo com sua base no estado de Minas Gerais, conforme se observa no diálogo a seguir.

Gustavo: Qual a importância de encontros com as lideranças locais e regionais para a articulação política? Isso tem uma maneira de ocorrer?

Wadson: No nosso caso, tem. O nosso caso é sistemática, acontece periodicamente e tem o sentido de elevar o nível de consciência política e de militância política. Ou seja, nós temos a pretensão de fazer com que cada militante do nosso partido, ou aqueles que não são do partido, mas são apoiadores... Eles não me apoiam com o voto, apenas. O voto é uma coisa circunscrita de quatro em quatro anos. O que a gente quer é que, além do voto, cada um seja um agente da política, não é? Seja um militante da política. Então, no nosso caso, tem a ver, eu diria, com... Basicamente, formação política, não é?

[...]

Gustavo: As articulações que vocês têm com prefeitos, com lideranças locais, com militância... é importante mostrar isso?

Wadson: Claro! Porque isso dá uma conotação do nível também de relacionamento e amplitude do mandato, não é? Então, com quanto mais prefeitos você tem relação, você vai visitar, ajuda a resolver o problema da cidade, representa... Você está criando uma relação e mostra que o mandato não é algo seu, restritamente, mas ele pertence a um conjunto mais amplo (sic) (RIBEIRO, 2016).

O comunista reforça, na segunda parte do diálogo, a importância da articulação com prefeitos e lideranças, bem como das visitas às bases para manter conexões localizadas, o que demanda contato e ações perenes para vincular o mandato a um conjunto amplo de apoiadores.

Considerando-se os empenhos e as votações de Wadson Ribeiro em nível macro e micro, constata-se que a estratégia do comunista está ligada à incentivos diferentes dos demais deputados em razão de sua trajetória política e do recém iniciado percurso na Câmara dos Deputados. A disposição de menos recursos parlamentares e a menor capilaridade entre o eleitorado local exigem mais esforços de participação regional e estratégias para tornar o congressista mais conhecido para apoiadores do mesmo espectro político, algo que não é necessário entre os deputados Marcus Pestana, Margarida Salomão e Júlio Delgado, os quais agregam capitais políticos provenientes de trajetórias diferentes.

4.5.3 Fanpages

Nesta seção, são investigadas especificamente as características do conteúdo produzido e reproduzido pelo deputado federal Wadson Ribeiro em sua página no Facebook. Considera-se, desta forma, o papel das comunicações massivas e digitais contemporâneas na construção de sentidos válidos à política e, por outro lado, as demandas do campo político no que se refere à validação e efetivação dos processos representativos. Além da visibilidade enquanto característica intrínseca deste ambiente, também devem ser levadas em consideração as propriedades do campo político como a maximização competitiva dos benefícios, em larga medida incentivada pelo sistema político. O comportamento individualista e desvinculado de partidos por parte dos atores políticos aumenta os custos de ações coletivas e, nesta circunstância, tendem a incidir diretamente na arena eleitoral (NICOLAU, 2006; AMES, 2012).

As gramáticas e as técnicas comunicativas, operadas por objetivos políticos definidos como o sucesso eleitoral e a manutenção do vínculo democrático, são significativamente importantes para a efetiva conexão entre cidadão/eleitor e a classe política. Talvez seja em função desta íntima ligação que a literatura especializada tenha dado sinais de que o vínculo democrático entre mandantes e mandatários tem exigido volumes cada vez maiores de recursos, especialização, contato duradouro e estratégia – ou seja, uma articulação de ferramentas por meio das quais se propõe tipos de ação política mais contínuas e duradouras, isto é, de *campanha permanente*.

Ao afirmar que diferentes tipos de ações congressuais emergem da prática política de deputados, Mayhew (2004) sugere três tipologias de estudo que se aplicam às atividades dos parlamentares durante os seus mandatos. Tendo em vista a demanda do campo político pelo oferecimento de sentidos que legitimam o processo de representação e a literatura trabalhada a respeito do comportamento da classe política, foram elaboradas 14 categorias de análise, cuja

função principal é identificar a ênfase comunicativa dos deputados no contato com o cidadão/eleitor. A partir destas clivagens, as recorrências das postagens verificadas na página de Wadson Ribeiro foram separadas e analisadas nas categorias observadas a seguir (Quadro 11).

Quadro 11 – Categorização das postagens de Wadson Ribeiro na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016

Tipos	Categorias	Recorrências		%
Propaganda (Advertisement) (1)	Construção da imagem do deputado (valores pessoais, capacidade de gestão, etc.)	24	4	4,60%
	Construção da imagem do partido (objetivos, ações e diretrizes)		6	6,90%
	Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças (municipais/regionais, estaduais e nacionais)		8	9,20%
	Postagens de estímulo ao cidadão/eleitor para a ação política (reforço do vínculo democrático)		3	3,45%
	Ataque aos adversários		3	3,45%
Crédito Reivindicado (Credit Claiming) (2)	Prestação de contas do mandato (accountability)	14	9	10,34%
	Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.		2	2,30%
	Discussão da atividade parlamentar do deputado (projetos de lei/emendas)		3	3,45%
	Reivindicação de ações congressuais		0	0,00%
Tomada de Posição (Position Taking) (3)	Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais	49	2	2,30%
	Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais		2	2,30%
	Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais e internacionais		23	26,44%
	Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores		10	11,49%
	Tomadas de posição em comissões e espaços da Câmara (Comissões, CPIs, Plenário, etc.)		12	13,79%
TOTAL		87	100%	

Fonte: elaboração própria

As tipologias de atividades congressuais que orientam este trabalho, a partir da quais estão organizadas as categorias de análise²⁸, estão dispostas no Quadro 14. Nele, é possível observar a totalidade das ocorrências e o percentual representativo de cada uma delas no que se refere às postagens de Wadson Ribeiro entre os dias 1 de dezembro de 2015 e 31 de janeiro de 2016, período no qual o deputado exercia a legislatura como suplente. Entre as 383

²⁸ A discussão das tipologias e suas respectivas categorias estão dispostas na seção específica de metodologia.

postagens coletadas nas páginas oficiais dos deputados com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, 87 foram auferidas na *fanpage* de Wadson.

Em relação ao volume total de recorrências, o parlamentar é o terceiro em volume de publicações durante o período analisado, com apenas uma categoria sem registro de postagens. A partir da investigação empírica, se forem consideradas as distribuições das publicações nas tipologias, observa-se uma predominância do eixo “Tomada de Posição” em relação as demais, com 49 recorrências – mais da metade de todas as peças veiculadas pelo deputado no ambiente digital. “Propaganda”, com 24, e “Reivindicação de Crédito”, com menos da metade, 14 registros, registraram ênfases propagandísticas e de conexão de sua imagem com atividades do mandato com menor recorrência.

O conteúdo produzido por Wadson Ribeiro teve como enfoque, no primeiro momento, os posicionamentos sobre as temáticas de interesse do mandato, com destaque para questões ligadas à política nacional; em segundo lugar, foram ressaltadas as inserções do deputado na mídia e a construção da imagem do partido; e por último, as reivindicações de ações ligadas à sua atividade parlamentar, com apontamentos relativos à prestação de contas do mandato e às sugestões de projetos e emendas.

Neste sentido, considerando-se as clivagens propostas, o maior número de postagens foi registrado na categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais”, com 23 recorrências, 26,44% de todas as publicações do deputado em sua página no Facebook. A mobilização das postagens nesta categoria é justificada, em certa medida, pela contaminação do cenário político provocada pela instabilidade institucional que tomou conta do país depois das eleições de 2014 e dos desdobramentos da Operação Lava Jato, assim como foi observado na análise dos demais deputados. Em razão do alinhamento do mandato e do PC do B ao governo petista nas decisões de Câmara, Wadson Ribeiro sempre defendeu a permanência de Dilma Rousseff e os programas associados à imagem do PT, como é o caso do Bolsa Família.

Foram verificados como padrões nas peças publicizadas por Wadson a utilização imagens, fotos e vídeos, além de notícias e reportagens dos maiores jornais do país com circulação física e digital. Veículos com alinhamento político-ideológico ligados ao PC do B, como o Portal Vermelho, também foram fontes de conteúdo para o comunista, sempre acompanhados de pequenos comentários a respeito da situação política do país e sobre temáticas factuais abordadas pela assessoria e pelo próprio deputado. Os materiais gráficos criados ou modificados pela equipe foram identificados com o nome do deputado grafado em caixa alta e o sobrenome em caixa baixa, com uma faixa verde e amarela por toda a sua extensão, além de uma pequena bandeira de Minas Gerais na extremidade direita.

Entre os assuntos trabalhados na página, verificou-se uma abordagem mais significativa de temas ligados à situação política e econômica do país, embora também tenham ganhado destaque assuntos mais específicos como a intolerância religiosa, inscrições para o Sistema de Seleção Unificada (SISU) e questões de direitos humanos e segurança pública, como a abolição dos termos “auto de resistência” e “resistência seguida de morte” nos boletins e inquéritos policiais. Além disso, Wadson comemorou o aniversário da ex-presidente Dilma Rousseff e da cidade de Belo Horizonte, evidenciou e celebrou datas como o Dia Mundial de Luta Contra a Aids e o Dia Nacional de Combate à Intolerância Religiosa, recomendou a estreia de um filme e propôs aos seus seguidores a participação em uma corrente de leitura – o que evidencia uma certa amplitude de temas, não necessariamente ligados à política, mas conectados a questões factuais.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (14 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (17 de dez. 2015)

Aparentemente, o deputado buscou estabelecer vínculo com o eleitor/cidadão por meio da proposição de uma série de temáticas distintas entre si, aproveitando os ganchos do cenário político e, ao mesmo tempo, fazendo uso de datas simbólicas e correntes oriundas da própria rede social para o fomento da interação com a página. Na primeira postagem selecionada, Wadson parabeniza Dilma Rousseff por seu aniversário e ressalta os seus “68 anos de muita luta em defesa da democracia” por meio de uma foto da ex-presidente com semblante sorridente e aberto.

Na segunda peça, o deputado comunista relembra os 39 anos do episódio que ficou conhecido como Chacina da Lapa, no qual três dirigentes do PC do B foram brutalmente assassinados na sede do partido em operação coordenada pelo Centro de Operações de Defesa Interna (DOI-CODI), braço executivo da ditadura militar no Brasil²⁹. O deputado, na posição de presidente estadual no PC do B, relembra na postagem o nome de seus ex-companheiros de partido e associa o cenário de luta contra o aparelho repressivo empreendida naquele tempo aos atuais enfrentamentos “em defesa da democracia”.

Neste caso, Wadson Ribeiro resgata a história do partido por meio de uma questão política recente, na qual a figura do PC do B ganha destaque e visibilidade por seu apelo histórico. A referência do parlamentar ao seu partido em suas postagens é um dado bastante recorrente no conteúdo produzido por sua assessoria, mesmo quando o comunista não remeteu diretamente a atributos de construção da imagem da sigla, ou quando as ênfases das peças obrigaram a sua classificação arbitrária em outras categorias.

²⁹ Mais informações a respeito da Chacina da Lapa podem ser verificadas no link que segue. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cidadania/galeria/audios/2014/12/ha-38-anos-a-chacina-da-lapa-fazia-vitimas-da-ditadura>>. Acesso em: 27 dez. 2016.

A segunda categoria com maior número de recorrências, “Tomadas de posição em comissões e espaços da Câmara”, registrou 12 recenseamentos, os quais representaram 13,79% do total inferido. Nesta clivagem, foram analisadas as postagens que trataram exclusivamente de posicionamentos do deputado, com destaque para a sua atuação em espaços da Câmara dos Deputados. A observação preliminar revelou que as postagens apresentaram uma grande variedade de temas, os quais foram levados pelo deputado ao plenário e à comissões específicas, onde Wadson retomou discussões similares àquelas verificadas na categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais”.

Desta forma, tornaram-se objetos recorrentes em sua atuação no plenário assuntos como a resistência dos estudantes secundaristas em São Paulo; a liberdade religiosa e o constrangimento à mulher no exercício de sua crença; o seu posicionamento contrário à votação secreta que avaliaria o pedido de impedimento da ex-presidente Dilma Rousseff; à redução da maioria penal e à terceirização do trabalho; e a favor do afastamento do ex-presidente da Câmara Eduardo Cunha, da criminalização da apologia à ditadura e do programa Bolsa Família. Na Comissão Mista de Orçamento (CMO), os posicionamentos destacados referiram-se novamente à manutenção do Bolsa Família, além de três pedidos de destaque – solicitações de modificação no texto de uma proposta em votação – apresentados pelo deputado em relação à redução do orçamento da Justiça do Trabalho.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (8 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (17 de dez. 2015)

A primeira postagem destacada exemplifica a tomada de posição do comunista em favor dos secundaristas paulistas no contexto do anúncio do fechamento das escolas estaduais pelo governador Geraldo Alckmin. Além de relativamente desconstruir um partido do campo político contrário, ao afirmar que “o PSDB vai se notabilizando por não conseguir tratar das questões de educação pública”, Wadson Ribeiro também procurou falar para os estudantes secundaristas – grupo no qual o parlamentar deu início à sua militância estudantil em Juiz de Fora, na ocasião do impedimento do ex-presidente Fernando Collor. Na segunda recorrência selecionada, foi possível evidenciar o alinhamento do deputado à base petista em razão da defesa do programa Bolsa Família, política pública de paternidade reivindicada pelo PT, que aparece de forma recorrente em suas postagens e pela qual o parlamentar afirmou estar “lutando para preservar”.

Ainda na tipologia “Tomadas de posição”, a terceira categoria em volume de recorrências, “Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores”, compilou um número de 10 postagens, o que corresponde a 11,49% do total de publicações. Neste sentido, foram destacadas as conexões de Wadson com grupos de apoiadores e a sua articulação com prefeitos, candidatos a vereador, militantes e estudantes.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (14 de dez. 2016)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (27 de jan. 2016)

Na primeira postagem, referente a uma visita de Wadson a cidade de Matias Barbosa em dezembro de 2015, é possível observar o elo construído com o ex-presidente da Câmara, José Custódio Nunes, e demais militantes do PC do B e do PT durante encontro, no qual o deputado se propôs a discutir uma aliança entre “as principais forças de esquerda da

cidade em defesa da democracia”. Em 2016, José Custódio disputou a prefeitura de Matias Barbosa pelo PT, mas foi derrotado pelo pecuarista Carlos Lopes (PP).

A segunda postagem, por sua vez, registra o encontro de Wadson com o prefeito de Sete Lagoas, Márcio Reinaldo (PP). O comunista, ainda que pertencente a um espectro político diferente em relação a seu interlocutor, reitera o seu “compromisso com a cidade” e promete acompanhar o prefeito em reuniões no Ministério dos Esportes – onde trabalhou no segundo escalão – e no Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). É interessante observar, no entanto, que o partido do prefeito não é exposto na postagem, de forma que os seguidores do deputado não têm conhecimento imediato sobre a identidade partidária do ator político retratado ao lado do comunista. Segundo a postagem, os políticos também discutiram a política municipal e a “necessidade de união das forças progressistas em Sete Lagoas”. Mesmo que o prefeito não compartilhe das mesmas filosofias do partido, no caso de Sete Lagoas, é perceptível que Wadson se propõe a dialogar com atores políticos oriundos de espectros políticos bastante distintos. Isto pode ser evidenciado na visita do deputado ao prefeito de Congonhas, Zelinho de Freitas (PSDB), onde o deputado conversou sobre destinação de verbas para a cidade e colocou seu mandato à disposição.

Considerando-se que Wadson auferiu as menores votações entre os quatro deputados analisados e ocupa a posição de suplente na Câmara, é razoável supor que existe um esforço do mandato no sentido de demonstrar a capacidade de articulação do parlamentar e, simultaneamente, de dar visibilidade e gerar capital político para o partido e seus respectivos aliados.

A categoria com maior número de recorrências na tipologia “Crédito reivindicado” foi “Prestação de contas do mandato”, na qual foram recenseadas 9 postagens, o que totaliza 10,34% das recorrências. A quarta clivagem em números gerais elenca as peças em que o deputado efetuou destinações de recursos aos municípios atendidos pelo mandato, com foco nos empenhos de emendas parlamentares. Verifica-se nas postagens que os recursos enviados aos municípios abarcaram prioritariamente áreas como saúde, esporte e infraestrutura urbana e agrária.

Wadson Ribeiro
Ontem às 15:28 · 🌐

O prefeito de Cataguases, Cesinha Samor, comemorou nesta quinta-feira (3) o empenho pelo Executivo federal das emendas parlamentares enviadas pelo deputado federal, Wadson Ribeiro, para a cidade. O parlamentar mineiro assegurou um aporte de recursos de cerca de R\$ 1,4 milhão que deverão ser investidos nas áreas da saúde e infraestrutura de Cataguases.
#EquipeWadsonRibeiro



“Wadson é o parlamentar que mais enviou emendas para Cataguases”, afirma o prefeito Cesinha...
O prefeito de Cataguases, Cesinha Samor, comemorou nesta quinta-feira (3) o empenho pelo Executivo federal das emendas parlamentares enviadas pelo...
WADSONRIBEIRO.COM.BR

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Fonte: página oficial do deputado no Facebook (5 de dez. 2016)

Wadson Ribeiro
6 h · 🌐

O deputado federal, Wadson Ribeiro, destinou R\$ 500 mil em emendas para o Instituto de Desenvolvimento do Norte e Nordeste de Minas Gerais (Idene). Os recursos irão atender cerca de 300 famílias que vivem em assentamentos rurais constituídos pelo crédito fundiário das cidades de São Romão, Pintópolis, Jaíba, Brasília de Minas, Januária e São Francisco.
#EquipeWadsonRibeiro



Wadson destina R\$ 500 mil para a aquisição de equipamentos agrícolas no Norte de MG - Wadson Ribeiro
WADSONRIBEIRO.COM.BR

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Fonte: página oficial do deputado no Facebook (14 de dez. 2016)

As postagens destacaram os montantes empenhados tanto na mesorregião da Zona da Mata quanto fora dela, nas quais se evidenciou a ausência de Juiz de Fora entre os municípios que receberam recursos, embora o município seja um dos destinatários de empenhos executados

por Wadson. Entre as cidades mencionadas estão São João Nepomuceno, Cataguases, Pintópolis, Januária, São Romão, Jaíba, Brasília de Minas, São Francisco do Minas, dentre as quais, apenas São João Nepomuceno e Cataguases são observadas nos espelhos de empenhos disponíveis no portal da Câmara dos Deputados. Os municípios de Pintópolis, Januária, São Romão, Jaíba, Brasília de Minas, São Francisco do Minas, por sua vez, não figuraram na prestação de contas no período em que a coleta foi realizada. Além disso, em razão da não divulgação dos números das emendas, foi praticamente inviável a conferência exata dos empenhos, suas instituições de origem, os respectivos valores e os municípios beneficiários.

Na primeira postagem, Wadson Ribeiro anuncia um aporte de 1,4 milhões de reais para a cidade de Cataguases na companhia do prefeito, Cesinha Samor (PC do B). A imagem que estampa a primeira postagem, em que os dois políticos aparecem sorridentes, está disposta em um link que direciona o seguidor para o endereço eletrônico do deputado, no qual Cesinha afirma o vínculo do parlamentar com a cidade: “Wadson é o parlamentar que mais enviou emendas para Cataguases”, reiterou em entrevista à assessoria.

A segunda recorrência, ao seu turno, evidencia a distribuição de empenhos em outras regiões, o que pode ser verificado como um tipo de conexão política estabelecida pelo comunista por meio do repasse de recursos as cidades das regiões Norte e Nordeste de Minas. Possivelmente a destinação de emendas a regiões tão distantes do domicílio eleitoral seja motivada por relações político-partidárias e/ou de cunho eleitoral, com vistas à expansão de suas votações nos próximos pleitos.

Outra categoria, “Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças”, registrou oito recorrências, ou seja, 9,20% das postagens. Ganharam relevo nestas postagens as inserções do deputado na mídia, seja como fonte ou como colunista/escritor, bem como as suas agendas com lideranças políticas. No que se refere às inserções nos meios de comunicação, apenas duas recorrências foram encontradas, enquanto as outras seis se referiram a agendas com a ex-presidente Dilma Rousseff e com os ex-ministros Joaquim Levy e Aldo Rebelo.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (27 de jan.. 2016)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (15 de dez. 2016)

Na inserção de Wadson na mídia, verificada na primeira postagem, foi observada a sua participação como fonte na ocasião de uma visita à cidade de Sete Lagoas. Acompanhado do presidente do PC do B no município, Wadson foi entrevistado pelo semanário Sete Dias, de abrangência local. A outra inserção do deputado se refere a um texto publicado no Portal Vermelho, no qual o deputado foi fonte. De maneira geral, não foram encontradas recorrências em que Wadson escreveu textos ou foi consultado por jornais de grande circulação regional,

estadual e nacional, o que sugere uma baixa capacidade de acesso à espaços para a redação de colunas e pouco contato com jornalistas capazes de torná-lo mais conhecido.

As referências ao PC do B, recorrentes em grande parcela das postagens de Wadson Ribeiro, foram recenseadas na categoria “Construção da imagem do partido”. Ainda que a maior parte das peças tenha feito menções ao partido, seis delas destacaram a imagem da legenda e o papel de sua bancada nas tomadas de decisão, o que corresponde a 6,90% do total.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (2 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (7 de dez. 2015)

Verifica-se, nas duas postagens, o protagonismo do partido na articulação dos temáticas coletivas e individuais e suas respectivas tomadas de posição. Os assuntos em que o PC do B foi acionado por Wadson remeteram sempre ao “golpe”, tendo em vista a contaminação do cenário político em razão das investigações/denúncias conduzidas pela operação Lava Jato e de improbidade administrativa contra a presidente Dilma Rousseff. Nos demais casos, além de questões de conjuntura, a figura do partido emergiu nas postagens em duas ocasiões nas quais o deputado Wadson Ribeiro anunciou a filiação do ex-prefeito de Chiador, Moisés Gumieri – brutalmente assassinado meses mais tarde.

As postagens nas quais Wadson Ribeiro reforçou valores pessoais, habilidades políticas, capacidade de aproximação e diálogo com eleitores foram recenseadas na categoria “Construção da imagem do deputado”. As quatro recorrências registradas, 4,60% do total, dizem respeito a momentos nos quais o deputado se aproximou dos seguidores por meio postagens menos ligadas ao cenário político e mais conectadas ao seu dia a dia e suas respectivas reflexões. Neste sentido, as publicações enfatizaram algumas passagens de autores conhecidos como George Orwell e Eduardo Galeano, cujo conteúdo remeteu à valores morais e éticos, à relação com a família e a sua capacidade de se emocionar com um documentário.

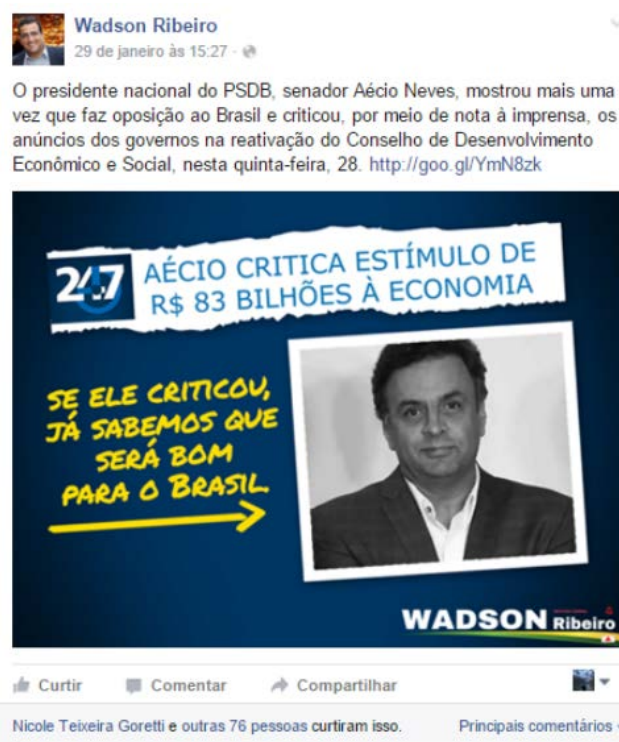


Fonte: página oficial do deputado no Facebook (8 de jan.. 2016)

Na postagem selecionada, a assessoria de Wadson Ribeiro destaca a frase “Em tempos de embustes universais, dizer a verdade se torna um ato revolucionário”, atribuída ao autor indo-britânico George Orwell. Tendo em vista o cenário de profunda incerteza política e de inúmeros casos de corrupção sob investigação da justiça, o reforço de valores como a “verdade” sinalizam para um tipo de conduta ética e moral que supostamente não causariam desconforto ao sujeito responsável pela enunciação, portanto, o próprio deputado. A construção

do “ato de revolucionário”, desta maneira, estaria diretamente ligada ao valor de “verdade”, também entendido como uma forma de conduta lícita e positiva.

Três categorias registraram três postagens cada uma, isto é, 2,52%. Entre elas estão “Ataque aos adversários”, “Postagens de estímulo ao cidadão/eleitor para a ação política” e “Discussão da atividade parlamentar do deputado”. A primeira, “Ataque aos adversários”, refere-se à desconstrução dos antagonistas do deputado no campo político. Nestas postagens, destacaram-se os ataques a Eduardo Cunha e Aécio Neves, cuja figura foi associada ao desastre ambiental decorrente do rompimento das barragens de rejeitos em Mariana. Na peça escolhida, a foto de Aécio apareceu acompanhada de uma seta com a frase “se ele criticou, sabemos que será bom para o Brasil”, na ocasião de um posicionamento do senador mineiro a respeito da reativação do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social (CDES). Ficou evidente, nos dois casos, a tentativa de desconstrução da imagem de Aécio – um dos principais articuladores do impedimento de Dilma Rousseff após as eleições de 2014. Ainda assim, os ataques de Wadson foram mais tímidos e contidos quando comparados aos dos demais deputados.



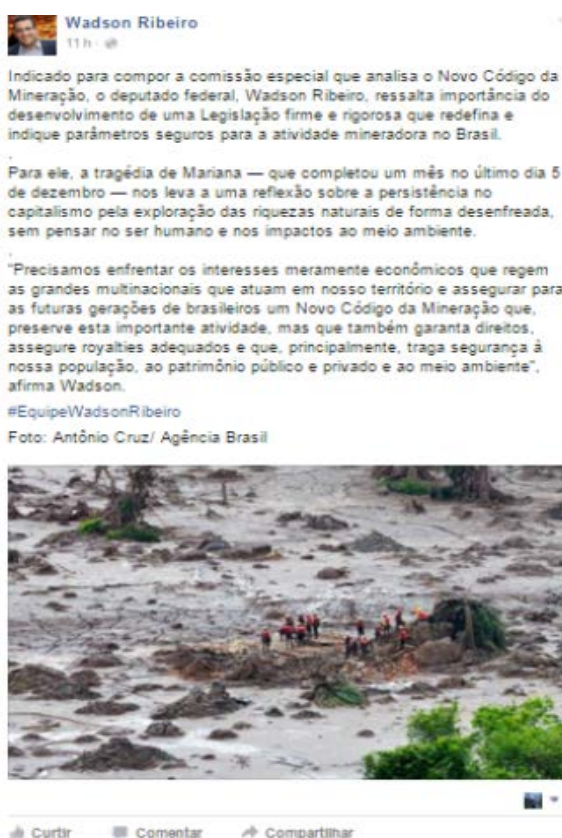
Fonte: página oficial do deputado no Facebook (29 de jan.. 2016)

Em “Postagens de estímulo ao cidadão/eleitor para a ação política”, foram verificadas as postagens de incentivos à atividade política dos cidadãos/eleitores que interagiram com a página. Em uma das recorrências, Wadson aparece em vídeo convocando os seus seguidores para irem às ruas em defesa do governo e das “conquistas” dos 13 anos de

governo petista. Na publicação selecionada, o rosto de Dilma Rousseff estampa a imagem que chama os seguidores ao “Dia D de defesa da democracia”, acompanhado da hashtag #FICADILMA.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (15 de dez., 2015)

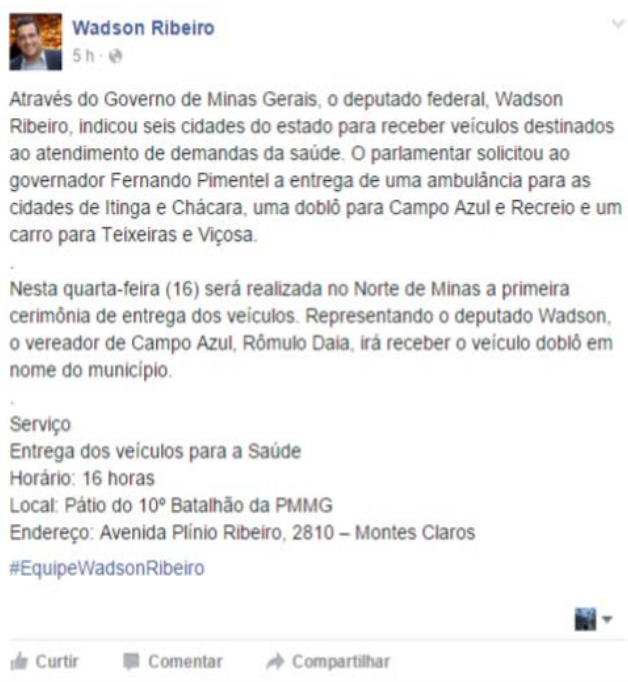


Fonte: página oficial do deputado no Facebook (4 de dez., 2015)

Na categoria “Discussão da atividade parlamentar do deputado” estão reunidas as recorrências em que o mandato discute especificamente as suas proposições e atividades. Neste sentido, Wadson destacou, em uma das postagens, a sua indicação à comissão especial criada

para analisar o Novo Código Civil da Mineração. O deputado comunista reiterou seu posicionamento político ao propor uma reflexão sobre “a persistência do capitalismo pela exploração das riquezas naturais de forma desenfreada”. Além desta atividade de Câmara, o parlamentar também tratou de um relatório setorial apresentado na comissão Mista de Orçamento (CMO) e de um parecer contrário ao ensino de Enfermagem por cursos à distância.

As categorias “Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.”, “Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais” e “Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais” mediram três recorrências cada uma, com total de 2,30% das recorrências. A primeira delas, “Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.”, reuniu os compromissos firmados para o repasse de recursos com participação do deputado. Na postagem selecionada, o deputado reivindicou o crédito sobre uma ação do governo de Minas Gerais para atender as demandas de saúde em cidades localizadas nas mesorregiões da Zona da Mata e Norte de Minas e também estabeleceu conexão com os municípios atendidos, entre eles, Itinga, Chácara, Romulo Daia, Teixeira e Viçosa.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (15 de dez.. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (15 de dez.. 2015)

Em “Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais” e “Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais”, Wadson enfocou o Carnaval em nível local e estadual e também se posicionou a respeito da enchente que atingiu o município de Palma – no qual o deputado empenhou recursos de emendas parlamentares. O comunista demonstrou empatia ao ser solidário com “moradores e comerciantes” que sofreram prejuízos com a chuva forte que assolou a cidade e também reiterou o seu acompanhamento por meio do escritório do mandato localizado em Juiz de Fora.

Apenas uma categoria, “Reivindicação de ações congressuais”, não registrou recorrências, embora algumas ações neste sentido tenham sido verificadas nas postagens recenseadas em outras clivagens. Isto ocorreu em razão das predominâncias de enquadramento verificadas em cada uma das peças, as quais foram recenseadas de acordo com o maior peso simbólico atribuído ao conteúdo e seu respectivo encaixe na segmentação proposta. Além disso, o fato de Wadson ter iniciado o primeiro mandato de sua trajetória nesta legislatura indica que as reivindicações de crédito talvez sejam escassas, considerando-se a necessidade de adaptação

à cultura legislativa, o que inclui a sugestão de Projetos de Lei, pareceres, pedidos de vista, emendas, etc..

Dadas as postagens avaliadas no período, pode-se afirmar que o conteúdo produzido por Wadson Ribeiro, assim como os dos outros deputados federais analisados, foi diretamente influenciado pela conjuntura política de crise institucional, tendo em vista o número de recorrências ligadas ao cenário e a incerteza produzida pelas investigações da Operação Lava Jato. O comunista defendeu políticas públicas como o Bolsa Família e assumiu sua posição governista direcionar uma significativa parcela de suas postagens à defesa de Dilma e do campo progressista.

Ressalta-se, no entanto, que a exposição de inserções na mídia estadual e federal foram relativamente pequenas, o que sinalizou para uma subpenetração nos veículos de circulação nacional e sugeriu a escassez de contatos do mandato nestas instâncias. Se para alguns deputados a exposição de suas inserções significou certa capacidade de representação dos interesses locais em outras esferas, no caso de Wadson Ribeiro as atividades de Câmara e os empenhos de emendas cumpriram este papel, embora o deputado considere a mídia como uma importante ferramenta de conexão entre o eleitorado e seus representantes, conforme se verifica a seguir. Segundo ele, a cobertura deficitária e de baixa qualidade seriam as principais razões para a desconexão da sociedade com o campo político, bem como o gargalo que regula a visibilidade legislativa, limitado aos líderes partidários, do governo e demais cargos das hierarquias partidárias e da Câmara.

Olha, eu acho que quando um parlamentar tem uma superexposição nacional, o que significa, por exemplo, ser presidente de um partido, ser líder de um partido, ser líder de um governo, ou líder de uma oposição, ou presidente de uma comissão importante e que dê a ele uma visibilidade nacional, como uma CPI, ou algo do tipo, que tem mais apelo midiático... É claro que essa exposição midiática também suplanta os veículos locais e regionais, não é? Mas como essa não é a realidade da maioria dos parlamentares, com 513 deputados, e talvez você tenha um universo aí de uns 50, se muito, com esse maior protagonismo, as mídias regionais são muito importantes para os parlamentares, porque elas exatamente linkam (sic) a atividade parlamentar com a base política do parlamentar. Num sistema político, que em que pese não ser distrital, mas se manifesta como tal, não é? A maioria dos deputados tem um voto concentrado em determinadas regiões. Então, o papel da mídia para aproximar o que esse parlamentar está fazendo da sua base eleitoral e dos seus eleitores é que cria um link muitas vezes de acompanhamento sobre o que o parlamentar está fazendo, sobre o que ele está apresentando de projeto, o que não está... Mas no geral, eu acho que essa cobertura é uma cobertura muito deficitária, porque os veículos de comunicação, na sua maioria, também conduzem a cobertura jornalística no Brasil de forma muito "editorizada" (sic). Ou seja, você tem, por parte dessa grande mídia e também das mídias regionais, uma visão que estimula na sociedade também, uma visão muito resistente à política, não é? Então, isso é um problema, porque se essa cobertura fosse feita de forma mais profunda, de forma mais factual, de forma mais isenta, isso ajudaria também a construir uma percepção sobre a política que é muito diferente da que se tem hoje (sic) (RIBEIRO, 2016).

Além disso, ainda que o parlamentar não tenha registrado uma efetiva participação na mídia, a valorização do aspecto comunicativo foi reforçada na medida em que o deputado reitera o seu papel de formador de opinião e fonte para a imprensa, não apenas no ambiente midiático, mas também na “vida real”, isto é, em espaços como a rua, o bar, a igreja, sob os quais o parlamento influencia por representar uma caixa de ressonância cuja repercussão chega à opinião pública, de acordo com o primeiro trecho.

Claro, ou seja, o deputado tem que ser fonte, não é? Ou seja, como todo jornalista tem as suas fontes. A fonte do pensamento político nacional está na vida real, se constrói na rua, no bar, na igreja, no sindicato, no movimento social... Agora, o Parlamento é uma fonte privilegiada nessa construção da formação que virá a se transformar na opinião pública, não é? Porque a partir dali que se bebe temas que são temas que ainda não chegaram à sociedade, mas que estão tramitando ali (sic) (RIBEIRO, 2016).

