

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

Vitor Silva Ramos

FALAS DO PODER:

O processo de comunicação dos vereadores de Juiz de Fora com a população.

Juiz de Fora
Março de 2018

Vitor Silva Ramos

FALAS DO PODER:

O processo de comunicação dos vereadores de Juiz de Fora com a população.

Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de mestre.

Área de concentração: Comunicação e Sociedade

Linha de Pesquisa: Comunicação e Poder

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra

Juiz de Fora
Março de 2018

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

Ramos, Vitor Silva.

Falas do poder : O processo de comunicação dos vereadores de Juiz de Fora com a população / Vitor Silva Ramos. -- 2018.
587 p. : il.

Orientador: Márcio de Oliveira Guerra

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2018.

1. Comunicação. 2. Política. 3. Assessoria. 4. Eleição. 5. Vereadores. I. Guerra, Márcio de Oliveira, orient. II. Título.

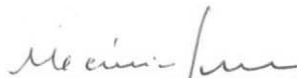
Vitor Silva Ramos

Falas do poder: O processo de comunicação dos vereadores de Juiz de Fora com a população

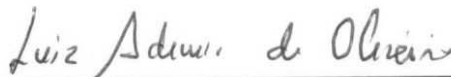
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

Aprovada em 22 de FEVEREIRO de 2018

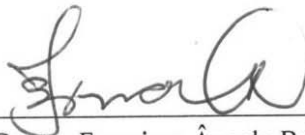
BANCA EXAMINADORA



Prof. Pós Doutor Márcio de Oliveira Guerra - Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Pós Doutor Luiz Ademir de Oliveira
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Doutor Francisco Ângelo Brinati
Universidade Federal de São João Del-Rei

À querida Juiz de Fora, a “Manchester Mineira”.

AGRADECIMENTOS

À Deus e à Santa Cândida por me darem serenidade para cumprir esse desafio.

Aos meus pais, Rubens e Shirley, meus grandes incentivadores, obrigado por acreditar nos meus sonhos.

Aos meus irmãos, Danniell, Lauro, Hugo e Luidgi, meus verdadeiros amigos.

À minha avó Judith, que reza sempre por mim, e aos meus queridos e amados avós que já se foram, cujas partidas deixaram enormes lacunas, mas que foram figuras determinantes na formação do meu caráter.

Às minhas tias Chris e Lulu, pelo incentivo de sempre.

À Barbara, meu amor, pelo carinho, paciência, companheirismo e cumplicidade, que ajudaram a tornar mais leve e prazerosa essa jornada. Extendo esse agradecimento à sua mãe Margareth, pelo cuidado conosco durante os estudos.

Ao professor Márcio Guerra, amigo, mestre e orientador, grande responsável por moldar o jornalista que sou hoje. Obrigado pela confiança sempre depositada em mim em todos esses quase oito anos de convivência.

Ao professor Luiz Ademir, pelas aulas enriquecedoras. Obrigado pelas sugestões sempre pertinentes.

Ao professor Chico Brinati pela disponibilidade e interesse nessa pesquisa.

Agradeço ainda aos membros e colegas da FACOM, do PPGCOM, Faculdade de História da UFJF, e a todos com quem tive o prazer compartilhar esses maravilhosos dez anos como aluno na Universidade Federal de Juiz de Fora.

“Quando um homem assume uma função pública, deve considerar-se propriedade do público.”

Thomas Jefferson

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo entender como se processa a relação dos vereadores municipais de Juiz de Fora com a população da cidade, buscando elucidar o papel dos assessores de comunicação dos parlamentares nesse contexto. Para observar de maneira mais ampla as peculiaridades dessa interação entre políticos e cidadãos foi necessário, primeiramente, buscar compreender como as concepções sobre política foram se modificando com o passar dos tempos. Sendo focada no Poder Legislativo, a análise procurou também observar aspectos que levaram à formação dos Estados como conhecemos hoje, com a separação entre os poderes. Procurou-se ainda detalhar algumas estratégias políticas utilizadas pelos parlamentares juiz-foranos através das atividades que realizam na Câmara Municipal. Para embasar a análise da comunicação dos vereadores, foi feito um estudo teórico da relação entre o campo comunicacional e a política, observando como as transformações tecnológicas modificam esse relacionamento. Ferramenta mais popular utilizada pelos vereadores para informar suas ações, as páginas de cada parlamentar no Facebook foram analisadas no período entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho do mesmo ano. Entrevistas com os 19 vereadores da legislatura 2017-2020 e seus respectivos assessores, também serviram como base para traçar o perfil do processo de comunicação que cada parlamentar desenvolve com a sociedade.

Palavras-chave: Comunicação. Política. Assessoria. Eleição. Vereadores.

ABSTRACT

The objective of this study is to understand how is the relationship between the city counselors and the population from Juiz de Fora, focusing on the role of the politician's press officers. In order to broadly observe the peculiarities of the interaction between politicians and citizens it was first necessary to comprehend how the politics specialists' conceptions were modified over time. As a study focused on the Legislative Power, it also observes aspects that led to the current States, with separation of powers. Furthermore, the study details some political strategies used by the city counselors through their activities at the Town Hall. To base the counselors' communication analysis, we made a theoretical study of the relationship between Communication and Politics, observing how new technologies modify this relationship. The counsellors' Facebook profiles, the most popular tools used by them to inform the population their actions, were analysed between June 19th and July 14th, 2017. Interviews with all 19 city counsellors (2017-2020 legislature) and their officers either served as a basis to profile the communication process each parliamentarian develops with the society.

Keywords : Communication. Politics. Elections. City counselors.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Página oficial do vereador Doutor Adriano Miranda no Facebook (10 jul. 2017).....	113
Figura 2 – Página oficial do vereador Doutor Antônio Aguiar no Facebook (12 jul. 2017).....	117
Figura 3 – Página oficial do vereador Betão no Facebook (12 jul. 2017).....	120
Figura 4 – Página oficial do vereador Betão no Facebook (14 jul. 2017).....	120
Figura 5 – Página oficial do vereador Betão no Facebook (19 jul. 2017).....	121
Figura 6 – Página oficial do vereador Betão no Facebook (21 jun. 2017).....	121
Figura 7 – Página oficial do vereador Castelar no Facebook (19 jun. 2017)	122
Figura 8 – Página oficial do vereador Castelar no Facebook (19 jul. 2017).....	123
Figura 9 – Página oficial do vereador Castelar no Facebook (19 jul. 2017)	123
Figura 10 – Página oficial do vereador Charlles Evangelista no Facebook (07 jul. 2017)....	127
Figura 11 – Página oficial do vereador Charlles Evangelista no Facebook (23 jun. 2017)...	128
Figura 12 – Página oficial do vereador Charlles Evangelista no Facebook (27 jun. 2017)...	128
Figura 13 – Página oficial da vereadora Ana Rossignoli no Facebook (27 jun. 2017).....	130
Figura 14 – Página oficial da vereadora Ana Rossignoli no Facebook (29 jun. 2017).....	130
Figura 15 – Página oficial do vereador Julio “Obama Jr.” no Facebook (10 jul. 2017).....	137
Figura 16 – Página oficial do vereador Julio “Obama Jr.” no Facebook (10 jul. 2017).....	138
Figura 17 – Página oficial do vereador Julio “Obama Jr.” no Facebook (10 jul. 2017).....	138
Figura 18 – Página oficial do vereador Julio “Obama Jr.” no Facebook (11 jul. 2017).....	139
Figura 19 – Página oficial do vereador Kennedy Ribeiro no Facebook (10 jul. 2017).....	142
Figura 20 – Página oficial do vereador Kennedy Ribeiro no Facebook (10 jul. 2017).....	143
Figura 21 – Página oficial do vereador Kennedy Ribeiro no Facebook (30 jun. 2017).....	143
Figura 22 – Página oficial do vereador Kennedy Ribeiro no Facebook (12 jul. 2017).....	144
Figura 23 – Página oficial do vereador Marlon Siqueira no Facebook (03 jul. 2017 - 22 jun. 2017).....	148
Figura 24 – Página oficial do vereador Marlon Siqueira no Facebook (07 jul. 2017 - 09 jul. 2017).....	148
Figura 25 – Página oficial do vereador Rodrigo Mattos no Facebook (21 jun. 2017)	151
Figura 26 – Página oficial do vereador Rodrigo Mattos no Facebook (27 jun. 2017).....	151
Figura 27 – Página oficial do vereador Rodrigo Mattos no Facebook (07 jul. 2017).....	152
Figura 28 – Página oficial do vereador João Coteca no Facebook (10 jul. 2017).....	155

Figura 29 – Página oficial do vereador João Coteca no Facebook (10 jul. 2017)	155
Figura 30 – Página oficial do vereador João Coteca no Facebook (10 jul. 2017)	156
Figura 31 – Página oficial do vereador João Coteca no Facebook (11 jul. 2017)	156
Figura 32 – Página oficial do vereador Cido Reis no Facebook (22 jun. 2017)	160
Figura 33 – Página oficial do vereador Cido Reis no Facebook (22 jun. 2017)	160
Figura 34 – Página oficial do vereador Cido Reis no Facebook (07 jul. 2017)	161
Figura 35 – Página oficial do vereador Zé Márcio no Facebook (26 jun. 2017).....	164
Figura 36 – Página oficial do vereador Zé Márcio no Facebook (26 jun. 2017)	164
Figura 37 – Página oficial do vereador Zé Márcio no Facebook (14 jul. 2017)	165
Figura 38 – Página oficial do vereador Sargento Mello no Facebook (05 jul. 2017)	168
Figura 39 – Página oficial do vereador Sargento Mello no Facebook (05 jul. 2017)	169
Figura 40 – Página oficial do vereador Sargento Mello no Facebook (06 jul. 2017)	169
Figura 41 – Página oficial do vereador Sargento Mello no Facebook (05 - 06 jul. 2017)	170
Figura 42 – Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (23 jun. 2017).....	172
Figura 43 – Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (01 jul. 2017)	173
Figura 44 – Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (04 jul. 2017)	173
Figura 45 – Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (29 jun. 2017)	174
Figura 46 – Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (10 jul. 2017)	174
Figura 47 – Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (26 jun. 2017)	175
Figura 48 – Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (22 jun. 2017)	178
Figura 49 – Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (02 jul. 2017)	178
Figura 50 – Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (08 jul. 2017)	179
Figura 51 – Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (11 jul. 2017)	179
Figura 52 – Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (12 jul. 2017)	180
Figura 53 – Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (13 jul. 2017)	180
Figura 54 – Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (14 jul. 2017)	181

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Área de atuação profissional de cada vereador e categoria de capital político em que estão enquadrados	71
Quadro 2 – Votação que cada vereador eleito obteve nas eleições 2016	73
Quadro 3 – Projetos de Lei apresentados pelos vereadores de Juiz de Fora entre 01/01/2017 e 27/10/2017, ligados à área de atuação profissional dos parlamentares.	77
Quadro 4 – Porcentagem dos Projetos de Lei apresentados pelos vereadores de Juiz de Fora entre 01/01/2017 e 27/10/2017, ligados à área de atuação profissional dos parlamentares ...	85
Quadro 5 – Zonas eleitorais em que os vereadores eleitos para a legislatura 2017-2020 em Juiz de Fora obtiveram mais votos nas eleições 2016	87
Quadro 6 – Requerimentos feitos pelos vereadores no período entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho de 2017 que tiveram como finalidade a intervenção em algum bairro ou localidade do município	89
Quadro 7 – Percentual de requerimentos feitos pelos vereadores no período entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho de 2017 que tiveram como finalidade a intervenção em algum bairro ou localidade dentro da zona eleitoral onde cada vereador foi mais votado.....	103
Quadro 8 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Doutor Adriano Miranda.....	112
Quadro 9 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Doutor Antônio Aguiar.....	116
Quadro 10 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Betão	119
Quadro 11 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Charles Evangelista	127
Quadro 12 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Julio “Obama Jr.”	136
Quadro 13 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Kennedy Ribeiro	141
Quadro 14 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Marlon Siqueira..	145
Quadro 15 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Rodrigo Mattos..	150
Quadro 16 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Cido Reis.....	159
Quadro 17 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Zé Márcio	163
Quadro 18 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Sargento Mello “Casal”	168

Quadro 19 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador André Mariano...	172
Quadro 20 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pela vereadora Delegada Sheila	177
Quadro 21 – Detalhamento das publicações dos vereadores da legislatura (2017-2020) entre os dias 19 de junho e 14 de julho.....	187

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABERJE: Associação Brasileira de Comunicação Empresarial

ADS: Adversing (publicidade em inglês)

CMJF: Câmara Municipal de Juiz de Fora

DEMLURB: Departamento Municipal de Limpeza Urbana

FENAJ: Federação Nacional dos Jornalistas

LOM: Lei Orgânica do Município

PL: Projeto(s) de Lei

PHS: Partido Humanista da Solidariedade

PMDB: Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PP: Partido Progressista

PSB: Partido Socialista Brasileiro

PSC: Partido Social Cristão

PSDB: Partido da Social Democracia Brasileira

PT: Partido dos Trabalhadores

PTB: Partido Trabalhista Brasileiro

PTC: Partido Trabalhista Cristão

PV: Partido Verde

RP: Representação Proporcional

SGT: Sargento

TRE/MG: Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais

TSE: Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 POLÍTICA: CONCEITOS E REPRESENTAÇÕES.....	15
2.1 A POLÍTICA E SEUS CONCEITOS	15
2.1.1 Filosofia Política Clássica.....	15
2.1.2 Filosofia Política Moderna.....	17
2.1.3 A representação política na atualidade	20
2.2 MUDIATIZAÇÃO E POLÍTICA.....	26
2.3 ASSESSORIA POLÍTICA: CONHECENDO PARA TRANSFORMAR.....	31
2.3.1 Assessoria de comunicação	32
2.3.2 Comunicação e assessoria política nas redes sociais: As páginas do Facebook.....	38
3 COMUNICAÇÃO E PODER.....	42
3.1 ESPETACULARIZAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO NA POLÍTICA.....	42
3.2 CONEXÃO ELEITORAL E CLIENTELISMO	48
3.3 CAMPANHA PERMANENTE	52
4 O PODER LEGISLATIVO: HISTÓRIA, DESENVOLVIMENTO E O CASO DE JUIZ DE FORA	59
4.1 CONSTITUIÇÃO, SEPARAÇÃO DE PODERES E O PODER LEGISLATIVO	59
4.2 HISTÓRIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA	65
4.3 LEGISLATURA 2017-2020 DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA	68
4.4 ESTRATÉGIAS DO LEGISLATIVO MUNICIPAL: GEOGRAFIA DO VOTO E CONEXÃO ELEITORAL.....	72
5 ESTUDO DE CASO: A COMUNICAÇÃO DOS VEREADORES DE JUIZ DE FORA.....	106
5.1 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO NO PODER LEGISLATIVO DE JUIZ DE FORA.....	107
5.2 ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO E DAS PÁGINAS DO FACEBOOK DOS VEREADORES.....	109
5.2.1 Doutor Adriano Miranda (PHS).....	110

5.2.2 Doutor Antônio Aguiar (PMDB).....	114
5.2.3 Betão (PT).....	118
5.2.4 Wanderson Castelar (PT).....	122
5.2.5 Charles Evangelista (PP).....	125
5.2.6 Ana Rossignoli (PMDB).....	129
5.2.7 Pardal (PTC).....	131
5.2.8 Fiorilo (PTC).....	132
5.2.9 Julio “Obama Jr.” (PHS).....	134
5.2.10 Kennedy Ribeiro (PMDB).....	139
5.2.11 Marlon Siqueira (PMDB).....	144
5.2.12 Rodrigo Mattos (PSDB).....	149
5.2.13 João Coteca (PR).....	153
5.2.14 Vagner de Oliveira (PSC).....	157
5.2.15 Cido Reis (PSB).....	158
5.2.16 Zé Márcio Garotinho (PV).....	161
5.2.17 Sargento Mello “Casal” (PTB).....	165
5.2.18 André Mariano (PSC).....	170
5.2.19 Delegada Sheila (PTC).....	175
6 CONCLUSÃO.....	183
REFERÊNCIAS.....	191
APÊNDICES.....	202
ANEXOS.....	384

1 INTRODUÇÃO

Fiscalizar, criar leis, discutir e votar projetos. Essas são as principais funções de um vereador, os representantes da população no Poder Legislativo municipal. Mas até que ponto esses políticos são realmente a “voz do povo” dentro das Câmaras Municipais? Como é o diálogo desses parlamentares com o cidadão que eles representam? Essas perguntas têm sido feitas com escassez, pelo menos no que se refere às pesquisas acadêmicas dentro do meio acadêmico de comunicação. Poucos são os estudos voltados para essa parte da política que se encontra tão próxima ao cidadão e às suas necessidades básicas.

Compreender como se dá esse contato possibilita não somente observar o relacionamento governante/população, mas também as implicações sociais inseridas dentro desse contexto. Assim, este trabalho busca entender como é feita a comunicação entre os vereadores da cidade de Juiz de Fora/MG e as pessoas que eles representam. O principal objetivo da pesquisa é observar o quão efetiva é essa relação comunicacional, analisando se há a preocupação dos políticos em manter esse contato, e de que forma ele interfere no mandato do parlamentar. A hipótese central sobre esse processo é de que os parlamentares direcionam maior quantidade de informações aos bairros nos quais foram mais votados ou que acreditam conseguir mais votos em eleições futuras. Estando a análise inserida dentro do contexto da comunicação, a proposta é observar ainda como o trabalho dos assessores de comunicação é visto pelos parlamentares e de que forma essa atividade é realizada dentro dos gabinetes dos edis da cidade.