O problema é que tem muitos parlamentares que se escondem da mídia. Ele prefere ter uma ação parlamentar menos exposta, porque ele está ali por outros interesses, não é? Ele não quer se expor, porque quando ele se expõe... O sujeito tem nome dele no Google... Sabem que o cara é réu não sei onde, é condenado não sei onde, que tem isso e tem aquilo... Agora, tirando essa parcela, todo parlamentar quer fazer com que as suas ações reverberem na mídia. É como eu disse: É a forma dele apresentar o seu trabalho ao grande público. Aliás, um grande fato novo na política brasileira, que vocês estudiosos do tema vão se debruçar sobre isso, é o papel que vem jogando, por exemplo, as TVs como a TV Câmara, a TV Senado e a própria TV Justiça. Eu acho que isso mudou um paradigma fundamental. Hoje as pessoas ligam a TV para assistir a TV Câmara. Eu fazia um discurso na Câmara e um minuto depois, no meu celular: “Poxa, eu vi você falando!” E não sei o que... Isso não se tinha antes. Você ficava “zapiando”... Mas ele é restrito. E a grande mídia, é claro, ela... Todo parlamentar quer ver as suas boas ações refletindo para ir chegar na população, não é? (sic) (RIBEIRO, 2016).

No segundo trecho, o comunista revela que boa parte dos deputados federais fazem a opção de expor menos os seus mandatos em razão de “outros interesses”, em função dos quais elementos indesejados podem ser revelados, no caso, acusações e condenações, com capacidade de danificar as imagens públicas construídas por cada congressista. A visibilidade parlamentar gerada por veículos públicos, por sua vez, é vista como crescente, mesmo que a “grande mídia” seja o carro chefe, tendo em vista que “todo parlamentar quer ver as suas boas ações refletindo para chegar na população” (RIBEIRO, 2016). Apesar de a comunicação ser considerada como primordial para a política, de acordo as passagens, a entrevista em profundidade demonstrou que o investimento e a destinação de cargos especializados na produção de conteúdos e contato com a mídia é reduzido, levando-se em conta que apenas uma assessora, incumbida de articular o mandato com a empresa responsável por alimentar as plataformas do deputado

Observou-se na amostragem verificada que Wadson atuou fortemente na construção e divulgação da imagem do partido em diversas postagens, seja nas tomadas de posição, nas prestações de contas ou nas reivindicações de crédito. A valorização da legenda ocorreu em um cenário de negação da política institucional em função dos escândalos de corrupção apurados na Petrobras e no financiamento de campanhas políticas. O deputado

demonstrou um alto grau de envolvimento com a legenda ao destacar os posicionamentos da bancada comunista e o alinhamento da sigla quanto às temáticas em disputa no congresso. O fato de Wadson ocupar a posição de presidente estadual do PC do B também influenciou o seu lugar de fala em relação à imagem do partido, a qual foi reforçada no que se refere aos posicionamentos, embora não tenham sido trabalhados diretamente ideais e valores do partido.

O comunista também recorreu a grupos de apoiadores ligados à sua trajetória política, como é o caso de estudantes secundaristas e universitários. Ao mesmo tempo buscou demonstrar capacidade de articulação com novos apoiadores ao dar significativa visibilidade às conexões com lideranças via empenhos de emendas parlamentares – das quais foram elididas características como o número da emenda, o órgão de proveniência, o que impossibilita uma verificação completa. Em suma, o mandato de Wadson possui distribuição de votos estadualizada, embora com forte dependência local, movimentado por redes de apoiadores ligadas ao partido, não se configurando, especificamente, por vínculos personalistas. Além disso, a sua carreira política e participação na estrutura partidária explicam, em certa medida, esta conexão com a militância do PC do B, algo que é reforçado na razão em que o deputado constrói a imagem do partido.

4.5 JÚLIO DELGADO (PSB)

4.4.1 Geografia Eleitoral

Deputado federal eleito por quociente partidário em 2014, Júlio César Delgado é o atual presidente do Partido Socialista Brasileiro (PSB) em Juiz de Fora e um dos principais quadros do partido em âmbito estadual e nacional³⁰. Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), tem pós-graduação em Processo Legislativo na Universidade de Brasília (UnB) e curso de Administração de Fundos de Pensão pela Organização dos Estados Americanos (OEA). Apesar da formação no âmbito jurídico, o parlamentar praticamente não atuou de forma direta nesta área ao longo de sua carreira.

Embora tenha iniciado sua militância no Diretório Acadêmico da Faculdade de Direito da UFJF, o primeiro contato com a política aconteceu ainda no berço. Filho do político Tarcísio Delgado – ex-vereador (1966-1969), ex-deputado estadual (1970-1973) e federal

³⁰ As informações a respeito da trajetória política de Júlio Delgado foram coletadas no endereço eletrônico da parlamentar e no de seu pai Tarcísio Delgado, na seção perfil, no portal do Câmara dos Deputados, e na entrevista em profundidade disponível no Apêndice E desta pesquisa.

(1974-1978, 1979-1982, 1990-1994) e por três vezes prefeito de Juiz de Fora (1983-1988, 1997-2000, 2001-2004) –, Júlio é o único dos cinco filhos que escolheu a política como ocupação.

A atividade política do pessebista, apesar do contato familiar de primeiro grau, ocorreu inicialmente pela filiação ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e, mais tarde, por meio do movimento estudantil via Diretório Acadêmico. Logo depois da graduação, em 1990, assumiu o cargo de assessor parlamentar na Câmara dos Deputados. Em razão de um convite do então governador Eduardo Azeredo, Júlio Delgado assumiu a cadeira de secretário-adjunto da Secretaria do Trabalho e Assistência Social do Estado de Minas Gerais. Além disso, foi presidente e vice-presidente do Conselho Estadual de Direitos da Criança de Minas Gerais, entre os anos 1995 e 1998. Estas foram as únicas posições na hierarquia estadual ocupadas pelo político.

Em 1994, Delgado buscou a sua primeira legislatura na Câmara dos Deputados, mas não conseguiu se eleger naquela ocasião. Já no governo de Minas Gerais, candidatou-se novamente em 1998 e terminou o pleito como suplente. Em função das movimentações políticas, assumiu o mandato em 1999 ainda filiado ao PMDB. Nesta eleição, Júlio obteve 27.168 no estado de Minas Gerais, sendo 15.198 em Juiz de Fora, apesar de não ter exercido nenhum tipo de cargo na cidade.

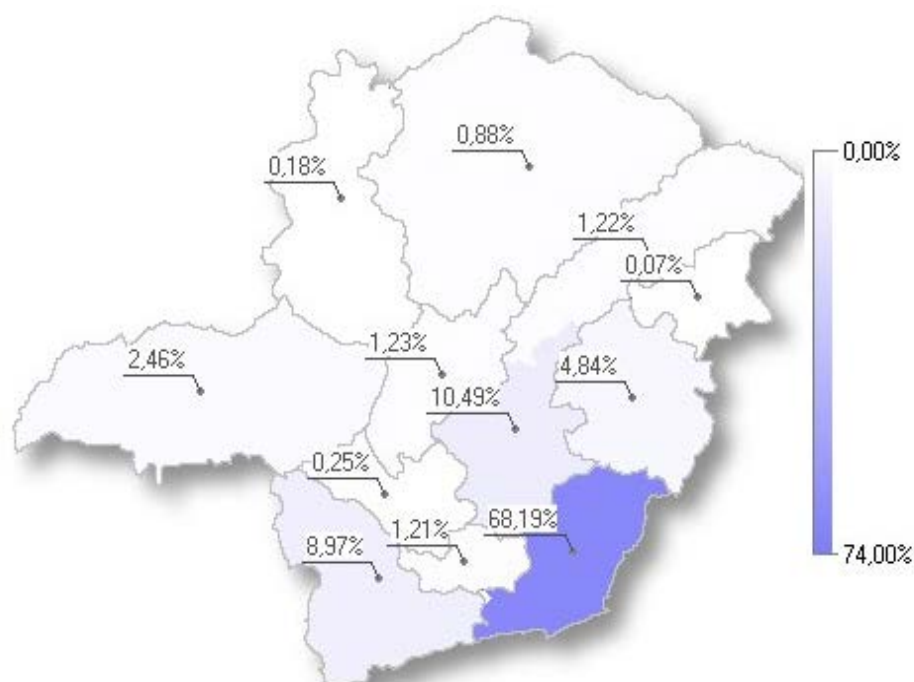
Em 2001, deixou o PMDB para estabelecer vínculo com o Partido Popular Socialista (PPS) e foi reeleito deputado federal em 2002 depois de quase triplicar seu desempenho eleitoral no estado e dobrar seus votos em Juiz de Fora: no total, Delgado somou 67.681 votos em Minas Gerais, sendo 35.629 em sua terra natal. Nesta mesma legislatura, foi líder do partido na Câmara no ano de 2004 e, no ano seguinte, deixou o PPS e para se filiar ao PSB, pelo qual foi eleito deputado federal nas três legislaturas seguintes. Vale notar, entretanto, que no momento das duas primeiras eleições parlamentares de Júlio, em 1998 e 2002, Tarcísio Delgado cumpria seus dois mandatos seguidos à frente da prefeitura de Juiz de Fora.

Nas eleições de 2006, as votações de Júlio Delgado mais uma vez superaram os números anteriores. Eleito para o terceiro mandato na Câmara Federal, o pessebista mediu 75.504 votos no estado e, como nos outros pleitos, garantiu mais da metade de seus eleitores na cidade de Juiz de Fora – ao todo 41.839, pouco mais que 55%. Em 2010, o deputado juiz-forano registra a sua primeira queda no número de votos, embora essa diminuição não tenha sido relevante para o resultado eleitoral. Foram contabilizados 70.945 votos, dos quais 34.410 em Juiz de Fora – pouco menos que 50% e uma redução de 4.559 votos. Nota-se também uma queda de aproximadamente 6 mil votos em Juiz de Fora.

Nas eleições de 2014, Delgado obteve 86.245 votos e retomou o crescimento registrado em seus três primeiros mandatos. Em seu domicílio eleitoral, o deputado voltou a receber votação expressiva e atingiu a marca de 41.634 eleitores. Entre os parlamentares que são objeto de estudo deste trabalho, Júlio foi o segundo mais votado em números gerais, atrás apenas de Marcus Pestana e com desempenho em Juiz de Fora superado apenas por Margarida Salomão. A melhora no desempenho do pessebista ocorre em paralelo ao retorno de Tarcísio Delgado³¹ ao cenário eleitoral, depois de Júlio ter sido cogitado como possível candidato ao governo de Minas Gerais, com apoio do então candidato a presidência Aécio Neves.

A votação do parlamentar no estado de Minas Gerais, como se observa abaixo (Mapa 18), teve forte concentração na mesorregião onde se localiza Juiz de Fora. Diferentemente de Marcus Pestana e Wadson Ribeiro, com votos mais dispersos em outras regiões, Júlio segue o perfil de geográfico de Margarida Salomão no que se refere ao acúmulo de votação em uma área específica do estado.

Mapa 18 – Distribuição dos votos de Júlio Delgado nas mesorregiões do estado de Minas Gerais



(*) Distribuição do total de votos do candidato nas mesorregiões

Fonte: TRE/MG

No mapa, estão dispostas as votações de Júlio Delgado em cada uma das 12 mesorregiões de Minas Gerais. É possível observar, na faixa azul em degrade, a distribuição de

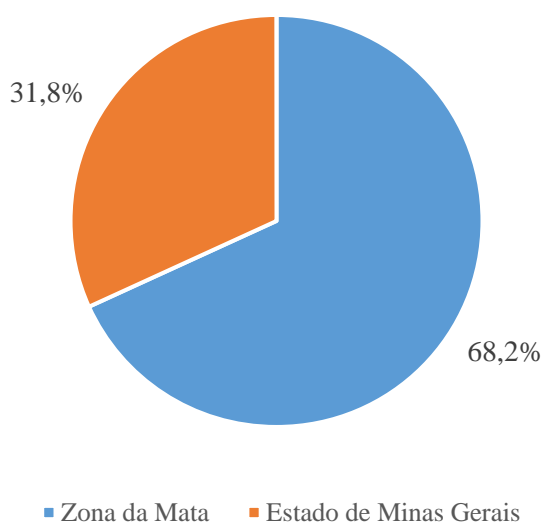
³¹ Também candidato pelo PSB, Tarcísio disputou o governo de Minas Gerais e obteve 395.039, dos quais 68.275 foram provenientes de Juiz de Fora, segundo dados do TRE.

votos do deputado e a sua respectiva concentração. Destaca-se, neste sentido, a mesorregião da Zona da Mata, onde estão localizados 58.808 votos, exatos 68,19% de todos votos recebidos pelo parlamentar. Na medida em que as votações diminuem, as cores tornam-se menos intensas. Isto pode ser observado nas regiões que apresentam votações menos volumosas que a Zona da Mata, mas ainda assim mais volumosas quanto as demais, entre elas, as mesorregiões Metropolitana de Belo Horizonte, 9051 (10,49%), Sul/Sudoeste de Minas, 7738 (8,97%) – ambas muito próximas de sua região de origem.

Em tons um pouco mais claros, com menos votos que as localidades anteriores, encontram-se as mesorregiões do Vale do Rio Doce, 4175 (4,84%) e do Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, 2121 (2,46%). A primeira está geograficamente próxima do eixo eleitoral do deputado, ao passo que a segunda se encontra afastada de seu reduto, na outra extremidade do estado de Minas Gerais.

Com votações abaixo de 2% estão outras sete mesorregiões, as quais, somadas, representam 5,67% dos votos, entre elas: Central Mineira, 1065 (1,23%); Jequitinhonha, 1049 (1,22%); Campo das vertentes, 1044 (1,21%); Norte de Minas, 761 (0,88%); Oeste de Minas, 218 (0,25%); Noroeste de Minas, 153 (0,18%) e Vale do Mucuri, 62 (0,07%). Entre as mesorregiões mais próximas à Zona da Mata, apenas o Campo das Vertentes não teve percentual superior a 2%, o que demonstra uma certa irradiação de influência, ainda que pequena, em relação à Metropolitana de Belo Horizonte, Sul/Sudoeste de Minas e Vale do Rio Doce. A concentração na Zona da Mata fica evidenciada quando o ponto de comparação é o estado de Minas Gerais (Gráfico 13).

Gráfico 13 – Distribuição espacial dos votos de Júlio Delgado no Estado e na Zona da Mata



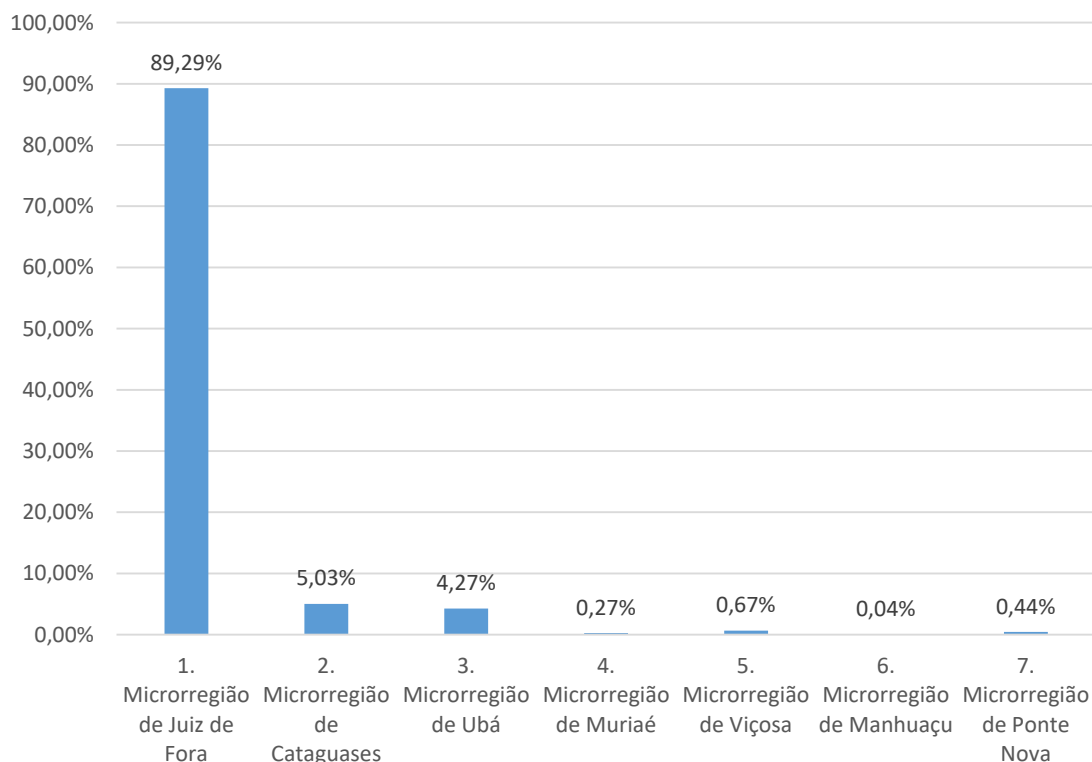
Fonte: elaboração própria

A área do gráfico em azul representa a proporção de votos de Júlio Delgado na Zona da Mata. Foram contabilizados nesta mesorregião 58.808 votos, o equivalente a 68,2% de todos os votos válidos. No somatório geral do estado, exceto a mesorregião supracitada, o parlamentar alcançou a marca de 27.440, 31,8% dos votos, conforme está representado na seção em laranja. Desta forma, Júlio Delgado apresenta, grosso modo, um grau de dispersão menor que o de Margarida Salomão, dada a extensão territorial do estado de Minas, e maior em relação a Marcus Pestana e Wadson Ribeiro, ambos com votações maiores em âmbito estadual.

Entre os parlamentares analisados por esta pesquisa, Júlio Delgado é aquele que parece receber mais influência do capital político/eleitoral de terceiros, no caso, de seu pai. Com votação concentrada na Zona da Mata, especificamente em Juiz de Fora, o deputado não chegou a exercer cargos nos poderes legislativo e executivo municipal. No governo do estado, por sua vez, Júlio exerceu o cargo secretário-adjunto da Secretaria do Trabalho e Assistência Social do Estado de Minas Gerais, no segundo escalão do governo Azeredo. Os motivos prováveis para as votações intensas do pessebista na mesorregião talvez estejam ligados à influência de Tarcísio Delgado na política local, às consecutivas reeleições de Júlio Delgado e sua articulação regional.

Na representação visual a seguir (Gráfico 14) é possível verificar como se comportaram os percentuais do deputado federal na Zona da Mata, considerando-se o peso do colégio eleitoral juiz-forano na primeira barra da esquerda para a direita. Na sequência, estão dispostas as demais microrregiões nas quais Júlio Delgado teve percentuais relativamente menores.

Gráfico 14 – Distribuição dos votos de Júlio Delgado nas microrregiões da Zona da Mata



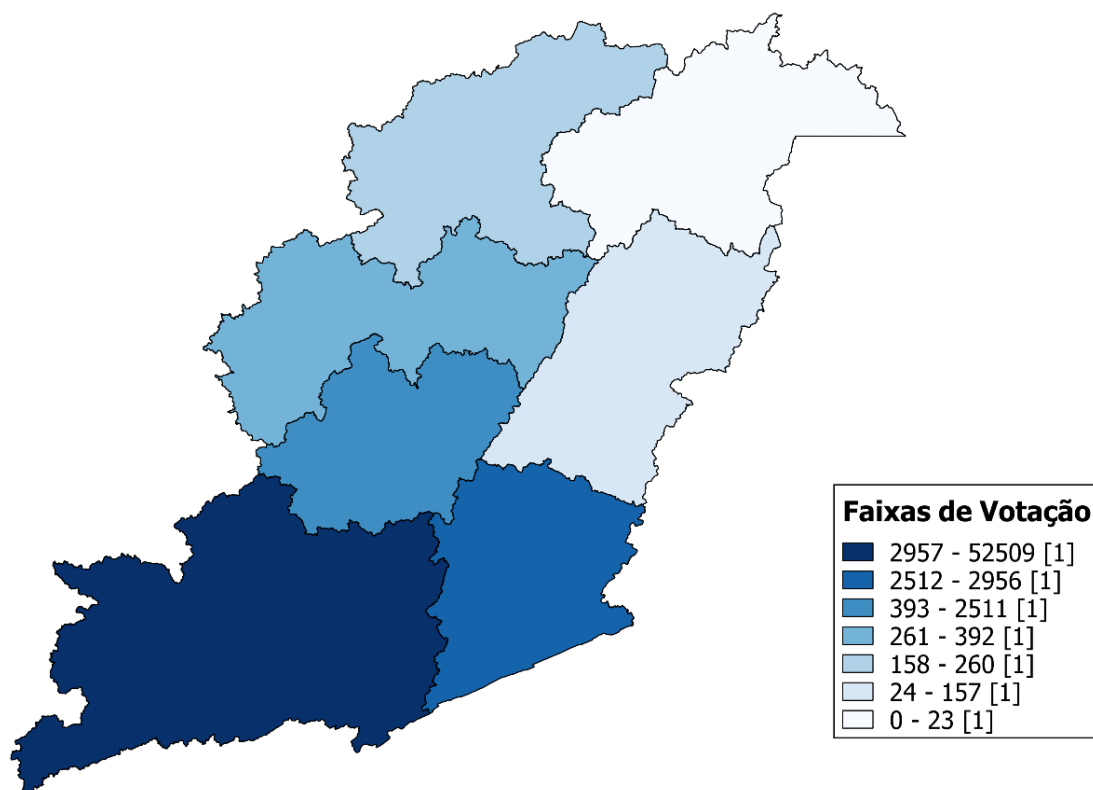
Fonte: elaboração própria

Com 89,29% dos votos, os 52.509 eleitores da microrregião de Juiz de Fora que votaram em Júlio Delgado tiveram peso determinante na corrida eleitoral que levou o parlamentar ao quinto mandato consecutivo. A votação foi expressiva nesta microrregião e demonstrou que o capital político do deputado está fortemente arraigado a esta localidade. Somadas as outras seis microrregiões, Júlio obteve apenas 6.299 votos, aproximadamente 11% do total na mesorregião. Neste aspecto, Delgado registrou a votação mais baixa entre todos os representantes com domicílio em Juiz de Fora. Com trajetórias e estratégias de mandato distintas entre si, Marcus, Wadson e Margarida conseguiram, respectivamente, atrair mais votos nestas microrregiões.

As votações do deputado caíram significativamente nas microrregiões de Cataguases, 2.956 (5,03%), e Ubá, 2.511 (4,27%). Conforme aconteceu com Margarida e Pestana, o desempenho de Júlio também piorou na medida em que os votos se afastaram de seu domicílio eleitoral. Nas microrregiões de Muriaé, 157 (0,27%), Viçosa, 392 (0,67%), Manhuaçu, 23 (0,04%) e Ponte Nova, 260 (0,44%), ocorreram quedas em relação às microrregiões anteriores e pequenas melhoras quando consideradas apenas as quatro localidades: diminuição em Muriaé e Manhuaçu, e crescimento em Viçosa e Ponte Nova.

A variação no desempenho de Júlio Delgado na região, neste sentido, tem um pico inicial na microrregião de Juiz de Fora e, com significativa diminuição, alcança aproximadamente cinco pontos percentuais em Cataguases e Ubá. Na sequência, têm nova queda em Muriaé e registra pequenas variações até a microrregião de Ponte Nova, onde mostra um ligeiro crescimento. A representação cartográfica da distribuição dos votos de Júlio Delgado por microrregiões na Zona da Mata está disposta abaixo (Mapa 19).

Mapa 19 – Distribuição dos votos de Júlio Delgado nas microrregiões da Zona da Mata

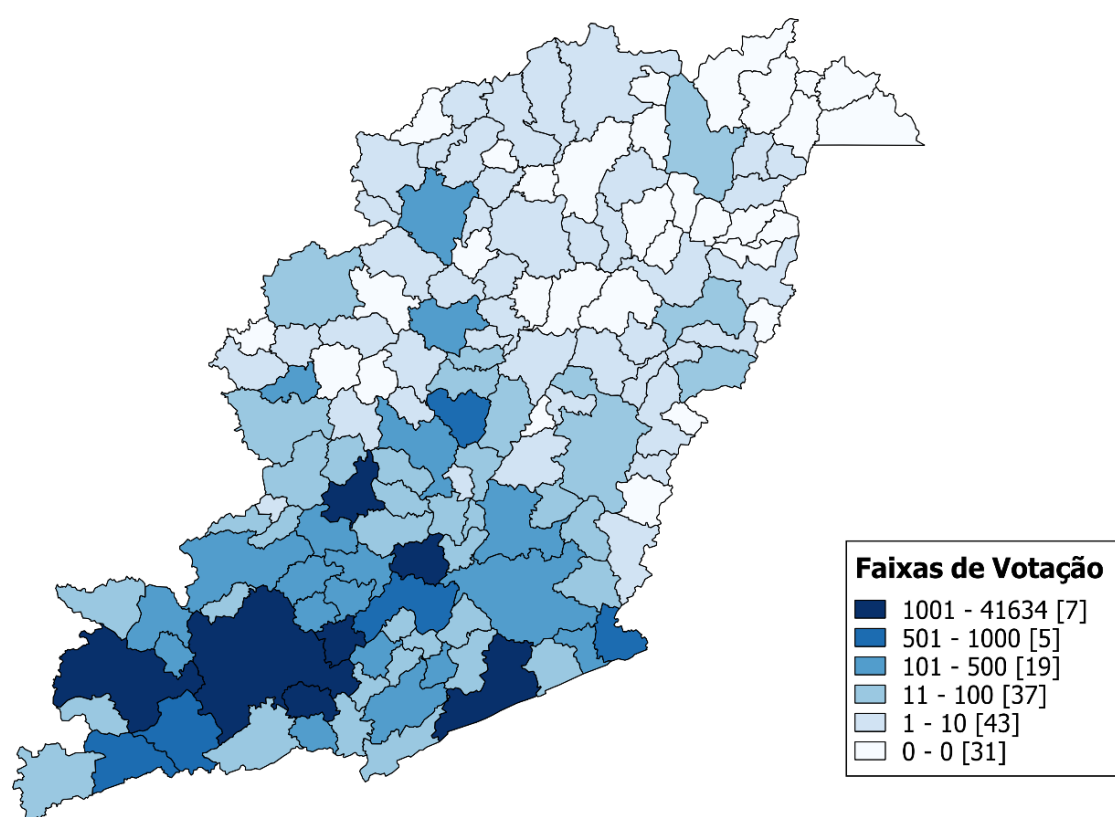


Fonte: elaboração própria

As faixas que representam os votos obtidos por Júlio Delgado, em consonância com os dados do gráfico anterior, ilustram a quantidade de eleitores que escolheram o parlamentar em cada uma das sete microrregiões. As votações demonstram uma variação na proporção em que a microrregião de Juiz de Fora se distancia geograficamente, tendo em vista a concentração de capital político pessoal e familiar de Delgado. É necessário lembrar que o desempenho eleitoral também se configura de acordo com as cidades em cada microrregião, as quais variam em número e quantidade de eleitores.

Considerando-se a classificação proposta, é possível identificar, a partir das regiões com cores mais fortes, de que forma estão distribuídos majoritariamente os votos do pessebista. Os tons mais fracos, no entanto, evidenciam as cidades em que Júlio Delgado registrou retornos eleitorais menos significativos. A especificidade das variações microrregionais dos votos do parlamentar, com destaque para os municípios da Zona da Mata, pode ser vista a seguir (Mapa 20).

Mapa 20 – Detalhamento das votações de Júlio Delgado nas cidades da microrregião da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

Na primeira faixa estabelecida, onde se registram números superiores a 1.000 votos, Júlio Delgado foi o deputado federal que teve o melhor desempenho entre os parlamentares analisados – Pestana e Margarida conseguiram seis municípios nesta faixa e Wadson apenas três. Os dados revelam que o pessebista obteve votações mais concentradas em sete municípios: Além Paraíba, Chácara, Descoberto, Juiz de Fora, Lima Duarte, Matias Barbosa e Rio Pomba – todos eles localizados nas microrregiões de Juiz de Fora, Cataguases e Ubá.

A segunda faixa corresponde às votações acima de 500 e até 1.000 votos. Nela, foram registradas cinco recorrências, das quais todas também se encontram nas microrregiões

supracitadas. Além disso, na terceira faixa, entre 101 e 500 votos, 19 cidades foram identificadas e apenas três não respondem ao critério geográfico. Isto significa que, dos 31 municípios da faixa mais concentradas, praticamente todos estão dispostas nestas microrregiões.

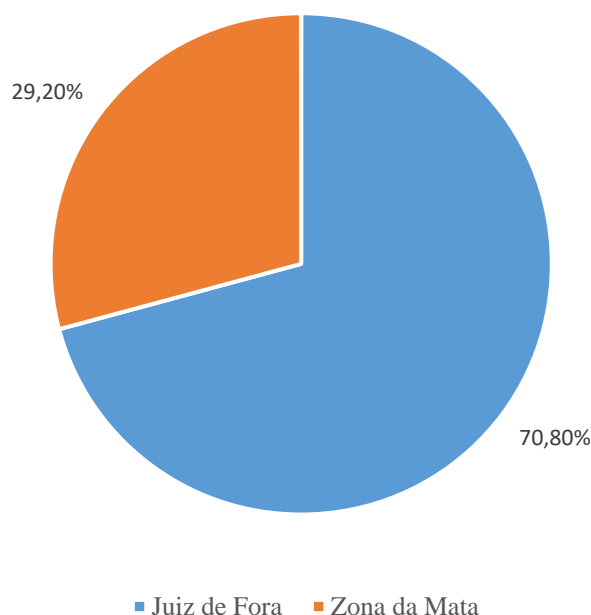
Nas três faixas a seguir estão contemplados os outros 111 municípios, os quais, em sua maioria, estão localizados nas microrregiões de Muriaé, Viçosa, Manhuaçu e Ponte Nova, onde foram auferidos resultados eleitorais relativamente baixos. Nelas, registrou-se 37 municípios entre 11 e 100 votos; 43 municípios entre 1 e 10 votos; e 31 municípios que não tiveram nenhum voto favorável ao pessebista.

É possível visualizar no mapa a predominância de tons mais fortes nas microrregiões de Juiz de Fora, Cataguases e Ubá, ao passo o azul se torna mais fraco em Muriaé, Viçosa, Ponte Nova e Manhuaçu, inclusive com uma mancha em tons de azul claro entre estas localidades. Observa-se, também, que as faixas preenchidas com maior frequência foram a quarta (37 municípios) e a quinta (43 municípios) – assim como Marcus Pestana e Margarida Salomão – o que demonstra um padrão relativo em quase todas as microrregiões de uma votação pouco expressiva, exceto em Juiz de Fora e Cataguases. Isto remete à lógica já descrita de maximização eleitoral na Zona da Mata, e pontuação, ainda que pequena, nos demais municípios. Delgado não conseguiu votos em 31 municípios, número que só foi batido por Wadson Ribeiro, com 36 cidades.

Destaca-se, entretanto, a votação de Júlio Delgado em Juiz de Fora. Com eleitorado menor somente em relação ao de Margarida Salomão, o parlamentar obteve o segundo melhor desempenho na cidade. Este padrão remete ao tipo de votação da petista, a qual esteve ligada a Tarcísio Delgado durante um longo período de sua carreira, inclusive tendo participado de seu secretariado municipal. Júlio concentra boa parte de seus eleitores na cidade em função de alguns fatos, conforme foi retrospectivamente mostrado, como o capital político familiar, seus cinco mandatos consecutivos e as articulações de âmbito nacional, como a proximidade com o senador Aécio Neves e com o ex-governador e presidente do PSB, Eduardo Campos.

A influência do colégio eleitoral juiz-forano na votação de Júlio Delgado fica evidenciada quando comparadas as suas votações no estado de Minas Gerais e a proporção em relação à Zona da Mata, mas também quando se leva em conta o peso eleitoral do município no que diz respeito à mesorregião. A seguir, é possível visualizar a comparação entre o desempenho do pessebista na mesorregião e na cidade de Juiz de Fora (Gráfico 15).

Gráfico 15 – Comparativo entre as votações de Júlio Delgado na cidade Juiz de Fora e na mesorregião da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

É possível verificar no gráfico referente as votações na Zona da Mata e na cidade de Juiz de Fora que o pessebista registrou apenas 17.174 votos na mesorregião, o que corresponde a 29,20% no somatório de seus votos nas sete microrregiões, exceto no município. A maior fatia dos votos, contudo, tem origem em Juiz de Fora. Delgado contabilizou 41.634 na principal cidade da Zona da Mata, o equivalente 70,80% das votações do deputado na mesorregião.

Foram enfocadas, no âmbito macro e micro, as especificidades das votações regionais de Júlio Delgado, desde sua distribuição no estado, passando pela mesorregião da Zona da Mata, até chegar aos 142 municípios da região. Por meio das informações elencadas, é possível dimensionar que o desempenho eleitoral do parlamentar, em 2014, foi altamente concentrado e fortemente ligado ao capital político que advém de seu pai, Tarcísio Delgado – além, é claro, de seu capital particular, o qual envolve articulações políticas de nível estadual e nacional. Também é necessário destacar as cinco eleições consecutivas do deputado para o legislativo federal, ciclo este iniciado em 1998 após derrota na primeira tentativa, em 1994.

Além disso, Júlio Delgado foi cogitado ao governo de Minas Gerais pelo seu partido e, depois de algumas reviravoltas, o candidato ao cargo máximo do executivo estadual foi Tarcísio. Alguns meses depois, o pessebista teve importante papel na campanha do PSB à Presidência da República na chapa composta Eduardo Campos e Marina Silva. Júlio chegou a

ser cogitado novamente, desta vez para a vice-presidência na companhia de Marina, após o acidente que vitimou o ex-governador e ministro pernambucano. O escolhido, contudo, foi o companheiro de partido sul-rio-grandense Beto Albuquerque.

Na entrevista em profundidade, Júlio reforça o peso de Juiz de Fora em suas votações, em relação as quais o deputado afirma uma grande convergência no que diz respeito aos eleitores de Tarcísio. Segundo ele, embora o pai tenha assumido posições contrárias em algumas matérias como o impedimento de Dilma Rousseff, mais de um quarto dos eleitores apoiam as suas tomadas de decisão, algo que não impede, segundo ele, seus posicionamentos de Câmara ou na mídia de forma geral.

[Perguntado sobre o vínculo entre os eleitores de Tarcísio e os seus] 75% bem. 25% “ah...” Meu pai é contra o impeachment, eu votei a favor. E, dos aliados dele, pessoas que eu sou ligado e ligados a ele, fizeram profundas críticas a mim e ao meu voto... Eu não... Mesmo destacando que eu não pontuei, que eu não homenageei meu cachorro, o meu papagaio, a minha mãe e que eu botei o dedo na cara do Cunha e falei que a hora dele ia chegar e tudo, houve profundas críticas e pessoas que... Eu não retirei as críticas, eu não faço nenhum tipo de controle de mídia nas minhas redes sociais. Quer falar bem, pode botar lá, quer falar mal, pode botar lá, que os aliados do meu pai colocaram (sic) (DELGADO, 2016).

No segundo trecho, o pessebista reconhece o percentual de votações concentrado em Juiz de Fora e na Zona da Mata e, além disso, endossa a necessidade de ocupar cargos em esferas de decisão do partido e de articulações com grupos representativos de diferentes setores, considerando-se a capacidade de assumir e defender pautas ligadas à determinados extratos da sociedade civil, conforme evidencia-se a seguir.

47% da minha votação foi aqui... Ela é bem equilibrada... Eu falo isso para todo mundo. Eu tenho 50% dos meus votos em Juiz de Fora e 50% dos votos fora de Juiz de Fora. Talvez por isso tenha um motivo..., porque é interessante que 50% não fazem parte da composição do meu mandato, e eu tenho responsabilidade com eles também, como eu tenho com os juiz-foranos. Por isso que a gente tem que apresentar candidatos, tem que influenciar pegando a direção do partido, tem que participar de eventos reunindo setores, como eu estou hoje aqui, reunindo pessoas do projetos que eu estou tratando em Brasília, mas vem a Juiz de Fora... Direção do Sindifisco Nacional está aqui, que vem conversar conosco. Um reconhecimento por tudo o que a gente faz lá, porque eu poderia conversar com essas pessoas em Brasília, estão toda semana em Brasília (sic) (DELGADO, 2016).