Antes de traçar um panorama das singularidades do Poder Legislativo de Juiz de Fora, é necessário primeiramente observar de que forma alguns conceitos teóricos são abordados pelos estudiosos. Assim, no capítulo “Política: conceitos e representações”, buscase um entendimento do conceito de política. Da concepção no período clássico grego, passando pelos filósofos modernos como Maquiavel, Thomas Hobbes, Jean-Jacques Rousseau, John Locke, Immanuel Kant e Jean Bodin, é possível compreender de que forma a política era vista, entendida e praticada antes da formação dos chamados “Estados democráticos”. As transformações políticas e sociais pelas quais, principalmente alguns países europeus e os Estados Unidos, passaram durante os séculos XVIII e XIX criaram as bases estruturais para a representatividade política como a encontrada atualmente na maioria dos países ocidentais.

Dentro desse contexto de transformações políticas ao longo do tempo, sempre esteve inserida a comunicação. Essa relação, abordada no capítulo “Comunicação e Poder”,

que hoje, pelo desenvolvimento tecnológico, parece tão próxima, não é um fenômeno novo, se ligando desde os discursos em praças, passando pela massiva distribuição de informações através de rádio, impresso e TV, e culminando com o aparecimento da rede mundial de computadores, a Internet. Nos dias de hoje, procura-se compreender de que modo essa interferência das mídias, com uma oferta cada vez maior de informações, interfere na vida de um cidadão a ponto de interferir na concepção que o sujeito tem sobre determinados assuntos, inclusive no que diz respeito à política. Assim, torna-se necessário compreender também quais são as ferramentas utilizadas pelos diferentes meios de comunicação para propagar determinada ideia, inclusive por parte dos governantes, que podem utilizar esse conhecimento em benefício próprio para demonstrar o trabalho ou ideais.

Além da questão comunicacional, a sociológica também chama atenção no que se refere à relação entre políticos e cidadão. Assim, no capítulo “O poder legislativo: história, desenvolvimento e o caso de Juiz de Fora”, além de compreender como se deu a formação do Poder Legislativo municipal, o foco também recairá sobre a relação entre conexão eleitoral e atividade parlamentar. Isso somente será possível observando se o relacionamento ou ligação dos vereadores com diferentes indivíduos, representantes de algum tipo de associação ou segmento social se sobressai sobre interesses públicos.

Pretende-se a partir da descrição do perfil dos vereadores e de suas principais atividades, como projetos de lei e requerimentos, observar se os parlamentares se utilizam das relações e conexões com indivíduos, localidades, e diferentes segmentos sociais como base para formular as ações do mandato. Para isso, serão observados os projetos de lei apresentados pelos 19 vereadores em 2017, do dia 01 de janeiro, até o período em que a análise foi feita, 27 de outubro de 2017, fim do décimo período de reuniões. Também vão ser analisados, os requerimentos entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho do mesmo ano. A escolha se deu pelo fato de que nesse período as reuniões ordinárias aconteceram de forma ininterrupta, diferente do que acontece normalmente durante todo o ano, quando há um recesso de quinze dias entre os períodos legislativos.

Já para compreender o processo comunicacional entre os políticos e os cidadãos, será feito, no capítulo “Estudo de caso: a comunicação dos vereadores de Juiz de Fora”, um mapeamento da página do Facebook dos vereadores de Juiz de Fora, também entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho de 2017. Além disso, será dada atenção especial às entrevistas com os vereadores e seus assessores de comunicação sobre o tema. O espaço na rede social citada é utilizado pela maioria dos vereadores quase como um diário das atividades parlamentares. Espera-se entender de que forma os assessores de comunicação atuam nesses

espaços, quais ferramentas utilizam, e de que forma os parlamentares interferem nesse tipo de questão, além de descobrir se esse profissional tem o trabalho respeitado pelos vereadores. O objetivo dessa análise é verificar de que forma os vereadores estabelecem, por meio da comunicação, estratégias de conexão eleitoral para manter ou angariar seguidores, simpatizantes, ou até mesmo reforçar o capital político que já se tem formulado.

Assim, a partir da análise das relações entre parlamentares e eleitores observadas através da comunicação e suas peculiaridades, caracterizando, conseqüentemente, traços de identidade, um panorama maior se abre para verificar a atuação dos políticos e o exercício da democracia em Juiz de Fora. Além disso, nota-se a necessidade de discutir o tema de maneira mais constante pela academia, sendo ainda uma questão de interesse público e que pode se tornar registro da memória do município.

2 POLÍTICA: CONCEITOS E REPRESENTAÇÕES

Neste capítulo pretende-se mostrar algumas das transformações pelas quais o conceito de política passou ao longo dos tempos, assim como suas diferentes formas de representações. Partindo da filosofia política clássica e passando pelos filósofos do período conhecido como a Modernidade, chega-se aos pensadores da atualidade. As representações também mudaram de acordo com as características dos governos e das mudanças estruturais que cada grupo social sofreu com o passar dos séculos.

2.1 A POLÍTICA E SEUS CONCEITOS

Neste subcapítulo pretende-se elucidar, ainda que brevemente, como o conceito sobre o que é política foi mudando ao longo das diferentes épocas, refletindo o contexto cultural e social que se formaram em diferentes locais.

2.1.1 Filosofia Política Clássica

A filosofia política clássica teve como dois de seus principais precursores Aristóteles e Platão. Esses dois pensadores viveram durante o chamado Período Clássico Grego, entre os séculos V e IV a.C. Esse período ficou conhecido como sendo o de apogeu das instituições e da cultura grega. As obras produzidas nesta época serviram, em muitos aspectos, como base para o pensamento político moderno. Antes de discorrer sobre o pensamento dos filósofos é importante entender o contexto histórico e social em que estavam inseridos, visto que os dois viveram a maior parte do tempo de sua produção cultural na cidade de Atenas. Segundo Rosset (2008) a democracia ateniense é fruto de um processo histórico que passa por quatro formas de governo: Monarquia, oligarquia (nomeação de legisladores), tirania (Sólon) e a democracia. Após a guerra contra os persas, a sociedade grega foi se formatando a partir do desenvolvimento de suas cidades (pólis grega), tendo como as mais representativas as cidades de Atenas e Esparta. Neste período, os espartanos ficaram conhecidos pelas suas artes de guerra, enquanto Atenas se consolidou como o “berço da democracia”. Neste período foram formuladas as principais formas representativas de poder político, como a Assembleia popular, as eleições diretas, os Conselhos e as Magistraturas.

Em Atenas, o cidadão exercia a democracia diretamente. O fundamento da democracia ateniense era a igualdade de todos perante a lei. Bastava ser cidadão para ter o direito de tomar parte das decisões políticas, participar das assembleias, fazer uso do direito da palavra, sentar-se no conselho e exercer a maioria das magistraturas [...] Até a lei de Péricles, instituída em 450, para ser cidadão bastava ser filho de pai ateniense, ser do sexo masculino e maior de 21 anos. A lei de Péricles colocou maior restrição à democracia. A partir daí, somente as crianças do sexo masculino, nascidas de dois pais cidadãos seriam cidadãos. A democracia era estendida somente para os cidadãos e restrita aos estrangeiros, mulheres e escravos. (ROSSET, 2008, p.10)

Foi através dessa democracia representativa que os filósofos construíram suas concepções. Platão concebia seu pensamento político seguindo o argumento de que o indivíduo se subordinava à sociedade, ou num sentido mais amplo, que as classes deveriam se submeter ao todo. Segundo Oliveira e Trotta (2006, pg.6), nesta concepção, “o indivíduo se situa no plano coletivo e não em uma autonomia absoluta perante a polis. Esta existe para tornar possível a vida humana”. Ao se referir ao poder e a indivíduos que deveriam governar a pólis grega, Platão defende uma aristocracia cujo saber legitima o poder, visto que só poderia governar a cidade a pessoa que conhecesse os mecanismos de funcionamento de ações justas, aquelas fornecidas pelo pensamento filosófico.

Platão, preocupado com as bases integrativas de sua sociedade, não admitia que o poder estivesse nas mãos daqueles que manipulavam a vida econômica ou a estrutura bélica, pois a cidade se constituiria em uma verdadeira tirania, ao passo que uma sociedade comandada por filósofos estaria ordenada sob princípios universais dados pela razão. (OLIVEIRA; TROTTA, 2006, p.7)

Já Aristóteles concebe a política como a ciência da felicidade humana e ligada a moral. Oliveira e Trotta (2006, p.14) ressaltam que, para o filósofo, o homem encontraria a felicidade a partir de um estado de hierarquia bem definido, que faria alcançar o bem comum. “O objetivo dessa ciência é refletir sobre as formas de governo e as instituições políticas capazes de assegurar o bem comum. O bem é a plenitude e todo ser tende para esta plenitude”. Arendt (2002, p.17) entende a política concebida no sentido grego clássico estava sedimentada na liberdade. Contudo, a autora entende que, para Aristóteles, a política não estava presente em toda a parte e nem todos os homens podiam ser políticos. “De sua definição estavam excluídos não apenas os escravos, mas também os bárbaros asiáticos, reinos de governo despótico, de cuja qualidade humana não duvidava, de maneira alguma”. Essa concepção de política aplicava-se à realidade da sociedade grega contemporânea dos grandes filósofos clássicos, empregada em uma democracia que era vivenciada apenas por parte da população, aqueles que eram reconhecidos socialmente como cidadãos.

2.1.2 Filosofia Política Moderna

A construção do pensamento da filosofia política moderna se deu no contexto do chamado “Renascimento Cultural” que ocorreu na Europa entre os séculos XIV e XVI. Esse movimento intelectual ocorreu num período em que se formavam os Estados Nacionais Modernos, onde os poderes eram centralizados nas mãos de um monarca. Dentro desse contexto estava inserida a classe burguesa que, como grupo social menos tradicional, buscou a promoção social através da arte e forneceu apoio financeiro aos artistas e pensadores. Diferentemente do período da Idade Média, onde a cultura era embasada na religião, o Renascimento tinha como elemento central o ser humano. Assim, a partir do estudo do homem, buscou-se entender a sociedade e suas instituições.

Assim, partindo da seleção feita por Weffort (2011), as concepções de alguns dos principais representantes do pensamento desse período serão enunciadas. “Como homens de pensamento de uma grande época da política, eles acompanham a formação do Estado moderno, longo processo de séculos de duração na história europeia” (WEFFORT, 2011, p.8).

Como um dos principais pensadores da filosofia política moderna, Weffort (2011) destaca a figura de Nicolau Maquiavel. Segundo Veiga (2007, p.17) “os discursos de Maquiavel ganham o caráter de serem preliminares ao pensamento político e estatal que se concretizará no século seguinte”, traduzindo a passagem da concepção política medieval à concepção moderna. Para Reis (2012, p.89) Maquiavel fez com a política o que outros faziam com as artes. “Ele acabou por construir uma linguagem própria para o entendimento de um determinado comportamento humano, ou seja, a política deveria ter suas próprias ferramentas de explicação do mundo”. Uma dessas ferramentas era o conhecimento histórico, onde o filósofo buscou elementos para extrair características da natureza humana. Para Freitas Júnior. (2007), Maquiavel entendia que as paixões humanas geradas pela natureza dos homens os empurravam para a discórdia e à anarquia. Assim, entendendo tanto a história quanto a natureza humana, os governantes (no caso, os monarcas) poderiam prever acontecimentos e se preparar para solucioná-los.

É no estudo da história, aliado ao contato com os poderosos de seu tempo, que Maquiavel forma sua compreensão da psicologia humana, sintetizada na afirmação de que os homens são egoístas e ambiciosos e de que somente a lei poderia bloquear suas paixões. Destarte, o governante que desejasse êxito deveria aliar o conhecimento da história à compreensão da natureza humana, pois, dessa maneira, conseguiria adiantar-se aos acontecimentos futuros e estaria melhor preparado para enfrentá-los.(FREITAS JÚNIOR., 2012, p.208)

Uma das principais obras de Maquiavel, “O Príncipe”, escrita no século XVI, trás concepções acerca da formação do Estado em complementariedade com a formação do governante. De acordo com Arnaut e Bernardo (2002) uma das características que difere o pensamento de Maquiavel com o de filósofos que o precederam se refere ao objetivo de governar que, ao invés de se fundamentar na defesa da liberdade, baseava-se em conservar a paz.

Uma mudança equivalente na escala de prioridades se lê com toda nitidez na obra em análise de Maquiavel. Nela, o autor remete à antiga liberdade das Repúblicas, apenas para notar que ela tende a torná-las mais reticentes ao governo de um príncipe. Seguidas vezes afirma que o principal dever de um governante deve ser o de cuidar de sua própria segurança e força, ao mesmo tempo em que garante que seus súditos vivam ‘estavelmente e em segurança’. (ARNAUT; BERNARDO, 2002, p.8)

Maquiavel, ao se referir à virtude (virtù) do príncipe, define como um dos principais objetivos do governante o de formar um governo forte. “Considera imprescindível ao governante, a determinação na busca de seus objetivos prioritários, quem dessa forma agisse, tornaria seu Estado mais seguro e firme do que se o tivesse governado por longos anos”. (ARNAUT; BERNARDO, 2002, p.8)

Outro pensador político destacado por Weffort (2011) é o inglês Thomas Hobbes que, assim como seus contemporâneos, baseou suas teorias políticas na visão que tinha sobre o ser humano. O filósofo visa dar caráter científico à política. Para Veiga (2007) Hobbes entendia que como havia a possibilidade de se conhecer o mundo natural, essa lógica também poderia ser empregada no mundo político.

Hobbes sugere que o ponto de partida seja o indivíduo e o estudo de seu comportamento. A visão de homem é, portanto, mecanicista e pretende estabelecer um modelo de análise que sustente o entendimento sobre as paixões, os desejos, as vontades e o agir humanos. Para o desenvolvimento de seu pensamento, Hobbes estabelece a necessidade de caracterizar o “estado de natureza”, que não descreve quem seja o homem primitivo, mas qual o comportamento que apresentaria, dada sua natureza humana. (VEIGA, 2007, p.24)

O filósofo defende que em determinado momento da história humana, um pacto social é realizado visando proteger os mais fracos dos mais fortes, onde o governante exerceria esta função através de um “contrato social”. Para Fraga (2012, p.1) este contrato, segundo Hobbes, “seria a opção racional para os indivíduos saírem do estado natural de guerra de todos contra todos, atribuindo-se ao soberano um poder visível e concreto que seria capaz de manter, valendo-se da imposição e mesmo da força”. O “contratualismo” seria a maneira encontrada pelos homens para transpor o sujeito da natureza para a sociedade civil, servindo de base para a formação do Estado. Esse conceito seria usado, em diferentes

concepções, para formular o pensamento de outros filósofos políticos, como Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), John Locke (1632-1704), e mesmo por Immanuel Kant (1724-1804).

De acordo com Weffort (2011), o chamado “contrato social” ganha destaque na obra, de mesmo nome, de Jean-Jacques Rousseau. O filósofo entende que este contrato poderia ser feito, defendendo dois pontos: o poder do governante deveria ser subalterno à soberania, se opondo também à divisão dos poderes. De acordo com Ruzza (2007, p.63) Rousseau propõe que “Tal poder deve ser distinto e, sobretudo, subalterno à soberania, identificada com o poder legislativo que envolve a totalidade do corpo político”. O filósofo também não critica a ideia de representação e da economia reger a política.

Em primeiro lugar, a oposição rousseauiana à divisão dos poderes e à sua independência mútua, que eram pontos básicos das teorias de Locke e Montesquieu. Em segundo lugar, a recusa da ideia da representação, porque a vontade geral não pode ser representada pela mesma razão que não pode ser alienada. Em particular, o corpo político é chamado de um “être moral qui a une volonté”, e essa vontade geral é continuamente ameaçada pelas vontades particulares, pelas quais o membro do governo é em primeiro lugar ele mesmo, como indivíduo; depois, é magistrado; só por último, é cidadão. Nesse caso, as deliberações feitas para o interesse público ficam nas intenções ou na aparência. Rousseau critica a concepção de que a economia deve reger a política, porque seria mais um argumento para justificar o absolutismo, a pretexto de contribuir para a riqueza das nações. (RUZZA, 2007, p.63)

Outro pensador clássico da filosofia política moderna é Jean Bodin, que se debruçou sobre a soberania, um conceito que, segundo Weffort (2011), exerce influência nos modelos dos Estados atuais. De acordo com Veiga (2007, p.20), Bodin, destaca que “a soberania é o poder absoluto e perpétuo que é inerente à república”. Ao autor afirma que nenhum outro pensador havia ainda tratado deste conceito anteriormente, pensamento este que seria definidor dos sistemas políticos modernos.

Bodin é ele quem inova o pensamento sobre a organização do acúmulo intelectual relativo à vida civil ao propor a unidade do sistema dos conhecimentos políticos sob o império do conceito de soberania. A doutrina apresentada por Bodin permite reconhecer e identificar o Estado (poder público) como agente da política moderna e a distingui-lo de outras formas de organização anteriores. Assim, o Estado passa a ganhar o status de detentor do monopólio do exercício político. O conceito de Estado passa a contar com a definição de que o poder político concentra-se na figura do soberano como fonte última, desvinculado do conceito de governo. O governo, por sua vez, apresenta-se como o exercício material do poder público. (VEIGA, 2007, p.20)

As concepções sobre Estado e política dos diversos pensadores da filosofia política moderna são muito mais profundas e complementares entre si. Contudo, como não é esse o objeto maior deste estudo, optou-se por traçar um panorama resumido de seus principais preceitos. Foram eleitos como exemplos somente alguns desses filósofos devido à relevância e, principalmente, relação que têm com ideias que serão discutidas posteriormente.