Ao ser questionado a respeito do tipo de eleitor para quem o mandato dirige as ações, Delgado afirmou, de acordo com o trecho abaixo, o enfoque na classe média, com nível de escolaridade e renda também médios, aos quais o deputado constrói um tipo de ação generalista no que se refere às temáticas do mandato não vinculadas a “uma causa só”.

O meu eleitor, basicamente, ele é o eleitor de classe média, de nível de escolaridade também médio. Eu não sou o candidato do pessoal da academia, mas também não sou o candidato do pessoal da periferia, eu sou o candidato do eleitor médio, basicamente... De uma média salarial e de uma média de escolaridade. Varia um pouquinho para baixo ou para cima em uma cidade ou outra, mas, basicamente, é isso. E o nosso trabalho é diferenciado, porque a gente tem deputados, que são deputados de setores... Aquele que é ruralista para defender as causas ruralistas, aquele que é

sindicalista, para defender essas causas, o outro que é evangélico para defender as questões contra o aborto ou a favor da... A nossa posição, que é até muito boa, é que eu não sou um deputado de uma causa só [...] (sic) (DELGADO, 2016).

No plano das votações, é perceptível que o parlamentar depende em grande medida de Juiz de Fora e da Zona da Mata. Júlio concentra significativa parcela de seu eleitorado na mesorregião, enquanto Marcus Pestana e Wadson Ribeiro conseguem percentuais melhores fora de suas localidades de origem. Júlio mantém seus percentuais na cidade natal ao longo dos pleitos, embora com variações de aproximadamente 6 mil votos desde a sua primeira eleição, tanto para mais quanto para menos.

4.4.2 Emendas Parlamentares

Os empenhos oriundos das emendas parlamentares individuais do deputado federal Júlio Delgado, em referência à Lei Orçamentária Anual (LOA) no ano fiscal de 2015, e as suas respectivas votações nas localidades beneficiárias serão os objetos de estudo desta seção. Antes de tudo, vale dizer que as emendas parlamentares são ferramenta de complemento ao orçamento proposto pelo poder executivo em cada ano orçamentário. A análise das destinações de recursos dos deputados permite a identificação das regiões nas quais o parlamentar estabelece laços por algum tipo de critério, seja em função redes de apoiadores, aliados políticos e/ou outros atores interessados nas ações de mandato de cada político.

Conforme os dados disponíveis na seção de LOAS da Câmara Federal, Júlio Delgado aprovou no ano fiscal de 2015 um volume de recursos que totaliza R\$ 13.912.300,00, valor que se refere ao total dos recursos disponíveis ao deputado para estimular ações nos municípios, tendo em conta atividades elementares identificadas pelo parlamentar em áreas como saúde, educação, infraestrutura, cultura, lazer, etc.

As coletas de dados, realizadas em 23 de maio de 2016, mostram que os empenhos de recursos totalizam a quantia de R\$ 6.353.815,00. A alocação dos recursos pelo parlamentar possibilita analisar quais foram as localidades que receberam montantes de recursos, o que segundo a literatura trabalhada, representa esforços de maximização de benefícios do ponto de vista político (MAYHEW, 2004). Nesta perspectiva, observa-se a seguir (Quadro 12) o valor dos empenhos das emendas individuais aprovadas por Júlio Delgado no respectivo ano fiscal.

Quadro 12 – Valores dos empenhos nas emendas parlamentares de Júlio Delgado na LOA 2015

Emenda	Cidade	Microrregião	Valores empenhados
36820001	Coronel Pacheco	Juiz de fora	R\$ 250.000,00
36820006	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 354.909,00
36820006	Chácara	Juiz de fora	R\$ 265.630,00
36820006	Matias Barbosa	Juiz de fora	R\$ 265.630,00
36820006	Três Marias		R\$ 245.850,00
36820006	Santana de Pirapama		R\$ 245.850,00
36820006	Rio Preto	Juiz de fora	R\$ 245.850,00
36820006	Peçanha		R\$ 245.850,00
36820006	Descoberto	Juiz de fora	R\$ 245.850,00
36820006	Pouso Alto		R\$ 245.850,00
36820008	Lima Duarte	Juiz de fora	R\$ 149.809,00
36820008	Aiuruoca		R\$ 236.996,00
36820008	Congonhas		R\$ 140.000,00
36820008	Carmo da Cachoeira		R\$ 134.485,00
36820008	Serranos		R\$ 99.929,00
36820008	Caxambu		R\$ 99.915,00
36820008	Monte Sião		R\$ 99.908,00
36820008	Bocaina de Minas		R\$ 99.504,00
36820008	Santana de Pirapama		R\$ 32.280,00
36820009	Santa Barbara do Monte Verde	Juiz de fora	R\$ 118.475,00
36820010	Morada Nova de Minas		R\$ 200.000,00
36820010	Mercês	Ubá	R\$ 135.000,00
36820010	Juiz de Fora	Juiz de fora	R\$ 100.000,00
36820010	Monsenhor Paulo		R\$ 100.000,00
36820010	Belo Horizonte		R\$ 100.000,00
36820010	São Lourenço		R\$ 100.000,00
36820010	Baependi		R\$ 100.000,00
36820011	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 574.995,00
36820013	Além Paraíba	Cataguases	R\$ 243.750,00
36820013	Peçanha		R\$ 146.250,00
36820014	Comercinho		R\$ 243.750,00
36820014	Juiz de Fora	Juiz de Fora	R\$ 243.750,00
36820014	Lima Duarte	Juiz de Fora	R\$ 243.750,00
Total			R\$ 6.353.815,00

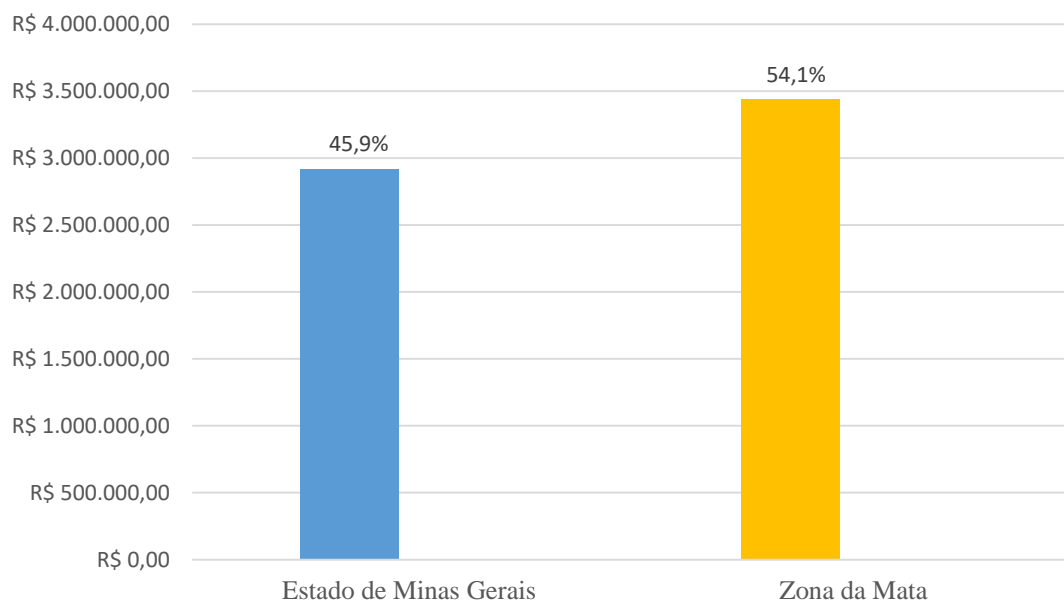
Fonte: elaboração própria

Os valores dispostos no quadro acima referem-se aos recursos empenhados por Júlio Delgado nos municípios de Minas Gerais no ano fiscal de 2015. As colunas ordenam, da direita para a esquerda, o número de referência das emendas parlamentares, a cidade para a qual

o recurso foi destinado, sua localização microrregional na mesorregião da Zona da Mata e os montantes empenhados em cada uma delas. Evidencia-se que os empenhos de Júlio Delgado foram destinados a um total de 27 municípios, entre os quais 10 estão localizados na Zona da Mata. Os 17 municípios que estão fora desta área estão situados em diversas mesorregiões do estado de Minas Gerais, dentre elas, Metropolitana de Belo Horizonte, Vale do Rio Doce, Vale do Jequitinhonha, Central Mineira.

O deputado pessebista foi o parlamentar que mais dividiu recursos entre os municípios. De acordo com os dados levantados, os empenhos de emendas parlamentares destinados à mesorregião da Zona da Mata e às demais cidades do estado de Minas Gerais revelam que Júlio Delgado seccionou pouco mais da metade de seus recursos para a mesorregião, enquanto o restante dos municípios, dispersos no estado, receberam a outra parcela. Isto pode ser observado não apenas nos municípios beneficiários, como é apontado no quadro, mas também no montante de recursos empenhados dentro e fora da Zona da Mata. Dos R\$ 6.353.815,00 alocados por Delgado, R\$ 3.437.398,00 foram designados à Zona da Mata. O valor destinado que coube aos demais municípios do estado, por sua vez, totalizou R\$ 2.916.417,00 – número que se dispersa bastante entre os municípios, tendo em vista o número de destinações que dividem este montante. No que se refere a cidade de Juiz de Fora, registra-se ao todo quatro empenhos, os quais, somados, representam um montante de R\$ 1.517.404,00. Os valores referentes aos empenhos no estado de Minas Gerais e na mesorregião da Zona da Mata estão percentualmente dispostos na representação abaixo (Gráfico 16).

Gráfico 16 – Comparativo do empenho de recursos de emendas individuais de Júlio Delgado no estado e na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

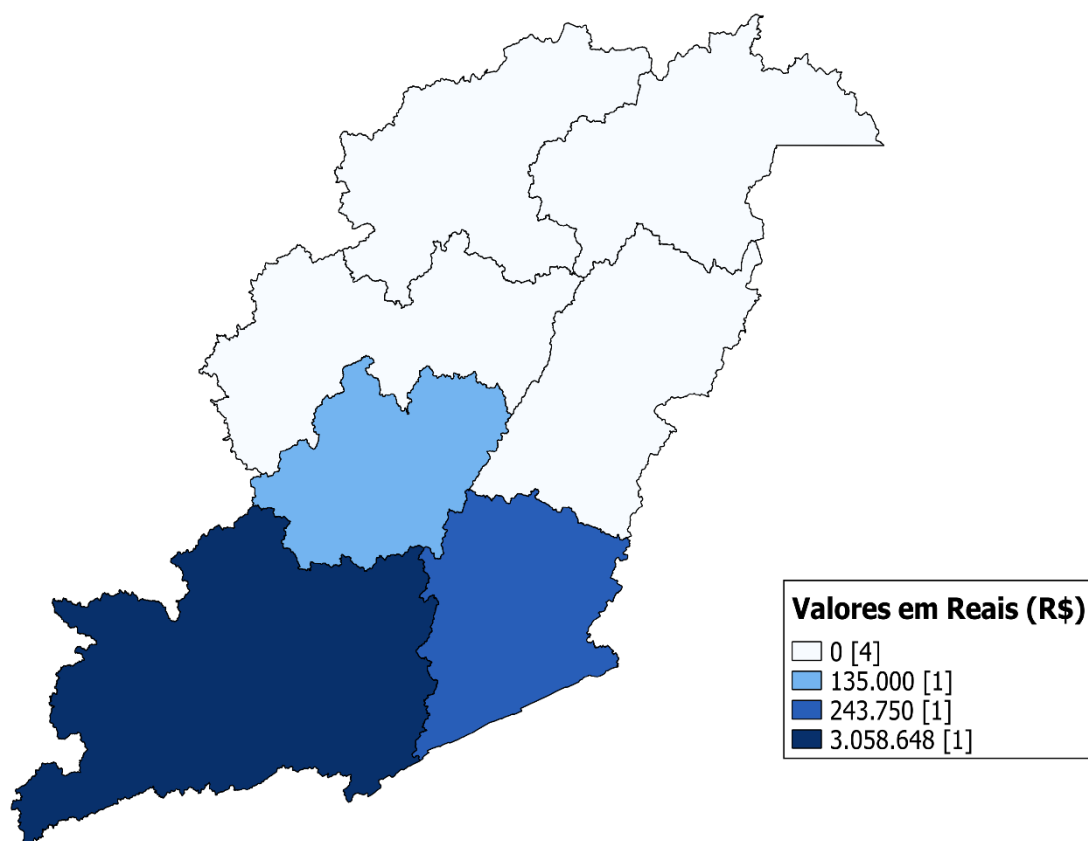
O gráfico acima representa o volume total de empenhos destinados aos municípios do Estado de Minas Gerais, em azul, e o montante total referente aos envios à Zona da Mata, em amarelo. Observa-se que o volume de recursos alocados na Zona da Mata representa 54,1% do montante, enquanto a 45,96% dizem respeito aos demais municípios, entre eles, Três Marias, Pouso Alto, Aiuruoca, Congonhas, Carmo da Cachoeira, Serranos, Caxambu, Monte Sião, Bocaina de Minas, Santana de Pirapama, Morada Nova de Minas, Monsenhor Paulo, Belo Horizonte, São Lourenço, Baependi, Peçanha e Comercinho

Estes valores demonstram uma ênfase nos municípios da Zona da Mata, especialmente na cidade de Juiz de Fora, ainda que o valor total não seja tão representativo quanto ao montante empregado por Margarida Salomão – quem concentrou mais recursos na cidade. Segundo os dados, Júlio Delgado dá prioridade para a alocação de recursos na Zona da Mata, com foco no município de Juiz de Fora, enquanto também atende com recursos outros nove municípios. O deputado também garante atenção ao estado na medida em que chega a outras 17 cidades.

Destaca-se, no entanto, que menos da metade do montante é destinado a estas localidades, fato que proporciona fatias menores de recursos para os municípios no todo do estado devido a divisão do valor para um número maior de cidades. Tendo em vista o montante de R\$ 2.916.417,00, a média para cada cidade não ultrapassa R\$ 171. 553,00.

Tomando por base os municípios beneficiados por empenhos na Zona da Mata, demonstra-se na representação cartográfica a seguir (Mapa 21) a disposição dos recursos distribuídos nas microrregiões.

Mapa 21 – Recursos de emendas parlamentares de Júlio Delgado empenhadas nas microrregiões da Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

As microrregiões nas quais Júlio Delgado empenhou os recursos de suas emendas parlamentares individuais estão dispostas acima em quatro faixas posicionadas no canto inferior direito. Evidencia-se que a maior destinatária foi a microrregião de Juiz de Fora, em azul escuro, na qual se registrou um total de R\$ 3.058.648,00 enviados aos municípios de Coronel Pacheco, Juiz de Fora, Chácara, Matias Barbosa, Rio Preto, Descoberto, Lima Duarte, Santa Barbara do Monte Verde.

Na faixa intermediária, constata-se uma significativa queda na alocação de recursos na microrregião de Cataguases, na qual é registrado uma pequena parcela de todo o montante, R\$ 243.750,00, valor empenhado integralmente no município de Cataguases. A terceira faixa, onde está registrado o valor de R\$ 135.000,00, corresponde a microrregião de Ubá, na qual

apenas a cidade de Ubá recebeu recursos do mandato do pessebista. As demais regiões em branco – Muriaé, Manhuaçu, Viçosa e Ponte Nova – não receberam destinações provenientes das emendas individuais.

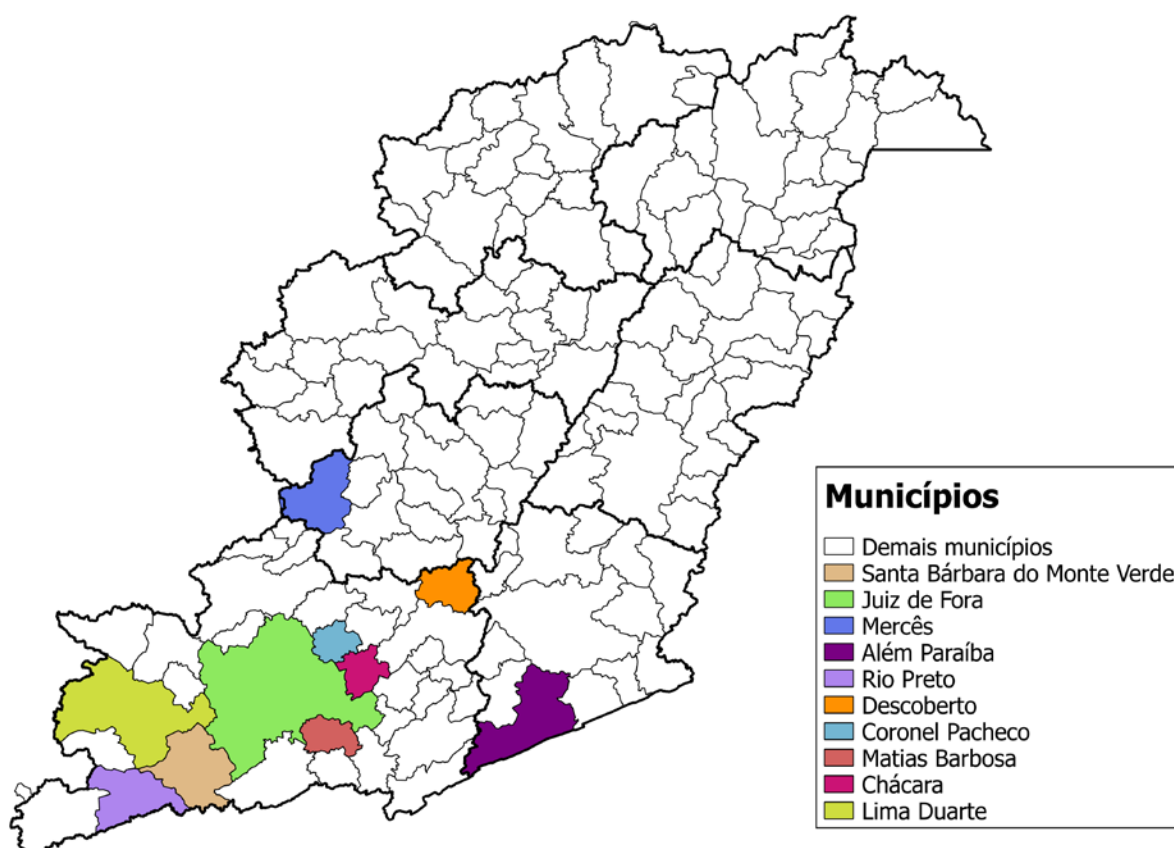
No mapa acima, é possível visualizar a maneira pela qual os empenhos foram distribuídos nas microrregiões em relação ao total de empenhos na Zona da Mata. Constata-se que Júlio Delgado empenhou valores em três localidades, número que só foi batido por Marcus Pestana, responsável por empenhos em quatro microrregiões. Embora Delgado tenha forte concentração de votos na cidade de Juiz de Fora, assim como Margarida Salomão, seus empenhos apresentam características diferentes em relação àqueles realizados pela petista, considerando-se que o deputado faz destinações para um número maior de municípios, dentro e fora da mesorregião. Isto implica em mais microrregiões atendidas no caso da Zona da Mata, mas com menores valores totais empenhados. Na prática, Delgado particiona mais os seus recursos e, desta forma, alcança mais localidades, ao passo que Margarida faz a opção de concentrá-los em duas microrregiões.

Conforme apontamos, a alocação significativa de recursos em Juiz de Fora talvez seja um indicativo do condicionamento dos recursos às votações recebidas, ainda que o deputado não perca de vista as demais localidades onde obteve votações e aquelas que pretende alcançar eleitoralmente no futuro, levando-se em consideração que a reeleição é um objetivo relativamente comum entre os atores políticos (MAYHEW, 2004) – especialmente para o deputado, reeleito para o seu quinto mandato consecutivo.

Também verifica-se nas emendas de Júlio Delgado que os empenhos de recursos se tornam mais raros na medida em que ocorre um afastamento do eixo estabelecido pela microrregião de Juiz de Fora, assim como também diminuem os números de votos auferidos pelo deputado. A concentração de recursos nas microrregiões de Juiz de Fora, Cataguases e Ubá coincide com a existência de um volumoso número de eleitores de Júlio nestas áreas, algo que não se repete nas demais microrregiões, onde são registradas baixas concentrações de votos, especialmente nas áreas em branco no mapa de votação municipal.

Considerando-se a análise das áreas em que houve concentração de recursos e a distribuição dos votos de Júlio Delgado, é possível verificar a movimentação do mandato no âmbito regional. Neste sentido, a distribuição dos empenhos nos municípios da Zona da Mata pode ser observada abaixo (Mapa 22).

Mapa 22 – Municípios que receberam empenhos de emendas parlamentares de Júlio Delgado na Zona da Mata



Fonte: elaboração própria

A visualização do Mapa 22 permite a verificação cartográfica dos 10 municípios que foram beneficiários dos empenhos de emendas parlamentares de Júlio Delgado, no qual se constata uma significativa quantidade de cidades que se encontram nos arredores e Juiz de Fora, onde Júlio Delgado cultiva seu principal reduto eleitoral – entre as 10 localidades listadas, cinco fazem divisa com o município, entre elas, Lima Duarte, Santa Bárbara do Monte Verde, Matias Barbosa, Chácara e Coronel Pacheco. Também fica evidente a dispersão, em relação ao grupo anterior, das cidades de Cataguases, Descoberto e Mercês, além da ausência de destinações para os demais municípios da microrregião, dispostos em branco.

Os empenhos de Júlio Delgado permitem observar similaridades entre as destinações de recursos para os municípios e os votos na região. Neste sentido, manifesta-se claramente nos mapas a correlação entre os empenhos de emendas individuais e as cidades nas quais foram registradas porcentagens significativas de votações, primeiramente no que diz respeito às votações nas microrregiões e, em segundo lugar, no que se refere aos municípios beneficiários, com apenas uma exceção referente à cidade de Mercês.

Júlio apresenta um padrão concentrado quanto a distribuição de seus votos e os empenhos também parecem seguir este formato, na medida em que também se concentram geograficamente nos arredores de Juiz de Fora. Desta forma, a regionalização das votações do deputado em âmbito local demonstra forte correlação com a alocação de recursos de emendas, algo que certamente não ocorre em relação aos municípios dispersos no estado, nos quais Júlio fragmenta seus empenhos.

Abaixo, no que se refere ao comparativo entre as localidades que receberam votos e recursos, estão dispostas as respectivas votações nos municípios que receberam empenhos das emendas parlamentares de Júlio Delgado (Quadro 13).

Quadro 13 – Votações de Júlio Delgado nas localidades que receberam empenhos de emendas parlamentares

Macrorregião	Cidade	Votação
Zona da Mata	Juiz de Fora	41.634
Zona da Mata	Descoberto	1.540
Zona da Mata	Lima Duarte	1.315
Zona da Mata	Além Paraíba	1.229
Zona da Mata	Chácara	1.122
Zona da Mata	Matias Barbosa	1.026
Zona da Mata	Santa Bárbara do Monte Verde	996
Zona da Mata	Rio Preto	843
Zona da Mata	Coronel Pacheco	372
Zona da Mata	Mercês	18
	Total	50.095

Fonte: elaboração própria

No quadro acima é possível observar que seis dos 10 municípios que registraram grandes concentrações de votos, na faixa acima de 1001 votos estabelecidas para o parlamentar no mapa de distribuições eleitorais nas cidades, receberam empenhos do mandato, entre eles, Juiz de Fora, Chácara, Além Paraíba, Lima Duarte, Matias Barbosa e Descoberto. Dos sete municípios com grandes volumes de voto, apenas Rio Pomba não recebeu votos, embora a cidade vizinha de Mercês, com apenas 18 votos, foi contemplada com um empenho.

Segundo dados coletados por esta pesquisa, dos 58.808 eleitores que escolheram Júlio Delgado na Zona da Mata, 50.095 estão localizados em municípios que receberam empenhos de seu mandato no primeiro ano fiscal após as eleições de 2014. Os municípios de Santa Bárbara do Monte Verde e Rio Preto são os dois municípios que se posicionam na segunda faixa, que inclui números acima de 501 votos. O município de Mercês, como já foi

dito, foi a única localidade abaixo das duas primeiras faixas que recebeu recursos, onde se localizam votações entre 11 e 100 votos.

Tomando como base os dados a respeito de trajetória política, votações e as destinações de recursos mobilizados por este trabalho, Júlio Delgado apresenta um tipo de capital político fortemente regionalizado na Zona da Mata e distribuído em algumas cidades, incluindo Juiz de Fora, onde se concentra a maior base eleitoral do deputado, bastante influenciada pela carreira política do pai, Tarcísio Delgado. Assim como Margarida Salomão, Júlio concentrou seus votos em um número pequeno de cidades, mas registrou menos de 10 votos em 43 localidades e nenhum eleitor em outras 31. Ao mesmo tempo, fragmentou seus empenhos e atendeu 17 cidades fora do perímetro da Zona da Mata, em diversas mesorregiões do estado.

Segundo o deputado, em entrevista em profundidade, os critérios que definem as localidades aptas a receberem recursos são responsivos às alianças estabelecidas com prefeitos e vereadores, com um percentual mínimo para o seu domicílio eleitoral. O deputado afirma não fazer distinção das cidades por votações e manter contato direto com as lideranças para se colocar a parte das demandas locais.

Para os municípios... Para Juiz de Fora, base para os municípios em que eu consegui, que eu tenho aliados, que os prefeitos me ajudaram... Alguns municípios que eu não tenho prefeito, mas os vereadores... São municípios de porte, e aí podem também ter esse comprometimento. Em alguns setores... Prioridade é Juiz de Fora. Vamos dizer que, na minha emenda dá em torno de 10 milhões, eu boto 30, 40% para Juiz de Fora. E o restante eu coloco, distribuindo nas cidades em que eu tenho voto... Não faço critério igual, tem deputado que faz por voto. Às vezes, uma cidade igual Pedro Teixeira, que tem 2 mil votos, eu coloco uma emenda de 300 mil, e uma cidade igual Além Paraíba, que tem 30 mil votos, eu coloco uma emenda de 300 mil. Isso não... [...] Eu ligo para a liderança minha. Para saber... “Olha, tem um recurso aqui no orçamento. Qual área que você queria? Qual área é a sua demanda maior?” Eu não faço em cima da minha prioridade, eu faço em cima da prioridade dele (sic) (DELGADO, 2016).

Apesar desta colocação, os dados empíricos demonstram uma significativa correspondência quando são comparadas as cidades em que o deputado recebeu volumes maiores de votação e os municípios destinatários de emendas parlamentares – o que pode ser notado por meio da observação dos mapas relativos a cada um destes critérios. Além disso, ainda que Júlio tenha concentrado uma grande parcela dos votos na mesorregião, um volume significativo de seus votos é proveniente das demais mesorregiões de Minas Gerais, nas quais o parlamentar investe os recursos disponíveis ao mandato. Júlio exemplifica essa dinâmica quando perguntado a respeito de destinações específicas de recursos para cidades distantes de seu domicílio, conforme se verifica no diálogo a seguir.

Gustavo: Em relação a algumas indicações que você fez. Qual foi a razão para você indicar recursos para uma cidade no Vale do Jequitinhonha, tão pequenina, tão distante do reduto eleitoral que você tem aqui?

Júlio: Eu tive quase 1000 votos lá. No lugar, o cara era prefeito, era do PSB, me procurou em Belo Horizonte e eu falei: “Eu vou ajudar...” Ele foi eleito prefeito. Aí, depois, eu ajudei ele na cidade, botei recurso orçamentário, em função disso eu tive voto, ele é candidato de novo, agora, e eu continuo colocando recursos orçamentários... Se eu soubesse o que é Comercinho, e a pobreza... Eu não tenho voto, porque... Eu já fui lá em Comercinho duas ou três vezes. Se as pessoas souberem o que é Comercinho, eles iam dizer: “Tinha que colocar era mais.”

Gustavo: No sentido inverso, então... Você mandou também para a cidade de Mercês, aqui na Zona da Mata, fez indicação para lá, e lá você só teve 18 votos. Por quê?

Júlio: Porque eu tive o pedido de um vereador, que era nosso, que era importante ajudar. A gente precisava... Eu fiz indicação e eu tive dois votos, que não está preso a isso. E a rigor, falar que ia fazer um trabalho depois... Mas depois que recebe esse recurso, cai no esquecimento. Você tem que fazer outro tipo... E aí, se eu posso ajudar a sair recurso orçamentário para algumas cidades que não estejam, necessariamente, vinculadas a voto, a gente também faz (sic) (DELGADO, 2016).

Se no primeiro momento o deputado negou relações baseadas exclusivamente nos votos, neste caso, o desempenho eleitoral sugeriu que a cidade recebeu recursos também em função deste critério, conforme se observa no trecho. Este fator, atrelado às alianças políticas como importantes mediadoras locais, foi determinante em relação à cidade de Comercinho, embora, no segundo caso, a questão das conexões locais tenha sido mais relevante.

Neste sentido, também destaca-se a rotina de visitas e encontros do mandato, tanto na recepção quanto na ida às cidades onde o deputado possui entrada política. Neste trecho, fica evidenciada a rotina de contato constante do deputado com as suas bases, cuja prioridade acentua-se durante os períodos eleitorais – especialmente no ano de 2016, quando o PSB lançou os empresários Wilson Rezende e Aloisio Gonçalves à prefeito e vice-prefeito em Juiz de Fora, além de outros dez candidatos ao legislativo municipal.

Gustavo: Com que frequência acontecem os encontros? Quanto tempo você tira para fazer essas articulações?

Júlio: Agora, mais próximo das eleições municipais e acaba acontecendo mais. Mas acontecia. Eu não deixei de viajar no primeiro semestre, mesmo tendo uma atuação mais em Brasília, deixei de vir menos, mas a minha atuação... Segunda-feira à noite vou para Brasília, fico terça-feira, quarta e quinta, geralmente quinta à noite, ou sexta de manhã eu volto, aí eu passo aqui sexta, que é o dia que eu atendo, sábado e domingo eu acabo fazendo algum contato, algum evento político também...

Gustavo: E viaja muito...

Júlio: E viajo aqui na região. E, às vezes, quando eu viajo a mais longe, aí eu não venho aqui no final de semana.

Gustavo: Então, você disponibiliza, no mínimo, um dia inteiro para contato com as lideranças e para viagens...

Júlio: Hoje, eu não sei que horas eu vou sair daqui (sic) (DELGADO, 2016).

Aparentemente, o fato de o deputado não chegar a uma significativa parcela de municípios da Zona da Mata não constitui um problema do ponto de vista eleitoral, já que uma porcentagem de suas votações, como foi demonstrado, provém de outras regiões do estado. É importante deixar claro, portanto, que com exceção de uma cidade, existe correlação entre as votações do deputado e os empenhos provenientes das emendas parlamentares, isto é, com as ações de mandato desenvolvidas, o que inclui o atendimento a redes de apoiadores, a aproximação com políticos locais, reuniões com lideranças e outros tipos de influência, embora estas conexões sejam geograficamente restritas na microrregião da Zona da Mata e relativamente amplas no que se refere ao estado de Minas Gerais.

4.4.3 Fanpages

Esta seção se dedica a investigar especificamente as características do conteúdo produzido e replicado na página do Facebook do deputado federal Júlio Delgado, tendo em vista o papel desempenhado pelas comunicações massivas e digitais contemporâneas na construção de sentidos válidos à política e o tensionamento desta lógica em razão das demandas do campo político no que se refere à validação e efetivação dos processos representativos. Se a visibilidade é uma característica intrínseca deste ambiente, também devem ser levadas em consideração as propriedades competitivas do campo político, no qual uma parcela razoável dos parlamentares tende a maximizar os benefícios inferidos de suas práticas, largamente incentivadas pelo funcionamento sistema político, conforme aponta uma parcela da literatura discutida. Neste sentido, o comportamento individualista e desvinculado de partidos por parte dos atores políticos aumentaria os custos de ações coletivas e, neste entremeio, tenderia a incidir diretamente na arena eleitoral (NICOLAU, 2006; AMES, 2012).

A orientação de objetivos políticos definidos como o sucesso eleitoral e a manutenção do vínculo democrático, são significativamente importantes para a efetiva conexão entre cidadão/eleitor e a classe política, na qual seriam necessárias gramáticas e técnicas comunicativas eficazes. Talvez em razão desta intrínseca ligação, parte da literatura especializada tenha acusado sinais de que o vínculo democrático entre mandantes e mandatários tem exigido volumes cada vez maiores de recursos, especialização, contato duradouro e estratégia – o que implica a articulação de uma série ferramentas orientadas para atividades mais duradouras de campanha e mandato, na esteira do que se chamou de *campanha permanente*.

Mayhew (2004), ao propor que diferentes tipos de ações congressuais emergem da prática política de deputados, sugere três tipologias de estudo que se aplicam às atividades dos parlamentares durante os seus mandatos. Tendo em vista a demanda do campo político pelo oferecimento de sentidos que legitimam o processo de representação e a literatura trabalhada a respeito do comportamento da classe política, foram elaboradas 14 categorias de análise, cuja função principal é identificar a ênfase comunicativa dos deputados no contato com o cidadão/eleitor. A partir destas clivagens, as recorrências das postagens observadas na página de Júlio Delgado foram separadas e analisadas nas categorias observadas a seguir (Quadro 14).

Quadro 14 – Categorização das postagens de Júlio Delgado na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016

Tipos	Categorias	Recorrências	%	
Propaganda (Advertisement) (1)	Construção da imagem do deputado (valores pessoais, capacidade de gestão, etc.)	14	1	3,85%
	Construção da imagem do partido (objetivos, ações e diretrizes)		0	0,00%
	Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças (municipais/regionais, estaduais e nacionais)		13	50,00%
	Postagens de estímulo ao eleitor para a ação política (reforço do vínculo democrático)		0	0,00%
	Ataque aos adversários		0	0,00%
Crédito Reivindicado (Credit Claiming) (2)	Prestação de contas do mandato (accountability)	1	0	0,00%
	Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.		0	0,00%
	Discussão da atividade parlamentar do deputado (projetos de lei/emendas)		1	3,85%
	Reivindicação de ações congressuais		0	0,00%
Tomada de Posição (Position Taking) (3)	Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais	11	1	3,85%
	Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais		0	0,00%
	Temas Políticos e Fatos contemporâneos nacionais		7	26,92%
	Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores		0	0,00%
	Tomadas de posição em comissões em espaços da Câmara (Comissões, CPIs, Plenário, etc.)		3	11,54%
TOTAL		26	100%	

Fonte: elaboração própria

As tipologias de atividades congressuais a partir das quais estão organizadas as categorias de análise³², estão disponíveis no Quadro 14. Observa-se na coluna de recorrências

³² A discussão das tipologias e suas respectivas categorias estão dispostas na seção específica de metodologia.

a totalidade de postagens verificadas e o percentual representativo de cada uma delas no que se refere às peças publicadas por Júlio Delgado entre os dias 1 de dezembro de 2015 e 31 de janeiro de 2016. Entre as 383 postagens coletadas nas páginas oficiais dos deputados com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, apenas 26 foram auferidas na *fanpage* de Júlio Delgado. Considerando-se o volume total de recorrências, o deputado foi o político com o menor número de publicações na página e, concomitantemente, com o maior número de categorias não contempladas por nenhuma peça, sete ao todo.

Isto pode ser verificado nas distribuições das publicações nas tipologias propostas para a investigação empírica, as quais mostram uma predominância do eixo “Propaganda” em relação as demais, com 14 recorrências – mais da metade de todas as peças veiculadas pelo deputado em sua página. Na sequência, o segundo eixo mais acionado foi “Tomada de posição”, onde foram inferidos 11 registros, seguido por “Reivindicação de Crédito”, com menos apenas um recenseamento.

No conteúdo produzido e publicado por Júlio Delgado foi possível apurar, no primeiro momento, que a ênfase das postagens esteve centralizada nas inserções do deputado na mídia e suas agendas com lideranças, em detrimento dos posicionamentos sobre as temáticas ligadas à política nacional, assim como ocorreu nos demais mandatos analisados; em segundo lugar, encontram-se as ênfases de conjuntura ligadas à temáticas de abrangência nacional; e por último, tiveram destaque os posicionamentos de Câmara, onde foram evidenciadas as atividades realizadas no Congresso.

No geral, as peças publicadas por Júlio Delgado utilizaram poucas vezes recursos como fotos, imagens e vídeos, ao passo que ganharam visibilidade notícias e reportagens dos maiores jornais do país com circulação física e conteúdo disponível na internet. Os materiais gráficos produzidos pelo mandato foram poucas vezes identificados com o nome do deputado grafado em amarelo e branco, contido em semicírculos vermelhos e alaranjados.

A partir das categorias propostas, o maior número de postagens foi registrado em “Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças”, com 13 recorrências, 50% do total de publicações do deputado em sua página. Nesta clivagem, são elencadas as postagens em que Júlio Delgado replicou as suas participações nas mídias comercial, partidária e congressual, sendo fonte ou autor de artigos, além dos encontros com lideranças da Câmara dos Deputados. Neste sentido, as inserções que ganharam mais destaque referem-se aos textos publicados pelo deputado em sua coluna no jornal Hoje em Dia, de Belo Horizonte, onde o Júlio tratou de temas ligados ao cenário político e também discutiu questões como as epidemias de microcefalia e dengue, além das perspectivas e desafios vislumbrados no ano de 2016.

Outras quatro inserções foram verificadas em veículos de circulação nacional, no caso, os jornais Folha de S. Paulo e Valor Econômico, ambos com tiragens impressas e conteúdo disponível na internet. Na Folha, o pessebista foi fonte por duas vezes na coluna “Contraponto”, e uma na editoria de “Poder”, ao passo que também foi fonte do caderno semanal “Eu & o fim de semana”, no jornal Valor Econômico. Isto demonstra a capilaridade de Júlio Delgado em veículos de grande circulação nacional e, em alguma medida, também representa a capacidade do deputado de discutir pautas importantes fora do estado de Minas Gerais. Nesta categoria, o deputado também foi fonte em uma recorrência registrada no jornal regional Tribunas de Minas, cujo conteúdo é disponibilizado na internet. A única postagem em que Júlio tratou da agenda com lideranças fez referência a uma viagem à Israel, na qual uma comitiva de deputados brasileiros se reuniu com o primeiro-ministro israelense, Benjamin Netanyahu, para discutir o “reestabelecimento dos vínculos políticos, teológicos e comerciais”.



Júlio Delgado
13 h · 🌐

O ano de 2015 tem muitos motivos para não deixar saudades, mas seus ensinamentos não devem ser ignorados. Seus legados, extremamente importantes para a nossa história, merecem profunda reflexão. Esse é o tema do meu artigo desta semana no Hoje Em Dia.

Um ano para ser lembrado
Grande parte dos brasileiros terá poucos motivos para sentir saudades de 2015. Durante este ano, conhecemos uma das mais agudas crises econômicas da nossa história, e os escândalos de corrupção devastaram a credibilidade nacional. Paralelamente,
HOJEEMDIA.COM.BR

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

49 pessoas curtiram isso. Principais comentários ▾

3 compartilhamentos

Fonte: página oficial do deputado no Facebook (26 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (15 de dez. 2015)

Na primeira postagem, relacionada a um dos textos publicados no jornal Hoje em Dia, Júlio Delgado discorre sobre o ano de 2015 e ressalta que os “seus ensinamentos não devem ser ignorados”. Referindo-se novamente às experiências do ano, o deputado assume um tom professoral ao afirmar que “os seus legados, profundamente importantes para a nossa história, merecem profunda reflexão”. Fica evidente neste trecho que a tomada de fala do deputado sinaliza para a formação de opinião no âmbito da atividade política, especialmente no cenário de incerteza desenhado pelo andamento da Operação Lava Jato e pela aceitação do pedido de impedimento da presidente Dilma Rousseff. Depois de “introduzir” a postagem – algo bastante recorrente em todas as peças –, o pessebista recomenda o artigo publicado na página do jornal.

A segunda recorrência, por sua vez, diz respeito à inserção de Júlio Delgado na coluna Contraponto, da Folha de S. Paulo, na qual os bastidores das relações familiares e congressuais do parlamentar ganharam espaço na narrativa construída aparentemente por ele mesmo a um repórter/colunista. Na peça replicada em sua página, Delgado recebe um conselho de sua mãe para se comportar de maneira semelhante a outro deputado “de cabelo enroladinho”, em alusão à Chico Alencar. O deputado psolista soube do diálogo e presenteou o colega com uma imagem de Santa Rita de Cássia, protetora das causas impossíveis, aparentemente em razão da atuação de Júlio na Comissão de Ética da Câmara. O fato, tratado com humor pela coluna, demonstra o carinho maternal com que Júlio é tratado, ao passo que a sua atuação parlamentar é deslocada para abrir espaço à empatia, visualizada na atitude do deputado Chico Alencar ao presentear o companheiro de plenário. O efeito desta situação narrada pelo jornal pode ser visto em um dos comentários que seguiram a postagem: “admiro essas duas figuras; Júlio um político há tempos tem meu voto. Chico um grande ser humano é homem político” (sic).

A categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos nacionais e internacionais”, recebeu o segundo maior volume de registro, ao todo 7 recorrências, 26,92% das publicações do mandato no período analisado. Conforme já foi dito, a mobilização das postagens nesta categoria remonta, em certa medida, à contaminação do cenário político provocada pela instabilidade institucional que ganhou força após as eleições de 2014, no entanto, a ênfase majoritária assuntos factuais desloca essa lógica. Nesta categoria, as temáticas trabalhadas pelo mandato de Júlio Delgado abordaram a atuação do deputado na análise da representação contra Eduardo Cunha na Comissão de Ética da Câmara e o aumento de produtos como a gasolina, em detrimento do crescimento do salário mínimo. A maior parcela das recorrências, contudo, teve como aspectos determinantes o gancho das datas, nas quais Júlio relembrou as dificuldades das pessoas com deficiência e celebrou as festas natalinas e de ano novo.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (3 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (11 de dez. 2015)

Na primeira recorrência elencada, verifica-se que o elemento factual, o Dia Internacional das Pessoas com Deficiência, proporciona um gancho temático ao deputado, que problematiza a questão ao afirmar que “a data é uma forma de lembrar que a sociedade deve estar preparada para atender às necessidades especiais dos deficientes físicos”. O deputado recorre a dados da Organização das Nações Unidas (ONU) para discutir o assunto, cujo tratamento dado, segundo ele, é de “preconceito e discriminação”. Júlio demonstra alteridade em relação às pessoas com deficiência ao afirmar que esta situação “dificulta uma vida digna”.

A conexão com o cenário de descrédito institucional foi evidenciada na segunda postagem, quando Júlio Delgado fez uso de uma frase atribuída ao ex-ministro e ex-governador de Pernambuco, Eduardo Campos. O deputado pessebista recorreu à imagem do político para demonstrar o seu posicionamento contrário às nomeações de políticos “ladrões”. A postagem sugeriu uma tomada de posição contrária aos casos de corrupção investigados, especialmente no que se referia aos cargos de confiança de Dilma, então responsável pelo Executivo Federal. No entanto, a indeterminação do sujeito permite outras interpretações, como possíveis nomeações de indivíduos corruptíveis por parte dos deputados em suas assessorias. A imagem de Campos, seu aliado de primeira hora vitimado em acidente aéreo, reiterou o vínculo de Júlio com o político, cuja de reputação ilibada foi bastante reforçada durante o período eleitoral de 2014 e depois de seu falecimento.

Vale lembrar que a pauta do combate à corrupção foi capitalizada pelo deputado, especialmente na ocasião da cassação do ex-deputado José Dirceu (PT), na qual o parlamentar

atuou como relator do processo na Comissão de Ética da Câmara³³. Considerando-se a visibilidade do caso da cassação de José Dirceu e o cenário político de instabilidade que mais tarde tomou conta do país, a pauta da moralização da política foi mais uma vez reforçada. Contudo, a imagem do deputado foi enfraquecida quando o seu nome foi mencionado nas delações do esquema de corrupção que irrigou os partidos políticos via Petrobras – denúncia em relação a qual o deputado foi absolvido meses mais tarde³⁴. No entanto, os custos da associação de Júlio ao esquema de corrupção certamente afetaram a visibilidade positiva da qual o deputado gozava no que tange à pauta de moralização da política. Inclusive, é possível que este fato explique o baixo volume de recorrências no período analisado, já que o estágio de coleta foi coincidente ao período em que as investigações foram deflagradas³⁵.

A terceira categoria em número de registros foi “Tomadas de posição em comissões e espaços da Câmara”, em que foram recenseadas três postagens, representando 11,4% do total inferido. Estas peças trataram exclusivamente dos posicionamentos do parlamentar, com destaque para a sua atuação em espaços da Câmara dos Deputados. A observação da amostragem revelou que as postagens abordaram exclusivamente a atuação de Júlio Delgado no Conselho de Ética, onde foi discutida a admissibilidade do processo de cassação do ex-presidente da Câmara, Eduardo Cunha. As três recorrências foram registradas no espaço de dois dias, entre 9 e 10 de dezembro. Em todas elas, Júlio Delgado foi retratado com o dedo em riste, o que indica a sua posição confrontativa em relação a Eduardo Cunha e o significado engendrado na imagem do peemedebista após as comprovações de que o deputado havia mentido em juízo na Câmara ao negar a existência de contas no exterior – acusação que foi comprovada pelo governo da Suíça meses mais tarde e desencadeou o processo que afastou e depois caçou o parlamentar.

³³ Verifica-se a participação de Delgado no processo no texto “Câmara aprova cassação do mandato de José Dirceu”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u74295.shtml>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

³⁴ O desdobramento do caso pode ser observado no texto “Teori manda arquivar inquérito de Júlio Delgado na Lava Jato”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/operacao-lava-jato/noticia/2016/06/teori-manda-arquivar-inquerito-de-julio-delgado-na-lava-jato.html>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

³⁵ As investigações foram iniciadas pelo ministro do Supremo Tribunal Federal, Teori Zavascki, em 18 de setembro de 2015 e o arquivamento do processo ocorreu em 16 de junho de 2016.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (9 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (9 de dez. 2015)

Na primeira postagem selecionada, Júlio Delgado demonstra o seu posicionamento no título da postagem, no qual ataca os aliados de Cunha na Comissão de Ética e as sucessivas manobras realizadas para retardar o processo de votação da pauta em questão. Ao afirmar que “conselho de ética não é picadeiro”, o pessebista reforça a pauta de moralização da política de seu mandato e aparentemente demonstra reação em relação às denúncias sustentadas pelo delator Ricardo Pessoa a respeito de sua participação no esquema de pagamento de propinas no escândalo da Petrobras. De acordo com o texto da postagem, Júlio classifica a atuação dos deputados como “ultrajante” e reforça que “o parlamento brasileiro não precisaria passar por esta humilhação”.

Neste contexto de dúvida, é razoável supor que as incertezas do cenário político atreladas às demais delações no âmbito da Lava Jato, incluindo as investigações à presidente, foram acontecimentos determinantes para que os arranhões na imagem do deputado fossem elididos por questões proporcionalmente mais impactantes no âmbito da discussão pública.

Isto também fica evidente na segunda postagem, na qual é utilizado um recorte da fotografia anterior pelo portal G1. Na postagem, Delgado reconstrói o cenário de discussão vivenciado na Comissão de Ética, cujo ambiente, segundo ele, é de “bate-boca”. Na sequência, o pessebista movimenta sentidos ligados a sua capacidade de representar e defender os interesses do cidadão/eleitor ao reforçar, mesmo com o clima hostil descrito, que vai “continuar lutando para que tenha o mínimo de respeito no Legislativo.

Três categorias registraram uma recorrência em cada, isto é, 3,85%. Entre elas estão “Construção da imagem do deputado”, “Discussão da atividade parlamentar do deputado” e “Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais”. Na primeira, “Construção da imagem do deputado”, foram registradas as postagens em que o mandato reforçou valores pessoais, habilidades políticas, capacidade de aproximação e diálogo com eleitores por parte do deputado. Observa-se a seguir, na única peça verificada nesta categoria, que Júlio busca demonstrar sua conexão local com os moradores ao registrar uma caminhada pelas ruas de Juiz de Fora, cidade na qual o deputado o parlamentar recebeu uma significativa parcela de seus votos em todas as legislaturas que conquistou mandato.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (18 de dez. 2015)



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (22 de jan. 2015)

Em “Discussão da atividade parlamentar do deputado” estão reunidas as recorrências em que o mandato discute especificamente as suas proposições e atividades. Neste sentido, a única postagem registrada trata do Projeto de Lei 450/15, relativo à instituição do Programa de Inclusão Social do Trabalhador Informal, proposto pelo deputado. A argumentação do mandato, embasada no fato de que 50% dos brasileiros trabalham “empregados ou por conta própria”, permite que Júlio se aproxime da classe trabalhadora na medida em que propõe mais segurança aos “autônomos” que trabalham na informalidade.

A categoria “Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais”, na qual foram recenseadas as postagens relativas ao engajamento do deputado quanto a questões contemporâneas factuais e temas políticos em nível municipal e regional, registrou uma recorrência referente aos casos de dengue que assolaram Juiz de Fora durante o período analisado. Júlio comentou os 600 casos da doença confirmados no município e afirmou que o quadro poderia pior “em virtude da sujeira nas ruas e [da] forte incidência de chuvas”. Delgado relembrou um artigo anterior publicado na página sobre o assunto e destacou que não se pode “ignorar as responsabilidades das instituições públicas nacionais nesse esforço, as a participação individual é imprescindível”.



Fonte: página oficial do deputado no Facebook (28 de jan. 2015)

Entre as 14 categorias de análise estabelecidas, sete não foram acionadas nas postagens publicadas pelo deputado em sua página no período estudado, entre elas “Construção da imagem do partido”, “Postagens de estímulo ao eleitor para a ação política”, “Ataque aos adversários”, “Prestação de contas do mandato”, “Reivindicação de ações congressuais”, “Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais” “Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores”. Isto significa que o deputado abriu mão de ocupar este espaço digital, aparentemente relevante para os demais parlamentares com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, tendo em vista o volume de recorrências registradas nas respectivas páginas. No que se refere à prestação de contas, Júlio afirma recorrer diretamente aos políticos para anunciar as suas emendas parlamentares e também recorre à informativos para prestar contas ao final de cada ano, conforme se verifica no trecho a seguir.

Gustavo: Como é que a sua informação de emenda parlamentar é disponibilizada para o eleitor? Como é que você faz?

Júlio: Quando eu tenho prefeito, eu comunico para ele, para ele comunicar. Quando eu não tenho, é para vereador. E muitas vezes eu faço, eu tenho um informativo no final do ano, e que dá tempo, que eu coloco as emendas que eu coloco... Aí, as outras cidades que não foram citadas ficam enciumadas, achando que eu não coloquei. Ao longo da história... Então, eu tenho que talvez refazer todo um histórico para poder dizer, por exemplo, eu sou o deputado que mais recursos já coloquei em Juiz de Fora, na história... De todos os deputados. “Ah, porque você tem mais mandato”. Teve gente que teve o mesmo número de mandatos que eu e nunca botou tanto recurso para Juiz de Fora (sic) (DELGADO, 2016).

Apesar disso, o deputado reforça o seu interesse na comunicação massiva e a crença de que a exposição é determinante para que a classe política tenha contato com certas camadas do eleitorado, inclusive nas campanhas locais para a prefeitura. Por outro lado, Delgado também acredita que aproximadamente um terço dos votantes não acessa a comunicação massiva e digital, tendo em vista a rotina diária de trabalho e contato com fluxos de informação. Segundo o pessebista, outras formas de comunicação também são eficientes para o estabelecimento do vínculo com os eleitores, entre eles o contato interpessoal com líderes de opinião ligados ao mandato.

Rádio é muito potente e eu te digo que, não é que seja o único, mas é em torno de 60%, 70%. 30%, 35%... Vamos colocar 35% não tem variável nenhuma de comunicação. É o cara que te acompanha, é o cara lá do interior em que a liderança política leva... “Senhora, nós vamos votar no Júlio de novo”. Muitas vezes esse cara não vê televisão, não escuta rádio, dorme cedo, acorda cedo, vai para a roça e a atividade dele é outra. Mas 65%... Tanto que o meu voto é muito concentrado em Juiz de Fora em função dessa formação de mídia. E a gente acompanha isso pelo retorno das pessoas. Eu estava mais, vamos dizer do ano passado ao final do ano, mais afastado da mídia. Esse ano, com uma atuação mais frequente. Em Juiz de Fora, as pessoas reconhecem isso muito mais fortemente. Se eu tivesse um interesse de mídia, até que não fosse interesse no mandato, ou pensando na cidade, como muitos estão fazendo e é importante ressaltar na pesquisa que você faz, seria a entrada da prefeita [referindo-se à Margarida Salomão enquanto candidata], que é ficar 45 dias na televisão... Aparecendo todo dia, ou no programa, ou nos comerciais, para você usar essa eleição como trampolim para a próxima [eleição].

[...]

Eu posso dizer que aqui em Juiz de Fora, hoje, dos candidatos a prefeito, 3 são candidatos não para ganhar as eleições, só para ficar em evidência durante 45 dias, pensando na eleição seguinte (sic) (DELGADO, 2016).

O fato de ter sido investigado na Operação Lava Jato, conforme foi observado, talvez tenha impactado a produção e a publicação de conteúdos nas redes sociais, seja como uma estratégia de gerenciamento de visibilidade ou apenas como reflexo de uma ênfase de atuação política. Este fato também foi colocado em discussão na entrevista em profundidade, quando Júlio foi questionado a respeito do papel da mídia e de plataformas comunicativas como variável para o mandato, além dos possíveis impactos negativos da menção de seu nome no escândalo das doações de recursos por empreiteiras ligadas à esquemas de corrupção na Petrobras ao seu partido, o PSB.

Gustavo: Você adotou algum tipo de cuidado a partir do momento que saiu a acusação contra você na mídia? Você teve algum tipo de cuidado em relação a como a mídia se aproximou de você, ou a forma de exposição que poderia advir dali?

Júlio: Minha relação com eles é muito boa. Eu procurei alguns para poder... Eles tinham colocado a matéria. Eu falei assim: “Eu só queria que eu fosse ouvido com relação a isso.” E eu falei com eles. A verdade é essa. A grande mídia que acompanha Brasília conhece mais ou menos. Eu não parei de ir para cima do Cunha, respondendo ao inquérito. Os outros todos que apareceram... Mergulharam... Tem muito deputado que até hoje não marcou a hora, o dia, o local para depor na Polícia Federal, citado lá.

Então... O Chico mesmo, o Molon, que é um cara muito importante... “Oh Júlio! Realmente, você não dá em nada, porque... Você é doido!” No dia que a pessoa foi depor, eu fui o primeiro... Falou assim: “Você é doido... A gente vê que você não erra em nada, porque quem tem ‘rabo preso’, não se expõe do jeito que você está se expondo”. Então, a minha forma de atuar foi manter a minha linha, para que amanhã não seja analisado que uma eventual omissão minha nas colocações do Eduardo e tudo pudessem passar como se eu tivesse me escondendo, porque eu estava medo de alguma investigação. Como eu não tinha nenhum... E eu tinha consciência que eu não tinha culpa nenhuma e que quem não deve não teme, eu falei assim: “Eu vou continuar a minha linha. A minha conduta vai ser essa.” Tanto que o Eduardo tentou explorar isso até o dia da votação da CCJ, porque ele estava profundamente ressentido. “Ei, porque ele mentiu também, porque disse que não tinha”. Está cassado, comprovado e tudo. Agora, tem uma análise que eu estou esperando dos outros, se não eu vou fazer o pedido da quebra da delação ou não em função da inverdade que teria sido dita por quem tentou acusar... Tentando fazer a velha generalização. “Vamos botar todo mundo aqui em um caldeirão para ficar tudo farinha do mesmo saco e fazer essa mistura e ninguém conseguir dissolver o que que é certo e o que é errado. Eu sempre impedi que isso acontecesse e é nessa linha que eu continuei atuando (sic) (DELGADO, 2016).

Ainda que o deputado tenha afirmado que não modificou suas estratégias em função do cenário negativo proporcionado pela acusação do delator Ricardo Pessoa, a sua preocupação com a repercussão do caso ocasionou uma modificação no contato com a mídia no momento a pauta da corrupção ganhou mais força no país, tendo culminado na saída da presidente Dilma Rousseff e na prisão de inúmeros acusados – sem considerar o mérito destas matérias. Vale lembrar, também, que a produção de conteúdo do pessebista foi reduzida no mesmo período, fato observado por esta pesquisa durante a coleta das postagens. Além disso, Júlio dispunha de duas empresas (para os níveis local e nacional) e uma funcionária responsável pelo contato com a imprensa e pela produção de conteúdo destinada veiculação na página, ou seja, um volume relativamente grande de profissionais preocupados com as conexões comunicativas do deputado.

Retomando a análise das postagens, os registros de prestação de contas de emendas parlamentares e até mesmo as reivindicações de ações congressuais praticamente não existiram, a não ser por menções esporádicas em postagens alocadas nas demais categorias. Júlio também não mencionou o seu partido nas peças coletadas e atuou pouco na desconstrução de seus adversários, diferentemente do padrão observado nos demais mandatos. O inimigo mais facilmente identificável foi Eduardo Cunha, eleito pelo deputado como alvo direto das críticas na sua atuação na Comissão de Ética. Ainda que Eduardo Cunha tenha sido escolhido como alvo prioritário do campo progressista por conta de inúmeros fatores, Júlio nunca se aproximou das pautas alinhavadas por partidos ligados à base governista. Ao mesmo tempo, não demonstrou preferência pela pauta do impedimento movimentada por partidos como o PSDB e o PMDB. Em certa medida, estes comportamentos sugeriram que o deputado procurou evitar

tomadas de posição mais efetivas que pudessem demandar ainda mais explicações do que o cenário político, por si só, já exigia do mandato.

Em síntese, o mandato de Júlio Delgado é centrado na mesorregião da Zona da Mata, onde se destaca o seu eleitorado em Juiz de Fora – constituído a partir da influência de Tarcísio. Neste sentido, o personalismo presente na figura do pai se reproduz na relação eleitoral do filho com a Zona da Mata, cuja trajetória como político de carreira abriu espaços em outros níveis e posições de interlocução, tanto na estrutura hierárquica do PSB quanto no âmbito da Câmara dos Deputados, especificamente na Comissão de Ética. A visibilidade, antes vista como um dado positivo, inverteu a sua valência no momento em que o deputado foi mencionado em um escândalo político, algo que lhe exigiu uma ênfase bastante particular no aspecto comunicativo, alheio às discussões locais, à divulgação de agendas com lideranças e à prestação de contas do mandato.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo das variáveis propostas respondeu as indagações geradas pela pergunta de pesquisa na medida em que apontou um alto grau de independência e autodeterminação das variáveis do campo político em relação ao campo comunicativo, o que confirma a hipótese de que as conexões políticas e comunicativas dos deputados estão mais ligadas às especificidades do campo político do que necessariamente a variáveis comunicativas. Isto significa que aspectos políticos emergiram como fatores determinantes para as distribuições de votos, empenhos de emendas parlamentares e produção de conteúdo, considerando-se o comportamento parlamentar verificado por meio da análise multimetodológica. Desta maneira, perspectivas hipermediáticas – as quais superestimam os efeitos da comunicação massiva e digital no âmbito da atividade política (Gomes, 2004) –, foram em parte refutadas, no caso dos deputados federais analisados.

A discussão da teoria de campo, no primeiro capítulo, permitiu a identificação dos limites e das convergências entre os campos da comunicação e da política, especialmente na esteira da chamada “democracia de público”, na qual os partidos perderiam protagonismo em razão do crescente poder de figuras personalistas e do papel central da mídia nos processos políticos contemporâneos (Manin, 1995). Esta perspectiva foi relativamente contraposta pela pesquisa, considerando-se que variáveis como as atividades de mandato, as trajetórias políticas e as atuações nas burocracias partidárias apresentaram maior capacidade de explicação sobre as tomadas de decisão dos congressistas analisados. Isto não significa, porém, que a mídia não seja importante neste aspecto, já que a visibilidade decorrente da exposição na comunicação massiva e digital é capaz de construir, transformar e converter tipos distintos de capital político em prestígio, reconhecimento e vínculo (Miguel, 2003) – elementos fundamentais para o estabelecimento da conexão eleitoral (Mayhew, 2004).

Embora a comunicação seja assunto de primeira importância aos mandatos, conforme se observou nas entrevistas em profundidade, os parlamentares ainda interpretam a profissionalização de suas assessorias como uma demanda de ordem menos prioritária, considerando-se o pequeno número de assessores especializados na zona de interface entre os dois campos e a participação de empresas na mediação terceirizada do contato com a imprensa. Se imaginado uma espécie de *ranking* de prioridades estabelecidos pelos mandatos (Leal, 2002), ganham urgência as atividades políticas produzidas com o intuito de atender as relações com grupos de apoiadores e os compromissos políticos estabelecidos no nível partidário. Estes

comportamentos, em última instância, reforçam o foco na maximização dos interesses dos mandatos sugerido pela perspectiva distributivista (Limongi, 1994; Lemos, 2001) e gerado, em certa medida, pelas regras vigentes no sistema eleitoral (Nicolau, 2006).

A capacidade de representação, conforme se verificou, está conectada ao aspecto midiático, já que a visibilidade na mídia nacional – para Marcus Pestana, por exemplo – é um indicativo de força e capacidade de diálogo, embora não esteja sobredeterminada por esta variável. No entanto, situações pontuais como escândalos políticos podem ocasionar danos de imagem derivativos de superexposições negativas (Thompson, 1998), especialmente se as linhas centrais de atuação do mandato vão de encontro às supostas denúncias/transgressões, como no caso de Júlio Delgado e sua participação efetiva na Comissão de Ética. A especificidade da rotina dos mandatos parlamentares, por sua vez, diferentemente dos cargos executivos, é diluída nas decisões colegiadas produzidas na Câmara, no volume de cadeiras por estado e na dificuldade de acompanhamento e avaliação da classe política pelo cidadão. Esta situação confere aos mandatos um certo grau de invisibilidade, vez ou outra rompida por critérios específicos do político, pelo protagonismo em comissões e tomadas de posição individuais e/ou partidária, etc.

É possível afirmar que a visibilidade e a representação, conforme foram concebidas nos capítulos teóricos (Miguel e Biroli, 2010b; Pitikin, 2006), são entendidas pelos parlamentares estudados como elementos centrais para a circulação de informações e para a efetivação dos vínculos democráticos na sociedade contemporânea. As atividades dos mandatos, neste sentido, revelaram a preponderância do campo político no que se refere as práticas estabelecidas entre os congressistas e os cidadãos, nos quais as ações comunicativas foram instrumentalizadas por meio de sistemas diversificados de construção, validação e legitimação da relação fiduciária. Isto pode ser verificado tanto na importância dada pelos deputados as visitas às lideranças locais e suas redes de apoiadores, quanto no conteúdo publicado no Facebook, nos quais os parlamentares ofereceram quadros interpretativos sobre temáticas políticas ao cidadão/eleitor.

Praticamente como líderes de opinião (Lazarsfeld, Barelson e Gaudet *apud* WOLF, 1999) lavrados nas urnas, os deputados exerceram a função de mediadores e índices de informação política em suas páginas, nas quais uma ampla diversidade de conteúdos e tomadas de posição foi publicada e replicada por seguidores. No período analisado, em função da forte contaminação do cenário político pelas investigações da Operação Lava Jato e pela aceitação do processo que culminou no impedimento da presidente Dilma, foi evidenciada uma significativa atuação dos deputados em relação a estas pautas, algo que evidentemente

modificou a rotina dos mandatos, a prestação de contas e o contato com o eleitor/cidadão – inclusive, transpondo e alimentando as discussões políticas no meio digital e, possivelmente, no âmbito das relações face-a-face.

Do ponto de vista da especificidade dos mandatos, as variáveis políticas e comunicativas, ao serem conjugadas na análise, apresentaram respostas distintas de acordo os padrões observados em cada mandato, entre elas, a distribuição dos votos, das emendas parlamentares empenhadas e dos conteúdos publicados. No que diz respeito a Marcus Pestana, foi possível verificar uma significativa estadualização dos votos do deputado, ainda que uma parcela importante de seu eleitorado esteja concentrada na Zona da Mata, mesmo após uma significativa diminuição no número de votos na região entre os pleitos de 2010 e 2014. Esta variação, no entanto, pode ser interpretada como um indicativo de arrefecimento de seu capital político na mesorregião e no estado, considerando-se os cargos ocupados e o relativo distanciamento do Executivo Estadual neste período – marcante no percurso político de Pestana até o Legislativo Federal.

A fragmentação isonômica dos recursos empenhados no Estado e na Zona da Mata demonstra a preocupação do mandato em manter ativas as conexões estabelecidas ao longo da trajetória política do parlamentar, tendo em vista a maior destinação de emendas parlamentares dos demais deputados aos seus redutos políticos. No que diz respeito ao conteúdo produzido e veiculado no Facebook, observou-se que o deputado enfatizou a questão do impedimento de Dilma, o ataque aos adversários políticos de seu partido e o destaque para as suas inserções na mídia. Estas estratégias reiteraram o discurso do PSDB em relação ao cenário político, tanto na construção da imagem de um país assolado e desmoralizado pela corrupção do “outro”, no caso o PT, quanto na busca por visibilidade em veículos de comunicação de grande abrangência.

Pestana, em razão da liderança interna exercida no partido em Minas Gerais, na Câmara e no plano nacional, atuou mais fortemente em questões defendidas pelo PSDB, o que justifica a ênfase mais generalista nas pautas e nas discussões propostas em sua página, em detrimento do tratamento de assuntos locais e da ênfase na prestação de contas referente a destinação de recursos a localidades específicas. Tendo em vista as inferências produzidas, evidenciou-se a importância da trajetória política do parlamentar como elemento central na definição de sua ênfase, tanto em relação aos cargos ocupados ao longo dos anos, quanto no que se refere a sua posição nas estruturas partidária – aspectos que se mostraram relevantes diante dos dados interpretados. Desta forma, a adaptação dos mandatos às questões comunicativas sugere uma menor influência desta variável no comportamento parlamentar, cujas motivações

e direcionamentos estariam, neste caso, sobredeterminados por questões de trajetória e atuação política, além da posição relativa ocupada no partido.

Ao adotar os mesmos critérios de avaliação, conclui-se que o mandato de Margarida Salomão tem como principal característica a forte concentração de votos em Juiz de Fora e, num segundo momento, na Zona da Mata, o que a caracteriza seu mandato como regional. A partir desta constatação, verifica-se que o mandato manteve o mesmo desempenho eleitoral em número de votos nas eleições de 2010 e 2014, embora tenha ocorrido uma queda de aproximadamente 13 mil votos em Juiz de Fora, os quais foram diluídos nas demais localidades. Esta situação talvez sinalize o esforço da parlamentar em expandir suas bases eleitorais, especialmente na Zona da Mata, em detrimento de sua dependência dos votos provenientes de Juiz de Fora.

Esta regionalização pode ser verificada nas destinações de recursos de empenhos de emendas, tendo em vista a grande concentração de montantes na mesorregião da Zona da Mata e municípios circunscritos em seus limites. A ênfase local de atuação, em alguma medida, pode ser observada nas postagens do Facebook nas quais Margarida prestou contas e, entre outros assuntos, discutiu questões nacionais ao defender o governo Dilma e o PT das acusações e críticas que ganharam relevo no cenário político. A cidade de Juiz de Fora, apesar da atenção dada a novos focos de atuação na região, permaneceu como o principal reduto de Margarida, tendo em vista que a constituição de seu capital político está intimamente ligado a sua trajetória como militante estudantil e trabalhista, ex-secretária de Governo, ex-reitora da UFJF e influente interlocutora do partido no âmbito local.

Além disso, a posição relativamente secundária de Margarida na cúpula do partido em nível nacional combinada a uma trajetória de política local compele o mandato a uma atuação mais regionalizada, com menor abrangência no âmbito do estado de Minas Gerais, embora de caráter expansivo na Zona da Mata. A exposição no HGPE em eleições consecutivas, neste sentido, talvez seja uma variável explicativa para o aumento das votações da deputada na região entre um pleito e outro, levando-se em conta as candidaturas intercaladas da deputada ao Executivo Municipal, em 2008 e 2012, cujo programa eleitoral garantiu exposição em aproximadamente 120 cidades. Em função das inferências produzidas, evidenciou-se que a trajetória da deputada foi elemento central para a compreensão de suas estratégias nos planos eleitoral, político e comunicativo, embora a posição ocupada no partido também tenha representado um importante variável, especialmente no que se refere a sua vinculação a discussões de temáticas mais abrangentes. Isto se reflete, grosso modo, no baixo número de inserções de Margarida na mídia nacional.

Adotando-se os mesmos parâmetros, é possível afirmar que as votações de Wadson Ribeiro têm caráter estadualizado, afinal, dois terços delas estão diluídas no estado de Minas Gerais, enquanto o terço restante está vinculado à Zona da Mata. Este padrão é bastante semelhante ao de Marcus Pestana, embora o tucano tenha praticamente o dobro do eleitorado de Wadson. Isso significa que Wadson depende mais de sua região de origem para se eleger. Apesar disso, a pequena variação no número de votos entre 2010 e 2014 elide o fato de Wadson ter diminuído em 50% seus montantes em Juiz de Fora e, ao mesmo tempo, ter aumentado suas votações no restante do estado. A alocação de emendas, por sua vez, revelou a ênfase regional do mandato, levando-se em consideração que mais de 90% dos recursos disponíveis foram empenhados na Zona da Mata. Além disso, as postagens também reforçaram a conexão local do deputado com as cidades vizinhas à Juiz de Fora, ao mesmo tempo em que fatos relacionados a cena política nacional foram trabalhados em conjunto com a imagem do partido.

A análise destas variáveis revelou que aspectos relativos à trajetória política de Wadson são explicativos já que o seu tipo de votação está intimamente ligado à sua atuação em movimentos sociais e na estrutura partidária, o que justifica o voto de opinião auferido pelo deputado nas últimas duas disputas eleitorais à Câmara dos Deputados e reiterado na entrevista em profundidade. Pelo fato de ser um importante quadro do PC do B em nível local e estadual e de ocupar (e ter ocupado) cargos majoritários na burocracia intrapartidária nestas esferas, Wadson enfatiza posições alinhadas à sigla e reforça a sua conexão com grupos de militantes ligados à questões estudantis.

Por último, a análise da distribuição dos votos, dos empenhos de emendas parlamentares e do conteúdo produzido, verificou-se que o mandato de Delgado está fortemente enraizado na Zona da Mata, dado que 68% de seus votos estão localizados nesta região. Deste total, 70% estão concentrados na cidade de Juiz de Fora, algo que reitera o vínculo do político com a sua região de origem, ainda que uma boa parcela de suas votações esteja dispersa nas demais mesorregiões. Os empenhos, por sua vez, apontam que o pessebista dividiu esforços na manutenção de seu capital político na região, considerando-se que aproximadamente 55% de seus recursos permaneceram na Zona da Mata, enquanto os outros 45% foram alocados nas demais mesorregiões do estado. Se traduzidos em possíveis maximizações de votos, os recursos empenhados pelo deputado apontam para uma estratégia de expansão no âmbito do estado de Minas Gerais, embora também sinalizem uma preocupação com a manutenção da base política fortemente concentrada em Juiz de Fora. Os conteúdos publicados por Delgado, no entanto, demonstram a atenção do deputado com sua inserção em veículos nacionais, em detrimento da prestação de contas e da discussão de questões locais e regionais.