2.1.2 A representação política na atualidade

Após olhar a perspectivas de pensadores da política clássica e dos filósofos políticos modernos, cabe então analisar o significado que a política tem atualmente. Não cabe aqui discutir a importância que ela tem para as sociedades, mas sim, entender de que maneira o seu emprego, utilizado em diferentes perspectivas, foi definidor para a formação e as transformações dos Estados Nações como conhecemos hoje.

Arendt (2002, p.7) define a política como um mecanismo que “trata da convivência entre diferentes. Os homens se organizam politicamente para certas coisas em comum, essenciais num caos absoluto, ou a partir do caos absoluto das diferenças”. Deste modo, a autora entende que a política está em todo lugar, não somente nos governos e nos Estados, mas no cotidiano das pessoas e na organização de diferentes instituições da sociedade onde se pretenda organizar algo. A autora entende que essa forma de se estabelecer controle tem como principal origem a formação da organização familiar e as relações de parentesco.

Enquanto os homens organizam corpos políticos sobre a família, em cujo quadro familiar se entendem, o parentesco significa, em diversos graus, por um lado aquilo que pode ligar os mais diferentes e por outro aquilo pelo qual formas individuais semelhantes podem separar-se de novo umas das outras e umas contra as outras. Nessa forma de organização, a diversidade original tanto é extinta de maneira efetiva como também destruída a igualdade essencial de todos os homens. (ARENDR, 2002, p.7)

A relação entre política e sociedade já é, em si, algo da própria natureza desses dois conceitos. Bobbio et al. (1998, p.175) afirmam que no século XX os estudos sobre as ciências políticas acompanharam de perto o das ciências sociais, sofrendo grande influência. Os autores destacam que, neste sentido, o local onde se viu um aprofundamento maior dos estudos sobre a política e seu impacto sobre as sociedades foram os Estados Unidos. Afirmam ainda que os estudos sobre a política, como conhecemos hoje, se iniciou na metade do século XIX, juntamente com um período bastante representativo para o estudo das sociedades, “que caracterizou justamente o progresso científico do século XIX e teve suas expressões mais relevantes e influentes no positivismo de Saint-Simon e Comte, no marxismo e no darwinismo social” (BOBBIO et al., 1998, p.175).

O momento de incredulidade e incredulidade a que a classe política passa perante o povo (fenômeno observado não somente no Brasil, mas em todo o mundo) é tratado por Hannah Arendt (2002) quando fala dos preconceitos que todos temos contra a política. A autora afirma que esse preconceito não é permanente, mas sim um resultado da falta de

prática que as pessoas têm em se mover politicamente e de entender, se ainda hoje, a política tem significado.

A pergunta de hoje não é simplesmente sobre o sentido da política, como antes se fazia, em essência, a partir de experiências não-políticas ou até mesmo antipolíticas. A pergunta atual surge a partir de experiências bem reais que se teve com a política, ela se inflama com a desgraça que a política causou em nosso século, e na maior desgraça que ameaça resultar delas. Por conseguinte, a pergunta é muito mais radical, muito mais agressiva, muito mais desesperada: tem a política algum sentido ainda? Na pergunta assim formula [...] mesclam-se dois elementos bem distintos: por um lado, a experiência com as formas totalitárias de Estado nas quais toda a vida dos homens foi politizada por completo, tendo como resultado o fato de a liberdade não existir mais nelas. Visto a partir daí, sob condições especificamente modernas, surge a pergunta se política e liberdade são compatíveis entre si, se a liberdade não começa apenas onde cessa a política, de modo a não existir mais liberdade onde a coisa política não encontra seu fim e seu limite em parte alguma. (ARENDR, 2002, p.14)

A ordem política mundial passou por diversas transformações durante o século XX. Desde as revoluções ocorridas nos séculos anteriores, tanto na França quanto na Inglaterra, passando pela Revolução Industrial e a consolidação dos Estados em nações, a política se norteou em torno da questão da democracia. Segundo Avritzer (2003) a disputa que ocorreu ao final das duas grandes guerras mundiais e depois, durante a Guerra Fria, envolveram dois debates. O primeiro, em torno do desejo de se ter a democracia como forma de governo; e o segundo, sobre as condições estruturais da democracia.

Na primeira metade do século, o debate centrou-se na desejabilidade da democracia. Se, por um lado, tal debate foi resolvido em favor da democracia como forma de governo, por outro lado, a proposta que se tornou hegemônica ao final das duas guerras mundiais implicou em uma restrição das formas de participação e soberanias ampliadas em favor de um consenso em torno de um procedimento eleitoral para a formação de governos [...] O segundo debate que permeou a questão no pós-segunda guerra mundial foi acerca das condições estruturais da democracia que foi também um debate sobre a compatibilidade ou incompatibilidade entre a democracia e o capitalismo. (AVRITZER, 2003, p.1)

Juntamente com o conceito de democracia, vem o da representação política. Pitkin (1972) destaca que para entender essa concepção deve-se lembrar que o desenvolvimento histórico das instituições modifica fortemente as relações dos representantes com os representados. Essa relação também depende do modelo de representação seguido pelos Estados, seja ele parlamentarista, monarquista, etc. A autora salienta que somente uma participação verdadeiramente democrática da população pode fazer que um governo seja realmente representativo.

Ao examinar as origens dos governos representativos, Manin (1995, pg.2) enumera alguns princípios que os caracterizam. O primeiro deles é de que os representantes são eleitos pelos governados. O autor salienta que, mesmo que haja outros fatores que possam

influenciar o voto, se um indivíduo não aprovar determinado governante, ele tem o poder de mudar seu representante. Manin também acredita que os representantes conservam uma independência parcial diante das preferências dos eleitores. Para o autor, “nesse aspecto reside uma grande diferença entre o governo representativo e a democracia, entendida como um regime de autonomia coletiva em que as pessoas submetidas a normas fazem as normas”. Outros elementos importantes são os de que a opinião pública sobre assuntos políticos pode se manifestar independentemente do controle do governo, e também que as decisões políticas são tomadas após debate.

Dentro desse contexto, Campilongo (1998, p.13) destaca que além dos políticos pautarem ações a partir da expectativa que estes acreditam que a população tem sobre eles, outros fatores influenciam essa conduta, ou seja, a representação não acaba com o fim do processo eleitoral. O autor recorre à obra "Carta aos eleitores de Bristol", de Edmund Burke (1774) para propor que a representação dos mandatos políticos pode ser classificada de acordo com determinado perfil que a constitua. Burke (1774 *apud* CAMPILONGO, 1998, p.13) separa essas singularidades de acordo com o foco e o estilo das representações. Observado a partir do foco, o autor entende a representação baseada no espaço, podendo ser local ou nacional. No que tange o estilo, o autor acredita que o comportamento do representante possa ser livre ou imperativo. Livre quando seguir a consciência do indivíduo; e imperativo quando for pautado de acordo com as instruções ou expectativas do eleitorado. O autor salienta ainda que atualmente, com o desenvolvimento das relações pessoais e institucionais, a representação baseada no foco ganha novas características: O autor cita pontos focais funcionais, como a religião, a etnia, fatores econômicos e até mesmo ideológicos. Os estilos também podem variar de acordo com as perspectivas do representante, que pode pautar suas ações também a partir das relações pessoais e institucionais formadas com outros atores e grupos do cenário político. Nesse sentido, o autor entende que a representação passa a se tornar virtual, com o representante se tornando um mero porta-voz dos segmentos sociais ou dos circuitos a que ele está inserido.

Os estilos do mandato político também não se resumem às formas de relacionamento eleito-eleitor: a representação política envolve um complexo e diferenciado jogo de influências onde estão inseridos partidos políticos, grupos de pressão, a burocracia estatal e forças sociais que sequer são representadas no Legislativo ou no Executivo. Ainda podemos falar em "foco" e "estilo" da representação, mas não no sentido que Burke atribuíra aos termos. Foco e estilo formam uma útil distinção para dissecar o conceito de representação, examinar os papéis desenvolvidos pelos componentes do sistema representativo e verificar a estrutura e a função desse sistema. (BURKE, 1774 *apud* CAMPILONGO, 1998, p.13)

Além do estilo de mandato e da forma como o representante gere suas ações é necessário observar também como o indivíduo acumula o capital político necessário para se eleger e se manter no cargo. Bourdieu (1989) afirma que esse capital é simbólico, visto que é firmado na crença e na confiança que o cidadão tem no candidato, aquilo que legitima o político a atuar como representante. Em sua análise, o autor elabora os perfis genéricos desses capitais, de acordo com características econômicas, sociais e culturais. Segundo Miguel (2003, p.7) “embora Bourdieu não tenha desenvolvido uma catalogação exaustiva das formas do capital político, é possível elaborar, a partir de suas categorias, uma divisão tríplice”. Um deles seria o capital delegado, que é detido por uma instituição, como no caso de sacerdotes, professores ou funcionários de empresas. Nesse tipo de situação, o político recebe o capital da organização a qual está vinculado. Há também o capital convertido, aquele em que o indivíduo conseguiu em outra área de atuação e consegue transferir para o meio político, como médicos, esportistas, artistas, empresários. Bourdieu (1989) acredita que dentro do capital convertido pode se encontrar inserido o capital econômico, importante ferramenta dentro do cenário político. O autor destaca também o capital heroico, produto do capital convertido, onde o indivíduo consegue adquirir seguidores pela sua trajetória de vida e notabilidade dentro da sociedade. Segundo Miguel (2003), por suas diferentes características sociais e políticas, no Brasil essa lógica sofre algumas pequenas modificações.

O capital delegado, entendido como o capital originário do próprio campo político e/ou estatal. Isto é, a notoriedade advinda de mandatos eletivos anteriores, da ocupação de cargos públicos (de confiança) no Poder Executivo e da militância partidária; capital convertido, ou seja, a popularidade conseguida em outros campos e deslocada para a política e também a transferência do capital econômico, por meio de campanhas eleitorais dispendiosas. Para o político do tipo “capital delegado”, a carreira política faz-se paulatinamente, começando com os cargos eletivos mais baixos (Vereador); ou então, após longas estadas em cargos públicos ou partidários [...] O político do tipo “capital convertido”, por outro lado, possui grande capital não político e busca convertê-lo de modo a logo alcançar uma posição mais elevada. (MIGUEL, 2003, p.7-8)

Há também a figura do chamado “parlamentar de opinião”, aquele que tem grande parte de seu capital político adquirido pela proximidade a determinada ideologia empregada ou disseminada pelo indivíduo. Essa representação política pautada no plano das idéias, mesmo que direcionada a interesses previamente definido, se distinguem das demais formas representativas por não atentar-se diretamente a interesses locais, ou seja, “se destituem de comprometimentos “provincianos”, os quais poderiam ser qualificados como clientelistas ou arcaicos” (MESSENBURG, 2008, p.30).

A questão da prestação de contas ao eleitor à população também deve ser observada quando se discute o conceito de representação política. A “amostragem”, tanto de

ações dos atores políticos, quanto de representantes de organizações, recebeu o nome de *accountability* “um sentido genérico de prestação de contas e fiscalização. Alguns autores atribuem esse fato à fragilidade da democracia do Brasil e de outros países” (PONTES, 2008, p.37). Para a construção de uma representação verdadeiramente democrática, é necessária a utilização de meios que favorecem a transparência das atividades públicas. Ao analisar as dimensões desse conceito através da concepção de O’Donnell (1998), Pontes (2008) afirma que a *accountability* é um mecanismo efetivo de controle social, visto que favorece a cidadania e a participação social no meio político. Nesse sentido, a autora destaca três tipos de *accountability*, a vertical, a horizontal e a societal.

A accountability vertical é caracterizada pela realização de eleições livres e justas, sendo o voto o meio pelo qual os cidadãos podem premiar ou punir o mandatário na eleição seguinte. A accountability horizontal é caracterizada pela existência de agências estatais de controle dispostas a supervisionar e, até, punir ações de outras agências. A accountability societal vem ampliar significativamente o conceito da vertical, sendo caracterizada como forma de atuação da sociedade no controle das autoridades políticas, com ações de associações de cidadãos e de movimentos, com o objetivo de expor os erros governamentais e ativar o funcionamento das agências horizontais. (O’DONNELL, 1998 apud PONTES, 2008, p.39)

Pelas características do sistema eleitoral brasileiro, as medidas fiscalizatórias ganham ainda mais importância. “Sendo o exercício do voto realizado pelos eleitores com base nas características pessoais dos candidatos, e não dos partidos, o que vai necessariamente fazer com que o controle da atividade do parlamentar também seja feita de maneira personalizada” (NICOLAU, 2002 apud PONTES, 2008, p.44). Contudo, Miguel (2003) alerta que a representatividade democrática efetiva somente será legítima se as minorias puderem ter voz ativa na sociedade e participando dos debates que formulam as diretrizes dos Estados.

Para o bom funcionamento da accountability vertical, que exige formas de empoderamento dos cidadãos comuns, é imprescindível para que interesses e opiniões dos diferentes grupos sociais estejam presentes nas esferas decisórias; mas as perspectivas não são contempladas dessa maneira. Elas demandam presença política; se integrantes dos diversos grupos não participam do debate, os aspectos da realidade aos quais eles tornaram-se sensíveis, com base em suas experiências de vida, não serão levados em consideração. (MIGUEL, 2003, p.36)

A prestação de contas também é utilizada como ferramenta de divulgação do trabalho dos parlamentares e consequente propaganda de suas atividades. Muitas vezes, os políticos procuram mostrar que estão fazendo o que prometeram durante as eleições, ou até mesmo cumprindo aquilo que as pessoas que o apoiam esperam que ele faça.

Essa accountability também pode ser entendida como estratégia de propaganda, com vistas ao incremento da confiança e, por consequência, à conexão eleitoral, já que as informações sempre dizem respeito à competência dos deputados em conseguir atender às demandas de seus eleitores, tanto em nível nacional como local. Ainda que, por motivos óbvios, os sites não veiculem informações negativas a respeito de

seus protagonistas, a prestação de contas contínua sobre a agenda e as tomadas de posição dos representantes deixam claras as possibilidades de accountability. (BARROS; BERNARDES; RODRIGUES, 2015, p.13)

No Brasil, segundo Bavaresco et al. (2014), a representação realmente democrática no país somente pode ser percebida no início dos anos de 1930. “Foi a partir da transição da Primeira República (1889 – 1930) para a Segunda República (1930 – 1945), que a representação política deixou de ser um privilégio das elites econômicas, sendo discutida também pelas classes médias baixas”. O autor afirma que a tentativa de impor governos democráticos no país durante o século XX resultou em regimes autoritários e despóticos baseados no integralismo e no positivismo. Contudo eleições realmente democráticas somente puderam ser realizadas depois do fim do período da Ditadura Militar, com a promulgação da Constituição de 1988.

Após a Constituição de 1988, boa parte do corpo político do Brasil passou a dedicar esforços para a efetivação de uma democracia participativa, implementando políticas públicas de inclusão e de compensação, além de leis que resguardem o direito de liberdade de expressão. Porém, estes esforços nem sempre acompanham a evolução da sociedade. (BAVARESCO; PORTO; SANTOS, 2014)

A representatividade apresenta variadas características também devido às distintas formas de escolha do representante, além das próprias peculiaridades de cada sistema representativo. Atualmente no país, a escolha é feita através do voto direto. Para os cargos de Presidente da República, Governador de Estado e do Distrito Federal, Prefeito e Senador, os representantes são eleitos através de eleições majoritárias, isto é, com a obtenção da maioria absoluta dos votos. Já para os cargos de Deputado Federal, Estadual Distrital e Vereadores, os candidatos são eleitos pelo voto proporcional.

Segundo Nicolau (1992), “apesar da especificidade dos vários sistemas eleitorais, em geral eles podem ser reunidos em dois grandes grupos: os que utilizam a fórmula majoritária e os que utilizam a fórmula proporcional”. O autor destaca que as eleições majoritárias são realizadas, normalmente, para eleger um único representante, através da maioria simples. Já a fórmula de representação proporcional (RP) visa a distribuição de cadeiras de acordo com a votação que os partidos dos parlamentares obtiveram no pleito eleitoral. No sistema eleitoral vigente no Brasil atualmente, pode-se votar em um candidato ou somente no partido, através da chamada lista aberta. Os candidatos com mais votos dentro de um partido ou coligação preenchem as vagas.

A escolha do sistema eleitoral a ser adotado por um país mostra-se decisiva para a apresentação de algumas das características básicas do sistema político como, por exemplo, a fragmentação partidária do Legislativo, os custos das campanhas, a formação de maiorias e a identidade entre o eleito e o eleitor. Depreende-se daí a sua

importância para os arranjos políticos realizados nesse nível. (GELAPE; PEREIRA, 2015, p.2)

No caso da eleição para vereador o quociente eleitoral define os partidos e/ou coligações que têm direito a ocupar as vagas em disputa. “Determina-se o quociente eleitoral dividindo-se o número de votos válidos apurados pelo de lugares a preencher em cada circunscrição eleitoral, desprezada a fração se igual ou inferior a meio, equivalente a um, se superior” (TSE, 2016). Já o quociente partidário calcula o número inicial de vagas que o partido ou coligação terá direito caso tenham alcançado o quociente eleitoral. O quociente partidário dos partidos ou coligações é obtido dividindo-se pelo quociente eleitoral o número de votos válidos dados.

A regra procura garantir um equilíbrio entre o número de eleitores do partido e a representação parlamentar. Isso pode ocorrer por voto único transferível e representação proporcional de lista [...] Os eleitores votam independentemente do partido de cada candidato. Vencem os candidatos que atingirem determinada quota de votos em cada circunscrição. Os votos recebidos além da quota são transferidos proporcionalmente ao segundo nome da coligação mais indicado pelos eleitores. (GONÇALVES, 2016)

Esse sistema possibilita que, em alguns casos, o candidato não seja eleito, mesmo obtendo mais votos que outro, de um partido diferente, registre em determinado pleito. Uma crítica feita a essa forma de representação é o papel do chamado “puxador de votos” que atinge uma quantidade de votos suficientes para eleger outros da mesma coligação ou partido. Acentua-se assim a figura no parlamentar/candidato em detrimento a do partido.

2.2 MEDIATIZAÇÃO E POLÍTICA

O continuo desenvolvimento tecnológico e o conseqüente surgimento de novas plataformas comunicacionais, fez com que a velocidade do fluxo de informações aumentasse através das diferentes mídias possibilitando que a interações pudessem ser feitas através das mais variadas formas. O rádio, a TV e o impresso, meios de comunicação de massa que por décadas foram as principais fontes de comunicação entre indivíduos, passam a dividir esse espaço com a Internet. A expansão da rede mundial de computadores no final do século XX, acompanhada de inovações tecnológicas e de dispositivos móveis, fez com que as informações pudessem chegar a locais onde os meios tradicionais e por vezes obsoletos já não conseguiam atingir.

Um dos principais objetos de estudo de quem analisa a influência que a mídia desempenha nas instituições, a chamada midiaticização, é compreender como essa interferência se dá em sociedades distintas. Para Hjarvard (2012), o fenômeno da midiaticização interfere no funcionamento de instituições sociais em níveis diferenciados, dependendo do contexto cultural e histórico em que determinada sociedade estiver inserida. O autor defende ainda que, para definir o grau de interferência da mídia nas transformações as quais o grupo social passa, é preciso que haja uma investigação empírica.

A midiaticização pode facilitar tendências muito diferentes da sociedade tanto em nível micro quanto macro. Estas incluem globalização, individualização, nacionalização e localização. Qual tendência predomina dependerá do contexto específico, isto é, da instituição ou atividade social em questão. As consequências mais precisas da intervenção dos meios de comunicação, no entanto, terão que ser exploradas empiricamente através da investigação da interação das instituições e meios de comunicação em um contexto histórico e cultural. (HJARVARD, 2012, p.85)

Assim como Hjarvard, Thompson (1998) também procura relacionar o desenvolvimento das sociedades modernas com a mídia. O autor ressalta que antes do desenvolvimento das mídias, as culturas tradicionais se encontravam presas em suas raízes dentro de um espaço geográfico reduzido. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, o autor entende que a questão espacial já não mais interferia, fazendo com que houvesse uma troca de informações e de experiências culturais, tornando as expressões culturais menos enraizadas.

Com o desenvolvimento gradual dos meios de comunicação, as tradições foram, aos poucos, tornando-se desenraizadas [...] O elo que mantinha as tradições ligadas a locais específicos de interação face a face, foi se enfraquecendo. Assim, as tradições começaram a ser deslocadas, perdendo a ancoragem na vida cotidiana, reincorporando-se a novos contextos, havendo uma mudança na em sua natureza e também no seu papel. Essas mudanças estão ligadas à modificações dos modelos de comunicação que interferem de forma preponderante nas transformações das instituições sociais, econômicas e políticas. (THOMPSON, 1998, p.77)

Thompson destaca ainda que o indivíduo experimenta na mídia aquilo que não pode encontrar no seu dia-dia, havendo assim a formação do self como resultado da constante relação das fórmulas simbólicas midiáticas. O autor afirma ainda que essas transformações são benéficas, visto que ofertam novos elementos para a construção da identidade do indivíduo. Contudo, salienta Thompson, o sujeito torna-se muito mais suscetível à dependência midiática e absorção de conteúdos simbólicos de manipulação do indivíduo.

A midiaticização pode ser sentida também dentro do contexto da política, espaço aonde o conhecimento sobre as interações comunicacionais vai se tornando fundamental. Segundo Miguel (2002, p.1), “o contato entre líderes políticos e sua base, a relação dos

cidadãos com o universo das questões públicas e mesmo o processo de governo sentiram, e muito, o impacto da evolução tecnológica da mídia”. A necessidade de se entender como se dá o funcionamento dos meios de comunicação, o trabalho dos jornalistas e a maneira com que são feitas as escolhas das informações que serão veiculadas, passa a ser imperativa tanto por parte dos políticos quanto dos profissionais que com eles trabalham. Por outro lado, cabe também aos jornalistas e demais profissionais de mídias entenderem que são construtores de uma realidade social, constituída através das informações e discursos formulados pela mídia.

No cenário atual, os meios de comunicação atuam como “regentes”, definindo normas de apresentação das atividades dos políticos e também dos partidos. Para Biroli e Miguel (2010), o papel das mídias e das novas tecnologias no universo político ganha mais importância. “As novas técnicas de marketing político andam lado a lado com as tradicionais estratégias de aproximação física e emocional do candidato com o eleitorado”. Gomes (2004, p.154) discute a importância da associação das atividades promovidas pelos políticos acerca das representações construídas. “Chegamos à definição ou compreensão da personalidade, porque atribuímos os atos e expressões que vemos a uma disposição estável interior, porque as reconhecemos como suas marcas duradouras, literalmente, como o seu caráter”. Assim, quando um assunto de interesse for tratado pelos meios de comunicação, a imagem do político seria imediatamente lembrada e relacionada ao tema de interesse.

Como processo, a constituição da imagem pública é mantida como fator vital à visibilidade e reconhecimento de “instituições e sujeitos da política” (partidos, governos, políticos, ideologias, governantes), neste trabalho denominado “sujeitos políticos”. Trata-se de um processo de construções e desconstruções de verdades, realidades e de legitimidade, tanto de quem fala sobre si próprio, como sobre os próprios espelhos – mídias, espaços, palcos. (WEBER, 2004, p.262)

Com um espaço maior de exposição de suas idéias e ações, proporcionado pela diversidade das mídias, deve haver uma preocupação por parte dos parlamentares em fazer com que o conteúdo de informações de seu interesse seja transmitido de maneira eficaz. Antes de analisar quais seriam as técnicas utilizadas pelos profissionais das mídias, que bem entendidas pelos políticos, poderiam servir de ferramenta para melhor explorar o espaço midiático. Neste sentido, Leal e Tenório (2015) entendem que a política está inserida dentro do contexto da mídia como mercadoria, assemelhando-se à lógica da produção industrial. Dentro desse cenário, a figura do político tem um enfoque cada vez maior em detrimento dos partidos, e sua imagem é trabalhada através da espetacularização dentro da chamada “Indústria Cultural”. Esse conceito foi formulado no livro “Dialética do esclarecimento”, de Theodor Adorno e Marx Horkheimer. Ao analisar a obra, Santos (2014, p.2) afirma que essa Indústria Cultural “transfere as características da dominação da técnica para os bens culturais

na modernidade, adaptando os produtos a um consumo de massa aliado aos interesses do capital para construir um grande sistema”. As mensagens são enunciadas não mais como simples informações, mas como um produto previamente planejado e que visasse um resultado perante o público.

As mensagens políticas são emitidas aqui não mais como mero conjunto de informações, mas como produto planejado, construído em massa e com dados minuciosamente escolhidos em vista de um público já diagnosticado em suas características e, principalmente, em seus gostos e desejos. Estas mensagens surgem agora como mercadoria, especificadamente produzida em vista de um público consumidor. O fazer político passa a depender então dessa indústria a fim de atingir seus objetivos. Planejamento, produção em massa, projeção de mercado consumidor. Estas e outras características presentes na comunicação política guardam grande identidade com um outro conceito muito bem conhecido no campo comunicacional: o de indústria cultural. A mídia surge aqui, assim como na definição de Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985), como uma verdadeira fábrica de conteúdos (informações, notícias etc.), tudo isso inserido num mercado maior, com produtores e consumidores bem definidos. (LEAL; TENÓRIO, 2015, p.1)

Com esse universo de informações sendo constantemente exposto perante o público e a necessidade de se produzir conteúdo como mercadoria, o conhecimento por parte dos políticos ou assessorias de como são feitas as escolhas nas notícias e os possíveis enfoques que serão dados a elas, pode ser determinante para conseguir a publicidade desejada. Além de apresentarem processos de escolha de notícias diferentes, cada veículo tem um enfoque sobre determinados assuntos, apresentando um enquadramento que vá ao encontro de sua linha editorial. Realizando este enquadramento e escolhendo o enfoque das informações que serão oferecidas ao público, os meios de comunicação acabam se tornando um tipo de definidor da agenda pública. A esse conceito se dá o nome de agenda-setting. Dearing e Rogers (1996) concebem o agendamento dentro do contexto político através de três funções distintas. A primeira seria o que é discutido pela mídia, agenda midiática; outra função é perceber questões relevantes para a população, a agenda pública; a terceira seria a agenda política, assuntos de interesse dos parlamentares. Para McCombs (2004, p. 19), “enquanto muitos temas competem pela atenção do público, somente alguns são bem-sucedidos em conquistá-lo, e os veículos noticiosos exercem influência significativa sobre nossas percepções sobre quais os assuntos mais importantes”. Segundo Azevedo (2004) a principal ideia dessa concepção é que a mídia define quais atores ou temas relevantes para a notícia, estabelecendo pertinências e a constituindo atributos negativos ou positivos sobre esses temas.

Em relação à composição e formação da agenda da mídia, a investigação tem como objeto de estudo os itens (temas ou assuntos) publicados ou veiculados pelos meios de comunicação de massa, num determinado período de tempo, bem como a hierarquia estabelecida entre eles. Estes itens, denominados “salience” (proeminências), constituem a unidade de análise da pesquisa nesta etapa e a

operação básica requerida nesta fase é, obviamente, o reconhecimento e a quantificação dos temas presentes em órgãos da imprensa previamente selecionados, visando à elaboração de uma escala de proeminências. Esta escala de proeminências, considerada num período de tempo pré-determinado, é tomada como a agenda da mídia. (AZEVEDO, 2004, p.55)

Já o conceito de enquadramento tem sido utilizado para compreender as maneiras pelas quais os profissionais da mídia fazem seus recortes e os transformam em notícias. Observando a análise de Erving Goffman sobre o enquadramento, Hangai (2012, p.2) define o conceito como “uma limitada estrutura cognitiva empregada subjetivamente pelo indivíduo a fim de que este possa atribuir significados aos objetos e aos acontecimentos físicos e abstratos que o cercam”. Isso significa que algo pode ser escrito ou transmitido de um modo peculiar a partir do ponto de vista de uma pessoa ou grupo, enquadrando em um tempo ou espaço no qual a mensagem fará um sentido.

Parto do princípio de que as definições de uma situação são construídas de acordo com princípios de organização que governam eventos – pelo menos os sociais – e o nosso envolvimento subjetivo neles; enquadramento é a palavra que eu uso para referir-se a um destes elementos básicos, tais como sou capaz de identificar. Esta é minha definição de enquadramento. Minha expressão análise do enquadramento é um slogan para referir-me, nesses termos, ao exame da organização da experiência. (GOFFMAN, 2006, p. 11)

Hangai (2012, p.2) afirma ainda que, para Goffman, a percepção de algo se torna real dependendo da perspectiva que se adota. “Goffman afirma que esse quadro de percepção subjetiva está posicionado em um mundo fervilhante de acontecimentos laterais e simultâneos que se constituem como pistas paralelas à atividade enquadrada”. Após se fazer a definição dos quadros, os indivíduos devem exercer papéis que representem a realidade da atividade que foi enquadrada.

Pode-se falar de um ponto de vista particular que delimita as atividades, enquadrando-as no espaço e no tempo enquanto delas se extrai algum sentido plausível que possa ser incorporado à experiência. O quadro, entretanto, não deve ser confundido com uma interpretação generalizada de vários indivíduos, mas sim como um esquema interpretativo único e pessoal que cada um aplica sobre uma determinada faixa de atividade. Trata-se, então, de uma capacidade subjetiva de ordenar as peças detectadas pela percepção e transformá-las em conjuntos significantes diante da consciência individual. (HANGAI, 2012, p.2)

Tuchman (1978) observa o pensamento de Goffman sobre o enquadramento através da perspectiva do jornalismo como instrumento de formação social. Carvalho (2009) afirma que, para Tuchman, o enquadramento funciona como parte de um panorama de compreensão do jornalismo mais elaborado.

O jornalismo como prática institucionalizada, os constrangimentos organizacionais daí derivados, a visão dos jornalistas sobre o que é notícia – resultado da perspectiva que eles têm sobre a própria profissão – e a tendência que as notícias têm de

privilegiar posições ideológicas hegemônicas, reforçando a manutenção do status quo, dentre outros fatores, são fundamentais para uma compreensão dos modos como são promovidos os enquadramentos. (CARVALHO, 2009, p.5)

Além da importância do enquadramento, ao analisar as relações entre o contexto político e a comunicação, deve-se destacar o chamado efeito priming, que remete à capacidade de que os diferentes meios comunicacionais têm em influenciar os parlamentares a partir do que está impregnado na memória ou imaginário da população. Para Diego Senise (2015, p.7), o priming “ocorre no momento de recepção de estímulos que afetam a percepção, o julgamento e/ou comportamento dos sujeitos, mesmo que eles não se lembrem do estímulo ou nem percebam sua influência”. Por meio de correlações entre assuntos previamente conhecidos pelo indivíduo e guardados na memória, o eleitor faz a junção com a informação recebida pelo meio de comunicação, influenciando na percepção que irá ter sobre determinado conteúdo. Sheaffer e Weiman (2005) concebem o priming como um prolongamento da agenda-setting visto que, para os autores, quando determinadas informações ganham maior destaque pela mídia, há uma hierarquização dos temas, fazendo com que o indivíduo conceba como de maior relevância aquelas mensagens que lhe foram oferecidas de maneira mais sistemática. Cervi (2010) conclui que, nesse sentido, o enquadramento ativa o priming para gerar o efeito desejado, neste caso a avaliação dos governantes, havendo uma predisposição do público para receber essas imagens.

A forma como a memória saliente será activada por determinados conteúdos é o que condiciona o julgamento de actos dos governantes. Trata-se, portanto, de uma hipótese a respeito dos efeitos das notícias no público com inspiração psicológica, o que torna a discussão mais complexa do que o simples encadeamento de consequências, do tipo: informação transmitida sobre um tema (agendamento) e com determinada conformação (enquadramento) leva a dado efeito no público – reconfiguração da agenda de debates públicos. (CERVI, 2010, p.146)

As inovações tecnológicas fazem com que novos hábitos sejam criados transformando as formas através das quais os políticos promovam interações comunicacionais com a população. Deste modo, cresce a necessidade dos parlamentares e de suas equipes em conhecer o cotidiano e as técnicas utilizadas para a escolha e o enquadramento das informações que serão repassadas à população. Neste sentido, torna-se necessária a crescente profissionalização dos assessores que lidam com a comunicação dos políticos.

2.3 ASSESSORIA POLÍTICA: CONHECENDO PARA TRANSFORMAR

Neste subcapítulo pretende-se conceituar a atividade do assessor de imprensa e mostrar sua importância para o trabalho no contexto da política nos dias de hoje. Além disso, há a preocupação de elucidar como as transformações tecnológicas e as redes sociais fazem com que o trabalho deste profissional se aperfeiçoe constantemente.

2.3.1 A assessoria política.

A estruturação das atividades de assessoria de imprensa se deu no início do século XX. Segundo Chaparro (2003), no ano de 1906 o jornalista americano Ivy Lee construiu um escritório nos Estados Unidos que oferecia serviços voltados para a comunicação de seus clientes, realizando atividades que cuidavam da imagem pública. O trabalho de Lee ficou destacado após modificar a imagem, até então denegrada, do empresário John Rockefeller. Após o sucesso deste trabalho, Lee ficou conhecido no meio jornalístico por oferecer informações à imprensa sobre seus assessorados e promover uma maior interação entre a mídia e suas fontes.

Somos mais ou menos herdeiros de um americano chamado Ivy Lee. Em 1906, ele inventou a atividade especializada que hoje chamamos de assessoria de imprensa ou assessoria de comunicação. Com um bem sucedido projeto profissional de relações com a imprensa, a serviço de um cliente poderoso, Ivy Lee conquistou por direito e mérito, na história moderna da comunicação social, o título de fundador das relações públicas, berço da assessoria de imprensa. Ou vice-versa. (CHAPARRO, 2003, p.34-35).

Segundo Sartor (2008, p.2) desde Ivy Lee, “verifica-se uma crescente preocupação, por parte das organizações, em ocupar espaços na mídia, especialmente aqueles destinados à informação jornalística, como forma de obter reconhecimento público e legitimidade social”. O autor afirma que tanto personagens públicos quanto as organizações perceberam a importância de se noticiar suas atividades visando a interação com a sociedade e uma maior visibilidade dos bens ou informações que pretendem oferecer. No Brasil, segundo Nascimento (2010, p.76) o desenvolvimento das assessorias dentro da comunicação organizacional se deu no início do século XX com a chegada de grandes empresas canadenses do setor energético. Contudo, foi nos anos de 1950, durante o governo de Juscelino Kubitschek, o período de maior avanço do setor, devido à chegada de agências de publicidade que vieram dos Estados Unidos. A autora afirma que no ano de 1967, para organizar melhor o setor, os profissionais da área criaram “a Associação Brasileira dos Editores de Revistas e Jornais de Empresas (Aberje) que, desde 1987, é conhecida com Associação Brasileira de Comunicação Empresarial”.

Duarte (2003, p.1) entende que a atividade da assessoria de imprensa “busca, essencialmente, atender às demandas por informação relacionadas a uma organização ou fonte em particular”, baseando-se na coordenação do fluxo de informações e do relacionamento entre a imprensa e o assessorado.