A trajetória vinculada a carreira política de seu pai, Tarcísio Delgado, preenche uma lacuna importante no que se refere à transferência de capital simbólico no âmbito da prática política. No entanto, as conexões políticas estabelecidas por Júlio durante cinco mandatos consecutivos e os cargos ocupados na hierarquia do PSB, entre eles a presidência estadual e municipal, são fatores que podem explicar, em certa medida, a projeção do mandato para fora da Zona da Mata. O papel de protagonismo na Comissão de Ética também deve ser observado como importante fonte de capitalização política de Delgado, fato que também foi capaz de colocar em cheque a imagem do deputado na medida em que delações no âmbito da Operação Lava Jato ganharam a forma de investigação.

Do ponto de vista das dissonâncias e convergências observadas entre os mandatos, é possível afirmar que os deputados, de maneira geral, retomam com muita frequência as pautas às quais seus mandatos cresceram vinculados, o que pode ser observado no tratamento de temáticas ligadas à economia e saúde por Marcus Pestana; de educação, ciência, tecnologia e trabalho, por Margarida Salomão; de educação em nível superior e de discussão partidária, por Wadson; e de moralização da política, por Júlio Delgado.

É dissonante, no entanto, o tipo de prestação de contas inferido em cada mandato, já que esta prática está evidentemente ligada ao tipo de vínculo estabelecido com o eleitorado e, por conseguinte, à ênfase dada pelo deputado à vínculos mais personalistas. Neste caso, Wadson Ribeiro e Margarida Salomão, com mandatos dependentes de votos de opinião, tendem a divulgar com maior recorrência este tipo de atividade parlamentar, ao passo que Marcus Pestana e Júlio Delgado recorrem a outros tipos de atuação para manter suas conexões políticas ativas, certamente pelo grau de prestígio de ambos na hierarquia partidária, seja pelo capital político construído nos cargos ocupados ou pela capacidade de articulação interna.

A atividade paroquial de Wadson reflete o seu interesse em expandir suas votações na Zona da Mata, embora uma significativa parcela de suas votações esteja diluída no estado. Também é dissonante o comportamento de Júlio Delgado se levado em consideração o fato de que o seu mandato está concentrado na cidade de Juiz de Fora e a sua projeção direcionada para fora de sua região de origem. No caso de Marcus Pestana e Margarida Salomão, há correspondência entre as verificações feitas pela pesquisa e o tipo estratégia parlamentar adotada, visto que Marcus Pestana segue o padrão estadualizado e universal em termos de votações, com pouca ênfase em questões locais e projeção para fora dos limites da Zona da Mata. Margarida Salomão, ao contrário, concentra eleitores em Juiz de Fora e na mesorregião, na medida em que projeta seu mandato neste mesmo círculo territorial.

Se adotada uma clivagem urbano/rural para explicar os comportamentos dos deputados, considerando-se importância metropolitana de Juiz de Fora como uma cidade “referência” na Zona da Mata, é possível afirmar que Margarida Salomão e Marcus Pestana enquadraram-se nos padrões que Rojas de Carvalho (2009) chamou de “Regionais” e “Universalistas”. Em ambos os casos, a descrição da tipologia foi correspondente às evidências empíricas.

No primeiro caso, em função da priorização do posicionamento pessoal nas temáticas trabalhadas, com destaque para a tomada de posição por meio de projetos de lei, pronunciamentos e a da ação legislativa de forma geral. No segundo caso, a correspondência ocorre em função das orientações universalistas da atividade legislativa, verificada nas temáticas tratadas pelo mandato e na dispersão das votações auferidas no estado. Wadson Ribeiro e Júlio Delgado, por outro lado, apresentaram características beligerantes em relação aos modelos clássicos propostos, tendo em vista que as ações parlamentares foram conflitantes com as votações recebidas. No caso de Wadson Ribeiro, embora as votações estejam relativamente dispersas, o mandato enfatiza questões locais e regionais nas postagens e na distribuição de recurso. Júlio Delgado, por outro lado, concentra significativos bolsões de votos em Juiz de Fora e na Zona da Mata, apesar de projetar o mandato para fora da mesorregião, o que foi verificado nas emendas e na tentativa de diálogo com públicos mais amplos na rede social.

Além disso, a perspectiva da campanha permanente (Ornstein e Mann, 2000; Hecló, 2000) foi relativamente confirmada, tendo em vista que os deputados demonstraram uma preocupação latente nas entrevistas em profundidade e nas ações de mandato no que diz respeito a relação com o eleitor/cidadão. As atividades políticas, inclusive de produção de conteúdo, apontam para uma atividade perene de mandato, embora a profissionalização comunicativa das assessorias – dado extremamente marcante na literatura –, não tenha sido verificada. É justamente neste ponto que se pode discutir a flexibilização das fronteiras entre campanha e governo, levando-se em conta que a rotina parlamentar de governo assimila práticas de campanha, por exemplo, no que se refere às frequentes viagens aos redutos eleitorais e à cidades eventualmente distantes e na recorrente tentativa de inserir falas e temáticas em veículos de circulação nacional. Em função deste cenário, a resistência de técnicas de campanha nos períodos de governo sugere novas pesquisas e métodos aprofundados de avaliação sobre as características das campanhas ininterruptas.

Aos pesquisadores que buscam explicações sobre os comportamentos e estratégias dos deputados na interface da comunicação e da política cabe chamar a atenção para a demanda

por sistematização das informações observada desde a coleta até a articulação e cruzamento dos dados. Tendo em vista a natureza e a grandeza das variáveis, bem como suas respectivas dispersões em jornais, revistas e bancos de dados de distintas origens, a tabulação dos dados, a escassez de informações a respeito das trajetórias políticas em canais não proselitistas e o acesso às emendas parlamentares foram os principais desafios encontrados.

A intrincada relação entre a comunicação e a política analisada ao longo deste trabalho evidenciou, em diferentes graus, as possibilidades de diálogo entre os dois campos, dos quais emergiram variáveis explicativas como a distribuição dos votos, de empenhos de emendas parlamentares e o conteúdo produzido pelos mandatos. A partir do esforço analítico comparativo destes parâmetros, aspectos ligados à trajetória política dos parlamentares e suas respectivas posições nas hierarquias partidárias passaram a vertebrar as discussões, nas quais fatores políticos se mostraram significativamente explicativos associados às entrevistas em profundidade realizadas com os deputados.

A compreensão da dimensão política dos mandatos, portanto, suscita novos questionamentos, considerando-se a possibilidade de análise, em trabalhos futuros, de séries de votação e de emendas parlamentares mais longas associadas a investigações aprofundadas a respeito de objetos comunicativos. A partir destas variáveis, será possível elaborar parâmetros de avaliação em relação ao impacto de trajetórias políticas nas estratégias de mandato e a respeito do peso de certos tipos de capital político para a prática legislativa.

REFERÊNCIAS

- ABRANCHES, Sérgio Henrique Hudson de. Presidencialismo de coalizão: o dilema institucional brasileiro. **Dados: Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: UERJ, v.31, n.1, 1988, pp.5-32.
- ACESSA.COM. **Margarida Salomão assume e anuncia mudanças na UFJF**. Juiz de Fora, 1998. Disponível em: <http://www.acesa.com/arquivo/cidade/jfhoje/1998/09/09-Margarida_Salomao_assume_e_anuncia_mudancas_na_UFJF/>. Acesso em: 17 dez. 2016.
- ALBUQUERQUE, Afonso; DIAS, Márcia. **Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil**. Porto Alegre: Civitas, v.2, nº 2, dez, 2002, pp.309-326.
- ALDÉ, Alessandra. **“A construção da política”**: cidadão comum, mídia e atitude política. Tese de doutorado (Ciências Humanas: Ciências Políticas) - Instituto de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <<http://doxa.iesp.uerj.br/artigos/teserevisada4.pdf>>. Acesso em: 07 set 2014.
- ALTHEIDE, D. L.; SNOW, R.P. **Media logic**. Beverly Hills: Sales, 1979.
- AMES, Barry. A estratégia eleitoral na representação proporcional com lista aberta. **Cadernos Metrôpole**, São Paulo: EDUC, v.14, n.27, jan/jun 2012, pp.59-87.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BERELSON, Bernard R; LAZARSELD, Paul F.; MCPHEE, William N. **Voting: a study of opinion formation in a Presidential Campaign**. Chicago: The University of Chicago Press, 1954.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política I**. Tradução de Carmen C. Varriale et al. Brasília: Editora UNB, 1.ed., 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- _____. **O poder simbólico**. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- BRADY, David; FIORINA, Morris. Congress in the era of the permanent campaign. In: ORNSTEIN, Norman J.; MANN, Thomas E. **The permanent campaign and its future**. Washington, D.C, 2000. p.134-161.
- BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais. **Eleições 2014**. Belo Horizonte: TER/MG, 2014a. Disponível em: <<http://www.tre-mg.jus.br/eleicoes/eleicoes-2014-tre-mg-1/eleicoes-2014>>. Acesso em: 05 dez. 2016.
- _____. Tribunal Superior Eleitoral. **Informações sobre as eleições – Eleições 2014**. Brasília: TSE, 2014b. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2014/eleicoes-2014>>. Acesso em: 05 dez. 2016.
- _____. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2015.

_____. Câmara dos Deputados. Conheça os deputados. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/deputados/pesquisa>>. Acesso em: 05 dez. 2016.

CARVALHO JÚNIOR, Orlando Lyra de. Visibilidade midiática e carreiras parlamentares: análise comparativa entre deputados do Brasil e da Alemanha. In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política. **Anais...** Curitiba: Compolítica, 2013.

COLLING, Leandro. O “estado da arte” dos estudos sobre mídia e eleições presidenciais de 1989 a 2002. **Diálogos possíveis**: Revista da Faculdade Social da Bahia, Salvador: UFBA, v. 6, n. 2, jul./dez. 2007, pp.29-64.

DAHL, Robert A. **Poliarquia**: Participação e Oposição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

_____. **Sobre a democracia**. Tradução Beatriz Sidou. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELGADO, Júlio César. Entrevista concedida a Gustavo Fernandes Paravizo Mira. Juiz de Fora, 12 ago. 2016. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "D" desta dissertação].

DELGADO, Raymundo Tarcísio. **Curriculum Vitae**. 2017. Disponível em: <<http://www.tarcisiodelgadoblog.com.br/vitae.php>>. Acesso em: 02 jan. 2017.

DE PAULA, Carolina de. Para diversificar o estudo da conexão eleitoral no Brasil: uma agenda de pesquisa. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, Curitiba: UFPR, v.1, n.1, set. 2010, pp.118-133.

DOWNS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia**; tradução Sandra Guardini Teixeira Vasconcelos – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

ESTADÃO. **Ministro do Esporte exonera dois militantes do PCdoB da pasta**. São Paulo: Política, 2011. Disponível em:<<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,ministro-do-esporte-exonera-dois-militantes-do-pcdob-da-pasta,807552>>. Acesso em: 29 dez. 2016.

_____. **PSB deve anunciar candidatura de Julio Delgado ao governo de Minas**. São Paulo: Política, Eleições, 2014. Disponível em:<<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,psb-deve-anunciar-candidatura-de-julio-delgado-ao-governo-de-minas,1515549>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

FIGUEIREDO, Angelina Cheibub; LIMONGI, Fernando. **Executivo e legislativo na nova ordem constitucional**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

FIGUEIREDO, Marcus. **Decisão do voto**: democracia e racionalidade. 2.ed. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

GALÍCIA, Javier Sánchez. (Org.). **Treinta claves para entender el poder**: léxico para la nueva comunicación política. Cidade do México: Editores Piso 15, 2010, pp.1-8.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução Maria Célia Santos Raposo. 19.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

_____; MAIA, Rousiley; MARQUES, Jamil. **Internet e participação política**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2013.

HECLO, Hugh. Campaigning and governing: a conspectus. In: ORNSTEIN, Norman J.; MANN, Thomas E. **The permanent campaign and its future**. Washington, D.C., 2000. pp.1-37.

HJARVARD, Stig. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Revista Matrizes**. São Paulo, ano 5, n.2, jan./jun, 2012, pp. 53-91.

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

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis: an introduction to its methodology**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004.

LEAL, Paulo R. F. A nova ambiência eleitoral e seus impactos na comunicação política. **Lumina**. Juiz de Fora, vol. 5, n.2, 2002, pp. 67-77.

_____. **O PT e o dilema da representação na política**: os deputados são representantes de quem? Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

LEMOS, Leany Barreiro de S. O congresso brasileiro e a distribuição de benefícios sociais no período 1988-1994: uma análise distributivista. **Dados: Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: UERJ, v.44, n.3, 2001, pp.561-605.

LIMA, Venício A. Revisitando as sete teses sobre mídia política no Brasil. In: **Comunicação & Sociedade**, Ano 30, n. 51, jan./jun, 2009, pp. 13-37.

_____. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

LIMONGI, Fernando. O novo institucionalismo e os estudos legislativos: a literatura norte-americana recente. **Boletim Informativo Bibliográfico**, Uberlândia: UFU, n.37, 1994, pp.3-38.

LOOMIS, Burdett A. The never ending story: campaigns without elections. **The permanent campaign and its future**. Washington, D.C., 2000. pp.162-184.

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Ano 10, n. 29, out 1995.

MARTINS, Thamiris Franco. **A construção da imagem de Dilma Rousseff (PT) na esfera midiática**: dissonâncias e convergências narrativas entre a presidente e a candidata à reeleição. Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-graduação em Comunicação, 2016, 243p.

MAYHEW, David R. **Congress: the electoral connection**. 2.ed. New Haven: Yale University Press, 2004.

MEYER, T. **Media democracy: how the media colonize politics**. Cambridge: Polity, 2002.

MIGUEL, Luiz Felipe. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o congresso brasileiro. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba: UFPR, n.20, jun. 2003, pp.115-134.

_____.BIROLI, Flávia (Orgs). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Editora Hucitec, 2010a.

_____.BIROLI, Flávia. Visibilidade na Mídia e Campo Político no Brasil. **Dados: Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: UERJ, vol.53, n.3, 2010b, pp.695-735.

_____.BIROLI, Flávia. Meios de Comunicação de Massa e eleições no Brasil: da influência simples à interação complexa. **Revista USP**, São Paulo: USP, n.90, jun./ago. 2011, pp.74-83.

_____. MÁXIMO, Helena. Ecos da Mídia no discurso parlamentar. **Revista Sul-Americana de Ciência Política**, Pelotas: UFPEL, v.3, n.1, 2015, pp.1-19.

MUNDIM, Pedro Santos. Cientistas políticos, comunicólogos e o papel da mídia nas teorias da decisão do voto. **Revista Política Hoje**. Recife: UFPE, vol. 338 19, n. 2, 2010, pp.338-364.

NETO, Octavio Amorim; SANTOS, Fabiano. O segredo ineficiente revisto: o que propõem e o que aprovam os deputados brasileiros. **Dados: Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: UERJ, v.46, n.4, 2003, pp.661-698.

NICOLAU, Jairo. O sistema eleitoral de lista aberta no Brasil. **Dados: Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: UERJ, v.49, n.4, 2006, pp. 689-720.

NOGUERA, F. La campaña permanente. In: R. Izurieta; R. M. Perina; C. Arterton (Eds.); **Estrategias de comunicación para gobiernos**. Washington D.C.: UPD/OEA e GSPM/The George Washington University, 2001.

OLIVEIRA, L. A; CHAVES, F. R. Estratégias de comunicação pública: uma análise dos pronunciamentos da presidente Dilma Rousseff direcionados às cidadãs brasileiras em cadeia nacional de televisão. **Lumina**. Juiz de Fora: UFJF, v. 07, 2013, pp. 01-18.

O TEMPO. **Renata, viúva de Eduardo Campos, não será vice de Marina Silva**. Belo Horizonte: Eleições 2014, 2014. Disponível em: <<http://www.otempo.com.br/hotsites/elei%C3%A7%C3%B5es-2014/renata-vi%C3%BAva-de-eduardo-campos-n%C3%A3o-ser%C3%A1-vice-de-marina-silva-1.900706>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

ORNSTEIN, Norman J; MANN, Thomas E. **The permanent campaign and its future**. Washington D.C.: American Enterprise Institute and The Brookings Institution, 2000.

PEREIRA, Carolina Lima. **O novo espaço público no ciberespaço: processos de identificação e interação nas fanpages de candidatos a deputado federal em 2014.** (Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – PPGCOM) Juiz de Fora: UFJF, 2015, 127p.

PESTANA, Marcus Vinicius Caetano. Entrevista concedida a Gustavo Fernandes Paravizo Mira. Juiz de Fora, 21 jul. 2016. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "B" desta dissertação].

PERISSINOTTO, Renato Monseff; MIRÍADE, Angel. Caminhos para o parlamento: candidatos e eleitores nas eleições para Deputado Federal em 2006. **DADOS**– Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro, vol.52, no 2, 2009, pp. 301- 333.

PITIKIN, Hanna F. Representação: palavras, instituições e ideias. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, São Paulo: CEDEC, n.67, 2006, pp.15-47.

QUEIROZ, Adolpho; VILLAS BOAS, Beatriz. Marketing político e mídias sociais avanços e retrocessos. In: XIII CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING POLÍTICO - POLITICOM, 2014, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2014. CD-ROM.

RIBEIRO, Wadson Nathaniel. Entrevista concedida a Gustavo Fernandes Paravizo Mira. Juiz de Fora, 18 mai. 2016. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "E" desta dissertação].

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1990.

ROJAS DE CARVALHO, Nelson. Geografia política das eleições congressuais: a dinâmica de representação das áreas urbanas e metropolitanas no Brasil. **Cadernos MetrÓpole**, São Paulo: EDUC, v. 11, n. 22, jul./dez. 2009, pp. 367-384.

ROSSINI, Patrícia G. C; LEAL, Paulo R. F. **As campanhas eleitorais no contexto da política personalizada.** In: QUEIROZ, A. C. F; TOMAZIELLO, P. S; MACEDO, R. G. Comunicação política e eleitoral no Brasil: perspectivas e limitações no dinamismo político. Americana: Politicom, 2012, pp.45-63.

RUBIM, Antônio A. C; AZEVEDO, Fernando A. mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa. **Lua Nova** – Revista de Cultura e Política. São Paulo: Cedec, n.43, 1998, pp.189-216.

_____. A contemporaneidade como idade mídia. **Interface** - Comunicação, Saúde, Educação. Botucatu: UNESP, v.4, n.7, 2000, pp.25-36.

SALOMÃO, Maria Margarida Martins. Entrevista concedida a Gustavo Fernandes Paravizo Mira. Juiz de Fora, 13 jun. 2016. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "C" desta dissertação].

SAMUELS, David. Determinantes do voto partidário em sistemas eleitorais centrados no candidato: evidências sobre o Brasil. **Dados:** Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: UERJ, v.40, n.3, 1997.

SANTOS, Fabiano. Patronagem e poder de agenda na política brasileira. **Dados:** Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: UERJ, v.40, n.3, 1997.

_____. Novas e velhas verdades sobre a organização legislativa e as democracias. **Dados:** Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: UERJ, v.41, n.4, 1998.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. **Razões da desordem.** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1993.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado espetáculo:** Ensaio sobre e contra o *star system* em política. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.

TOCQUEVILLE, Alexis de. **A democracia na América.** Belo Horizonte: Itatiaia, 1998.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

VEIGA, Luciana F.; DE PAULA, Carolina. Deputados, eleitores e mídia. In: *Compolítica: II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política*, Belo Horizonte, 2007. **Anais...**Belo Horizonte: UFMG, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Tradução Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 5.ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

WEBER, Maria Helena. Na comunicação pública, a captura do voto. **Logos 27:** Mídia e democracia, Rio de Janeiro: UERJ, Ano 14, 2º semestre, 2007, pp 21-42.

WEBER, Robert. **Basic content analysis.** New Bury Park: Sage Publications, 1990.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO NAS ENTREVISTAS**QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO AOS DEPUTADOS FEDERAIS COM DOMICÍLIO ELEITORAL EM JUIZ DE FORA NA LEGISLATURA 2015/2018****Deputado(a) Federal:****Data:** ____ / ____ / 2016**Entrevistador:** Gustavo Fernandes Paravizo Mira

- 1) Quando você iniciou a carreira política? O que te motivou?
- 2) Você já esteve em outros partidos políticos? Se sim, quais?
- 3) Você já atuou como ativista de movimentos sociais ou outras organizações da sociedade civil? Se sim, quais?

- 1) Qual é a importância da visibilidade em veículos locais, regionais, estaduais e nacionais para o mandato de um deputado federal? Alguma delas se sobrepõe?
- 2) Para que público você direciona as ações de mandato?
- 3) Para quem você fala e quais são os seus canais de comunicação?
- 4) A comunicação dos mandatos é feita por sua equipe de comunicação ou por empresas terceiras contratadas para cuidar da imagem do deputado? Qual é a estrutura mobilizada para isso?
- 5) O senhor(a) considera a mídia uma variável importante para o mandato legislativo? De que forma?
- 6) É possível afirmar que o vínculo dos eleitores com o mandato depende de variáveis comunicativas (TV, Rádios, Jornais e Redes sociais)? Em qual você deles você prefere falar?
- 7) O tratamento de temas ligados a outras esferas de poder, como o executivo e o judiciário, aproxima os deputados de seus eleitores durante os mandatos? (Pedir exemplo)
- 8) Qual é a imagem que o senhor(a) gostaria que os eleitores tivessem de você?

- 1) A senhor(a) acredita que os deputados exercem um papel de formadores de opinião no âmbito da atividade política? De que forma?

- 2) Para você, qual é a importância dos encontros com as lideranças locais e regionais para a articulação política? De que forma isso ocorre?
- 3) O mandato mobiliza grupos de apoiadores no domicílio eleitoral e fora dele? Se sim, quais? De que forma?
- 4) Em que medida é importante tornar públicas as alianças locais e estaduais durante o exercício dos mandatos? Como isso ocorre?
- 5) A senhor(a) tem uma rotina de visita aos municípios que estão na base do mandato? Como isso acontece?
- 6) O senhor(a) considera importante dar visibilidade para agendas e encontros políticos com lideranças regionais e nacionais? Em algum canal próprio ou prefere que a mídia noticie o acontecimento?
- 7) O senhor(a) acredita que a prestação de contas estimula a participação democrática? De que forma?
- 8) O mandato estimula a participação democrática dos cidadãos em partidos políticos e demais entidades da sociedade civil? Você tem algum tipo de ação para estimular a participação? Pedir exemplo
- 9) Quais são as principais questões/temáticas/bandeiras que você trabalhou/discutiu/levantou desde o início do seu mandato? Houve uma articulação do mandato para isso?
- 10) Há algum critério de distribuição para as emendas parlamentares? Quais são eles? Como essa informação é disponibilizada pelo mandato para o eleitor?

Avalie, numa escala de 0 a 5, onde 0 equivale a total discordância e 5 representa total concordância, as seguintes frases:

- 1) O bolsa família é um instrumento efetivo de distribuição de renda.
- 2) Políticas afirmativas como as cotas devem ser mantidas como ferramenta de ingresso na universidade pública.
- 3) Homofobia deve ser tratada pela legislação como crime sujeito à multa e prisão.
- 4) Os campos de petróleo brasileiros devem ser explorados pela Petrobrás.

APÊNDICE B – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM MARCUS PESTANA

Gustavo: Primeiramente, deputado, quando é que você iniciou a sua carreira política e o que te motivou?

Marcus: Eu me elegi vereador muito cedo, com 22 anos, em 1982, no ambiente da redemocratização do país. Nós ainda vivenciávamos um governo autoritário. A ditadura militar, embora muito isolada e sem apoio social, ela ainda sobrevivia. E a minha militância nasceu por duas vertentes: o movimento estudantil e a teologia da libertação. Eu militava na chamada esquerda católica e na militância estudantil. Fui presidente no Diretório Acadêmico de Economia, depois no Diretório Central dos Estudantes. Antes de me formar eu já me elegi vereador. O último semestre de Economia eu já cursei como vereador.

Gustavo: Um dos vereadores mais jovens, então, da história de Juiz de Fora.

Marcus: Na época, eu era. Depois houve outros, como o próprio prefeito Bruno, que se elegeu vereador. Mas eu, até então, era o mais jovem vereador da história de Juiz de Fora. Então, a derivação é da militância nos movimentos sociais, particularmente, no movimento estudantil.

Gustavo: Sim. E, depois disso, o senhor seguiu e assumiu, se não me engano, o cargo de subsecretário, não é?

Marcus: Eu, depois da experiência como vereador, eu entrei na universidade, como professor da Faculdade de Economia e Administração e em 1992, nós vencemos a prefeitura e eu ocupei a Secretaria de Governo de Juiz de Fora...

Gustavo: A Secretaria de Governo primeiro...

Marcus: E aí, eu tive todo um ciclo no Poder Executivo. Da Secretaria, em 1995, eu fui para Belo Horizonte, ser Secretário Adjunto de Planejamento, Orçamento e Gestão, assumi como titular em 1998, daí, fui para Brasília em 1999. Fui chefe de gabinete do Ministério das Comunicações, depois fui Secretário Executivo, Vice-Ministro do Meio Ambiente. Derivado dessa experiência e da proximidade com o senador Aécio Neves, ele me convidou para coordenar a campanha dele, ser um dos coordenadores... E vencemos. Eu fui do grupo de transição, eram cinco técnicos. Daí, eu recebi um convite e por oito anos eu fui Secretário de Saúde do estado. Dessa experiência, da capilaridade da nossa ação e do reconhecimento pelo trabalho é que resultou o meu retorno à vida parlamentar. Então, eu me elegi em 2006 a deputado estadual e em 2010 e 2014 como deputado federal. Essa é a minha trajetória em resumo.

Gustavo: Você já esteve em outro partido político além do PSDB? O senhor é o fundador do PSDB...

Marcus: Não. Eu sempre... Minha trajetória é absolutamente coerente, consistente. Hoje, no Brasil, é muito raro, mas eu sempre fui um político, um parlamentar com nitidez e consistência ideológica. Eu fui do MDB, que era a frente democrática. Daí, prosseguimos no PMDB, que tinha essa característica de frente, que pegava desde os liberais, democratas cristãos, até a esquerda, uma parte da esquerda, democrática... E fomos até o esgotamento da agenda democrática. Nossa geração ergueu uma plataforma que era, basicamente, o que seria a trajetória da redemocratização e que nós conquistamos, historicamente. Que era a anistia ampla,

geral e irrestrita, a constituinte livre e democrática, soberana e democrática, e as eleições diretas para presidente. Então, com o fim da constituinte, em 1988, que carregou toda a polêmica em termos de modelo de sociedade, modelo de Estado e com a convocação das eleições presidenciais em 1989, pondo fim à transição democrática, o PMDB esgotou seu papel. Havia um domínio de governadores conservadores, no caso, na época era Moreira Franco no Rio de Janeiro, Nilton Cardoso em Minas Gerais e Orestes Quécia em São Paulo. Então, Mário Covas, Fernando Henrique, José Serra, José Richa e uma série de políticos progressistas tomaram a decisão de fundar um novo partido, e foi aí que nasceu o PSDB, como uma derivação, uma ruptura entre a corrente progressista do PMDB e o seu núcleo conservador. E aí, estruturamos. Tivemos a candidatura em 1989, de Mário Covas, que aqui na cidade eu coordenei, e em 1992, ganhamos, já pelo PSDB, a prefeitura. E aí, a história acelerou o processo de consolidação, porque, precocemente, já em 1994, nós ganhamos a Presidência da República, com Fernando Henrique. Então, minha trajetória tem a ver com a história do movimento pela redemocratização no MDB, derivando no PMDB, e depois no PSDB. E eu sou fundador e um dos primeiros vereadores do PSDB no Brasil e fui o primeiro presidente em Juiz de Fora, e há 28 anos eu estou no PSDB.

Gustavo: Em relação à visibilidade, deputado, como o senhor vê as esferas locais, regionais e estaduais para o mandato? O senhor acha que é importante a visibilidade em todas as esferas ou há um foco específico em alguma delas?

Marcus: É da essência da atividade política e uma necessidade fundamental da democracia aquilo que os ingleses chamam de accountability, prestação de contas, controle social. Nós temos um defeito genético no nosso sistema político partidário. Como o nosso sistema eleitoral é uma jabuticaba, é uma inovação, não existe em nenhuma parte do mundo, ele introduz um grave problema, que se soma a um problema universal. Hoje, no mundo inteiro, há um desconforto, há um mal estar da sociedade com a representação política. Nós temos manifestações na Espanha, por exemplo, o impasse espanhol, onde os quatro principais partidos, dois deles novos partidos que quebraram a bipolaridade entre PSOE e o PP... Esse empasse revela que não se consegue formar maioria, formar governo. O recente resultado do plebiscito na Inglaterra também revela este descolamento da sociedade em relação ao sistema político. Já que, tanto o Partido Trabalhista, quanto o primeiro ministro conservador, defenderam a manutenção na União Europeia. No entanto, a maioria da população votou pela saída da Inglaterra da comunidade europeia. O fenômeno Trump, nos Estados Unidos, é um outsider, não é um quadro tradicional do Partido Republicano... Então, todos esses fenômenos revelam o mal estar, uma distância da sociedade em relação ao sistema político. Aqui, no Brasil, isso é agravado por péssimas regras de organização eleitoral e partidária. Isso resulta, e aí vamos ao cerne da sua questão, que 70% dos brasileiros, um ano depois da eleição, não sabem dizer sequer o nome do deputado em quem votaram. Se não sabem dizer o nome do seu deputado, quer dizer que eles não controlam, não fiscalizam, não acompanham. E isso é um grave problema. E isso é derivado do nosso sistema eleitoral, que é o sistema de voto nominal, proporcional e em território aberto, e, no caso de Minas Gerais, isso não faz nenhum nex. Eu sou especialista no tema da Reforma Política, discuti isso nos três últimos esforços de reforma, nos últimos seis anos. Não faz sentido uma democracia onde 70% do eleitorado não sabe dizer o nome do seu representante. Isso, por si só, mostra o descolamento da representação política em relação à base da sociedade, e isso introduz um problema grave de comunicação, porque não faz sentido... E copiar ideia boa é sinal de inteligência, não adianta querer ficar “inventando a roda”... O Brasil deveria caminhar para um dos sistemas clássicos, ou distrital, ou a lista fechada. Na lista fechada o controle é coletivo, ideológico. O partido vai bem: Ele é premiado... O partido vai mal: Ele é punido. No caso do distrital o controle é muito mais territorial e muito mais pessoal sob o representante. Agora, eu trabalho em Minas... Você imagina isso tendo uma

repercussão direta... E torna muito mais complexo a questão da comunicação, porque uma coisa... Se fosse distrital puro, em Minas Gerais, você teria um distrito de cerca de 380, 350 ou 380 mil votos. Então, você estaria focado em um território circunscrito com uma população, um alvo muito mais focado. Na verdade, no nosso sistema, você disputa 16 milhões de votos... Não faz nenhum sentido. Você lança mil candidatos que saem em um território do tamanho da França, da Espanha, disputando 16 milhões de votos. Do ponto de vista do eleitor é humanamente impossível, totalmente inviável ele comparar as mil opções. Então, ele vai ter contato, profundo, ou superficial, com umas vinte candidaturas, no máximo. E eu estou considerando como contato receber um papelzinho na rua. A televisão é totalmente ineficaz, nesse caso. Só tem validade para as candidaturas majoritárias, onde são muito menos opções. Então, isso introduz um problema grave para a comunicação. Você, por um objetivo disperso e sem foco, você faz uma comunicação dispersa e sem foco. Você tem que atirar para todo lado. Então, é um conjunto de instrumentos que você tem que erguer, mas é totalmente impossível você ter uma política de comunicação eficaz que ajude no accountability.

Gustavo: Mas hoje, tendo em vista esse cenário que você descreveu, o que seria melhor, tendo em vista a distribuição de votos que o senhor tem hoje no estado? Que é uma distribuição bem diluída...

Marcus: Eu sou um deputado claramente estadual. Eu tenho votos no Jequitinhonha, no Mucuri, no Sul de Minas, no Centro-Oeste, eu tenho votos dispersos em Minas inteira. Mas a Reforma Política não pode responder às necessidades dos próprios candidatos e dos próprios atuais mandatários. Você tem que fazer o que é bom para a democracia e para o país, e cada um se adaptar. É evidente que eu tenho um perfil típico de um candidato de lista partidária pela difusão da minha imagem no estado inteiro, mais dispersamente, sem concentração. Mas eu, na verdade, advogo e defendi na última, na única das últimas iniciativas de reforma política que foi para plenário, eu defendi o voto distrital misto. Precisava de 308 votos, porque a emenda constitucional só teve 99. Então, não há consenso em relação a isso. É uma doença grave do sistema político brasileiro. Eu escrevi, recentemente, um artigo no jornal O Globo sobre esse impasse. O sistema não vai se “auto-reformar”, mas a qualidade da democracia brasileira, o processo decisório está com a qualidade cada vez mais prejudicada.

Gustavo: Sim. Mas se eu perguntasse para você assim: deputado, eu tenho um jornal em Juiz de Fora, um jornal em Belo Horizonte e um jornal nacional, que estão fazendo uma cobertura. Você tem que escolher um desses jornais para poder aparecer, para poder ter a visibilidade. Qual deles você escolheria? E por qual razão?

Marcus: Depende do tema. Eu fiz uma enquete sobre determinados temas e iniciativas parlamentares... E aí, não tem jeito, a ferramenta tem que ser a nível estadual. Quando é... Eu procuro... Não há uma fórmula única, eu uso intensamente redes sociais, Twitter e Facebook... Também não conseguiria administrar mais de duas redes sociais, porque eu gosto de dar um tempero pessoal, eu acho que essa que é a boa prática. Não adianta a coisa pasteurizada feita por assessoria, tem que ter um toque pessoal. Eu faço diretamente o meu Twitter, e daí, a partir do Twitter, a minha assessoria deriva para o Facebook. Tenho newsletter, tenho site, procuro dar entrevistas às rádios, por telefone ou quando eu estou na região. Aí, é para atingir um núcleo regional. Televisão é mais raro, porque você tem que ter um gancho concreto e mais importante...

Gustavo: Às vezes, uma participação no Plenário também sobe, não é?

Marcus: Plenário... Tenho um artigo semanal em um jornal de Belo Horizonte de escala estadual, que é o maior jornal atualmente em Minas. Enfim, eu procuro participação direta, viagens e tal. Outro dia eu falei em Piau, na Festa da Banana, na abertura. Aí, você se dirige a 10 mil pessoas, mas em um ambiente que não é propício para comunicação política, porque é uma festa. Sábado tenho um grande encontro com mil pessoas aqui em Juiz de Fora e tal... Então, você tem que... Não há uma fórmula única. Você tem que apostar... Você tem que diversificar as suas formas de comunicação, porque, territorialmente, você não está circunscrito a um pequeno espaço. E você também tem uma população alvo delimitada... Então, a gente procura atuar das mais diversas formas possíveis.

Gustavo: Sim. Pelo que você está me dizendo, é bastante interessante que há uma ação comunicativa, não é? Porque há uma ação instrumentalizada nos veículos de massa, na comunicação do Facebook, Twitter, mas também há uma ação comunicativa pelo fato de estar com as pessoas, estar com as lideranças, ir até as cidades... E como o seu mandato é diluído, tem um voto mais diluído, você acaba tendo de ter um deslocamento grande, deve te exigir bastante. E aí, eu queria saber qual a importância, para você, dos encontros com essas lideranças para a articulação política. Você considera que esse é o cerne, que isso é fundamental para o mandato?