O assessor de imprensa tem o desafio de manter a competência na atividade original e, ao mesmo tempo, assumir a ampliação das responsabilidades e possibilidades como comunicador em um ambiente volátil, em transformação permanente e de enorme potencial. Independentemente da amplitude de atuação, permanece com a saudável responsabilidade de ampliar o ambiente de transparência, qualificando os relacionamentos e agilizando os fluxos de informação de maneira a que a comunicação seja mais efetiva em benefício da organização e da sociedade. (DUARTE, 2003, p.16)

Duarte (2003, p.8) afirma ainda que, com o aperfeiçoamento das atividades dos assessores, os profissionais passaram a se tornar intermediários mais qualificados entre a mídia e a fonte, incentivando o fluxo de informações mais transparentes e fazendo com que os jornalistas possam aproveitar ao máximo o que lhe é repassado. “De um lado, auxiliavam os jornalistas, ao fornecer informações confiáveis e facilitar o acesso. De outro, orientaram fontes na compreensão sobre as características da imprensa”. O autor ressalta também que no início das atividades de assessorias de imprensa no Brasil, houve uma migração de jornalistas que trabalhavam nas redações para exercerem funções de assessores de organizações ou figuras públicas.

A migração de jornalistas para áreas diversificadas, fora do mercado tradicional das redações, foi impulsionada pela ação competente em assessorias de imprensa iniciada na década de 1980. Em 1993 o Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal calculava que metade dos 25 mil jornalistas brasileiros atuava na comunicação institucional, índice que deve ter aumentado significativamente, embora continuem não existindo dados confiáveis. Durante o processo de redemocratização nos anos 80, o uso da informação e o estabelecimento de relacionamentos adequados com diferentes públicos passaram a ser fundamentais para as organizações brasileiras. (DUARTE, 2003, p.1)

Contudo, Duarte (2003, p.8) lembra a obtenção de credibilidade dos assessores foi um processo árduo, tanto perante as redações quanto aos próprios assessorados. “Não apenas os jornalistas, mas muitas organizações e dirigentes precisaram ser conscientizados para o papel e atribuições do assessor, numa árdua conquista de território para a implantação de uma cultura adequada de relacionamento com a imprensa”. A crescente profissionalização dos assessores de imprensa aliada às inovações tecnológicas fez com que a importância da comunicação se sobressaísse. “A comunicação deixa de ser perfumaria, para assumir status de um complexo poderoso, intrinsecamente vinculado à chamada estratégia negocial”. (BUENO, 1995. p. 9).

Com o desenvolvimento das assessorias seguindo formatos jornalísticos, possibilitou-se uma maior produção de notícias sobre as instituições e os assessorados, facilitando o trabalho dos jornalistas que trabalham com limitações de tempo, infraestrutura e pessoal. Essa realidade fez com que as assessorias fossem ganhando credibilidade além de encurtar a distância entre as fontes e os profissionais da mídia. Para Salles (2004, p.17), de um modo geral, os jornalistas “aprenderam que podem confiar nos assessores, pois eles sabem sobre o que estão falando, e também podem agilizar o acesso a fontes especializadas e/ou autoridades”. Lopes (2003, p.10), acredita que as assessorias se tornaram fundamentais para os meios de comunicação, apresentando-se como “um dos quatro principais blocos de referência para o exercício do jornalismo, ao lado dos meios impressos, da tevê e do rádio”. A relação entre os profissionais que atuam nos meios de comunicação e os assessores apresenta também como características na atualidade, a defesa da transparência entre esses dois atores.

A conquista da confiança entre eles se consolida quando o assessorado ganha status de excelente fonte de informação. E essa relação da conquista de confiança também se estende para os demais públicos afins. Com o advento do Código do Consumidor, da criação dos Serviços de Atendimento ao Consumidor e da figura do Ombudsman/Ouvidor, novas tecnologias de informação (Internet, ipod, celulares etc), não há mais como se privar de estabelecer canais de comunicação eficientes, sob pena de se perder mercado, credibilidade e estar fadado ao insucesso. (FENAJ, 2007, p.9)

Pensando em um panorama mais ampliado, Chínem (2003, p.10) traça o perfil do profissional que atua na Assessoria de Imprensa como sendo o de “um intermediário entre as informações disponíveis em uma organização e os diversos públicos que ela atinge, realizando, dessa forma, tarefas tão importantes e complexas quanto a dos colegas jornalistas atuantes nos veículos de comunicação”. O autor afirma que, com o desenvolvimento tecnológico, estamos vivendo em uma era de “comunicação total”, com um fluxo de informações dinâmico e quase instantâneo. Dentro desse contexto, o autor acredita que a formação do jornalista que trabalha dentro de uma assessoria de imprensa deva ser a mais completa possível, podendo assim atender às diferentes demandas dos meios de comunicação.

A Assessoria de Imprensa está dentro do negócio maior da comunicação. E o jornalista deve aprender a trabalhar com os conceitos e as ações de relações públicas, publicidade, design, recursos humanos e outras ferramentas poderosas de construção de imagem. No fundo, ele deve sair de uma visão atrasada e corporativista e praticar a comunicação organizacional de forma integrada. E, mais do que isso, participar profissionalmente de um mercado que movimento, no Brasil, anualmente, bilhões de reais. (CHÍNEM, 2003, p.12)

Chínem (2003, p.96) entende que um serviço de assessoria de imprensa pode ser criado para qualquer ramo da sociedade que tenha o interesse de divulgar algum tipo de informação, “Capital, trabalho, política e cultura-entretenimento foram áreas em que o fator

notícia manifestou-se com maior frequência nos últimos tempos”. O autor afirma que quando um trabalho desse tipo é voltado para assessorados do meio político, os profissionais de comunicação devem ter o cuidado no que se refere a ideologias e posições partidárias, não deixando que a atividade seja influenciada pelas posições daquele a quem está se prestando o serviço.

Quando se presta um trabalho de assessoria de imprensa para um político é bom que fique bem claro que quem fez a opção partidária e ideológica foi o político, nunca o jornalista. Se um profissional de comunicação se deixa influenciar e começa a sentir que é procurado como fonte pelos colegas e confundido com o político, sentindo-se no direito de dar declaração, então é esse o momento de ele partir para outras ações de comunicação. Está na hora de voltar para o seu lugar. (CHINEM, 2003, p.96)

Quando se fala em assessoria de imprensa dentro da política ou voltada para os atores que atuam dentro dela, é necessário, primeiramente, salientar que esta atividade tem uma relação próxima com a comunicação governamental. Contudo, estes dois conceitos são diferentes, mesmo que atuem dentro de um mesmo contexto. Como Duarte (2007, p.3) afirma, a comunicação pública que pode ser traduzida como governamental, se refere ao fluxo de informação existente entre temas de interesse coletivo. “O campo da comunicação pública inclui tudo que diga respeito ao aparato estatal, às ações governamentais, partidos políticos, terceiro setor e, em certas circunstâncias, às ações privadas”. Brandão (2012) entende que esse tipo de comunicação é voltado para a prestação de contas, constituindo uma ferramenta de formulação da agenda pública, visto que os governos levam ao conhecimento da população as atividades que estão sendo desenvolvidas, ações que são de interesse público.

Já a comunicação política se refere ao parlamentar propriamente, mostrando as ações do governante e direcionando as informações de acordo com o enfoque pretendido. “A comunicação política trata do discurso e ação de governos, partidos e seus agentes na conquista da opinião pública em relação à idéias ou atividades que tenham a ver com poder político, relacionado ou não a eleições” (DUARTE, 2007, p.3). É importante destacar que a comunicação política vai além da comunicação governamental, eleitoral e do marketing político, mesmo que esteja inserida dentro do mesmo ambiente.

A comunicação pública se articula com a comunicação política na esfera pública, como local de interação social de todos os agentes e interesses envolvidos. Nesta esfera, transitam os recursos humanos (cidadãos, políticos e eleitores), físicos (suporte de comunicação massiva, tecnologias interativas e convergentes), econômicos (capital, ativos em geral), comunicacionais (discursos, debates, diálogos estruturados dentro e fora das mídias massivas e recursos interativos). (MACEDO; MANHANELLI, 2008, p.9)

O trabalho do profissional de comunicação que atua dentro da assessoria de comunicação de um político é complexo e diversificado. Segundo Rodrigues (2010, p.25), além da tarefa básica da disseminação das informações sobre o assessorado para a imprensa, o assessor tem a responsabilidade de cuidar do relacionamento com a mídia, “acompanhamento de entrevistas, o apoio e geração de eventos para dar maior visibilidade ao cliente, o levantamento de pautas e a criação de planos estratégicos de comunicação, objetivando sempre uma imagem positiva de seu assessorado”. Através desse trabalho, o profissional da assessoria de imprensa poderá nortear a relação entre a imprensa e o político, estabelecendo a abertura de informações a que cada jornalista ou meio de comunicação terá acesso. Essa relação é feita através de uma “via de mão dupla”, onde os jornalistas conseguirão, progressivamente, obter fontes confiáveis, e os assessores conseguirão promover melhor as atividades de seu assessorado perante a mídia.

As fontes na área política ajudam a imprensa a antecipar o que ocorrerá, relatar o que se passou, a explicar e analisar os acontecimentos. A importância de ter informação relevante e confiável faz com que questões de cargo, inteligência, caráter, honestidade ou competência não sejam fundamentais. Os jornalistas, em geral, possuem como critérios para definir como “fonte” a pessoa que: a) possui informações novas e de interesse do público do veículo (item fundamental); b) é confiável; c) facilita o acesso; d) apresenta bem as informações. O ator político ou agente público que consegue reunir mais atributos é notícia sempre. (DUARTE, 2006, p. 273)

Para Rodrigues (2010, p.25) a assessoria de imprensa deve, além de se preocupar com a imagem passada pela imprensa em geral, se atentar também à imagem das várias atividades do seu assessorado perante o público. Contudo, segundo a autora, tanto a transmissão de uma imagem positiva quanto a geração da visibilidade do trabalho do parlamentar serão impulsionadas pela quantidade de notícias que forem veiculadas a seu respeito. “Critérios de noticiabilidade nem sempre são percebidos pelos políticos, que na maioria das vezes, querem aparecer independentemente da relevância do assunto”. Neste sentido Duarte (2006, p. 273) acredita que o assessor deve procurar gerar notícias que atendam ao interesse público, aliadas a um discurso e a ações que vão ao encontro com os anseios da sociedade ou que gerem discussões férteis para o desenvolvimento social. “Não há receita, mapa, manual ou reza que garantam a presença permanente de uma autoridade na mídia, se não houver discurso consistente e ações concretas de interesse da sociedade” (DUARTE, 2006, p. 273).

Rodrigues (2010, p.27) salienta que o trabalho de comunicação deve ser ligado diretamente à atividade de articulação política. Assim, a autora entende que a valorização das atividades da assessoria de comunicação é fundamental para o sucesso do assessorado,

“porque é através dela que o parlamentar obtém dicas, e consegue estreitar laços mais firmes com os jornais, rádios e outros veículos de comunicação”. Dentro desse âmbito, destaca-se ainda a questão do trabalho do profissional que atua com o assessoramento político dentro de um contexto de crise. (FORNI, 2011). Atualmente, inserido num ambiente de ampla exposição devido aos avanços dos meios de comunicação, a probabilidade de um político se ver colocado em uma situação de crise também se amplifica. Assim Banzoli (2013) destaca algumas ações que o profissional de comunicação deve ter para conter a crise: não fugir da mídia, oferecendo explicações o mais prontamente possível; assumir as responsabilidades da crise, reconhecendo o erro quando houver ou explicando o ponto de vista do assessorado; assumir uma posição com urgência no sentido de conter o avanço da crise; apontar soluções para a crise e informe todos os públicos que possivelmente podem ser afetados por ela; não comunicar aquilo que não é certeza ou ainda é dúvida, para que a crise não seja ainda mais acentuada. (BANZOLI, 2013, p.13)

Deste modo é possível observar a dimensão que o trabalho das assessorias de imprensa tem para a sociedade, visto sua influência dentro da esfera pública, sendo um elemento de interação entre público (políticos), a imprensa e conseqüentemente ao meio social.

A principal luta do assessor deve ser para influir na geração dos fatos. A maior deficiência da divulgação é a passividade. O jornalista é contratado para identificar ações e especializações dentro do órgão público, que possam ser trabalhadas como momentos de felicidade da população. Cabe-lhe ter esta percepção, que o tecnocrata e o político levam às vezes um século para ver. Portanto, a advertência final é esta: interfiram nas agendas, nos planos de governo, nas promoções e até nos orçamentos. E gerem fatos. (MOREIRA E ULHÔA, 1996, p. 96).

Duarte (2006, p. 276) chama atenção para a autonomia que é dada pelos políticos a seus assessores de imprensa. Ele afirma que essa relação deve ser a mais próxima e confiável possível. “O jornalista pode (e, provavelmente, vai) questioná-lo, ouvir seu adversário (inclusive aquele mal-intencionado, que adora distorcer fatos), checar dados, confirmar suas afirmações”. O autor lembra que muitas vezes os políticos preocupam-se apenas receber informações dos assessores e depois utilizá-las como bem entender, vendo também esses profissionais como uma espécie de “porta-voz”.

O jornalista ouve e confronta versões para entender o que acontece e apresentar o que deduz. É importante que assim seja, mesmo que nos sintamos desconfortáveis. Lembre-se de que o mesmo procedimento é adotado com seu concorrente, com a oposição, com todo o político e autoridade e com qualquer governo. Se o jornalista é honesto e rigoroso, o resultado dessa tensão é uma sociedade melhor informada. (DUARTE, 2006, p. 276)

2.3.2 Comunicação e assessoria política nas redes sociais: As páginas do Facebook

Além da relação com a mídia e jornalistas, a assessoria de comunicação deve também voltar os olhos para a relação direta com a população, através de diferentes meios de interação. Atualmente, as redes sociais são as mais utilizadas para promover esse contato. De acordo com Brocchini (2016) uma pesquisa feita pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), e pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), mostrou que mais da metade da população brasileira utilizam a rede de computadores. O estudo feito em 2015 mostra que “58% da população brasileira usam a internet, o que representa 102 milhões de internautas. A proporção é 5% superior à registrada no levantamento de 2014” (BROCCHINI, 2016).

Um dos principais fatores que explicam a força e o poder da internet, do ponto de vista de sua potência política como rede simbólica e sociotécnica, é a lógica da reciprocidade social aplicada aos contextos culturais contemporâneos, nos termos adotados por Bourdieu (1996). A reciprocidade social se aplica aos estudos sobre internet em função de seu potencial de agregar pessoas em torno de demandas, ideias, opiniões e projetos que mobilizam interesses, desejos, vontades e sonhos, tanto no plano individual como coletivo. Destaca-se ainda seu potencial de estabelecer redes de engajamento cívico, com um potencial de mobilização, muitas vezes, mais poderoso do que o dos partidos. (BARROS; BERNARDES; RODRIGUES, 2015, p.4)

As transformações tecnológicas possibilitaram que houvesse uma junção dos diferentes meios em apenas uma plataforma, isto é, através da internet é possível que se tenha acesso a TV, jornais e ao rádio.

Mídias, que antes existiam em suportes físicos separados – papel para o texto e a imagem impressa, película química para a fotografia e o filme, fita magnética para o som e o vídeo -, que dependiam de meios de transporte distintos – fios de telefone, onda de rádio, satélite de televisão, cabos – passaram a combinar-se em um mesmo todo digital, produzindo a convergência de vários campos midiáticos tradicionais. Foram assim fundidas as quatro formas principais de comunicação humana: o documento escrito (imprensa, magazine, livro), o audiovisual (televisão, vídeo, cinema), as telecomunicações (telefone satélites, cabo) e a informática (computadores e programas informáticos). A esse processo cabe com justeza e expressão “convergência das mídias” que está na base do hibridismo midiático (SANTAELLA, 2010, p.86).

Algumas redes sociais possibilitam o acesso e compartilhamento simultâneo desses diferentes tipos de mídia, se tornando uma importante ferramenta de propagação de informações. O Facebook, por exemplo, funciona através de uma linha do tempo, onde o usuário acompanha nesse espaço aquilo que seus amigos, páginas ou perfis que segue publicam nessa rede. No que se refere às páginas (Fanpages), podem ser de empresas,

prestadores de serviço, blogs e dos mais diferentes tipos de mídia, que dessa maneira se infiltram nessa rede social. Os políticos não fogem à regra. Assim, através das páginas do Facebook dos parlamentares, o usuário pode acompanhar as postagens e interagir com o próprio político (ou assessoria) e com os demais seguidores através de comentários nas publicações.

As pessoas podem curtir as publicações dessas páginas e também compartilhá-las, repassando as informações para sua rede de amigos ou seguidores. Segundo Qualman (2011), esse repasse pode ser feito a partir de um comentário ou de um compartilhamento. Segundo o autor, esse mecanismo de compartilhar informações segue a mesma lógica do chamado “boca a boca”, sendo a maneira mais efetiva de marketing, visto que as pessoas repassam continuamente as mensagens. Qualman (2011) destaca, porém, que pela dimensão desse tipo de rede, pode haver ruídos na informação durante esse caminho de compartilhamento que ela percorre.

Além disso, através do Facebook, é possível que o profissional de comunicação ou qualquer outro que trabalhe com essa rede, direcionar as mensagens que pretende repassar, escolhendo determinados grupos e capturando informações como idade, sexo e interesses. Assim, os profissionais podem criar “produtos” personalizados para atingir esse consumidor pretendido. (QUALMAN, 2011, p. 115). O autor explica como funciona essa lógica, baseada na relação entre cliente e empresa, mas que também pode ser utilizada no relacionamento dos políticos com os eleitores/cidadãos.