Marcus: Sim. Para o meu perfil, sim. Porque existem candidatos que são candidatos de opinião pública, de seguimento, de causas... E eu sou um candidato mais de articulação institucional, de lideranças municipais, seguimentos, como seguimento da saúde e tal. Então, esse contato é fundamental. Você está vendo aqui o movimento no escritório, é permanente isso, um entra e sai grande...

Gustavo: Você pode me dar um exemplo, Marcus? De como isso acontece, por exemplo, da sua rotina? De como a sua rotina...

Marcus: É... Eu procuro...

Gustavo: Você está lá em Brasília, aí você desce em BH...

Marcus: Isso... Aí, eu mantenho um escritório em Belo Horizonte e outro aqui. Aí, eu recebo as pessoas sempre. Segunda-feira, em geral, estou em Belo Horizonte, porque os prefeitos e lideranças vão para Belo Horizonte resolver problemas e a gente procura dar assistência, articular, apoiar. Recebo em Brasília e também aqui em Juiz de Fora e no interior. Eu viajo muito. Para se ter ideia, em dez dias agora eu vou em 30 cidades... Estar presente... Então, essa articulação com as lideranças locais é fundamental. Na verdade, é uma correia de transmissão de confiança. Eles que, na verdade, tem o prestígio dos votos.

Gustavo: Você auxilia nos mandatos locais e também acaba bebendo dessa fonte... E para que público que você direciona as ações, tendo em vista essa rotina que você me descreveu de ir até os lugares, de estar com as pessoas...? Você consegue pensar em um público específico para o mandato? Quem o mandato quer atingir?

Marcus: Não... Eu tenho muito esse vínculo com as lideranças institucionais municipalistas. Então, eu participo de reuniões, de inaugurações, de eventos nos municípios... Uma comunicação setorial mais com a área de saúde. Eu sou muito convidado para eventos, debates na área de saúde... Então... Mas não há um foco específico. É muito difícil isso, porque o sistema leva a gente a uma lógica dispersiva...

Gustavo: Sim. Mas em termos de bandeiras, de questões que você toma como pauta...

Marcus: O mandato impõe foco, não é? Por exemplo, eu fui vice-ministro do Meio Ambiente, mas não priorizo isso... Você não pode abraçar o mundo com as pernas. Eu sou professor universitário, mas não tenho foco na educação. Eu selecionei três eixos: Saúde, por ter sido, por oito anos, secretário de saúde, e meu mandato é muito derivado dessa experiência; a questão da economia, que é a minha formação, as questões econômicas; e a questão da administração pública, nos diversos aspectos que envolvem a administração pública, que eu, de certa forma, virei um generalista. Como eu passei por muitos setores, as questões em si da administração pública, dos processos, das estruturas, da legislação que preside... Então, volta e meia eu estou relatando agora um projeto importante, que é o novo marco da gestão dos fundos de previdência... E, eventualmente, temas que são episódicos, como, por interesse e curiosidade, e formação e dedicação ao tema, como foi o caso da Reforma Política. Eu sou considerado um dos deputados especialistas, que mais conhece sobre o tema da Reforma Política. Então, são esses... Não que eu não gostaria de me dedicar ao meio ambiente, não que eu não gostaria de me dedicar aos temas educacionais. Mas é totalmente inviável... Vez ou outra, você é convidado para uma missão. Por exemplo, eu fui da comissão especial que avaliou a revisão do Estatuto do Desarmamento. A segurança pública, as políticas de defesa social não são minha área de especialidade, mas fui designado pelo líder, e aí, eu me desencumbi dessa tarefa.

Gustavo: Sim. E em relação a apoiadores no domicílio eleitoral e fora dele. Eu imagino que, pela dissolução de votos, o senhor tem muitos apoiadores, mas aqui em Juiz de Fora isso também é latente do ponto de vista da capilaridade com grupos...? Porque eu estava analisando a sua votação das últimas duas eleições para deputado, ela chegou a cair sete mil votos aqui, não é? Eram dezenove e caiu para doze...

Marcus: Não, não. Eram vinte e caiu para quinze...

Gustavo: Não. Eram dezenove e caiu para doze...

Marcus: Não, não. Em Juiz de Fora, não. Eu fechei com quinze mil votos aqui, mas caiu. De qualquer forma, a afirmação está correta. Eu fiz uma opção... Quer dizer, em função... Tanto que eu sou o deputado mais votado da cidade... Foi uma opção estratégica...

[Os dados disponíveis no site TSE apontam que Marcus Pestana obteve 19.913 e 12982 em Juiz de Fora nas eleições de 2010 e 2014, respectivamente]

Gustavo: 130 mil, não é?

Marcus: É... Eram 170, 130... Aqui, particularmente, teve uma coisa que eu aquiesci... Que o meu próprio partido lançou o Giovani Gávio, que é da cidade, e que me tirou muitos votos. Muitos amigos comuns e eu estava consciente que havia esse risco, mas, em nome do interesse partidário, eu aquiesci que o Giovani fosse candidato. Mas, eu fiz uma opção tática de me viabilizar como um candidato de escala estadual, tanto que, de todos os quatro deputados aqui... Na verdade, três e um suplente, o Wadson. Mas eu, em termos estaduais, eu sou o mais bem votado. Eu sou o décimo primeiro, bem a frente do Júlio e da Margarida.

Gustavo: Sim. Te preocupou, em alguma coisa, o fato da votação ter diminuído da eleição de 2010 para 2014? Porque, na prática, foram 30 mil votos de diferença.

Marcus: Sim, sim... Mas isso foi calculado. A presença do Giovani e de outros candidatos... Por exemplo, eu estimulei o ex-prefeito de Salinas, que me apoiava... Foi candidato... Então, essas coisas a gente tem um know-how...

Gustavo: Somatório, não é? De fatores...

Marcus: Tinha gordura para queimar e é importante outras alternativas emergirem... E eu estimulei isso.

Gustavo: Sim.. Eu queria saber em que medida tornar públicas essas alianças locais, estaduais, pode ser bom para o exercício do mandato? Você acha que qualquer aliança é boa de mostrar? Todas as alianças que... Por exemplo, você vai a todas as cidades... Todos os grupos são importantes mostrar e é legal mostrar? Ou tem grupos que, às vezes, não são tão importantes?

(PAUSA)

Marcus: Em geral, nós temos uma estratégia, um método de trabalho, um estilo de trabalho que pressupõe a lealdade absoluta aos grupos de apoiadores. Primeiro, nós somos muito seletivos. A gente busca apoios e parcerias com quem a gente tenha identidade real... Nesses anos todos, eu tive poucas decepções. É óbvio que uma ou outra você tem. Mas há uma identidade enorme quando a gente se reúne... Identidade na forma de ver o mundo, de ver a política, convergência nos valores. Então, nós temos por princípio caminhar com esses grupos na vitória e na derrota, na alegria e na dor... Quando eu tinha muito poder, como secretário estadual de saúde... Era comum, em cidades em que o meu grupo era derrotado, o outro lado me procurava falando: “Não. Largue eles, fica com a gente, protege a gente, nos apoie, que você vai ser muito mais bem sucedido.” Eu falava: “Nada disso. Se eu fizer isso com eles, eu posso fazer isso com vocês lá na frente. Que imagem vocês farão de mim?” E aí, nós temos um... A gente caminha e, portanto, a gente não tem porque esconder. As nossas relações são muito transparentes e, nessa caminhada toda, as decepções foram poucas. É evidente que às vezes, sim, você erra a mão... E aí, por exemplo, descobre que um parceiro que você ajudou, estimulou, apoiou... Depois que chega ao poder, não exercita o poder com os mesmos valores que a gente acredita, se desvia da boa conduta, da ética e tal... Mas foram raríssimos na minha trajetória. Existiram casos como esse, mas não... Portanto, se eu entendi bem, eu não escondo apoio.

Gustavo: Isso. Eu estou perguntando para saber se o senhor escolhe, de repente, quais apoios mostrar, quais apoios não... Porque tem grupos, por exemplo, que podem render, fazendo um cálculo, podem render mais votos, outros grupos podem não render tantos votos... Mas aí, por exemplo, pela falta de espaço, ou por uma preocupação com a floodagem... O excesso de postagens, por exemplo... Você mostra um grupo e deixa outro...

Marcus: Eu procuro evitar a overdose nas redes sociais, para não banalizar. Mas é no ritmo natural da vida, não é? Porque eu também tenho limites físicos para viajar, para reunir... Mas eu vou mostrando...

Gustavo: Sim. E o senhor acha, deputado, que os congressistas hoje têm um papel como formadores de opinião? Que ele tem a possibilidade de estar em outro nível diferente do cidadão comum e trazer esse conhecimento que ele tem em relação às emendas, em relação às políticas públicas produzidas, e levar esse conhecimento para o cidadão, para fazer essa prestação de contas?

Marcus: Claro. O deputado é um formador... Mas como eu disse, aquele problema seminal, genético dificulta muito. Então, as pessoas sabem sequer o nome do seu deputado, quanto mais... Eu fiz uma pesquisa, em 2011, um ano depois da minha primeira eleição a deputado federal... E só tínhamos nós dois: só eu e Júlio Delgado... Margarida era suplente, só veio a assumir depois. E eu perguntei, eu fiz a tradicional pergunta “em que deputado você votou?” 70% não sabia me dizer o nome. E quando eu perguntei... Como eu e o Júlio Delgado tínhamos votado em três questões que eu selecionei aleatoriamente, mas que tinham mais contato... Salário mínimo, código florestal e imposto da saúde. Três questões que dizem mais ao dia-a-dia de pelo menos alguns seguimentos, ou de toda a sociedade. 95% não tinha a menor noção de como eu e o Júlio Delgado... Eu testei com variável de controle, porque poderia ser uma falha de comunicação minha. Se desse uma discrepância muito grande, uma nitidez de voto muito grande do Júlio em relação a mim, ou vice e versa, teria um problema de estratégia de comunicação, mas não. A percepção da opinião pública é exatamente a mesma, quer dizer, não se tem a menor noção de como os deputados se posicionam lá em Brasília, a não ser em um caso excepcional, como foi a questão do Impeachment, que virou igual a uma final de Copa do Mundo... As pessoas ficaram em frente à televisão, domingo inteiro esperando o seu deputado. Então, as pessoas me viram votar e tal... Mas isso é uma exceção da exceção da exceção.

Gustavo: O senhor tem uma rotina de visita aos municípios, uma coisa instrumentalizada?

Marcus: Eu procuro, pelo menos de 15 em 15 dias... Um final de semana é dedicado a viagens. Então, dois finais de semanas por mês, e eu procuro oscilar... Porque tem um polo que se organiza em torno do escritório de Belo Horizonte e outro polo que se... São mais ou menos 60 cidades lá em Belo Horizonte e 60 cidades aqui. 120 cidades. Isso já dá a dimensão irracional do nosso sistema político. Acaba sendo um contato, e isso deriva dessa baixa conexão da sociedade com os seus representantes, porque você faz “visita de beija-flor”. Um deputado distrital inglês, ou americano, ou francês, participa do cotidiano da população. Ele está ali radicalmente inserido... Dos temas do cotidiano, das pessoas, dos temas regionais. Isso seria possível se nós tivéssemos o distrital puro. Quer dizer, eu viria todos os finais de semana, ou na maioria dos finais de semana para Juiz de Fora e daqui seletoria, transitaria uns oito municípios... Quer dizer, teria uma responsabilidade focada e aí a comunicação seria muito mais eficiente e os controles sociais seriam muito maiores, porque, quando eu votasse uma questão, o meu adversário na eleição distrital... Os meus adversários apontariam isso para a comunidade, eu teria que vir para as rádios, realizar reuniões, justificar o meu voto... Isso politizaria a sociedade. No sistema atual, ninguém controla ninguém, tudo é difuso, a informação é baixa, a nitidez é pouca... E aí, você substitui esse esforço que as pessoas acham... Há um mito de que deputado não trabalha. É uma vida desumana. A qualidade de vida é muito baixa, porque você tem que se desdobrar... Você imagina... Nesses 10 dias, em 30 cidades... Quer dizer, é uma relação e eu tenho que ir em 120, em quatro vezes mais... Até a eleição... Então, é uma relação de baixa qualidade, de baixa eficácia, mas essa é a regra do jogo, infelizmente. Então, eu procuro... Eu tenho, sistematicamente... Eu fui na Festa da Banana, em Piau, fui na Festa do Milho, em Cipotânea... E essa é a rotina da gente.

Gustavo: Sim. E quando há a possibilidade de visibilidade, deputado, retomando esse tema... Quando há uma notícia, algo para ser dito, o senhor prefere que seja dito pela imprensa ou que o senhor diga pelos seus canais? O que o senhor acha melhor?

Marcus: Não... Certamente, pela imprensa... Pelos canais... Eu tenho uma grande penetração na imprensa nacional. Isso foi um trabalho sistemático que eu fiz com um grande assessor de imprensa que eu tinha, que tinha canais, conhecimento... Então, hoje os grandes colunistas, os grandes articulistas, comentaristas políticos eu tenho acesso pessoal. Então, eu falo com Merval,

com Josias, com a Natuza, do PAINEL da Folha, com Ilimar... Enfim, e volta e meia saem notícias minhas, e tal. Mas o que é eficaz, no ponto de vista da comunicação de massa, é a TV. E TV... Quer dizer... É engraçado um caso que faz parte da minha comunicação... Fora o impeachment, em que o meu voto teve uma grande repercussão, porque ele discrepou do padrão que estava vigendo ali na votação do impeachment. Os meus eleitores ficaram confortados e satisfeitos com a minha postura. Ali foi um momento de rara visibilidade. Mas, fora isso, o momento de mais visibilidade do meu mandato foi o momento de silêncio, porque excepcionalmente eu dei uma sorte. Eu estava na tribuna, era um projeto de mudança da lei de licitações, introduzindo... E eu era um crítico do novo método de licitação que estava sendo proposto, o regime direto de contratação... E, na hora do Jornal Nacional, quando o repórter que estava cobrindo fez a chamada e quando jogou para o Plenário, eu estava na tribuna esbravejando, mas não apareceu... Estava claro que eu estava protestando e ele fez a cabeça falando: “A oposição resiste e contra... E tal.” E eu, que estava na tribuna... Então, eu tive os meus 15 segundos de fama e as repercussões foram enormes, embora ninguém soubesse o que eu estava falando. Não apareceu o som, era nota coberta com a imagem... Era mais a postura, atitude. E aí mostra a eficácia das TVs. E recebi “n” mensagens, e-mails, telefonemas... E sendo que as pessoas sequer ouviram o que eu estava falando. Então, isso revela muito, do ponto de vista da análise semiótica, como é que se dá o processo de comunicação. Foi o auge da minha comunicação, exceto do momento do impeachment... Mas, antes disso, tinha sido o auge de eficácia da minha comunicação, sem eu ter dito uma palavra.

Gustavo: Isso ocorreu no primeiro mandato? Ou foi agora?

Marcus: Foi no primeiro mandato, na votação do RDC.

Gustavo: RDC...E eu queria saber do senhor se há um critério para a distribuição das emendas parlamentares.

Marcus: O critério é da necessidade, das demandas que chegam, atendendo, fundamentalmente, prefeituras... E, obviamente, as prefeituras e entidades filantrópicas dos lugares que eu sou votado, não é?

Gustavo: Sim. Você tem um critério para escolher as cidades, por exemplo, as cidades que você pleiteia algum tipo de votação...?

Marcus: Não. Vai muito por demanda e tal... Por necessidade. Mas eu procuro atender todas, não é? Algumas, ao longo do mandato. É muito pouco recurso para tantas cidades, não é? São 120 cidades. Eu tenho, nessas 120, uns 40 prefeitos. Então, nós temos 16 milhões de reais por ano. Para 40 cidades, não é muita coisa.

Gustavo: Pela Lei de Orçamento Anual, no ano de 2015, você fez indicações para 20 cidades, dessas 20 cidades, 10 delas são da Zona da Mata. Ao todo elas reúnem, em média, 40 mil votos, somando os votos de cada cidade... Dá, mais ou menos, 40 mil votos. O restante das cidades não agraciadas tem um montante de, aproximadamente, 90 mil votos, que não estão contempladas por emendas.

Marcus: Mas é porque aí... É exatamente, porque os recursos são insuficientes, então você faz o rodízio de cidades. Um ano você atende um bloco, em outro ano atende outro, para nos quatro anos tentar cobrir toda a base que te apoia.

Gustavo: Sim. E há um critério para escolher essas cidades, ou é de acordo com...

Marcus: Não... É dependendo das demandas e não tem um critério mais específico... Não.

Gustavo: Sim. Uma última pergunta, aliás, é em relação à composição de gabinetes. O senhor tem algum tipo de critério para escolher quem trabalha com o senhor?

Marcus: Não... É um processo clássico de... Por afinidade, entrevista, não é? Eu tenho uma equipe até dividida em três núcleos: o de Brasília, o de Belo Horizonte e Juiz de Fora. São pessoas que trabalham comigo, geralmente, há muito tempo, tem pouca rotatividade... Eu tenho uma relação boa com a equipe...

Gustavo: Sim. E, por exemplo, no setor de comunicação, quantas pessoas, em média, trabalham com comunicação?

Marcus: Não... Na verdade, inicialmente, eu tinha um assessor, que era esse que me apresentou à imprensa nacional, mas depois ele saiu para a campanha do Aécio, e eu tenho uma assessora.

Gustavo: Sim. E o restante é terceirizado?

Marcus: Não... Eu...

Gustavo: Uma empresa que faz...

Marcus: Não... É ela e eu. Eu faço muito diretamente. Por exemplo, meus artigos não têm um ghost writer, eu mesmo que escrevo. Eu gasto uma hora da minha semana fazendo o meu artigo semanal, e eu procuro multiplicar o uso para ir formando um discurso e tal... E é publicado não só no jornal de Belo Horizonte, O Tempo, como também no Congresso em Foco e, vez ou outra, no site do Cláudio Humberto. Então, assim, esse da Reforma Política o Noblat botou no blog dele e tal... Mas, assim, eu escrevo pessoalmente e as redes sociais eu alimento pessoalmente. Atendo muito a imprensa por telefone. Tem isso também, uma característica... Nisso eu sou muito acessível. A pessoa telefone e eu atendo. Tem deputados que ficam menos visíveis, porque não gostam de... Não disponibilizam seus telefones, tem que ter a intermediação do gabinete, aí dificulta. Eu não, eu falo direto por celular.

Gustavo: Não sei se o senhor lembra, eu falei com o Rodrigo Barbosa. Mandeí um e-mail para ele. Ele me encaminhou para você. Você falou para eu falar diretamente com você.

Marcus: É... Comigo, não. Tem uma coisa, por exemplo, a rádio da UFMG ligou para lá querendo fazer uma entrevista e falou com a Ludmila. Ela fica em Belo Horizonte. Lá em Brasília eu tinha o Laerte, mas ele não está mais comigo. Então, eu só tenho... Eu tinha os dois... Ela cuida mais das redes sociais, das ferramentas aí... Newsletter, e tal... Mas eu alimento mesmo Twitter, pessoalmente, faço texto, e tal... Eu gosto de escrever também. Mas não tenho nenhuma estrutura muito sofisticada, agência... Não tenho não, não terceirizo não.

Gustavo: Além disso, deputado, só tem mais uma rápida leitura para você fazer uma gradação de quatro frases. De 0 a 5, o senhor dá a nota que o senhor quiser em relação a essas frases: “O Bolsa Família é um instrumento efetivo de distribuição de renda”.

Marcus: Concordar é cinco...

Gustavo: Concordância total é cinco, discordância total é zero.

Marcus: Cinco, cinco.

Gustavo: “Políticas afirmativas, como as cotas, devem ser mantidas como ferramenta de ingresso na universidade pública”.

Marcus: Três.

Gustavo: “Homofobia deve ser tratada pela legislação como crime sujeito a multa e prisão”.

Marcus: Cinco.

Gustavo: “Os campos de petróleo brasileiros devem ser explorados pela Petrobras”.

Marcus: Zero. Não quer dizer que não possa ser explorado, mas eu sou a favor... Vai entrar em votação agora, da mudança do Marco do Pré-sal. Pode ser pela Petrobras, mas a obrigatoriedade é... Burrice até, porque quebraram a Petrobras, e ela não tem capital para explorar o pré-sal.

APÊNDICE C – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM MARGARIDA SALOMÃO

Gustavo: Eu queria saber, inicialmente, como é que você iniciou a sua carreira política, o que te motivou?

Margarida: Eu iniciei a minha carreira política, e não a minha carreira eleitoral, há muitos anos atrás. Na campanha de 1982... Foi a grande campanha de redemocratização, que nós tínhamos a candidatura do Tancredo, que não tinha eleições diretas, não é? Tinha o Tancredo para Governador, Tarcísio para prefeito... Eu participei ativamente dessa campanha e, ao fim dela, eu fui convidada pelo Tarcísio para assumir a Secretaria de Administração... Isso em 1983. E em 1986, eu me tornei secretária de governo. Em 1988, eu disputei como candidata a vice-prefeita com o ex-ministro Murilo Hingel, cabeça de chapa. Nós perdemos, naquela ocasião, para o Bejani. Não tinha primeiro turno... Não tinha segundo turno. Então, o Bejani, mesmo com uma votação muito minoritária, não chegou a 30% dos votos... Mas houve uma divisão de votos, especialmente no nosso campo, entre o Murilo e o Custódio, e isso abriu caminho para que ele se elegeisse, pela primeira vez, prefeito de Juiz de Fora. Aí, depois disso, eu retornei à vida acadêmica, e fiquei muitos anos trabalhando na Universidade, onde eu fui, inclusive, reitora. Mas eu não considero que isso seja uma tarefa política no sentido que você está me perguntando. É uma tarefa de política interna... Para mim, ser reitora é igual ser chefe de departamento, ser diretora... De todo modo, é uma tarefa de representação interna.

Gustavo: Sim, mas não agrega capital político?

Margarida: Até agora só agregou para mim, não é? (RISOS)

Gustavo: Para você, exatamente...

Margarida: O Renê, que foi reitor também, foi candidato uma vez, não conseguiu nada... O Henrique Duque esforçou-se, embora que ele não conseguia superar a primeira etapa desse processo, que era filiar-se a um partido político. (RISOS) Então, eu acho que potencialmente agrega... Eu acho que qualquer tarefa pública que você execute potencialmente agrega capital político, mas não necessariamente. É uma variável. Aí, eu deixei a reitoria em 2006, fui para os Estados Unidos, fiquei um ano como pesquisadora visitando a Universidade da Califórnia... Quando retornei, e isso já era uma coisa muito conversada, eu fui candidata a prefeita pelo PT, em 2008. Uma campanha muito difícil, como você sabe, uma campanha em que eu não consegui nem mesmo vice, de outro partido. Só tínhamos, como apoiadores, o PCdoB também de uma forma muito tímida... Mas aí, essa campanha foi uma espécie de explosão. Na verdade, é uma campanha que, se tivesse sido hoje por mim conduzida com um pouco mais de experiência, eu certamente hoje estaria completando o meu segundo mandato como prefeita. (RISOS) Mas, enfim... Isso sim agregou capital político de tal modo que eu depois, em 2010, eu fui majoritária aqui, amplamente. Eu me tornei a primeira suplente da bancada do PT, assumi como deputada em 2012, em que foi eleito o prefeito... O deputado Gilmar Machado foi eleito prefeito de Uberlândia, não é? E em 2014, eu me reelegi deputada federal. Então, essa é a minha trajetória e o porquê eu fiz isso... É até uma pergunta boa de se fazer, porque eu sou uma pessoa que tem um grande acúmulo acadêmico, fiz um grande investimento acadêmico, sou doutora em uma das melhores universidades do mundo, participo de uma rede de pesquisa, que é uma rede muito prestigiosa na minha área... A minha geração, foi uma geração que sempre se sentiu castrada no ponto de vista da expressão política. Então, no início da década de 1980, não só eu, mas muitos como eu, éramos como uma vocação represada. Então, nós nos dispusemos a participar da vida pública, muitos de nós éramos como eu, acadêmicos... E demos esse passo para participar da vida pública em um caráter de

militância, mesmo. E, na verdade, sem pensar em fazer carreira com uma coisa dessas. Era o desejo de participar, de contribuir de colocar suas ideias na roda, ajudar a fazer, aprender a fazer também, muito... Então, eu diria que é uma coisa da trajetória da minha geração em um contexto em que ela emergiu, não é? É uma geração podada pelo AI5, podada pelo 477, podada na sua expressão... Quando nós fizemos a primeira greve de professores, em 1981, nós ainda vivíamos em um período muito duro de ditadura. Então, eu acho que foi isso: a vontade de afrontar a ditadura. Você vê que em 1984, eu fui candidata a reitora pela primeira vez e nós inventamos as eleições diretas para reitor na esteira da luta pelas eleições diretas para presidente. Em Juiz de Fora, nós votamos primeiro para reitor. Na verdade, foi uma experiência mal sucedida, porque o Conselho Universitário não acolheu o resultado da eleição naquela altura. Mas, de todo modo, nós votamos para reitor diretamente antes de votar para presidente, em 1988.

Gustavo: Uma experiência anterior, já na universidade, não é? Você mencionou duas coisas que eu acho que talvez sejam interessantes para mim. Pelo visto que você fez uma trajetória toda dentro do PT, sempre no PT...

Margarida: Não. Nessa época o PT era... Em 1982, quando eu participei dessa campanha do Tarcísio, o PT era um embrião.

Gustavo: Surgindo ainda, não é? Surgiu em 80...

Margarida: Exatamente. E era voto vinculado em 82. Então, para o PT foi muito difícil. O Lula se elegeu deputado federal, mas aí já era com a sua presença, essa coisa toda. Aqui o candidato a prefeito foi o Agostinho Valente, com votação inexpressiva, por conta dessas situações todas, não é? Então, eu na verdade, naquela época eu era do MDB. Então, naquela época eu militava no PMDB. Eu estive no PMDB até 1990. Em 1990, eu assumi o partidão. O partidão era dentro do MDB. E a minha convergência, a minha convivência com meus principais interlocutores... Eram todos comunistas. Aí, o PCB virou PPS e tornou-se essa coisa trágica que é hoje. Então, eu fiquei lá sem militar... Fiquei, porque fiquei... Mas sem... ter uma vida política ativa nesse período... E aí, quando foi em 2002, quando eu estava terminando o meu primeiro mandato como reitora, eu me filiei ao PT. Eu sou filiada ao PT desde 2002.

Gustavo: 2002. E você já participou de organizações da sociedade civil também, não é? Sindicatos, etc.

Margarida: Fortemente. A APES e a ANDES, naquela época. Na verdade, inclusive a minha projeção pública para a universidade, que me levou depois inclusive a ser eleita reitora, já em 1984... Eu fui eleita em 1984, voto majoritário... Não foi acolhido, a minha vitória não foi acolhida pelo Conselho Universitário. Mas eu ganhei em 1984. E por que isso? Por causa da minha militância dentro do movimento docente. Então, na verdade eu diria a você que a minha “catapultagem” política se deu pelo movimento docente.

Gustavo: Margarida, eu gostaria de saber como é que você vê a importância da visibilidade em veículos locais, regionais, estaduais e nacionais para o mandato de deputada federal.

Margarida: Eu acho que não há divórcio, não há política sem comunicação. Uma política secreta pode ser sim um período de luta clandestino ou qualquer coisa dessa. Mas quando você tem o mínimo de liberdade democrática como hoje temos... Quer dizer, não é uma democracia plena, porque não tem a democratização da mídia, você tem tantas restrições da participação da sociedade, você tem um judiciário também que é completamente sem controle social, desenfreado, mas enfim... Nas circunstâncias, eu diria que nós estamos vivendo um Brasil dos

períodos de maior vigor democrático. Então, sendo assim, não há como você pensar em fazer política sem pensar em comunicar as suas ideias, estabelecer vínculos, construir apoios, construir uma relação de interlocução com a sociedade da qual você inclusive... é o veículo! Eu entendo que a função parlamentar é uma função de representação. Isso é dado constitucionalmente para que isso não seja uma formulação vazia. Então, você precisa de ter uma comunicação ativa. Então, eu procuro ter uma presença nos meios locais. Também tenho buscado nos meios nacionais, fundamentalmente... Os meios estaduais, muito pouco, porque os meios estaduais, na verdade, são os meios municipais de Belo Horizonte. A mídia de Minas, estadual, é uma mídia de Belo Horizonte e da região metropolitana. Então, inclusive, não tem nenhuma repercussão aqui. Você não encontra aqui quem leia O Tempo... Sei lá, tem uma matéria ali e tal... Então eu tenho interesse na mídia local e na mídia nacional.

Gustavo: Dá para dizer que a local se sobrepõe à nacional, tendo em vista que 67% dos seus votos foram aqui?

Margarida: Não, porque uma grande parte do meu eleitorado é... Juiz de Fora tem uma característica interessante. Juiz de Fora tem dois escopos de interesse político: municipal e nacional. Nós sempre saltamos o estado de Minas, não é? Então, eu me projetando nacionalmente... Isso rebate no meu eleitorado de Juiz de Fora. Então, eu tenho muito interesse sempre de frequentar a mídia nacional.

Gustavo: Sim. E para que público você direciona suas ações de mandato? Qual eleitor que você forma na sua cabeça para direcionar as suas atividades?

Margarida: Eu tenho duas estratégias comunicativas claras. Uma delas é de dar conta do meu mandato. E isso eu dou conta fundamentalmente para a cidade e região. Eu sou uma candidata, eu sou uma deputada distrital, então eu tenho um interesse muito grande em prestar contas do que eu estou fazendo, as emendas que eu faço, os projetos que eu apoio... Eu tenho um interesse muito grande em dar visibilidade a isso. De outro lado, eu me dirijo a um público de opinião de esquerda no Brasil, que é um público com qual eu dialogo aí... É um diálogo nacional.

Gustavo: Sim.

Margarida: Uma fala minha na Câmara obteve um número absurdo de visualizações... O último número que eu tive acesso era de 12 milhões e meio...

Gustavo: Sim, eu acho que você ganhou até óculos, não é? (RISOS)

Margarida: Então, é claro que aí eu não estou me dirigindo a Juiz de Fora, eu estou falando para o Brasil inteiro...

Gustavo: Sim... É uma função mais republicana, não é? A comunicação dos mandatos, Margarida, do seu mandato, especificamente, é feita por uma equipe de comunicação ou é uma empresa terceirizada que controla essa função?

Margarida: Eu tenho uma equipe de comunicação e eu tenho apoio em Brasília de uma empresa, porque eu não tenho ninguém lá. Então, eu tenho... Eu contrato uma pessoa, uma empresa para fazer esse acompanhamento basicamente para me permitir essa comunicação nacional...

Gustavo: Quantas pessoas você acha que estão envolvidas nisso, entre equipe e empresa?

Margarida: Quatro.

Gustavo: Quatro? Sim. E a senhora considera a mídia como uma variável importante para o Legislativo...

Margarida: Essencial.

Gustavo: Para fazer essa comunicação interna...É possível afirmar que o vínculo dos eleitores com o mandato depende das variáveis comunicativas como TV, rádio, jornal, rede...?

Margarida: Diretamente. Não tem outra forma.

Gustavo: Você pode me dar um exemplo de que forma isso acontece?

Margarida: Por exemplo, através das redes sociais, da divulgação do meu trabalho, do retorno que eu tenho nas redes sociais, que é a forma mais intensa que eu tenho de retorno dos eleitores... É claro que eu tenho outras formas de comunicação que são presenciais. Reuniões que eu faço, visitas que eu recebo aqui... Eu, hoje, estou aqui... Até a hora em que eu viajar eu estarei recebendo gente. Então, isso é uma outra forma de comunicação. Comunicação não é só comunicação de massas. Então, é lógico que isso também é vital para que eu dê visibilidade, densidade e força ao meu mandato.

Gustavo: Você tem uma rotina para isso, para receber essas pessoas aqui, para fazer este trabalho? Você tira um tempo específico para isso?

Margarida: Toda semana.

Gustavo: Quanto tempo, mais ou menos?

Margarida: No geral, eu diria a você que um dia e meio por semana. Porque o resto são reuniões que eu faço na cidade e na região. Geralmente, eu fico em Brasília, dedico à Brasília três dias inteiros, três dias e meio... E três dias e meio eu passo aqui.

Gustavo: Passa aqui, no gabinete...

Margarida: Não só aqui. Aqui que eu digo é em Juiz de Fora e na região. Em muitas vezes, eu estou viajando, visitando cidades, visitando as comunidades, fazendo reuniões lá...

Gustavo: O tratamento de temas ligados a outras esferas de poder, como Executivo e Judiciário, de certa forma aproxima os deputados dos eleitores durante o mandato? Você me disse que um dos eixos comunicativos é esse, de falar para públicos maiores...

Margarida: Claro. Primeiro, no que diz respeito ao Judiciário... Primeiro, por conta de todo o protagonismo que o Judiciário atualmente exerce na esfera política. Eu considero que seja um protagonismo exagerado, mas isso é um dado de realidade hoje. Com relação ao executivo, de duas maneiras: seja porque você se situa frente ao executivo ou como situação, ou como oposição... Quer dizer, até recentemente eu era governo, então, uma parte do meu trabalho de divulgação do mandato era divulgação de programas e ações do governo... Agora, eu faço o contrário, eu divulgo as falhas do governo interino, em relação à sua atual posição... E outra

coisa também é por via dos programas e projetos que são executados pelo executivo através de emendas parlamentares.

Gustavo: Nesse sentido, eu queria saber qual é a imagem que você gostaria que seus eleitores tivessem de você? O que você gostaria que eles vissem em você como deputada e como candidata, também? Porque eu acho que hoje não dá para dissociar claramente o que é eleição do que é mandato, porque é uma coisa mais ou menos perene...

Margarida: Eu gostaria de ser vista como uma parlamentar atuante, uma parlamentar que mantém as relações com a sua base, que, no plano da expressão, exerce uma expressão de opinião na área da esquerda, na defesa dos direitos sociais, na defesa dos grupos que historicamente são desempoderados e sub-representados no Brasil, como é o caso das mulheres, como é o caso dos negros, como é o caso da população LGBT, como é o caso da juventude...Então, eu gostaria de ser vista dessa forma.

Gustavo: Sim. Tendo em vista, a complexidade da política, a complexidade da vida mesmo... o fato de as pessoas terem que trabalhar, terem que dar conta de várias outras coisas que não a política...Você acha que os deputados – a senhora, especificamente – exerce um papel de formadora de opinião no âmbito da atividade política?

Margarida: Sem sombra de dúvidas. Eu tenho clareza de que essa é uma das minhas responsabilidades.

Gustavo: De que forma isso acontece, especificamente?

Margarida: Na medida em que eu ofereço informações, na medida em que eu assumo posições e na medida em que eu exerço a função de liderança. Essa é uma das esferas do exercício parlamentar... É essa referência no campo da opinião.

Gustavo: Você se acha uma deputada que...

Margarida: É essa coisa mesmo, que nós estávamos comentando agora mesmo. Uma fala minha teve essa ressonância em um país de 220 milhões de habitantes. Eu tive 12 milhões de visualizações. Há de se convir que é lógico que eu sou formadora de opinião. (RISOS)

Gustavo: Qual a importância, para você, desses encontros que a gente mencionou antes com as lideranças locais, regionais para a articulação política do mandato?

Margarida: Fundamental! Eu preciso saber, não só ter feedback da minha própria ação, mas também estar em contato com as pessoas para saber como é que elas estão vendo a vida, como elas estão vendo o país, a cidade, a região... Isso é central.

Gustavo: De que forma isso acontece, especificamente?

Margarida: Reuniões que eu faço... Reuniões em bairro, reuniões na região, reuniões na cidade, plenárias, conversas... Hoje mesmo eu recebi uma comunidade, que veio conversar comigo. Dessa forma.

Gustavo: Sim, sim. Aqui no gabinete e indo também até outras localidades...

Margarida: Sim, sim. Claro.

Gustavo: O mandato mobiliza grupos de apoiadores aqui no domicílio eleitoral e fora dele?