Na concepção do autor, intitulada por ele de Socialnomics, para obter resultados é preciso primeiramente ouvir o cliente e saber o que ele acha da sua marca, constituindo assim um tipo de credibilidade. Depois, há a conversa que ajuda a ajustar o produto com aquilo que se espera dele, baseado nesse feedback. Depois dessa interação é que o produto pode ser vendido com sucesso. Deste modo, seguindo o modelo de Qualman (2011), as publicações nas redes sociais possibilitam maior participação, visto que se baseiam na interação entre os usuários. Além disso, a rede possibilita que uma as informações possam se compartilhadas rapidamente e sem restrição que quantidade de conteúdo, possibilitando uma maior proliferação e engajamento¹.

¹ Engajamento é envolvimento, interação, relacionamento com a marca ou produto, que vai além do número de seguidores em uma rede social ou curtidas em uma postagem. A interação se dá por comentários, pedidos de informações, discussões em fóruns, ações que caracterizam iniciativa do usuário em entrar em contato com a marca.

Diferentemente dos perfis, onde o usuário adiciona amigos à sua rede, para acompanhar as páginas, é necessário que o usuário a curta. Nesse espaço, podem ser publicados textos, fotos ou vídeos. Contudo, esse conteúdo ficará restrito à página. O usuário que desejar vê-lo por completo tem que acessar o link da página. Para que o conteúdo abranja o maior número de seguidores, o administrador da página tem que pagar para aumentar essa abrangência. Isto acontece porque as páginas funcionam através de um tipo de algoritmo, chamado de Edge Rank. Ele foi elaborado para que essas páginas funcionem como um negócio, agindo também como filtro, selecionando o que vai aparecer na linha do tempo dos usuários, de acordo com o interesse de cada pessoa (SIQUEIRA, 2012). O algoritmo leva em consideração três aspectos para definir quais usuários da rede receberão o conteúdo enviado. A afinidade da pessoa com o assunto; a relevância, isto é, a quantidade de curtidas, comentários e compartilhamentos que o conteúdo vai gerando; e o tempo que se passou desde a criação do conteúdo (SIQUEIRA, 2012).

Há também as publicações feitas por público segmentado. Nesse caso, a escolha dos usuários que vão receber a publicação na linha do tempo é feita por uma plataforma chamada Facebook ADS, que significa Advertising, publicidade em inglês (FACEBOOK, 2017). A segmentação é feita, principalmente, através de fatores como localidade, estado civil, sexo, idade, interesses e formação do indivíduo. Com a utilização dessa ferramenta, o número de pessoas impactadas será maior do que através da utilização de um anúncio gratuito.

Essa facilidade de interação proporcionada pelas redes sociais também pode beneficiar a relação entre a assessoria e os jornalistas. Porter (2010, apud CAMPELO et al., 2015, p.3) sugere que o Facebook seja utilizado quando já houver uma relação entre o assessor e o jornalista, sendo utilizado como um “meio para fazer um brainstorming acerca dos ângulos das histórias com os seus amigos jornalistas, mas, se é a primeira vez que está a contatar o jornalista, deve usar um meio diferente como o telefone, o email, o Twitter ou o LinkedIn”. Além disso, o assessor deve utilizar as redes para atualizar regularmente algumas informações sobre o assessorado, podendo gerar o interesse dos jornalistas em formular novas notícias que lhes sejam de interesse, mantendo, deste modo, um contato contínuo com os profissionais da mídia. “Embora a ascensão dos social media, e do Facebook em particular, desenhe um novo ambiente para a prática da assessoria, não interfere naquele que é considerado um dos pilares básicos da profissão, o relacionamento”. (CAMPELO et al., 2015, p.3)

Com a variedade de ferramentas oferecidas e diversidade de possibilidades de interação através das redes, Canavilhas (2009, p.13) acredita que a linguagem das mensagens publicadas nesses meios deve ir ao encontro das características do público a que elas se destinam, visto que “são meios que complementam os dispositivos tradicionais e que só cumprem os seus objetivos quando essa complementaridade é explorada naquilo que são os pontos fortes destes novos dispositivos: a personalização e a interatividade”. No contexto da assessoria política, mais do que uma fonte que aproxima o assessor ao jornalista e conseqüentemente aos meios de comunicação, as redes sociais servem como canal de oferta de informação e de transparência daquilo que está sendo desenvolvido pelos políticos.

Uma assessoria de comunicação atuante e profissionais capacitados trabalhando no ambiente político favorece a lisura das atividades realizadas e dinamiza o fluxo de informações, beneficiando tanto aos jornalistas quanto à sociedade, na medida em que serve como instrumento de consolidação da democracia.

3 COMUNICAÇÃO E PODER

O desenvolvimento dos meios de comunicação ocasionado pelas transformações tecnológicas do século XX possibilitou que o fluxo de informações extrapolassem fronteiras que antes pareciam intransponíveis. Com a ajuda da internet, as mídias tradicionais como a TV, o rádio e o impresso, puderam ser incorporadas ao “universo virtual”, se juntando a um conjunto de novas mídias. Essa transformação propiciou a expansão de informações numa dimensão global, viabilizando também trocas de experiências culturais através da oferta de um conteúdo midiático variado.

No contexto político, a relação dos candidatos, parlamentares e chefes de Estado com os meios de comunicação se mostrou próxima ao longo dos tempos. Contudo, com a oferta crescente de informações e o consequente aumento da exposição do cotidiano e atividades dos políticos, as mídias passam a servir como um dos principais instrumentos para a tomada de decisão da pauta, planejamento e execução do trabalho de quem atua no meio. “Os meios de comunicação de massa ampliam o acesso aos agentes políticos e a seus discursos, que ficam expostos, de forma mais permanente, aos olhos do grande público” (MIGUEL 2002, p.4).

De outro lado, as mídias também passam a atuar como construtores da realidade social a partir do momento que optam por um tipo de enquadramento ou escolha do material que será transmitido à população, “é o local em que estão expostas as diversas representações do mundo social, associadas aos diversos grupos e interesses presentes na sociedade” (MIGUEL 2002, p.9). Compreender a interação das mídias com os atores que participam do contexto político possibilitará entender como se deram algumas transformações institucionais, e o trabalho que é feito pelas pessoas que tomam decisões que podem modificar a vida do cidadão comum do país. “Todavia, o papel mais importante que a mídia desempenha decorre do poder de longo prazo que ela tem na construção da realidade através da representação que faz dos diferentes aspectos da vida humana” (LIMA, 2004).

3.1 ESPETACULARIZAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO NA POLÍTICA

Como exposto no capítulo anterior, pode-se observar que a política está inserida em um contexto em que a midiaticização é crescente. Contudo, como observa Rubim (2001, p.1), essa tendência não se limita somente ao cenário político, estando presente em diferentes segmentos de uma sociedade pautada pela lógica do espetáculo. “O espetáculo deve ser

compreendido como inerente a todas as sociedades humanas e, por conseguinte, presente em praticamente todas as instâncias organizativas e práticas sociais, dentre elas, o poder político e a política”. Essa tendência à teatralização acompanha os diferentes tipos de governantes ao longo dos tempos. Basta observar a opulência dos bailes das antigas cortes medievais, onde os monarcas exibiam seu poder aliado à riqueza; ou até mesmo o show que tradicionalmente acompanhou comícios e que hoje pode ser vistos em disputas e debates políticos na televisão ou internet. Neste sentido, as tribunas de parlamentos e os pronunciamentos em TV aberta também servem como espaço para promover o político em meio a uma oferta midiática baseada na espetacularização. A transmissão de ideais políticos passa a ser substituídas pelo oferecimento de um personagem previamente formulado, que se procura encaixar em determinado espaço social.

Essa nova situação, o espetáculo, antes afirmação suntuosa do poder, ganha uma nova dimensão, ele passa a ser produzido também como modo de sensibilização, visando a disputa do poder, e como construtor de legitimidade política. As articulações entre o espetáculo e o poder político ou a política mostram assim distinções relevantes. (RUBIM, 2001, pág.6)

O político, ou o ator, como se refere Roger-Gérard Schwartzberg (1977) na obra “O Estado espetáculo”, tem duas maneiras de instalar seu poder. A primeira é através da personalização do poder, que exerce uma psicologia coletiva por meio de um personagem que simboliza a nação, o “poder com face”. O segundo é o poder pessoal ou institucional, que se refere à pessoa/ator/político que concentra e controla todos os poderes como um verdadeiro tirano/ditador. Essas duas concepções podem existir separadamente ou coexistir.

A imagem que o ator político cria serve como sua marca, para tal, ele deve respeitar a imagem configurada para ter coerência naquilo que ostenta e no que ele personaliza. Schwartzberg afirma que a política é uma arte dramática; elabora-se uma imagem que chame a atenção do público para impressionar a imaginação. Deve-se maquiagem e compor a imagem desejada para representar o produto apropriado para ser comprado. Ou seja, para conquistar o poder, mentir não é um problema, e sim uma solução para sustentar aquilo que se almeja. “A política, outrora, eram as ideias. Hoje são as pessoas. Ou melhor, as personagens. Pois cada dirigente parece escolher um emprego e desempenhar um papel. Como num espetáculo” (SCHWARTZENBERG, 1977, p. 9).

A construção de personagens conforme perspectivas de ganhos eleitorais controladas por sondagens de opinião, o controle sobre os textos e sobre os modos da sua recitação, a programação e a administração das emoções do público, a adaptação do que se diz e do modo como o personagem político se apresenta em conformidade com os auditórios, a economia narrativa que busca construir e distribuir os conflitos. (GOMES, 2004, p.179)

O Estado torna-se assim, o principal produtor dessas representações, promovendo a exibição desses personagens em meio a um verdadeiro espetáculo teatral, “como um momento e um movimento imanentes da vida societária, de maneira similar às encenações, ritos, rituais, imaginários, representações, papéis, máscaras sociais etc” (RUBIM, 2001, p.1).

Doravante, o próprio Estado se transforma em empresa de espetáculos, em “produtor” de espetáculos. A política se faz, agora, encenação. Agora, todo dirigente se exhibe e se dá ares de vedete. Por aí vai a personalização do poder. Fiel à sua etimologia. Pessoa não é uma palavra derivada do latim “persona”, que significa máscara de teatro? (SCHWARTZENBERG, 1977, p. 9)

Erving Goffman (1999) também destaca algumas dessas “máscaras” formuladas pelos políticos para conquistar o público desejado. O autor entende que nem todas as representações são feitas para enganar o eleitorado. Trata-se de um perfil que o indivíduo acredita firmemente ser o que representa seus verdadeiros ideais, sobrando a tarefa de incrementá-lo perante o público. “É nesses papéis que nos conhecemos uns aos outros; é nesses papéis que nos conhecemos a nós mesmos” (GOFFMANN, 1999, p. 26). Deste modo, o político conseguirá reunir uma base que se identifica com o que está sendo proposto.

As perspectivas política e dramática entrecruzam-se claramente no que diz respeito à capacidade que um indivíduo tem de dirigir a atividade de outro. Em primeiro lugar, se um indivíduo tem de dirigir outros, muitas vezes julgará útil guardar deles segredos estratégicos. Além disso, se um indivíduo tenta dirigir a atividade de outros por meio do exemplo, do esclarecimento, persuasão, intercâmbio, manipulação, autoridade, ameaça, punição ou coerção, será necessário, qualquer que seja sua posição de poder, transmitir eficazmente o que deseja que se faça, o que está preparado para conseguir que seja feito e o que fará, caso isto não seja cumprido. Qualquer tipo de poder deve estar revestido de meios eficientes que o exibam, e terá diferentes efeitos, dependendo do modo como é dramatizado. (GOFFMANN, 1999, p. 220-221).

Walter Lippmann (2010), também dá destaque a essa fabricação de personalidades fictícia. Segundo o autor, há verdade em somente algumas partes das personagens criadas. A maior parte do discurso seria feita para convencer, não havendo ideia do que está sendo mencionado. Lippmann considera que as pessoas criam fachadas pensando que estão mostrando os pensamentos que têm em seu interior, suas convicções e intenções.

Grandes homens, mesmo durante o período de suas vidas, são usualmente conhecidos pelo público somente através de uma personalidade fictícia. Eis a parcela de verdade no velho ditado de que nenhum homem é um herói para seu criado[...] Às vezes as pessoas criam suas próprias fachadas quando pensam estar revelando a cena interior. (LIPPMANN, 2010, p.24)

Wilson Gomes (1995) busca destacar algumas das mudanças ocorridas na política na atualidade, justamente em meio a essas transformações dos meios de comunicação. O autor defende ser primordial a um indivíduo que deseje promover algum tipo de representação, ser

capaz de dominar os recursos que possibilitam a transmissão das informações que se queira repassar. “O sucesso dessa representação depende muito da capacidade deste de dominar os meios e recursos ligados à emissão da mensagem, induzindo, através das estratégias na composição, o receptor a determinados sentimentos e ações” (GOMES, 1995 apud BORBA; BALDISSERA, 2009, p.7). Essas estratégias estariam ligadas ao perfil do governante desejado por determinado grupo. Temos o herói, aquele que é fora do comum, distante, o chefe, o salvador, até mesmo o ídolo; há a figura do “igual a todo mundo”, aquele homem comum, que vem “de baixo” e através da política é promovido ao primeiro plano; temos também a figura do líder charmoso, o jovem, galã que procura muitas vezes seduzir do que convencer; outra imagem é a do “nosso pai”, ou o “pai de todos”, o homem mais velho, experiente e que tem autoridade; no caso das mulheres, há “a-mulher política”, aquela que lembra as grandes divas do cinema e que tem a imagem pouco explorada visto que o meio político é dominado pelos homens. (SCHUWARTZENBERG, 1977, p. 18).

Para Guy Debord (1992), a espetacularização ou teatralização na política é vista como ferramenta de manipulação de um público alienado. O autor entende que, nesse caso, há a fabricação de um perfil do político para que esse atenda à demanda necessária. Assim, o político seria contemplado pelo público, que dessa forma, encontraria as características que busca no seu governante. O autor destaca que vivemos em um mundo de mercadorias, onde o candidato/político é oferecido ao “cliente” através do espetáculo.

Neste movimento essencial do espetáculo, que consiste em ingerir tudo o que existe na atividade humana em estado fluido para depois vomitá-lo em estado coagulado, para que as coisas assumam seu valor exclusivamente pela formulação em negativo do valor vivido, nós reconhecemos a nossa velha inimiga que embora pareça trivial à primeira vista é intensamente complexa e cheia de sutilezas metafísicas, a mercadoria. (DEBORD, 1992, p.28).

Essa definição de um líder pré-moldado, desenvolvido como se fosse uma mercadoria ofertada e comprada pelo cidadão, encaixa-se na idéia da Indústria Cultural, formulada por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985). “Na Indústria Cultural, tudo se torna negócio. Enquanto negócios, seus fins comerciais são realizados por meio de sistemática e programada exploração de bens considerados culturais” (SILVA, 2002, p.1). Segundo Leal e Tenório (2015), as mensagens políticas são emitidas como um produto planejado para um público já analisado em suas características, e não se tratando de simples informações.

As indústrias da cultura se tornaram produtoras e fornecedoras principais da ficção destinada ao consumo cotidiano. Da indústria da informação à comunicação publicitária, os sistemas internos da comunicação de massa, por consequência, especializaram-se na formatação dramática dos conteúdos que produzem e/ou distribuem. Assim, tornou-se um fenômeno normal e cotidiano que o real se

apresente sobre a forma do ficcional, o que para alguns chega mesmo a significar que há uma crise na separação entre realidade e ficção. (GOMES, 2004, p.189)

Dentro desse contexto de espetáculo onde a política está inserida, a imagem dos partidos e também as ideologias veem perdendo espaço para a figura do político. Esse fenômeno de personalização é observado por Manin (1995, p.21) como fazendo parte de uma crise de representação política. O autor concebe a personalidade dos candidatos como um dos principais fatores para a explicação desse fenômeno, visto que, segundo ele, as pessoas votam de modo diferente, de uma eleição para a outra.

O personalismo, entendido enquanto relação subjetiva e afetiva dos cidadãos com os personagens da política, acima e além do jogo político-partidário, não é fenômeno recente na política, que sempre foi marcada, como já assinalavam Maquiavel e Weber, por elementos como o carisma, a oratória e a construção eficiente da imagem pessoal. Em cenário tropical, temos os exemplos mais próximos de políticos populistas como Getúlio Vargas, Jânio Quadros e Fernando Collor. (ALDÉ, 2001, p.178)

Os interesses do candidato e grupo ao qual ele pertence, vai tomando o lugar das idéias, onde o personagem criado pelo candidato seduz o eleitor por meio de uma imagem previamente construída, que representa muito mais uma faixa do que propriamente o reflexo da ideologia do indivíduo. A construção dessa imagem deve ser formulada para que uma série de características se vincule à imagem do candidato ou político. Assim, o perfil fabricado e as qualidades a ele atribuídas serão fixados no imaginário e partilhados pelos eleitores que seguirem tais ideais.

[...] essas noções são propriedades representacionais, no sentido teatral do termo, enquanto são aquelas que permitem a atribuição de um valor e um lugar narrativo ao sujeito. Caráter é um conjunto de atitudes, de pensamentos e de expressões. Dito de outro modo, essas propriedades não constituem apenas a identidade moral do sujeito, mas ao mesmo tempo a identidade psicológica do personagem do drama, a *dramatis persona*, a personalidade. Caracterizar, portanto, é estabelecer uma personalidade e uma personagem, uma forma de existência em si mesma e uma forma de existência para fora, de existência representacional, de imagem. (GOMES, 2004, p.154)

A construção do personagem e a representação de um perfil previamente moldado traz a falsa impressão ao cidadão comum de uma aproximação com o candidato ou governante, seja através de idéias ou atitudes.

A personalização aproxima os problemas da esfera pública, dando às pessoas “de fora” a oportunidade de se identificar, positiva ou negativamente, com um mundo geralmente visto como distante e complexo. Trata-se, no entanto, de uma visão estereotipada e simplificada da política, que geralmente, devido aos enquadramentos predominantes nos principais meios, reforça atitudes políticas fracas e negativas. (ALDÉ, 2001, p.)

A formulação dessas imagens e suas representações são elaboradas através de símbolos construídos socialmente e que são abstraídos pelos cidadãos no momento da escolha eleitoral. Para Bourdieu (1989) os símbolos são ferramentas comunicacionais e também de entendimento, servindo como reprodutores e formuladores da ordem social. Ele ressalta que alguns estudiosos entendem os sistemas simbólicos como estruturas estruturantes, advindas das subjetividades, e que constroem sucessivamente novas estruturas. Há também teóricos que entendem os sistemas como estruturas estruturadas, que privilegiam o que já está estruturado.

O poder simbólico é uma forma transformada, quer dizer, irreconhecível, transfigurada e legitimada, das outras formas de poder: só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações sociais como relações de força e dos modelos cibernéticos que fazem delas relações de comunicação, na condição de se descreverem as leis de transformação que regem a transmutação das diferentes espécies de capital em capital simbólico e, em especial, o trabalho de dissimulação e de transfiguração que garante uma verdadeira transubstanciação das relações de força fazendo ignorar-reconhecer a violência que eles encerram objetivamente e transformando-as assim em poder simbólico, capaz de produzir efeitos reais sem dispêndio aparente de energia (BOURDIEU, 1989, p.15)

O autor destaca também que essas produções simbólicas são utilizadas como instrumentos de dominação, através de relações com a divisão do trabalho entre as classes sociais, com interesses da classe dominante e com a divisão da ideologia. Destaca ainda que os sistemas simbólicos servem como pano de fundo para uma ligação ficcional entre a classe dominante e o restante da sociedade.

Pois a mesma cultura que une por intermédio da comunicação é a mesma cultura que separa como instrumento de distinção, que legitima a diferença das culturas exatamente pela distância da cultura em questão em relação à cultura dominante. Bourdieu considera que as relações de comunicação são sempre relações de poder que dependem do capital material ou simbólico acumulado pelos agentes. Os sistemas simbólicos, enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e conhecimento cumprem sua função política de imposição e de legitimação da dominação de uma classe sobre a outra, agindo como uma forma de violência simbólica. (DIAS, 2012, p.2)

Esse poder de dominação exercido através de instrumentos simbólicos é entendido por Thompson (2002, p.131) como profundamente inserida na vida social, exercendo influência no rumo dos acontecimentos.

Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros nas trocas de informações de conteúdo simbólico. (THOMPSON, 1998, p.24)

Dentro do contexto político, Thompson considera que o indivíduo que pretende conquistar autoridade, deve cultivar o poder simbólico assim como a convicção de sua

autenticidade, conseguindo assim aumentar seu capital político e conseqüentemente seu poder. (THOMPSON, 2002, p.131).

Com esse cenário de crescente personalização da política, onde a figura do candidato ou governante ganha mais importância e notoriedade se comparada a do partido ou grupo político, há também transformações que geram desdobramentos na própria forma de governar e nas relações dos políticos com os cidadãos, “com conseqüências que ainda não podem ser previstas, mas que, no mínimo, deveriam reconfigurar a política contemporânea como um todo” (GOMES, 2004, p.5). A identificação com a ideologia política vai perdendo espaço para outros tipos de correlação entre político e cidadão. Esse fenômeno influi não somente na ligação entre indivíduo e ator político, mas também na formação de novos tipos de conexões eleitorais.

3.2 CONEXÃO ELEITORAL E CLIENTELISMO

Ao se observar variados tipos de sistemas de significação e representação cultural, “somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar” (HALL, 2002, p.13). Assim, analisando as relações de políticos com o cidadão comum, influenciadas pelos meios de comunicação, pode-se verificar algumas características sociológicas de grupos de determinadas áreas. Como discutido anteriormente, tanto o sistema de representação política no Brasil como a maneira com que os políticos expõem sua imagem perante o eleitor (espetacularização e personalização) são bastante peculiares. As relações que candidatos, políticos e governantes brasileiros mantêm com parte da população também apresentam traços bastante característicos, sendo formulados desde a formação das instituições brasileiras.

No clássico “Raízes do Brasil”, Sérgio Buarque de Holanda (1995) demonstra que a tradição da família patriarcal brasileira, que se desenvolveu a partir da tradição ibérica portuguesa, tem até hoje resquícios em diversos ramos da sociedade. Uma dessas heranças foi a maneira de se relacionar o público e o privado, que imperou nos primórdios da colonização. “Para o funcionário patrimonial, a própria gestão política apresenta-se como assunto de seu interesse particular; as funções, os empregos e os benefícios que deles auferem relacionam-se a direitos pessoais do funcionário e não a interesses objetivos” (HOLANDA, 1995, p.146). Aliada a um “espírito de cordialidade” estava a impessoalidade com que assuntos públicos eram tratados, através de trocas de favores e acordos entre homens públicos e cidadãos.

É possível acompanhar, ao longo de nossa história, o predomínio constante das vontades particulares que encontram seu ambiente próprio em círculos fechados e pouco acessíveis a uma ordenação impessoal. Dentre esses círculos, foi sem dúvida o da família aquele que se exprimiu com mais força e desenvoltura em nossa sociedade. E um dos efeitos decisivos da supremacia incontestável, absorvente, do núcleo familiar — a esfera, por excelência dos chamados “contatos primários”, dos laços de sangue e de coração — está em que as relações que se criam na vida doméstica sempre forneceram o modelo obrigatório de qualquer composição social entre nós. Isso ocorre mesmo onde as instituições democráticas, fundadas em princípios neutros e abstratos, pretendem assentar a sociedade em normas antiparticularistas. Já se disse, numa expressão feliz, que a contribuição brasileira para a civilização será de cordialidade — daremos ao mundo o “homem cordial” (Holanda, 1995, p.146)

Essa cordialidade continuou presente nos séculos seguintes, podendo ser observada mesmo com as mudanças de representação política no país. Esteves (1998, p.2) analisa a obra de Holanda e destaca que, com o passar dos anos, o tratamento pessoal para com as coisas públicas foi se aperfeiçoando.

Transformado em peça decorativa, uma forma de beletismo, o liberalismo, antes de “afirmar a igualdade moral dos indivíduos, sublinhava a superioridade da personalidade, reforçando a hierarquia característica da cordialidade”. Já no período republicano, a síntese entre a modernização e a cordialidade aparece nas características liberais consagradas na Carta de 1891, e sua rotinização, sob a forma da “política dos governadores”, que a partir de Campos Sales consagraria o domínio das oligarquias estaduais. (ESTEVES, 1998, p.2)

Um exemplo de sistema político no Brasil onde imperou a utilização da “máquina pública” em favor de interesses particulares foi o chamado “coronelismo” baseado nas barganhas entre governantes e os grandes proprietários de terras, os coronéis, no final do século XIX e início do XX. De acordo com Carvalho (1997, p.2) o governo estadual garantia o poder do coronel, tanto para os trabalhadores dependentes quanto para os fazendeiros rivais. Essa ajuda baseava-se, sobretudo, na concessão e controle dos cargos públicos.

Devemos notar, desde logo, que concebemos o “coronelismo” como resultado da superposição de formas desenvolvidas do regime representativo a uma estrutura econômica e social inadequada. Não é, pois, mera sobrevivência do poder privado, cuja hipertrofia constituiu fenômeno típico de nossa história colonial. É antes uma forma peculiar de manifestação do poder privado, ou seja, uma adaptação em virtude da qual os resíduos do nosso antigo e exorbitante poder privado têm conseguido coexistir com um regime político de extensa base representativa. (LEAL, 1960, p.23)

Atualmente, com o incremento das leis eleitorais, a compra de votos é considerada crime e há fiscalização nesse sentido. Contudo, fatores econômicos continuam a serem, agora juntamente com interesses em áreas de atuações dos políticos, aqueles que levam o eleitor a apoiar determinado candidato durante o pleito eleitoral e posteriormente, durante o mandato. Essa conexão eleitoral é vista pelos políticos como sendo uma importante ferramenta para

manter o capital eleitoral e conseqüentemente se manterem no poder. Por outro lado o eleitor tem o poder de não renovar o mandato eletivo do político, caso este não corresponda às expectativas ou promessas feitas antes do pleito eleitoral.

A conexão eleitoral está, por essa via, associada à *responsabilização eleitoral*. A ameaça de não vencer a próxima eleição gera incentivos para que o representante eleito atue no interesse de seu reduto eleitoral, independentemente de qualquer objetivo privado de políticas públicas que esse detentor de mandato eletivo possa ter. (MONTEIRO, 2010, p.2)

Segundo Austen-Smith e Banks (1989, p.121 apud MONTEIRO, 2010) a complexidade em se observar o fenômeno da conexão eleitoral se dá por dois motivos. Primeiro pela dificuldade do eleitor em se monitorar efetivamente o político. Segundo, pelo fato de não ser óbvio para o eleitor que outro possível candidato possa se apresentar no mesmo reduto eleitoral e garanta que os resultados de sua política pública serão melhores.

Fica fora de questão pensar na possibilidade de observação direta do desempenho do político, ainda que o sentido do voto do legislador possa ser formalmente registrado. É incerto atribuir responsabilização por um dado resultado de política a esse ou aquele participante do jogo. O desapontamento com o desempenho de um político não é, pois, razão suficiente para que o eleitor faça uma reconsideração expressiva de sua atitude de voto. Quanto à baixa taxa de renovação que habitualmente se observa em eleições legislativas também há que entender que isso não se dá em razão do mero desinteresse dos eleitores. Mesmo com eleitores orientados pelos resultados de política pública, a moderna teoria econômica demonstra que os que já detêm mandato (“incumbentes”) têm relativa segurança quanto às possibilidades de se reelegerem — o que, em si, não é um argumento para que os políticos tenham mais liberdade na competição eleitoral ou atuem sujeitos a menor responsabilização. (MONTEIRO, 2010, p.2)

A distribuição geográfica dos votos também é vista por Ames (2003) como um aspecto para se observar a conexão eleitoral e as estratégias que o político utiliza em seu mandato. Segundo o autor, “no Brasil o processo foca-se na capacidade individual do candidato de articular apoios, arrecadar recursos para a campanha, de elaborar estratégias eficientes e de competir, com sucesso, inclusive com os outros candidatos do próprio partido” (AMES, 2003 apud LAGO, 2010, p.92). Esse foco em eleitores com perfis definidos pela ordem geográfica resultaria em estratégias políticas diferenciadas, cumprindo demandas específicas do grupo social de interesse. Assim, os projetos dos políticos seriam definidos de acordo com as necessidades desses eleitores e não a partir de demandas partidárias.

Ames localiza no sistema eleitoral brasileiro a motivação para a ascensão de políticos (deputados, neste caso) prioritariamente preocupados com seu eleitorado e com seus próprios interesses pessoais do que voltados a questões de interesse nacional. Fundamentalmente por seus arranjos institucionais, o sistema político brasileiro favoreceria e incentivaria a constante busca, por parte dos parlamentares, por benefícios locais, geograficamente localizáveis, como estratégia racional mais adequada à sobrevivência (e potencial ascensão) política do parlamentar individual. (LAGO, 2010, p.94)

A partir dessas conexões formuladas por interesses comuns, observa-se a formação de redes clientelares, onde o apoio político nas eleições é retribuído com ações do governante quando consegue se eleger. Esse fenômeno pode ser observado através do material comunicacional oferecido pelos políticos, exaltando as atividades realizadas em prol dos grupos de interesse desses parlamentares. A troca de favores pode se dar através de leis, projetos ou contratação de pessoal. O clientelismo é um sistema de controle do fluxo de recursos materiais e de intermediações de interesses, no qual não há número fixo ou organizado de unidades constitutivas (NUNES, 1999, p.40-41). A participação em redes clientelistas não é baseada num regulamento formal, mas em um consentimento individual.

A conexão eleitoral abordada através do estudo da comunicação pode ser analisada também através da relação dos políticos e pessoas a eles ligadas com indivíduos que se unem através de associações, sejam elas comunitárias, sindicais, ou até mesmo de caráter religioso, representando um alvo considerável do público que candidatos ou políticos já eleitos buscam atingir visando angariar votos em uma próxima eleição.

A exigência pela ampliação da participação dos cidadãos nos processos públicos reflete um quadro em que um maior número de grupos, vontades e interesses disputam a cena pública e buscam interferir nas esferas em que são tomadas as decisões, inventando novos caminhos e arranjos políticos. No entanto, marcado por ambiguidades, incongruências e múltiplas configurações, este processo não tem se orientado, necessariamente, pela modalidade política de participação. Isso sugere o reconhecimento de que o universo numérico do movimento associativo na sociedade civil não é suficiente para qualificar a participação existente, que, por sua vez, pode traduzir diferentes sentidos e significados nas relações entre indivíduos, grupos e instituições. (CARLOS E SILVA, 2006, p.177)

Seguindo por esse contexto, além de se utilizarem dos meios de comunicação de massa para atingir uma escala maior de eleitores, no que se refere a localidades específicas de interesse dos políticos, a comunicação pode ser voltada ou se utilizar de indivíduos que tenham credibilidade ou influências nesses locais. É o que propõe a chamada “abordagem empírica de campo”, ou teoria psicológica experimental, onde mais importantes que os grandes meios de comunicação de massa, são as pessoas que influenciam de maneira geral a população que ali se encontram. Assim, o conhecimento dessas relações dentro de comunidades e grupos sociais, possibilita atingir um público específico traçando estratégias para promover os políticos ou candidatos.

Se a teoria hipodérmica falava de manipulação ou propaganda, e se a teoria psicológica-experimental tratava de persuasão, esta teoria fala de influência e não apenas da que é exercida pelos mass media, mas da influência mais geral que perpassa nas relações comunitárias e de que a influência das comunicações de massa é só uma componente, uma parte [...] o coração da teoria sobre os mass media ligada à pesquisa sociológica de campo consiste, de fato, em associar os processos de

comunicação de massa às características do contexto social em que esses processos se realizam. (WOLF, 1999, p. 18)

Com um volume cada vez maior de informações e a possibilidade de que elas cheguem quase que instantaneamente ao público alvo, a elite política utiliza a mídia para se promover e difundir suas ações. Do mesmo modo a mídia interfere na política, sendo responsável pela produção da agenda pública. Em uma sociedade cada vez mais midiaticizada, a demonstração do trabalho realizado pelos políticos deixa de ser somente uma prestação de contas para a sociedade, para se tornar uma propaganda contínua no cotidiano do eleitor.

3.3 CAMPANHA PERMANENTE

A formação de redes clientelares formuladas a partir de diferentes conexões eleitorais, baseadas na troca de benefícios mútuos entre elementos da sociedade civil, políticos, candidatos, partidos políticos e instituições privadas, resultam em uma relação de dependência entre os participantes. No caso de políticos, especificamente, alguns acordos e promessas eleitorais são colocados em ação durante o período do mandato, “fazendo da demonstração do trabalho à população uma prestação de contas do que foi prometido durante a época da campanha e gerando expectativas para que o trabalho possa continuar por mais tempo” (RAMOS et al., 2017, p.8). Isso acontece das mais diversas maneiras, seja através de projetos de lei, requerimentos que beneficiam determinadas áreas ou grupos, ou pela concessão de cargos dentro da esfera pública. Para se eleger, o candidato promete coisas para os distritos onde busca votos. No caso de um vereador ou deputado, por exemplo: depois de eleito, precisa “usar” o legislativo (e as vantagens de acesso junto ao Executivo que isso lhe assegura) para cumprir suas promessas e atender as demandas captadas na campanha (AMES, 2003, p.18 apud LAGO, 2010, p.93).

Ao cumprimento de promessas soma-se o interesse na utilização do mandato para promover ações, buscando maior visibilidade e um incremento no capital político. É nisso em que se consiste a chamada “campanha permanente”. Para Blumenthal (1980, p.7 apud HECLLO 2000, p.2), “a campanha permanente é uma combinação de criação de imagens e cálculo estratégico que transforma a governação numa campanha perpétua”. Esse fenômeno não é algo novo na política. Contudo, com as transformações tanto de leis eleitorais quanto das formas de representação, passou-se a dar mais atenção a essa característica presente no ambiente político. Atualmente, como afirma Noguera (2001) não é mais possível falar em um momento de início da campanha, visto que ela acontece o tempo todo. “A campanha

permanente não começa em um determinado momento, mas sempre está lá. É algo semelhante ao que acontece com o fenômeno da globalização: um país não pode decidir se quer ser parte da globalização ou não” (NOGUERA, 2001, p.3). Baptista e Melo (2013) ainda destacam que a campanha permanente pode ser feita de maneiras diferenciadas, de acordo com as necessidades do político e também da disponibilidade financeira de cada um. Os autores afirmam ainda que pesquisas são feitas periodicamente para avaliar os resultados e a eficácia das ações.

Campanha permanente pode ser entendida, portanto, como o ato de sempre reforçar a imagem do candidato na retina do eleitor. A forma como esta medida é feita pode variar de acordo com a necessidade, a disponibilidade financeira e de poder político de cada político. Os políticos estão sempre realizando pesquisas para avaliar a sua imagem ou os atos do seu governo e estas avaliações são essenciais para fornecer as primeiras informações para as campanhas no período eleitoral. (BAPTISTA; MELO, 2013, p.8)

Uma das maneiras de angariar apoiadores para futuros pleitos e conseqüentemente aumentar o capital político, é a utilização do cargo de parlamentar para facilitar acessos de cidadão a serviços públicos essenciais. Essa ajuda pode ser dada através de intervenções políticas para conseguir vagas em hospitais, em escolas, indicação para emprego ou concessões para se utilizar espaços públicos para trabalho. Karina Kuschnir (2000), ao analisar as práticas utilizadas por políticos em um subúrbio do Rio de Janeiro, atribui ao político o papel de mediador de uma rede social que lhe garante acesso a bens públicos, posições de prestígio e os votos da sua comunidade.