Margarida: Sim.

Gustavo: E que tipo de grupos?

Margarida: Por exemplo, movimentos sociais...Eu tenho contato constante com a CUT, com a UNE, com Kizomba, enfim.

Gustavo: Vocês têm coletivos específicos aqui em Juiz de Fora ou alguma ação que apoie...?

Margarida: Não, eu me relaciono com coletivos que existem independentemente do meu mandato. Maria, Maria... Não são coletivos do mandato, são coletivos com os quais eu interajo.

Gustavo: Sim. Em que medida é importante tornar públicas essas alianças locais, estaduais, vou tirar o “estaduais”, porque você já falou para mim que não cabe, mas os locais e os nacionais, durante o exercício do mandato?

Margarida: Nos veículos?

Gustavo: Isso. De que forma é importante mostrar que essas conexões existem? Por exemplo, conexões com prefeitos, conexões com grupos...

Margarida: Isso é importante! Porque com o estado eu também tenho... Eu tenho conexão com o governador. Uma coisa é a mídia estadual e outra coisa é a política estadual. Conversas com a política estadual é claro que eu tenho... Conversas com a política estadual, e é claro que eu as publicizo. Eu fui homenageada na quinta-feira, pela Polícia Militar e eu dei visibilidade a isso. Então, é isso que dá densidade à sua representação. As pessoas tem expectativa de saber o que está acontecendo. Isso é uma forma de prestar contas.

Gustavo: Sim. A senhora considera importante dar visibilidade também para as agendas... A senhora já disse que sim. Tem algum canal preferencial onde isso ocorre? Você prefere ser noticiada ou prefere noticiar?

Margarida: Eu faço os dois. Eu sou muito ativa em noticiar nas redes sociais, por exemplo.

Gustavo: Mas sem nenhum tipo de preferência?

Margarida: Não.

Gustavo: Você prefere construir a sua notícia, permitir que a sua equipe escreva sobre você, ou você prefere...

Margarida: Isso não depende de mim. Não é verdade? Eu sou linguista. Ninguém manda na linguagem. Certo? Você pode influir, você pode induzir, mas você não... Isso é outro exemplo, ser noticiado. Nem sempre eu sou, por exemplo. Isso, em boa parte da vida. Você pode ser noticiado em um aspecto que você não gostaria que fosse. De outro lado, é meu papel dar notícias do que eu falo, do que eu faço... E eu faço isso diariamente.

Gustavo: Sim, mas aí é que está. Assessorias, por exemplo, servem, de alguma forma, para pautar o deputado também e trazer uma forma de comunicação que talvez favoreça o deputado, não? Ou você manda release, por exemplo, para a Tribuna de Minas... Você quer ser vista de uma certa forma. Você quer que aquilo saia...

Margarida: Eu uso muito pouco release. Eu basicamente... O que sai por aí é o que está na minha rede. É muito mais expressão política do que, de fato, esse tipo de ferramenta. Eu acho essa ferramenta totalmente superada. Hoje, ninguém faz isso. Só jornalzinho de clube, sei lá... Porque tem que preencher aquele papel e tal, pode ser que faça isso... Veículos muito pequenos e tal. Mas na mídia em geral, as pessoas não se pautam por release, não.

Gustavo: Talvez em nacional isso seja mais difícil, mas em nível local ainda acontece bastante. As assessorias de imprensa tentarem influenciar, de alguma forma...

Margarida: Aí, é uma certa preguiça, não é? Quem transcreve release, é o jornalismo que estão com as equipes pequenas, ou equipes muito preguiçosas.

Gustavo: A senhora acredita que a prestação de contas estimula a participação democrática?

Margarida: Claro!

Gustavo: De que forma? Qual é o mecanismo?

Margarida: Meu amigo... (RISOS). Se eu presto contas, eu estou conversando com as pessoas. Isso é um processo de comunicação. Se eu falo com você, eu imagino que você me retruque, e assim, vamos.

Gustavo: O mandato estimula a participação democrática dos cidadãos e dos partidos políticos e demais entidades da sociedade civil. Você tem algum tipo de ação para estimular essa participação?

Margarida: Plenárias, reuniões em bairros, visitas nas casas das pessoas...Ouvi-las, atendê-las... Elas vêm aqui, conversam comigo, me dão feedback... Isso, presencialmente. E muito, pelas redes sociais.

Gustavo: Sim. Há algum critério de distribuição para as suas emendas parlamentares? Você tem algum critério que você estabelece para trabalhar em uma região ou em outra?

Margarida: Aí, basicamente, em função de alianças estabelecidas, prioridades, que são as prioridades de cidade, saúde, esporte, cultura...Na universidade, educação, não é? É a minha própria pauta.

Gustavo: Eu fiz um levantamento, Margarida, a respeito da distribuição das emendas parlamentares para verificar, por exemplo, onde é que elas estão localizadas. Dá para perceber que as suas emendas estão em Juiz de Fora, basicamente, um pouco na região também... Há empenhos em Cataguases, Simão Pereira, São João Nepomuceno, Além Paraíba... Mas tem duas que destoam. Por que Uberlândia e Belo Horizonte, por exemplo, que fogem um pouco do seu círculo de atuação?

Margarida: Aí é por conta da ligação política, não é? Eu fui votada em Uberlândia, fui bem votada em Uberlândia e fui bem votada também em Belo Horizonte. Eu tenho um núcleo de apoio lá, então, isso é um acordo que tinha sido feito...

Gustavo: Tomando compromissos assumidos anteriormente. Sim.

Margarida: Para prestigiar essas coisas, não é?

Gustavo: Há um esforço para expandir votações em outras regiões que não a Zona da Mata?

Margarida: Eu acredito num voto distrital misto. O voto é ou pela base setorial, que é onde eu trabalho ou é por conta de voto de opinião, que seria o voto na lista. Então, eu não vejo, eu não tenho esquema que me permitisse ser votada em um estado como Minas Gerais, que é do tamanho da França. Quem faz isso é quem tem esquema, quem tem muito cargo no governo, quem tem dinheiro. Eu não tenho nem uma coisa, nem outra. Eu só tenho mesmo trabalho político. Então eu prefiro fazer isso territorialmente, porque aí eu conheço o meu eleitor, o eleitor me conhece e pode cobrar.

Gustavo: Sim. Você acha que tem muito voto de militância, Margarida?

Margarida: Tenho. Aqui, em Juiz de Fora, eu diria a você que 15% do meu voto é um voto partidário, de opinião.

Gustavo: Sim.

Margarida: 15% do voto da cidade, não é o meu não. 15% do voto da cidade...

Gustavo: É muita coisa...

Margarida: É um voto de militância, um voto de opinião que converge para mim. Está certo? Eu sou uma pessoa que tem esse tipo de voto. Para mim, isso é bom, por que isso é um voto de graça, está certo? Porque não é um voto que você tem que, além do seu trabalho político, você tem que fazer mais...

Gustavo: Não tem que disputar ele...

Margarida: Exatamente.

Gustavo: Sim. Outra coisa, Margarida, para finalizar... É uma leitura que eu queria fazer com você. Eu queria que você avaliasse, de 0 a 5, em 0 total discordância e 5 total concordância, as frases que eu vou falar aqui. “O bolsa família é um instrumento efetivo de distribuição de renda.”

Margarida: Distribuição de renda, não... De transferência de renda. Distribuição, não. Transferência.

Gustavo: Mas dentro desse termo...

Margarida: Com essa frase... Quatro.

Gustavo: “Políticas afirmativas, como as cotas, devem ser mantidas como ferramentas de ingresso nas universidades públicas”.

Margarida: Cinco.

Gustavo: “Homofobia deve ser tratada pela legislação como crime sujeito à multa e prisão”.

Margarida: Cinco.

Gustavo: “Os campos de petróleo brasileiros devem ser explorados pela Petrobras”.

Margarida: Cinco.

APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM WADSON RIBEIRO

Gustavo: Wadson, inicialmente eu queria saber como é que você iniciou a sua carreira política e o que motivou?

Wadson: Olha, eu iniciei a minha carreira política, entendendo a política como a minha manifestação consciente e não apenas institucional no parlamento, ainda muito jovem. Em 1992, eu tinha 16 anos e era estudante secundarista no Grambery e naquele ano teve um fato importantíssimo no Brasil, que foi o *impeachment* do ex-presidente Collor e um grande movimento estudantil. E pelo grêmio na minha escola eu tive contato com o movimento estudantil e ingressei na militância política-estudantil. E depois disso, eu entrei na universidade e na universidade eu fui presidente do Centro Acadêmico de Medicina da Universidade Federal de Juiz de Fora e depois fui eleito também presidente da União Nacional dos Estudantes, da UNE, em 1999. Aí, depois disso, eu já estava muito envolvido com a política. Presidi nacionalmente a União da Juventude Socialista por cinco anos. Tive a minha primeira experiência de candidatura em 2006 para deputado estadual, e logo em 2007, no segundo mandato do presidente Lula, eu fui para o Ministério do Esporte. Eu fui ser secretário executivo do Ministério do Esporte, fiquei até 2010. E aí, tive a minha primeira candidatura a deputado federal, que foi em 2010. Aí, voltei para o Ministério do Esporte em 2011, ainda... E depois retornei a Minas em 2012. Em 2012, retornei para um trabalho fundamentalmente partidário, sendo que em 2013 eu fui eleito presidente estadual do PC do B. E em 2014, também não fui eleito deputado federal, mas fiquei na suplência, o que me permitiu assumir o mandato em 2015. Resumidamente, essa foi a minha trajetória política.

Gustavo: Você já teve outro partido político que não fosse o PC do B?

Wadson: Não, só o PC do B. Desde 1992 para cá, são 24 anos no mesmo partido.

Gustavo: Qual é a importância, da visibilidade de veículos locais, regionais e estaduais e até nacionais para o mandato de deputado federal? Alguma dessas esferas se sobrepõe?

Wadson: Olha, eu acho que quando um parlamentar tem uma superexposição nacional, o que significa, por exemplo, ser presidente de um partido, ser líder de um partido, ser líder de um governo, ou líder de uma oposição, ou presidente de uma comissão importante e que dê a ele uma visibilidade nacional, como uma CPI, ou algo do tipo, que tem mais apelo midiático... É claro que essa exposição midiática também suplanta os veículos locais e regionais, não é? Mas como essa não é a realidade da maioria dos parlamentares, com 513 deputados, e talvez você tenha um universo aí de uns 50, se muito, com esse maior protagonismo, as mídias regionais são muito importantes para os parlamentares, porque elas exatamente linkam (sic) a atividade parlamentar com a base política do parlamentar. Num sistema político, que em que pese não ser distrital, mas se manifesta como tal, não é? A maioria dos deputados tem um voto concentrado em determinadas regiões. Então, o papel da mídia para aproximar o que esse parlamentar está fazendo da sua base eleitoral e dos seus eleitores é que cria um link muitas vezes de acompanhamento sobre o que o parlamentar está fazendo, sobre o que ele está apresentando de projeto, o que não está... Mas no geral, eu acho que essa cobertura é uma cobertura muito deficitária, porque os veículos de comunicação, na sua maioria, também conduzem a cobertura jornalística no Brasil de forma muito “editorizada” (sic). Ou seja, você tem, por parte dessa grande mídia e também das mídias regionais, uma visão que estimula na sociedade também, uma visão muito resistente à política, não é? Então, isso é um problema, porque se essa cobertura fosse feita de forma mais profunda, de forma mais factual, de forma

mais isenta, isso ajudaria também a construir uma percepção sobre a política que é muito diferente da que se tem hoje.

Gustavo: Para o qual público você direciona as ações de mandato? Consegue ver um perfil?

Wadson: No meu caso, não é simples. O meu voto é um voto muito estadualizado. Eu tenho campanha no estado de Minas inteiro, em todas as regiões, porque o meu voto é muito concentrado numa militância do PC do B, por eu ser presidente do PC do B, e ele é muito concentrado também num setor que são os movimentos sociais, sindicatos, entidades, não é? Ele é muito ligado a isso. A exceção feita é Juiz de Fora, porque aqui, além desse voto, você tem um voto também muito nos bairros, muito na cidade, por eu ser daqui. Então, é aquilo de votar em um candidato da cidade. Que uma parcela tem. Mas eu diria que, como seguimento, eu daria esse corte: uma militância política, uma militância de esquerda, uma militância filiada ao PC do B, ou mesmo não sendo filiada ao PC do B, uma militância dos movimentos sociais, sindicatos... Eu diria que esse... Juventude, mulheres, negros... Essa parcela organizada da sociedade.

Gustavo: De certa forma, você está dizendo que são pessoas que já tem uma certa proximidade com o mandato.

Wadson: Com o mandato.

Gustavo: Você tenta falar com quem não tem proximidade com o mandato?

Wadson: Claro! Aí é o desafio a partir dos grandes... De projetos que extrapolam isso, não é? Então, por exemplo, eu mesmo em Brasília concentrei muito esse primeiro ano de mandato numa questão nodal para Juiz de Fora, que é a questão do desenvolvimento econômico. Então, eu apresentei o meu projeto criando a zona de ZPE, não é? Zona de Processamento de Exportação... Lutando enormemente pelo parque tecnológico da cidade, e isso, é claro, em diálogo meu com essa base de esquerda. Isso é um diálogo muito mais amplo, da cidade. A partir de emendas parlamentares, nós procuramos intensificar muito parcerias com os municípios da região, municípios pequenos em áreas agrícolas, outras ligadas à saúde... Então, é claro que toda essa ação procura ampliar... De uma militância apenas da esquerda, porque seria, inclusive, do ponto de vista eleitoral, um fracasso, não é? Porque a esquerda é muito pequena, e daí é preciso ampliar esse voto para parcelas mais amplas da sociedade.

Gustavo: Em relação à comunicação dos mandatos, do seu mandato... A comunicação é feita por uma equipe de comunicação, ou por uma empresa terceirizada, para cuidar da sua imagem? Você tem uma estrutura mobilizada para isso?

Wadson: Tenho as duas coisas. Eu tenho uma jornalista mais ligada ao meu mandato, que basicamente ela é quase uma *ghost writer*, que a gente... Tem um texto que eu assino, relação com a imprensa, ela está mais pelo controle dela. E uma empresa de comunicação que cuida das redes sociais, produção de materiais para as redes, envio de boletins... Essa coisa toda. Eu tenho uma equipe fora, contratada, e uma jornalista interna no mandato.

Gustavo: Como funciona essa estrutura? É a Mariana [assessora de comunicação] que cuida dessa relação com a empresa ou é você mesmo que faz?

Wadson: Ela que cuida diretamente. Eu despacho com ela e é ela que conduz essa relação com a empresa.

Gustavo: Você considera a mídia uma variável importante para o legislativo, para um mandato parlamentar, tendo em vista que são 513 deputados?

Wadson: Fundamental. O problema é que tem muitos parlamentares que se escondem da mídia. Ele prefere ter uma ação parlamentar menos exposta, porque ele está ali por outros interesses, não é? Ele não quer se expor, porque quando ele se expõe... O sujeito tem nome dele no Google... Sabem que o cara é réu não sei onde, é condenado não sei onde, que tem isso e tem aquilo... Agora, tirando essa parcela, todo parlamentar quer fazer com que as suas ações reverberem na mídia. É como eu disse: É a forma dele apresentar o seu trabalho ao grande público. Aliás, um grande fato novo na política brasileira, que vocês estudiosos do tema vão se debruçar sobre isso, é o papel que vem jogando, por exemplo, as TVs como a TV Câmara, a TV Senado e a própria TV Justiça. Eu acho que isso mudou um paradigma fundamental. Hoje as pessoas ligam a TV para assistir a TV Câmara. Eu fazia um discurso na Câmara e um minuto depois, no meu celular: “Poxa, eu vi você falando!” E não sei o que... Isso não se tinha antes. Você ficava “zapiando”... Mas ele é restrito. E a grande mídia, é claro, ela... Todo parlamentar quer ver as suas boas ações refletindo para ir chegar na população, não é?

Gustavo: Com certeza.

Wadson: Eu fiquei feliz. Desculpe, eu que sou um parlamentar novo e com um ano de mandato... É interessante que alguns projetos meus tiveram uma repercussão interessante na grande mídia. Saiu em jornais, em revistas semanais, sites importantes... Eu destaco o projeto que eu apresentei sobre a apologia à ditadura e outro projeto muito interessante que garantia aos casais homoafetivos o direito de se inscreverem no Minha Casa Minha Vida. Isso como forma de entrar nesse debate do conceito de família. Porque hoje você só pode inscrever no Minha Casa Minha Vida, por exemplo, sendo uma família constituída por homem ou mulher, filho, cachorro...

Gustavo: Você acredita que o tratamento de temas ligados a outras esferas de poder, como o executivo e o judiciário aproxima os deputados dos seus eleitores durante o mandato?

Wadson: Sim. Porque no executivo... Com certeza, sim. Porque uma boa relação do parlamentar com o executivo nacional, com o governo federal, ou estado ou município significa... O parlamentar assumiu a função que não é a função originária dele, já que a função originária é legislar, é fiscalizar... Mas ele assume isso, que é garantir recursos de programas federais, ou estaduais, ou municipais, para as suas bases eleitorais. Então, quando você tem uma boa relação, ou próxima, com o poder executivo, você consegue recursos para asfaltar uma cidade, ou para resolver o problema da saúde na cidade, ou para resolver o problema da educação na cidade... Então, essa proximidade é claro que amplifica a ação do parlamentar na base. No judiciário, eu acho que menos. Aliás, o judiciário brasileiro também precisa ser mais estudado. Eu acho que o executivo mostra as suas vísceras, e isso é bom para a democracia, o legislativo mostra as suas vísceras... E o judiciário é um poder muito distante da população.

Gustavo: É interessante que as suas redes sociais fazem uma leitura do poder executivo e uma leitura do judiciário que é constante. O deputado, estando no legislativo, ele se conecta ao seu público, ao seu eleitor, através desse tipo de temática que aborda, tratando do executivo, tratando do legislativo?

Wadson: Claro! Eu posso te dar dois exemplos que envolvem uma coisa e outra. A do executivo é isso, ou seja, a sua ação como parlamentar junto ao executivo pode resultar em

melhoria na vida das pessoas. Esse é um fator objetivo que, por si só, já... E em outros casos excepcionais, já tivemos, por exemplo, o assassinato de um membro do PC do B em Chiador. Isso fez com meu mandato aproximar-se muito do judiciário, porque desde se pedir investigação com um órgão do executivo e com o Ministério da Justiça, a Polícia Federal até acompanhar isso em outras instâncias, aí já no Judiciário. Então, são ações assim também que não são ações imaginadas, mas que as circunstâncias que a vida coloca e que o parlamentar acaba entrando, não é? Mas eu diria que o judiciário é mais, ele é mais... Ele não tem essa atividade cotidiana na vida do... Ele tem uma atividade central, mas ela é subterrânea, não é? Não é uma coisa que tem um efeito midiático.

Gustavo: Imersa, não é?

Wadson: Imersa.

Gustavo: Tratar da questão do impedimento, tratar de questões ligadas à queda do Eduardo Cunha, de questões mais gerais, aproxima o eleitor do mandato? Você acha que ele consome aquela informação?

Wadson: Eu acho que sim. Como eu disse, todo tema nacional e que tem um grande apelo nacional é claro que ele suplanta tudo e chega em todos os buracos. Ou seja, eu vou chegar numa cidade de 3 mil habitantes eu tenho que pôr um jornal meu lá, e tal... Por hipótese, em um processo que eu protagonize, de uma relação com o Supremo que vai julgar o rito do *impeachment* e eu tenho visibilidade nisso, eu vou chegar nessa cidade de 3 mil habitantes como eu vou chegar em um grande centro. Por quê? Porque a mídia nacional vai cobrir isso, entendeu? Agora, o problema dessa proximidade tomou uma acentuação agora, porque você tem uma “judicialização” enorme da política agora, não é? Não é normal o que está acontecendo, o normal seria o Supremo julgar pontualmente questões ligadas à defesa da Constituição. Hoje não, hoje você vê umas aberrações. O ministro do Supremo ir dar coletiva. Ninguém conhecia antes o ministro do Supremo, não é para ele ficar se expondo, ele tem que ser muito resguardado, muito imparcial. Então, tem isso. Então, eu me aproximo desse aspecto, eu acho. E essa relação é interligada, do Judiciário com o Executivo, o papel do Legislativo... Isso aí é...

Gustavo: E para terminar o eixo comunicativo: Qual é a imagem que você gostaria de ter, que você gostaria que os eleitores tivessem de você?

Wadson: Olha, a imagem principal que eu procuro passar para os eleitores é de alguém que, em Brasília, como deputado federal, circunscrevendo esse aspecto... Identificasse o meu mandato com a defesa dos direitos fundamentais da sociedade brasileira. Direitos à educação, à saúde, direitos à defesa do patrimônio público brasileiro, das empresas públicas estatais, do funcionamento pleno das nossas instituições democráticas... Ou seja, essa é uma marca ousada, mas eu acho que é uma marca que eu procuro trabalhar. Por isso, quando eu apresento a questão contra a Ditadura, eu estou apresentando algo que tem a ver com a garantia das liberdades individuais, democráticas... Quando eu apresento algo ligado à LGBT, eu estou defendendo isso. Quando a gente apresenta a questão das ZPEs, eu estou defendendo o desenvolvimento econômico. Então eu acho assim... O meu, a imagem que eu gostaria que se espelhasse quando alguém visse e acompanhasse o meu mandato viria a ser essa. Ou seja, de alguém que defende o desenvolvimento nacional, a democracia, o patrimônio público brasileiro e que resgatasse a política com “p” maiúsculo. O grande problema da nossa democracia hoje é que existe uma tentativa de “fascistização” da política. O que a gente está vendo hoje é um absurdo. Você vê uma “bancada da bala”, “do boi” e “da Bíblia”, elas protagonizando um *impeachment* contra a Dilma. Nós estamos assistindo a isso estarecidos, não é? Lutando a sociedade... Lá na Câmara,

lutando muito... Agora, isso é um problema maior que tem na democracia hoje. É a crise da política, não do político, não é?

Gustavo: Eu queria saber de que forma o senhor acredita que os deputados exercem um papel de formadores de opinião no âmbito da política. Você acha que um deputado tem essa função de formar opinião a respeito da atividade política?

Wadson: Claro, ou seja, o deputado tem que ser fonte, não é? Ou seja, como todo jornalista tem as suas fontes. A fonte do pensamento político nacional está na vida real, se constrói na rua, no bar, na igreja, no sindicato, no movimento social... Agora, o Parlamento é uma fonte privilegiada nessa construção da formação que virá a se transformar na opinião pública, não é? Porque a partir dali que se bebe temas que são temas que ainda não chegaram à sociedade, mas que estão tramitando ali.

Gustavo: Sim. Qual a importância de encontros com as lideranças locais e regionais para a articulação política? Isso tem uma maneira de ocorrer?

Wadson: No nosso caso, tem. O nosso caso é sistemática, acontece periodicamente e tem o sentido de elevar o nível de consciência política e de militância política. Ou seja, nós temos a pretensão de fazer com que cada militante do nosso partido, ou aqueles que não são do partido, mas são apoiadores... Eles não me apoiam com o voto, apenas. O voto é uma coisa circunscrita de quatro em quatro anos. O que a gente quer é que, além do voto, cada um seja um agente da política, não é? Seja um militante da política. Então, no nosso caso, tem a ver, eu diria, com... Basicamente, formação política, não é?

Gustavo: Sim. E o mandato mobiliza grupos de apoiadores com domicílio aqui em Juiz de Fora? Se sim, de que forma?

Wadson: Claro. Nós vamos fazer agora o nosso Encontro Macrorregional, dia 11 de junho, que é um encontro ligado a toda a Zona da Mata. Lideranças políticas, então vereadores, prefeitos, vice-prefeitos, candidatos, lideranças sindicais, juventude, mulheres... E, nesses encontros, a gente debate política. A situação política do mundo, a situação política nacional, ações do mandato, ações do partido...

Gustavo: Traçar estratégias...

Wadson: Para traçar... Fazer um balanço de certas coisas e traçar estratégias de outras...

Gustavo: E em que medida você acha que é importante tornar públicas essas alianças locais, estaduais durante o exercício do mandato? Mostrar que essas alianças existem é importante?

Wadson: Alianças em que sentido?

Gustavo: Alianças no sentido de articulações. As articulações que vocês têm com prefeitos, com lideranças locais, com militância... É importante mostrar isso?

Wadson: Claro! Porque isso dá uma conotação do nível também de relacionamento e amplitude do mandato, não é? Então, com quanto mais prefeitos você tem relação, você vai visitar, ajuda a resolver o problema da cidade, representa... Você está criando uma relação e mostra que o mandato não é algo seu, restritamente, mas ele pertence a um conjunto mais amplo.

Gustavo: E você acha que a visibilidade para essas agendas dos encontros políticos com lideranças regionais e nacionais... Aliás, esses encontros... Você prefere que eles sejam noticiados por um canal próprio ou pela mídia? Você prefere uma cobertura midiática ou você prefere você mesmo registrar e disponibilizar esse material?

Wadson: Eu acho que as duas coisas. Porque os canais próprios permitem você passar essa informação com uma carga maior de conteúdo. O papel da mídia não é necessariamente esse, não é? Ou seja, ela passa isso de forma mais a noticiar estes fatos. Então, o ideal é que você tenha as duas coisas: Um canal próprio e também um canal...

Gustavo: O senhor acredita que a prestação de contas estimula a participação? A prestação de contas do mandato...

Wadson: Acredito. Totalmente. Eu acho que hoje há uma sede enorme da população em participar da política. E todo canal de participação que é possibilitado ajuda enormemente essa participação. E eu sou defensor de mecanismos como orçamento participativo, planejamento participativo, prestação de contas... Eu acho que isso é fundamental.

Gustavo: E quais são as principais questões, temáticas, bandeiras que você trabalhou, discutiu e levantou nesse período de mandato? Houve uma articulação do mandato para bandeiras específicas?

Wadson: Houve. Nós trabalhamos bandeiras muito ligadas ao desenvolvimento econômico de Juiz de Fora e da Zona da Mata. Eu acho que esse foi um eixo central. E isso significou tanto iniciativas como projetos de leis na Câmara, como ações pontuais que foram emendas parlamentares, ou propriamente programas que nós conseguimos do Governo Federal e do Governo do Estado para certos municípios da região.

Gustavo: Sim. É basicamente isso, Wadson. Eu queria que você avaliasse de 0 a 5 (0, 1, 2, 3, 4 e 5) o nível de concordância com essas frases: “O Bolsa Família é um instrumento efetivo de distribuição de renda”.

Wadson: Cinco.

Gustavo: “Políticas afirmativas como as cotas devem ser mantidas como ferramentas de ingresso na universidade pública”.

Wadson: Quatro.

Gustavo: “Homofobia deve ser tratada pela legislação como crime sujeito a multa e prisão”.

Wadson: Cinco.

Gustavo: “Os campos de petróleo brasileiros devem ser explorados pela Petrobras”.

Wadson: Cinco.

APÊNDICE E – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM JÚLIO DELGADO

Gustavo: Primeiramente, eu queria saber como é que você iniciou a sua carreira política e o que te motivou a entrar nela.

Júlio: Primeiro, eu senti uma falta muito grande da minha geração de participar da política ativamente, com mandatos, buscando mandatos e tudo. Eu participei de política estudantil, fui do Diretório Acadêmico do Direito, da Universidade Federal de Juiz de Fora, depois participamos de pleitos no DCE também, Diretório Central dos Estudantes da Universidade Federal de Juiz de Fora... Então, a gente teve uma militância ativa estudantil. Isso, deu um berço. Mas não há como negar que a gente tem um pouco no sangue. O meu pai é político e segue mais ou menos o acompanhamento. Não é dizer que eu segui... Eu sou de uma família de cinco irmãos e eu não sou o mais velho, geralmente o mais velho acompanha. Era a minha irmã... Depois, “Ah, então é um homem...”... Teve o meu irmão, essa justificativa... Quando meu pai virou deputado, nós fomos para Brasília. Meus irmãos, todos os outros, faziam outras atividades à tarde, e eu gostava de ficar na Câmara dos Deputados, ficava escutando os deputados discursarem, ficava escutando os temas nacionais... Sempre me palpitou, eu participei das campanhas... E tem um outro fato também que talvez tenha me aproximado disso. Eu nasci em 18 de novembro e, naquela época, em 1966, as eleições aconteciam no dia 15 de novembro e a apuração começava no dia 16. Então, geralmente, a apuração começava no dia 16, passava 17 e concluía a apuração eleitoral, em uma cidade igual a Juiz de Fora, no dia 18, 18 à tarde para de noite. E isso quer dizer o quê? No dia que eu nasci, meu pai se elegeu vereador.

Gustavo: Concomitou com as campanhas dele aqui em Juiz de Fora...

Júlio: Ele foi eleito vereador e foi o mais votado da cidade no dia em que eu nasci. Talvez por isso minha mãe tenha dado trabalho no parto (RISOS)... Esperando que ele fosse ganhar, ou não fosse, essa história toda.

Gustavo: Você já é do período de campanha então, não é?

Júlio: Já sou do período de campanha. E tinha muito uma foto que me colocou muito forte nisso que... Eu tinha meus aniversários, de 2 em 2 anos, naquela época mais pesados, comemorados ou não em função de vitória ou derrota eleitoral. Até quando a eleição passou para outubro, que foi só em 1996, se não me engano... 1994 ou 1996 que passou para as campanhas para outubro... Então, até antes, eu já tinha 20 anos, eu estava na universidade, mas antes disso, meus aniversários eram ou não comemorados em função de vitórias e derrotas. Então, isso ficou meio que vinculado. Quando tinha uma vitória, eu comemorava o meu aniversário e a vitória do meu pai ou do grupo político nosso. Então, isso foi fazendo com que a gente tivesse essa iniciação política e esse gosto maior do que meus irmãos, que acabaram não entrando na vida pública.

Gustavo: Sim. Você já teve dois outros partidos políticos, não é, Júlio? Além do partido em que você está hoje, que é o PSB. Por que você mudou de partido ao longo de sua trajetória?

Júlio: O PMDB, por uma questão... Tem um motivo claro e hoje eu não me arrependo nada, porque o PMDB era uma questão pontual. O PMDB... O Itamar, naquela época, era governador do estado. Eu tinha exercido, durante um período, a suplência de deputado, no PMDB... E ele falou que ia aproveitar, que a gente ia voltar para a Câmara e tudo. Fato que não aconteceu. Como estava chegando 2002 e nós precisávamos fazer um movimento, eu vi que, no PMDB, a

gente não tinha mais chance, nem só eleitoral e nem política. Vendo que o PMDB estava em um país como se fosse um polvo amorfo, de 8 tentáculos, um mais voraz e tudo. E a gente vê que o PMDB hoje é esse grande... Instabilidade política... Ele é governo com PSDB, ele é governo com PT, depois, quando ele vê a oportunidade, ele é governo sozinho, com esses outros partidos todos... Ele é uma coisa meio amorfa, meio que... A gente tem com os quadros lá, mas a grande maioria está profundamente comprometida com essa questão pragmática, de fazer política que eu não concordo. Então, já naquela época, pelo motivo de não ter sido aproveitada, eu saí do PMDB para buscar uma eleição em um outro partido. O PPS e o PSB tiveram quase que muita afinidade já. Chegaram até a discutir uma fusão, no ano passado. Eu fui eleito pelo PPS e saí do PPS com um projeto isolado. Até assustou a turma aqui em Minas Gerais, porque eu fazia parte de um grupo político dentro do PPS que era representado pelo então ministro e governador Ciro Gomes. Naquele dia, o Ciro saiu do PPS, junto com a senadora Patrícia, que era a sua mulher, junto com o Wilson Martins, que hoje é o meu companheiro do PSB, que foi governador do Piauí, junto com Bessa, que era deputado federal, eu... Todos estávamos no PPS, mas o movimento político de ver que o PPS estava se afastando daquela linha, da qual hoje eu tenho boa relação, mas daquela linha da qual nós nos identificávamos... Eu cheguei a ser o líder do PPS... Em um movimento em que eles saíram, não adiantava a gente reconhecer em uma grande liderança política, fazer um gesto isolado e ficar no partido por isso. Nós fomos todos para o PSB. O Ciro daí já ligou para outros partidos e outros deputados saíram, mas eu fiquei no PSB, onde encontrei uma boa relação que a gente construiu dentro do partido... E a gente já está no PSB desde 2004, desde 2005... Já tem aí 11 anos de partido e eu estou tranquilo com as minhas diferenças, com a minha ideia do PSB. É muito difícil fazer política em uma realidade político-partidária de 30 partidos, onde não existem facções ideológicas para 30 posições no Brasil. Você não pode falar que o cara é de esquerda, de extrema esquerda, de centro-esquerda, centro e daí derivando para as mesmas posições... É centro-direita, direita, extrema direita... Você tem 7 ou 8 posições. Não dá para você encontrar 32 formas ideológicas de você pensar... E aí surgiram as mais variadas que fazem composições das mais loucas, as coligações aí nessas eleições... Você vê que tem partido que é de esquerda com partido de direita, partido que é de centro com partido... Partido que foge ao tradicionalismo político em uma rede composto com partido que utiliza a mais antiquada e velha política, que é o PSD... E isso está acontecendo, por exemplo, em Juiz de Fora. Então, banalizou, banalizou muito e está fazendo um enfraquecimento. E se nós não tivermos uma reforma profunda que possa tratar da questão da cláusula de desempenho partidário para você... Não acabar com esses partidos, os Estados Unidos tem 200 partidos, não é que tenham força... De fundo, de tempo de televisão, são os dois princípios... Não é querendo que isso seja reduzido ao bipartidarismo, como já houve no Brasil, mas a gente tem espaço aqui para 7 ou 8 partidos, e mais do que isso é um exagero. Por isso que a gente tem que fazer essa reforma profundamente, se não, a cada dia isso vai aumentar mais, porque as insatisfações fazem com que a gente possa correr para um partido que às vezes a gente nem tem afinidade ideológica, mas a falta de sustentação de um mesmo partido te impede isso. Hoje mesmo, a gente tem uma profunda divisão com o presidente do partido do PSB em Minas, que é o prefeito da capital, Márcio Lacerda, do qual eu não me identifico em nada. Então, eu não estou saindo, por enquanto, por causa disso, mas há um profundo desencantamento, desilusão com a forma como ele conduz o partido em Minas Gerais.

Gustavo: Por isso você voltou a ser o presidente do PSB aqui em Juiz de Fora?

Júlio: Também. Para que a gente pudesse ter a condução do processo aqui, primeiro. Do processo sucessório da eleição municipal. Mas para poder reafirmar uma posição, começar da base de novo, para gente mostrar que o PSB não está em boas mãos em Minas Gerais e a própria articulação da sucessão da capital prova o desmando e o desleixo que foi feito com o PSB no

nosso estado, e está muito mal arrumado... Eu acabei de manifestar isso essa semana para a direção nacional.

Gustavo: Júlio, a esquerda tem uma trajetória ligada a movimentos sociais como um todo, e o PSB, até um certo momento da sua história, sempre foi entendido como esquerda – além disso, há grupos dentro do partido que estão posicionados mais à esquerda. Você, em algum momento, já atuou como ativista de algum movimento social ou de organização civil, da sociedade civil, algum tipo de grupo organizado, ou você sempre esteve na política institucionalizada, dentro de partidos, sem essa conexão...?

Júlio: Pode ser até um pouco no sedimento da política estudantil. Depois, de entidades e associações... Nunca fui sindicalizado, porque eu nunca fiz parte de nenhum setor empresarial disso... A única coisa que eu atuei, depois de bacharel, foi ter advogado um pouco, e aí, na OAB, eu teria... Mas a OAB não pode ter essa bandeira partidária, apesar da gente saber que as pessoas têm tendências lá. Mas nunca tenha tido uma atuação que não fosse a atuação política... Talvez acompanhando um pouco aí sim o meu pai, naquele momento, depois de ter entrado também por esse caminho... Acompanhado o meu pai e ter aí, inicialmente, ido para o PMDB... Se eu tivesse feito outra opção, eu poderia ter caminhado por outro partido.

Gustavo: Sim. Eu queria saber de você qual é a importância da visibilidade para o mandato em veículos locais, regionais e estaduais. Existe alguma dessas esferas que se sobrepõem para você, que é um candidato em um estado com uma delimitação geográfica relativamente ampla? Qual delas, para você, é a mais importante?

Júlio: Deveria ser a exposição maior local. Mas hoje, eu tenho uma maior exposição estadual e nacional do que isso. Por exemplo, nós tivemos um reconhecimento agora do DIAP (Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar) mais uma vez colocando a gente como um dos deputados mais atuantes do Congresso, acompanhado junto com outros 5 deputados... 4 deputados federais e 2 senadores. Quer dizer, dos 56 políticos de Minas em Brasília, foram distinguidos 7, e isso é um número muito pequeno em relação ao percentual. E essa não é a primeira vez, já tive premiação no Congresso em Foco, premiação de outros órgãos referentes à mídia nacional... Eu estou mais na mídia nacional no dia-a-dia do que na mídia local. E eu viro e falo: “Mas eu gosto disso?” Talvez aquela história de que “santo de casa não faz milagre”, porque... Não, eu preferiria sair todos os dias na mídia local, porque base da minha votação é Juiz de Fora, Zona da Mata... Base não, 60% da minha votação é em Juiz de Fora e na Zona da Mata, então o fato de prestar conta...

Gustavo: 47% é aqui, não é?

Júlio: 47% da minha votação foi aqui... Ela é bem equilibrada... Eu falo isso para todo mundo. Eu tenho 50% dos meus votos em Juiz de Fora e 50% dos votos fora de Juiz de Fora. Talvez por isso tenha um motivo..., porque é interessante que 50% não fazem parte da composição do meu mandato, e eu tenho responsabilidade com eles também, como eu tenho com os juiz-foranos. Por isso que a gente tem que apresentar candidatos, tem que influenciar pegando a direção do partido, tem que participar de eventos reunindo setores, como eu estou hoje aqui, reunindo pessoas do projeto que eu estou tratando em Brasília, mas vem a Juiz de Fora... Direção do Sindifisco Nacional está aqui, que vem conversar conosco. Um reconhecimento por tudo o que a gente faz lá, porque eu poderia conversar com essas pessoas em Brasília, estão toda semana em Brasília. Então, para você ver que... Por exemplo, eu tenho um artigo semanal em um jornal de Belo Horizonte e eu não gostaria de ter em Juiz de Fora? Lógico. Eu não gostaria de ter mais essa exposição em Juiz de Fora para prestar conta do meu mandato? Lógico. Eu tento fazer isso com presença, apesar de saber na mídia nacional, pela relação que a gente

tem até com os próprios jornalistas, a gente acaba tendo, no dia-a-dia em Brasília, tendo essa exposição maior. E eu acho que esse equilíbrio seria muito bom, e eu acho que isso é fruto de um trabalho mais forte mais ativo e também de um número de mandatos. Não vamos ser inocentes de imaginar que um deputado de primeiro e segundo mandato vai ter um conhecimento de quem cobre a Câmara para quem tem 5 mandatos, mesmo que os jornalistas sejam substituídos. Porque fica a referência do jornal. Muitas vezes o jornalista que está indo embora, por exemplo, da Folha de São Paulo, faz questão de dizer: “Olha eu estou indo embora, mas eu queria te apresentar quem vai me substituir aqui”. Então, eu continuo conhecendo as pessoas que estão acompanhando o dia-a-dia de Brasília.

Gustavo: Sim. Em relação ao público. Como você disse, você tem 60% da votação aqui na Zona da Mata e outros 40%, fora pela verificação que eu estou fazendo, é bastante focado também no Sul de Minas, uma região também que é bastante...

Júlio: A minha segunda região é o Sul de Minas...

Gustavo: E aí, eu queria saber, já que o público é muito diverso e muito disperso no espaço, para quem você direciona as suas ações de mandato? Você deve imaginar um eleitor ideal, para você. Quem é esse eleitor?

Júlio: O meu eleitor, basicamente, ele é o eleitor de classe média, de nível de escolaridade também médio. Eu não sou o candidato do pessoal da academia, mas também não sou o candidato do pessoal da periferia, eu sou o candidato do eleitor médio, basicamente... De uma média salarial e de uma média de escolaridade. Varia um pouquinho para baixo ou para cima em uma cidade ou outra, mas, basicamente, é isso. E o nosso trabalho é diferenciado, porque a gente tem deputados, que são deputados de setores... Aquele que é ruralista para defender as causas ruralistas, aquele que é sindicalista, para defender essas causas, o outro que é evangélico para defender as questões contra o aborto ou a favor da... A nossa posição, que é até muito boa, é que eu não sou um deputado de uma causa só, eu sou um deputado que atualmente eu estou presidindo a comissão que trata da questão do reajuste dos auditores e fiscais da Receita Federal. Qual que é a minha “praia” em relação ao isso? É conhecer a prática da paridade, do plano de carreira, de uma categoria que foi esquecida quando teve reajuste dos servidores federais. O governo não pôde dar... Agora está querendo dar um monte de produtividade, querendo fazer com que eles arrecadem mais para poderem melhorar os seus salários. Isso é um risco para a sociedade. Aí, eu sou escalado, eu sou convocado... Quando tem a questão de uma atuação que foi muito forte nossa destinada, desde 2005, quando eu fui relator do José Dirceu, querendo ou não, seria uma postura de uma atuação mais correspondente à opção que eu fiz, que é lutar pela ética e pela melhor imagem do Parlamento para a sociedade. Eu falo isso por causa de quê? Porque a grande maioria dos deputados, se ele for analisar pelo eleitor da sua cidade... Se você perguntar para o meu eleitor: “Você está satisfeito com a atuação do deputado Júlio Delgado?”. A grande maioria vai dizer “sim”. “Que nota você dá para o deputado Júlio Delgado?”. Aí, vai ter 6, 6 e meio, 7, 7 e meio, 8, 9 e meio... A média vai ser uns 7 e meio, ou 8... Do eleitor. Mas se você fizer com esse mesmo eleitor a pesquisa: “O que você acha da Câmara dos Deputados?”. Ele ia falar que é péssima e ia dar nota zero. Então, se eu tive 8 e a minha nota no lugar que eu trabalho é zero, a minha média foi 4. Agora, teve gente que teve nota 7, teve 6 e a Câmara teve nota zero, ou 1 ou 2, que seja... Mas é para você ver como é que é difícil você fazer com que o local que você tem o seu ambiente de trabalho, que representa o povo brasileiro e que deveria votar matérias que interessem à sociedade, é mal visto pelo mesmo eleitor que avalia bem o seu representante. Nós temos que aproximar essas notas, para que a avaliação do lugar em que eu trabalho seja próxima da avaliação do meu mandato.

Gustavo: Júlio, a comunicação do mandato é feita por uma equipe de comunicação ou por empresas terceirizadas, para cuidar da sua imagem?

Júlio: Eu tenho uma jornalista, que trabalha comigo no meu gabinete, mas eu também tenho uma empresa que cuida da minha mídia social aqui em Juiz de Fora, que é a Go! Mídia, que cuida da minha mídia social... Facebook, twitter e tudo... E tenho também uma empresa em Brasília que acompanha essa relação minha com a grande imprensa, que é a que eu consigo fazer clipping e que me coloca para poder assinar artigo para a Folha de S.Paulo, O Globo... E isso é importante. Você, sem uma empresa voltada em Juiz de Fora, você não conseguiria ter esse espaço.

Gustavo: Sim. Então, você contrata duas empresas e tem uma jornalista que faz essa mediação. Então, na prática, empregada mesmo, no seu gabinete, tem uma pessoa só...

Júlio: Na área de comunicação aqui... Lá em Brasília tem uma. Aqui é que representa, que o contato dela feito com a Go! Mídia. E nacional, também é ela que faz a relação com a Máquina...

Gustavo: Seria a Carla?

Júlio: Não. A Carla aqui é secretária. Essa seria em Brasília, a Raquel. A Raquel é jornalista. E ela faz o contato com a Go! E com a Máquina, que são as duas empresas que eu trabalho.

Gustavo: Sim. Você considera a mídia como uma variável importante para o mandato?

Júlio: Eu acho fundamental.

Gustavo: De que forma ela pode ajudar ou atrapalhar você?

Júlio: Ajudar se ela for eficiente naquilo que o deputado faz, por exemplo no ritmo que eu tenho, por exemplo, no meu mandato. Ele atrapalha a partir do momento em que ela não consegue acompanhar ou dar essa visibilidade de tudo o que eu faço para poder traduzir para Juiz de Fora e para fora... Muitos desses trabalhos... Eu cobro sempre porque eu acho que isso tem momentos de grande acerto nosso e tem momentos de muita falha. Eu poderia ter, nesse momento de atuação minha na CCJ, não só por causa de ética, quando nós conseguimos... Meu público preponderante, tem consciência disso... Quando na CCJ nós conseguimos dar o córum na quinta-feira seguinte à votação da eleição do presidente... Para a gente votar a questão do Eduardo Cunha antes do recesso... Aquela votação foi pouco reconhecida, tanto lá quanto aqui. Todos os deputados reconhecem que aquela votação só aconteceu por uma atuação clara e muito pontual nossa.

Gustavo: Sim, mas você ganhou uma visibilidade boa dizendo isso também, não é? O fato de não ter sido votado, para você foi bom também, não é? Porquê você, de certa forma, apareceu também como o cara que quer cassar o Cunha...

Júlio: Se eu tivesse interesse em ficar na mídia... Eu falei para todo mundo... Talvez eu tenha deixado de votar na CCJ... Como eu não sabia que agora, no mês de agosto, pela orientação já do presidente, que marcou para o dia 12 um ônus complicado e perigoso para ele da votação do Cunha no Plenário da Câmara, da cassação... Se eu soubesse que não ia acontecer em agosto, talvez trazer a decisão da CCJ para agora, para continuar o processo dele, para continuar as sessões, para a gente continuar tendo debate, como eu tive com ele... E éramos poucos que tinham mais coragem de enfrentamento... Isso agora, para mim, seria bom para eu estar mais na mídia. Você pode ver que nós terminamos a questão da CCJ no dia 14 de julho e nós estamos a quase um mês e pouca coisa saiu. Mesmo tendo o tal recesso, porque não houve recesso,

porque eu trabalhei com questão de convenções e questão local... Mas, se a gente não vota na CCJ em julho, sabendo que não votaria a cassação em agosto, agora, em agosto, poderia capitalizar mais esse debate, esse embate. Porque ficou muito claro, o contraponto era o... Ficou muito evidente para a sociedade que 3 deputados atuaram mais fortemente nessa questão: eu, o Chico Alencar e o Alessandro Molon. Isso ficou claro. Se nós pudéssemos orquestradamente saber que em agosto não seria a votação da cassação no plenário, nós podíamos ter deixado isso para agora. Porque, por exemplo, se semana passada a gente tem mais uma comitiva da CCJ, e a turma dele protela mais um pouco, e a briga que a gente teve no conselho de ética... É para mostrar que a gente tinha pressa nisso. Se estrategicamente, midiaticamente, fosse interessante promover, não era interessante ter votado dia 14... Numa quinta-feira que eu fiquei até 4 horas da manhã ligando para deputado para pedir a presença do colega na CCJ. Conseguimos quórum, ficamos até 3 horas da tarde. E isso foi um desgaste tão grande, que, se um cara chega até mim hoje e diz: “Júlio, você não precisava ter me pedido para ficar lá... Por que a gente não votou isso agora, nessa semana que passou, dia 9, ou dia 10? Por que a gente não vai votar isso semana que vem ou votar isso dia 22? Na CCJ... para deixar votar em setembro, no Plenário...” Aí, foi um equívoco... Me arrependo disso? Não. Era uma questão da gente atuar da forma... A gente vai pressionar o Rodrigo, nós não vamos deixar votar nada na Câmara até que seja votada a questão do Cunha. Até porque, como é uma pauta prioritária a partir de ontem, eles têm de pedir inversão para votar outra coisa. E toda vez que eles pedirem inversão, nós vamos pedir para a votação ser nominal.

Gustavo: Mas é interessante que, em um universo de 513 deputados, é muito difícil acompanhar todos e fazer uma prestação de contas adequada, como você está falando, como foi o primeiro argumento que você usou. O que aconteceu com você em fevereiro do ano passado, a questão da acusação que saiu em relação ao mandato, em relação à campanha e tudo... À campanha e não ao mandato, que foi a questão da doação... Quando esse tipo de fato acontece, você acha que isso atinge o mandato de que forma, atingiu você de que forma?

Júlio: Profundamente. Da mesma forma que atingiu e eu tentei ser sério naquele processo, eu devo ser sério para poder não fazer um jogo de “não-mídia”, porque não me interessava aparecer e um jogo de mídia, porque me interessava aparecer de uma forma com aquela questão do Cunha. Quando saiu em junho do ano passado a questão, na Veja, que a pessoa teria que estar na delação... Eu fui, espontaneamente... Porque o deputado tem hora, foro privilegiado, horário, dia e local para marcar depoimento na Polícia Federal. Não. Saí daqui e fui na Polícia Federal, na semana seguinte, eu falei assim: “Eu quero depor amanhã.” Aí, eu comecei a juntar a minha documentação. O depósito não foi para mim, foi para o partido... O depósito, o dinheiro que foi para o partido não foi para a minha campanha. Nem a do meu pai... Foi para 16 candidatos... Então, o que eu fiz? Eu juntei o depósito, a conta que ele tinha declarado, que os jornais tinham dito que saiu na minha conta, depois juntei o que o partido distribuiu para 16 candidatos, a prestação de conta desses 16 candidatos e o recibo desses 16 candidatos. Tudo! E no dia em que eu fui na Polícia Federal, a delegada foi me perguntando e eu fui entregando isso para ela. Ela chegou e falou assim: “Mas, deputado, o que o senhor está fazendo aqui?”. Aí eu falei: “Não sei. Eu vim aqui espontaneamente”. Ela falou assim: “Ah... No seu caso, é tudo o que eu ia pedir, na instrução do processo, no inquérito... O senhor já me trouxe. Eu, agora, só vou ouvir uma pessoa e aí, eu vou ter que mandar a precatória para Minas, porque era ela a pessoa que ele citou...”. Eu falei: “Quem que é?” “Fulano.”. Eu falei assim: “Não. E se eu marcar e ele vir aqui?”. “Não... Então, o senhor agiliza isso aí para mim”. Então, eu fui lá em Belo Horizonte, falei assim: “Olha, a Polícia Federal falou que vai ter de mandar a precatória, isso vai ter que ser ouvido aqui. Você pode se dispor de ser ouvido em Brasília?”. Foi em Brasília, na semana seguinte... Quando chegou em dezembro, já estava tudo concluído. Em fevereiro eu já sabia, desse ano, por exemplo, que a polícia já tinha devolvido o meu inquérito. Fiquei quieto. Esperei. Porque eu podia dar notícia disso. Porque a polícia pediu, mas a polícia não pede arquivamento,

quem pede arquivamento é o promotor. Quando o promotor pediu o meu arquivamento, eu fiquei quieto, não me manifestei, porque eu já sabia, a assessoria do Ministério Público já tinha me dito, que como ele é autor da ação, ele pode pedir o arquivamento, mas quem autoriza o arquivamento e dá o arquivamento com salvo conduto, um ficha limpa, é quem preside o inquérito, que no caso é o ministro Teori. Eu só fui manifestar e dar publicidade, mesmo sabendo disso desde março, em junho, quando, finalmente, o Teori pediu o arquivamento do meu processo.

Gustavo: Você adotou algum tipo de cuidado a partir do momento que saiu a acusação contra você na mídia? Você teve algum tipo de cuidado em relação a como a mídia se aproximou de você, ou a forma de exposição que poderia advir dali?

Júlio: Minha relação com eles é muito boa. Eu alguns procurei para poder... Eles tinham colocado a matéria. Eu falei assim: “Eu só queria que eu fosse ouvido com relação a isso”. E eu falei com eles. A verdade é essa. A grande mídia que acompanha Brasília conhece mais ou menos. Eu não parei de ir para cima do Cunha, respondendo ao inquérito. Os outros todos que apareceram... Mergulharam... Tem muito deputado que até hoje não marcou a hora, o dia, o local para depor na Polícia Federal, citado lá. Então... O Chico mesmo, o Molon, que é um cara muito importante... “Oh Júlio! Realmente, você não dá em nada, porque... Você é doido!”. No dia que a pessoa foi depor, eu fui o primeiro... Falou assim: “Você é doido... A gente vê que você não erra em nada, porque quem tem ‘rabo preso’ não se expõe do jeito que você está se expondo.” Então, a minha forma de atuar foi manter a minha linha, para que amanhã não seja analisado que uma eventual omissão minha nas colocações do Eduardo e tudo pudessem passar como se eu tivesse me escondendo, porque eu estava medo de alguma investigação. Como eu não tinha nenhum... E eu tinha consciência que eu não tinha culpa nenhuma e que quem não deve não teme, eu falei assim: “Eu vou continuar a minha linha. A minha conduta vai ser essa”. Tanto que o Eduardo tentou explorar isso até o dia da votação da CCJ, porque ele estava profundamente ressentido. “Ei, porque ele mentiu também, porque disse que não tinha”. Está cansado e comprovado e tudo. Agora, tem uma análise que eu estou esperando dos outros, se não eu vou fazer o pedido da quebra da delação ou não em função da inverdade que teria sido dita por quem tentou acusar... Tentando fazer a velha generalização. “Vamos botar todo mundo aqui em um caldeirão para ficar tudo farinha do mesmo saco e fazer essa mistura e ninguém conseguir dissolver o que que é certo e o que é errado”. Eu sempre impedi que isso acontecesse e é nessa linha que eu continuei atuando.

Gustavo: Sim. É possível afirmar que o vínculo com os eleitores do seu mandato depende de variáveis comunicativas? TV, rádio, redes sociais... Tem algum deles que você prefira falar?

Júlio: Rádio é muito potente e eu te digo que, não é que seja o único, mas é em torno de 60%, 70%. 30%, 35%... Vamos colocar 35% não tem variável nenhuma de comunicação. É o cara que te acompanha, é o cara lá do interior em que a liderança política leva... “Senhora, nós vamos votar no Júlio de novo”. Muitas vezes esse cara não vê televisão, não escuta rádio, dorme cedo, acorda cedo, vai para a roça e a atividade dele é outra. Mas 65%... Tanto que o meu voto é muito concentrado em Juiz de Fora em função dessa formação de mídia. E a gente acompanha isso pelo retorno das pessoas. Eu estava mais, vamos dizer do ano passado ao final do ano, mais afastado da mídia. Esse ano, com uma atuação mais frequente. Em Juiz de Fora, as pessoas reconhecem isso muito mais fortemente. Se eu tivesse um interesse de mídia, até que não fosse interesse no mandato, ou pensando na cidade, como muitos estão fazendo e é importante ressaltar na pesquisa que você faz, seria a entrada da prefeita, que é ficar 45 dias na televisão... Aparecendo todo dia, ou no programa, ou nos comerciais, para você usar essa eleição como trampolim para a próxima a próxima.

Gustavo: Recall, não é?

Júlio: É, isso. É o recall. Isso eu não iria fazer. Tem gente que sai, eu não estou falando de todos... Tem gente que sai candidato, exclusivamente, buscando esse recall eleitoral... Por isso eu defendo fortemente, defendi 4 vezes na direção nacional quando declarei ao PSB a questão da coincidência eleitoral.

Gustavo: E você acha que isso é uma prática comum?

Júlio: Muito. Eu posso dizer que aqui em Juiz de Fora, hoje, dos candidatos a prefeito, 3 são candidatos não para ganhar as eleições, só para ficar em evidência durante 45 dias, pensando na eleição seguinte.

Gustavo: Sim. O tratamento de temas ligados a outras esferas de poder, por exemplo, o executivo, o judiciário, ele aproxima os deputados dos seus eleitores hoje? Você acha que, por exemplo, vocês tratem de questões ligadas aos julgamentos de certas matérias...

Júlio: De uns sim, de outros não. Depende do meu eleitor. Eu tenho um eleitor no São Mateus, como eu tenho um eleitor na Vila Olavo Costa. É aquilo que eu te falei, mas eles estão acompanhando. Eu fui já na Vila Olavo Costa, como eu fui já no Três Moinhos, como eu fui já no Linhares, e as pessoas sabiam qual foi o meu posicionamento no dia da votação da cassação do Cunha, as pessoas sabiam como é que foi o meu posicionamento no dia da votação do impeachment da Dilma... As pessoas acompanham.

Gustavo: E qual é a imagem que você gostaria que os seus eleitores tivessem de você?

Júlio: Eu acho que eles têm... Eu não tenho problema...

Gustavo: Você não se projeta para eles de alguma forma? Você não quer ser visto de alguma forma específica? Um deputado de causas, bandeiras...

Júlio: Eu sou visto como o deputado que luta pela correção da casa, pela decoração do Parlamento, para que a gente tenha um Parlamento melhor, para que a gente tenha deputados que estejam sintonizados com a sociedade, sou um deputado que luta para que as pessoas tenham uma avaliação do Parlamento igual a que tenham do parlamentar... Então, a imagem que as pessoas têm ao meu respeito é aquela que eu projeto. Poderia ter uma outra posição mais demagoga ou menos franca... Talvez eu peque até muito por isso, porque os deputados falam que eu sou muito franco naquilo em que eu me coloco e naquilo que eu sou visto. Então, eu prefiro que seja feito assim, para poder mudar até essa tendência política ultrapassada que é achar que a gente tem que viver da velha forma, da velha versão política. Por isso que eu não faço discurso formal, nem discurso lido, para que a gente possa trabalhar em cima de uma linha em que o eleitor defenda algumas causas que a gente aproveita.

Gustavo: Você acha que os deputados exercem um papel de formadores de opinião, hoje dentro da política, tendo em vista a complexidade que a política se desenvolve hoje?

Júlio: Hoje, a classe política não está formando opinião de ninguém. Está profundamente desgastada, depreciada... E você perguntar: "Tinha o desejo de ser o prefeito de Juiz de Fora?" Lógico que eu tenho. Ser aqui e tudo, mas eu acho que essa eleição não é eleição para classe política, porque as pessoas estão, de certa forma, meio que saturadas. Com algumas exceções? Sim. Eu estou dentro delas? Posso estar. Mas o que eu vejo normal, dos meus colegas sendo vaiados dentro de avião, aeroporto, não podendo chegar nas suas cidades, e eu continuo andando livremente por Juiz de Fora, de cabeça erguida e tranquilamente pelo meu mandato,

pela minha conduta, pela minha postura... Isso me completa, mas eu não acho que isso é momento para que você possa colocar na política, nessas eleições, laboratoriais, que serão essas eleições de 2018, um representante da classe política. Nós não estamos, nesse momento, com créditos o suficiente para poder ir às ruas colocar que eu sou um representante da mais nobre tradição política... Esse discurso não pega.

Gustavo: Sim. E para você, qual a importância dos encontros que você mencionou antes com lideranças locais regionais para a articulação política?

Júlio: Eu faço sempre isso. Eu tento fazer igual aquilo que o pessoal chama um pouco de democratismo, mas o certo é democracia popular, que são aquelas assembleias nos..., porque, quando eu vou no encontro... Quando estava na época do impeachment da Dilma, eu fui em uma inauguração em Coronel Pacheco e perguntei para as pessoas levantarem a mão quem era a favor e quem era contra. Porque eu queria sentir daqueles que eu represento qual era o sentimento deles. E não foi em Juiz de Fora, foi em Coronel Pacheco. No outro dia, eu tive uma reunião em uma cidade próxima também, eu não sei se foi Piau ou Guarani, em que estava um grupo de umas 200 pessoas e eu fiz a mesma coisa em relação à questão do Cunha. Eu vou colocando a minha atuação em cima do que as pessoas que a gente tem em reuniões locais, regionais, em bairros aqui pensam.

Gustavo: Sim. E com que frequência acontece? No seu tempo de mandato, é semanal, por exemplo? Quanto tempo você tira para fazer essas articulações?

Júlio: Agora, mais próximo das eleições municipais e acaba acontecendo mais. Mas acontecia. Eu não deixei de viajar no primeiro semestre, mesmo tendo uma atuação mais em Brasília, deixei de vir menos, mas a minha atuação... Segunda-feira à noite vou para Brasília, fico terça-feira, quarta e quinta, geralmente quinta à noite, ou sexta de manhã eu volto, aí eu passo aqui sexta, que é o dia que eu atendo, sábado e domingo eu acabo fazendo algum contato, algum evento político também...

Gustavo: E viaja muito...

Júlio: E viajo aqui na região. E, às vezes, quando eu viajo a mais longe, aí eu não venho aqui no final de semana.

Gustavo: Sim. Então, você disponibiliza, no mínimo, um dia inteiro para contato com as lideranças e para viagens...

Júlio: Hoje, eu não sei que horas eu vou sair daqui.

Gustavo: O mandato mobiliza grupos de apoiadores no domicílio eleitoral e fora dele, pelo que você falou. Esses grupos tem nomes, tem caras? Como é que eles funcionam? São indivíduos, são pessoas? São...

Júlio: É tudo. É associação, são federações, grupos setoriais, médicos, advogados, Sindicato de Panificadores, do Comércio... Isso depende do tema que você esteja explorando, mas existem.

Gustavo: E você gosta de tornar pública essas alianças, mostrar que elas existem?

Júlio: Quando eu faço as reuniões no meu Facebook eu divulgo.

Gustavo: Você acredita que a prestação de contas estimula a participação? Você disse que sim, não é?

Júlio: E eu digo para você mais. Às vezes, a divulgação não é só para mim não, às vezes, a divulgação é para quem foi visitado, que fica satisfeito de saber que a posição dele, a manifestação dele teve valor para mim a ponto de eu colocar na minha rede social e manifestar dessa forma.

Gustavo: Há algum critério de distribuição das suas emendas parlamentares?

Júlio: Para os municípios... Para Juiz de Fora, base para os municípios em que eu consegui, que eu tenho aliados, que os prefeitos me ajudaram... Alguns municípios que eu não tenho prefeito, mas os vereadores... São municípios de porte, e aí podem também ter esse comprometimento. Em alguns setores... Prioridade é Juiz de Fora. Vamos dizer que, na minha emenda dá em torno de 10 milhões, eu boto 30, 40% para Juiz de Fora. E o restante eu coloco, distribuindo nas cidades em que eu tenho voto... Não faço critério igual, tem deputado que faz por voto. Às vezes, uma cidade igual Pedro Teixeira, que tem 2 mil votos, eu coloco uma emenda de 300 mil, e uma cidade igual Além Paraíba, que tem 30 mil votos, eu coloco uma emenda de 300 mil. Isso não...

Gustavo: Você identifica essas necessidades a partir de quem já está na cidade...?

Júlio: Geralmente, pela cidade. Eu conheço um deputado que fala assim: “Olha, eu consegui um negócio para você aqui assim... Eu estou te mandando uma quadra”. E eu já fui em Silverânia, já vi uma quadra poliesportiva, porque lá a cidade é pequena e a base da cidade é rural, e aí, a quadra virou um curral de luxo. De noite, juntava os animais que ficam soltos na cidade, eles iam para essa quadra dormir, porque era coberto e tudo, porque ela era aberta. O prefeito teve que fechar, para não virar um curral de luxo. Então, estava comprovado que a cidade não precisava de uma quadra poliesportiva.

Gustavo: Como é essa dinâmica?

Júlio: Eu ligo para a liderança minha. Para saber... “Olha, tem um recurso aqui no orçamento. Qual área que você queria? Qual área é a sua demanda maior?” Eu não faço em cima da minha prioridade, eu faço em cima da prioridade dele.

Gustavo: Como é que a sua informação de emenda parlamentar é disponibilizada para o eleitor? Como é que você faz?

Júlio: Quando eu tenho prefeito, eu comunico para ele, para ele comunicar. Quando eu não tenho, é para vereador. E muitas vezes eu faço, eu tenho um informativo no final do ano, e que dá tempo, que eu coloco as emendas que eu coloco... Aí, as outras cidades que não foram citadas ficam enciumadas, achando que eu não coloquei. Ao longo da história... Então, eu tenho que talvez refazer todo um histórico para poder dizer, por exemplo, eu sou o deputado que mais recursos já coloquei em Juiz de Fora, na história... De todos os deputados. “Ah, porque você tem mais mandato”. Teve gente que teve o mesmo número de mandatos que eu e nunca botou tanto recurso para Juiz de Fora. Teve gente... “Ah, mas o recurso era menor”. Eu sei que, numericamente e em valores, o deputado que mais emendas colocou em Juiz de Fora, na história, fui eu.

Gustavo: Sim. Até porque você é o deputado que se manteve nesses últimos cinco mandatos, não é? Teve até o Paulo Delgado antes, que estava seguindo, aí saiu...

Júlio: Ele teve 6 mandatos, botou pouco, mas o valor da emenda era menor. Aí, entraram outros com valor de emendas grandes, mas colocaram pouco, porque a prioridade também não seria essa, porque não tinha relação com o prefeito, ou por causa disso, ou por causa daquilo. Eu fico satisfeito de ter colocado, mesmo na proporcionalidade e em número de membros nominais, a gente tem feito isso para museu, que isso, simbolicamente, dá pouco voto, ou seja, para a Mata do Krambeck, para a gente conseguir a universidade fazer o jardim botânico... E em um dia isso pode não angariar nenhum voto, mas pelo valor que eu coloquei, se eu tivesse distribuído esse valor para 7 cidades, poderia ter dado um retorno eleitoral maior. O meu vínculo, eu volto a dizer, não é proporcional ao número de votos que eu tive, é para a demanda que se apresenta.

Gustavo: Por conta das suas votações, a relação, por exemplo, que você tem com o seu pai é uma relação muito forte, pelo que você já falou. De que forma o eleitor dele se relaciona com o seu eleitor?

Júlio: 75% bem. 25% “ah...” Meu pai é contra o impeachment, eu votei a favor. E, dos aliados dele, pessoas que eu sou ligado e ligados a ele, fizeram profundas críticas a mim e ao meu voto... Eu não... Mesmo destacando que eu não pontuei, que eu não homenageei meu cachorro, o meu papagaio, a minha mãe e que eu botei o dedo na cara do Cunha e falei que a hora dele ia chegar e tudo, houve profundas críticas e pessoas que... Eu não retirei as críticas, eu não faço nenhum tipo de controle de mídia nas minhas redes sociais. Quer falar bem, pode botar lá, quer falar mal, pode botar lá, que os aliados do meu pai colocaram.

Gustavo: Em relação a algumas indicações que você fez. Qual foi a razão para você indicar recursos para uma cidade no Vale do Jequitinhonha, tão pequenina, tão distante do reduto eleitoral que você tem aqui?

Júlio: Eu tive quase 1000 votos lá. No lugar, o cara era prefeito, era do PSB, me procurou em Belo Horizonte e eu falei: “Eu vou ajudar...”. Ele foi eleito prefeito. Aí, depois, eu ajudei ele na cidade, botei recurso orçamentário, em função disso eu tive voto, ele é candidato de novo, agora, e eu continuo colocando recursos orçamentários... Se eu soubesse o que é Comercinho, e a pobreza... Eu não tenho voto, porque... Eu já fui lá em Comercinho duas ou três vezes. Se as pessoas souberem o que é Comercinho, eles iam dizer: “Tinha que colocar era mais”.

Gustavo: No sentido inverso, então... Você mandou também para a cidade de Mercês, aqui na Zona da Mata, fez indicação para lá, e lá você só teve 18 votos. Por quê?

Júlio: Porque eu tive o pedido de um vereador, que era nosso, que era importante ajudar. A gente precisava... Eu fiz indicação e eu tive 2 votos, que não está preso a isso. E a rigor, falar que ia fazer um trabalho depois... Mas depois que recebe esse recurso, cai no esquecimento. Você tem que fazer outro tipo... E aí, se eu posso ajudar a sair recurso orçamentário para algumas cidades que não estejam, necessariamente, vinculadas a voto, a gente também faz.

Gustavo: Sim. E, assim... Eu verifico aqui que você, de 2002, 2006, 2010 e 2014, teve uma oscilação de mais ou menos 6000 votos. Foi de 35.629 para 41.839, depois para 34.410, depois para 41.634. Quer dizer, 6000 votos aí. Por que essa oscilação?

Júlio: 2006 foi uma votação muito de classe média, porque eu tinha acabado de relatar a questão do José Dirceu. Então, foi voto mais de opinião. Em 2010, que a minha votação supostamente aumentou até... Diminui, não é?

Gustavo: Diminuiu.

Júlio: Diminuiu. Foi a votação em que eu tive menos exposição midiática. Em 2014, ela voltou a subir um pouco por causa disso, mas um pouco por causa do trabalho, talvez pelo reconhecimento da questão da Mata do Krambeck e isso tenha feito... E a consolidação do nosso nome como uma liderança política local.

Gustavo: Sim. E para finalizar esse bloco, você tem algum critério para selecionar para o seu gabinete?

Júlio: Não... O critério tem... A vinculação política sim, não vou negar que tenha. Mas, as pessoas que trabalham comigo é porque trabalham há muito tempo... A atuação... Às vezes, até a produtividade estando aumentando ou diminuindo, mas está há muito tempo...

Gustavo: Você conheceu eles na política?

Júlio: Alguns sim, outros não. Milton veio, porque ele trabalhava na prefeitura e ele era um bom secretário e veio trabalhar comigo. A Carla já era a pessoa da relação nossa, que vem trabalhando desde 2003 comigo. Os que trabalham comigo aqui são pessoas que trabalham das antigas. E os que trabalham em Brasília também. Todos eles têm muito tempo. Às vezes, a gente tem uma liderança ou outra, em uma cidade como Belo Horizonte eu tenho funcionários, tenho no interior, nas cidades em que eu sou mais votado. Mas a grande maioria... Eu tenho até uma prática, eu sou daqueles que... Tem deputado que muda funcionário até para... Fala assim: “Eu não quero deixar ninguém viciar aqui”. Então, tem deputado que muda em 2 anos... A cada dois anos está mudando todo mundo, eu não. Algumas pessoas, inclusive, dizem aqui que eu deveria ter mandado algumas pessoas embora, mas eu sou aquele que não consegue mandar ninguém embora.

Gustavo: E, para finalizar, Júlio, eu queria que você avaliasse, em uma escala de 0 a 5, onde 0 equivale a total discordância e 5 total concordância, as seguintes frases que eu vou te apresentar. Você fala “5”...

Júlio: “5” é total.

Gustavo: “5” é total, “0” é total discordância. “O Bolsa Família é um instrumento efetivo de distribuição de renda”.

Júlio: 3. É concordância “3”, não é?

Gustavo: É. “Políticas afirmativas, como as cotas, devem ser mantidas como ferramenta de ingresso na universidade pública”.

Júlio: 3.

Gustavo: “Homofobia deve ser tratada, pela legislação, como crime sujeito a multa e prisão”.

Júlio: 4.

Gustavo: “Os campos de petróleo brasileiros devem ser explorados pela Petrobras”.

Júlio: 4.

ANEXO – CLIVAGEM DAS POSTAGENS NA CATEGORIZAÇÃO SUGERIDA

Estão disponibilizadas nesta seção as postagens dos deputados federais em suas respectivas página do Facebook, considerando-se o possível interesse de pesquisadores na compreensão do método de seleção e clivagem do material coletado. Além do CD, que segue anexado ao volume físico desta pesquisa, também disponibilizamos um link permanente, no qual o *corpus* da análise comunicativa pode ser verificado. O endereço de consulta é: <https://www.dropbox.com/sh/asx5wgdpjx37rpi/AAD2VoE_96iZyfqSHkHcAMS4a?dl=0>.