Nessa crítica cotidiana [...] mostra com muita clareza que não concebe a idéia de um vereador que não precise empregar e “atender” as pessoas que os “ajudam”, os parentes, a “comunidade” e os “amigos”. “Têm que atender” [...] A obrigação decorre da noção de que a política é um meio para os acessos. Assim, as pessoas que ajudam o vereador a se eleger precisam e esperam ser recompensadas com esses acessos. (KUSCHNIR, 2000, p.99)

As novas mídias aparecem hoje como campo fértil para as práticas de campanha permanente, através da internet e das ferramentas de interação que desenvolvem constantemente o dinamismo com que as informações são repassadas. Segundo Galícia (2010, p.1), “a comunicação política utiliza o conceito de campanha permanente para referir-se à utilização do cargo dos parlamentares eleitos, tanto no âmbito nacional quanto local, para construir e manter uma ampla e suficiente base de apoio popular”. O autor destaca que para chegarem a esses objetivos, os políticos se utilizam dos novos instrumentos de comunicação que se atualizam constantemente, abrindo espaços em seus projetos para que realizem ações

que atenda às necessidades e promessas feitas na campanha, mantendo-se nos cargos ou dando continuidade a grupos políticos.

A importância dos meios de comunicação para se alcançar o sucesso político através da campanha permanente também é discutido por Heclo (2000). O autor aponta seis tendências de comportamento inseridas no ciclo “campanha governo” e “governo campanha”. O primeiro deles seria o papel desempenhado pelos partidos políticos atualmente. Heclo destaca que hoje os partidos são fracos em sua organização e também ideologicamente. Ressalta ainda a expansão de um sistema aberto e extenso de grupos de interesses políticos. Outra tendência seria a crescente necessidade de financiamento da política. Ferramentas utilizadas dentro da política, especialmente as relações públicas, também são apontadas pelo autor como sendo uma tendência. As novas tecnologias da comunicação, aliadas a uma expectativa cada vez maior sobre a atividade política e o crescimento do ativismo político seriam outros fatores que influenciariam esse comportamento.

Com um conjunto de agendas políticas disponível e o enfraquecimento dos partidos políticos para criar e proteger carreiras, políticos no geral ficaram mais suscetíveis a pressões de grupos de interesse e mais obrigados a se engajarem em campanhas contínuas. Então, também, os grupos de interesses específicos e movimentos sociais que ficaram proeminentes depois de meados do século também forneceram uma grande quantidade de candidatos em potencial que estavam provavelmente mais dispostos a serem politicamente orientados do que o antigo tipo de políticos (tradicionais) de partido. Então, a expansão da esfera dos políticos de interesse de grupo forneceu mais combustível para campanha permanente na forma de pessoas que viam a campanha contra e a favor de grupos de interesse especial como o coração do governo (HECLO, 2000, p. 20-21).

As redes sociais são utilizadas para mostrar as atividades realizadas pelos parlamentares servindo também como uma linha direta entre o político e o cidadão. O eleitor pode seguir o parlamentar através de um perfil, página ou grupos de interesse onde as informações são passadas quase que diariamente. Contudo, não se pode afirmar que esses mecanismos estreitam a relação entre o povo e os governantes, visto que os materiais publicados nessas mídias são previamente formulados para passar determinada imagem do indivíduo.

A percepção que os cidadãos têm dos políticos é condicionada por aquilo que lhes é transmitido pelos vários dispositivos de comunicação, nomeadamente os media. A imagem projetada é previamente estudada pelas assessorias, com o objetivo de explorar convenientemente as diferentes características de cada dispositivo de comunicação. Torna-se assim evidente a importância destes “palcos” na construção da imagem de um político, e por isso tem crescido o recurso aos chamados spin-doctors, verdadeiros criadores de imagens que utilizam todas as estratégias e dispositivos ao seu dispor com o intuito de favorecerem o político para quem trabalham. Por dispositivo entendemos qualquer elemento que permite ao político ter contato com os eleitores, seja individualmente ou em grupo. (CANAVILHAS, 2009, p.4)

Assim, Santana (2012, p.4) destaca que “é por esses padrões que os eleitores julgam o governo, quer pelo cumprimento das promessas, quer por comparação com campanhas e governações anteriores, quer com o que será expectável nas futuras”. Inseridos na lógica da campanha permanente, os políticos agem como se estivessem representando um personagem, cada um com um perfil baseado em uma ideologia. Neste sentido, a política está inserida num ambiente onde os atores estão expostos ao público constantemente.

Tendo em vista que as estratégias eleitorais remetem a um contexto mais amplo, verifica-se que nas ações dos governos e dos atores políticos há o uso recorrente da comunicação como forma de persuadir os eleitores e manter a fidelização para os próximos pleitos. Disso decorre o conceito de campanha permanente. Entende-se que há uma confluência da campanha com o governo. A campanha é constante e é uma realidade dos atores políticos, já que os consultores políticos colocam tal fenómeno em prática. (FERNANDES; OLIVEIRA; LEAL; MARTINS, 2016, p.5)

Nogueira (2001, p.4) lembra que para entender o conceito de campanha permanente é preciso compreender algumas diferenças entre a comunicação de governo e a campanha eleitoral. “A diferença básica entre a campanha eleitoral e comunicação do governo tem a ver com os objetivos definidos. Na campanha o candidato quer ganhar a eleição, ser reeleito, e até mesmo aumentar seu poder”. Já durante o governo, segundo o autor, o político deve cumprir metas num longo prazo e concentra-se também em problemas cotidianos. Nogueira também ressalta a questão das mensagens como sendo diferenciadas no momento da campanha e do governo. Na campanha o candidato pretende passar uma mensagem que irá caracterizar suas promessas. Contudo, durante o governo seria impossível, e ao mesmo tempo improdutivo, manter uma só mensagem por quatro ou cinco anos. O autor também destaca o aspecto da organização. “Na campanha às vezes é necessário convencer as pessoas dentro da própria equipe para alcançar o desejado, fazendo uma "campanha dentro campanha" para convencer, motivar e mobilizar” (NOGUERA, 2001, p.5). A organização na campanha é informal, diferentemente da governamental, onde o processo de comunicação interna deve ser bem gerido para que não haja problemas de comunicação externa.

O período temporal também é visto por Nogueira como um diferenciador. O autor afirma que, durante a campanha, busca-se, por um curto período, a venda de um produto com determinadas características (NOGUERA, 2001, p.5). Já durante o governo essa tarefa é mais exigente, pois essa venda é feita todos os dias, em um espaço temporal maior.

A partir da literatura sobre comunicação, *marketing* e eleições, é importante ressaltar que há distinções entre campanha e comunicação governamental. A comunicação eleitoral tem por objetivo central arrecadar votos, conquistar o eleitorado, para que um determinado candidato atinja seu objetivo principal, a vitória. Já a comunicação governamental tem por objetivo informar e dialogar com os cidadãos, além de

prestar contas da administração pública. No entanto, é preciso também reconhecer a partir dos estudos de campanha permanente, que há uma confluência entre comunicação eleitoral e governamental. Nesse sentido, pode-se afirmar que as técnicas utilizadas na comunicação eleitoral dos candidatos vitoriosos são as mesmas utilizadas na comunicação governamental do mandato, uma vez que se faz necessário obter apoio popular durante um mandato para projetar uma próxima vitória. Sendo assim, torna-se possível observar como a comunicação eleitoral usa elementos da comunicação governamental e vice-versa, caracterizando o fenômeno da campanha permanente. (MARTINS, 2016, p.67)

Rubi (2014) destaca a relação de complementariedade da comunicação eleitoral com a governamental. O autor afirma que a legitimidade política é conquistada diariamente através de ações dos governos que buscam persuadir a população quanto a sua efetividade. Assim deve haver um controle da gestão da comunicação para que esta atenda ao que propõe o projeto político. De acordo com Cárdenas (2013), as ações realizadas pelos governos podem ser vistas como um constante plebiscito a partir de técnicas de comunicação aliadas a pesquisas de opinião com grupos focais.

As eleições dão legalidade e não legitimidade. Dia após dia eles são forçados a conquistar maiorias diárias muito necessárias. Dick Morris, assessor de Bill Clinton, explicou o seguinte: "Um político não só precisa de apoio público para ganhar eleições, você precisa governar. Quem não calcular como manter o seu apoio a cada dia e em cada assunto, quase inevitavelmente cai" Isto significa que a comunicação de governo não pode ser meramente informativa, mas também deve tender à persuasão. Nesta visão, a campanha permanente é entendida como a forma como eles se comunicam, decidem suas administrações, ações e promessas no período entre eleições. É a gestão da comunicação ligada à gestão política. (RUBI, 2014, p.1)

Cresce assim, a necessidade da atuação de assessorias de comunicação especializadas, contando com profissionais de comunicação que entendam o funcionamento das mídias e a maneira como são feitas as escolhas do que será publicado pelos meios de comunicação, da chamada *agenda-setting*. Dearing e Rogers (1996) entendem que dentro do meio político, essas escolhas pode ser feitas observando a agenda midiática, a agenda pública e a agenda política. Deste modo, a mídia aparece como tendo um papel fundamental no que será discutido na pauta política devido às escolhas que são feitas pelos profissionais de comunicação. Borges (2000) entende que a agenda da mídia transforma-se na agenda pública a partir do momento que, ao hierarquizar os acontecimentos diários, os jornalistas orientam a atenção do público para determinados assuntos.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase

atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, 1979,96)

Os parlamentares também acabam por construir essa agenda partindo de interesses políticos pessoais. Os assuntos levantados pela mídia são abstraídos e transformados em propostas e projetos de lei. Partindo da premissa de determinados enfoques ganham mais visibilidade, aos políticos utilizam as mídias para angariar proposições as quais possam defender. Para Mccombs (2004, p.116 apud BORGES, 2000, p.4), “o agendamento é, assim, condicionado pela combinação das saliências social e pessoal”, visto que necessita de orientação, e pode ser mensurável através de diferentes graus de relevância.

Notícias sobre um discurso, a apresentação de projetos de lei, uma entrevista ou mesmo o trabalho desenvolvido numa comissão podem ser parte da tática do congressista visando à projeção e/ou à consolidação de sua imagem política. Algumas chamadas e notícias com valências positivas, por exemplo, podem ser interpretadas nesse sentido. Essa tática, suponho, tende a ser privilegiada pelos políticos que ocupam cargos públicos, porque, além de não custarem nada, de acordo com os especialistas, as notícias tendem a ter mais credibilidade do que matérias de propaganda eleitoral. (JORGE, 2003, p.11)

Consequentemente, as demandas da sociedade serão discutidas por meio da mídia, recebendo atenção do público e beneficiando tanto a imagem quanto o capital político do governante. Assuntos que ultrapassam essa peneira de escolhas passam a integrar programas ou políticas públicas. Conhecendo todas essas ferramentas e possibilidade de se propor assuntos que irão afetar públicos específicos, tantos políticos quanto os profissionais que lidam diretamente na assessoria comunicacional dos parlamentares, podem propor ações como forma de fazer campanha durante o mandato. Dessa maneira, de acordo com Sampaio (2016, p.2) há uma manipulação do público e, por conseguinte, do próprio eleitorado também, vista pelo autor como uma ferramenta de campanha permanente: “uma disputa para criar mudanças na apresentação do problema com o intuito de alterar a percepção da opinião pública e tem como foco influenciar o julgamento dos eleitores”. Assim, há um direcionamento de estratégias feitas pelos políticos que serão focadas em diferentes perfis de eleitorado, a maior parte de baixa instrução educacional.

O equilíbrio na desigualdade de informação insere a necessidade do governante criar estratégias para induzir o julgamento do eleitor sobre o seu desempenho. O objetivo é controlar a percepção dos eleitores sobre os eventos políticos e sobre os efeitos das políticas públicas. Os governantes são motivados a inibir as consequências que ações negativas possam ter sobre a popularidade omitindo-as ou afastando a sua responsabilidade pelo acontecimento. Em decorrência disso, os eleitores com baixa informação sobre a eficiência das políticas e sobre quais são as reais intenções do governante legitimam políticas públicas deficientes. (SAMPAIO, 2016, p.3)

Cárdenas (2013) acredita que os políticos somente deixarão de utilização os cargos públicos como ferramentas eleitorais quando houver limites de reeleição ou até mesmo sua extinção. O autor destaca também mecanismos que resultem na auternancia de poder como alternativa. “Infelizmente, até mesmo a própria liberdade pode de repente ser ameaçada enquanto as técnicas da campanha permanente mancham a ação diária dos governos”. (CÁRDENAS, 2013, p.2). Observados através de outro viés, os métodos utilizados para realizar a campanha permanente podem ser benéficos para o exercício dos governos representativos. Segundo a teoria representativa da accountability de Pitkin (1972), o representante deve ser submetido ao controle daqueles que o elegeram, tendo que prestar contas constantemente de seus atos, servindo como uma ferramenta para desenvolver as ações que atendam ao anseio popular. “Não precisam prestar contas o tempo inteiro, mas precisam estar em condições permanentes para responder quaisquer questões: devem ter prontidão para responder” (PITKIN, 1972, apud MOTA, 2006, p.23).

4 O PODER LEGISLATIVO: HISTÓRIA, DESENVOLVIMENTO E O CASO DE JUIZ DE FORA

Neste capítulo pretende-se abordar algumas peculiaridades do Poder Legislativo. Primeiro, observando como se deu a formação deste âmbito de poder tanto na Europa quanto no Brasil. Depois, será dada ênfase à história da Câmara Municipal de Juiz de Fora, mostrando algumas transformações pelas quais a Casa do Legislativo municipal passou no último século. Será apresentado ainda um perfil dos vereadores da atual legislatura (2017-2020), analisando como se constituiu o capital político desses parlamentares e se, no exercício do mandato, que tipos de conexões eleitorais mantêm com aquelas regiões ou segmentos que os ajudaram a se eleger.

4.1 CONSTITUIÇÃO, SEPARAÇÃO DE PODERES E O PODER LEGISLATIVO

Para analisar as características do Poder Legislativo, primeiramente, é preciso entender como se deu a formação do Estado como conhecemos hoje no Brasil. Visto que no segundo capítulo desse trabalho já se discutiu a questão da democracia e a concepção de diferentes pensadores, tanto clássicos quanto contemporâneos, sobre o Estado, é necessário compreender como essa concepção se desenvolveu, resultando na formação dos “Estados Nações” da atualidade. Não cabe aqui fazer um estudo aprofundado das transformações ocorridas em cada caso, mas sim, elaborar um panorama geral que demonstre como os Estados se desenvolveram político e socialmente, resultando na fórmula com que funcionam hoje.

Nos estudos históricos, divide-se a evolução dos Estados em três períodos: antigo, medieval e o moderno. O primeiro abrange os estados que florescem na Grécia com os povos helênicos, e depois no império romano. O segundo caracteriza-se pela transição da organização romana para um sistema feudal. Segundo Queiroz (2015, p.12), “observe-se que de acordo com a doutrina que advoga a existência do Estado apenas a partir do século XVII, com o nascimento do Tratado de Westfalia, seria atécnico denominar os antigos “Estados” grego ou romano de Estados propriamente ditos”. Já a concepção de Estado Moderno é concebida a partir do movimento chamado renascimento cultural europeu do século XIV, que alterou o estilo de vida e a conceito de mundo da população da época.

A herança das estruturas feudais que se desenvolveram no período medieval resultou em uma aproximação entre a burguesia feudal e os monarcas buscando a superar os

entraves econômicos e políticos existentes naquele período. Com o apoio econômico e político dessa burguesia, as monarquias desenvolveram-se na Europa, resultando nos chamados “Estados Absolutistas”, em que o soberano detinha poder e autoridade sobre os demais ramos da sociedade. No século XV, o desenvolvimento econômico das monarquias foi impulsionado pela exploração e conquista de novos territórios, através de uma política mercantilista. Destacaram-se, nesse sentido, as grandes navegações promovidas, principalmente, pelas monarquias espanhola, portuguesa e inglesa.

O Estado absolutista foi um aparelho institucional estabelecido por uma classe consciente das relações sociais, em um ambiente de transição do modo de produção feudal, estabelecido pelas grandes propriedades latifundiárias, organizadas sobre a égide da servidão. Contrapondo-se ao modo de produção capitalista, onde o emergir das manufaturas, impulsionadas pelo capital mercantil, estabelece uma economia voltada para transações entre demandantes e ofertantes, e a servidão cederá gradativamente lugar para o proletariado, peça fundamental do capitalismo, pois dele o capitalista obterá o lucro, ou seja, a "mais-valia" que impulsionará o desenvolvimento capitalista. (ANDERSON, 1998, *apud* CAMPOS, 2009, p.31)

A superação aos governos absolutistas, principalmente por meios das Revoluções Francesa e Inglesa, moldaram estruturas de governo que serviram como base para a formatação de grande parte dos governos representativos como conhecemos hoje no ocidente. Na Inglaterra, a concentração de riquezas nas mãos da burguesia mercantilista fez o poder desse grupo sobrepor o do monarca, através da chamada Revolução Gloriosa. Iniciada em 1688, ela resultou na vitória da burguesia, que afastou o rei Stuart Jaime II, colocando Guilherme III (Guilherme de Orange) no trono. Este assinou a Declaração dos Direitos na qual submetia o poder real ao parlamento inglês.

No decorrer do ano de 1689, o Parlamento aprovou numerosas leis destinadas a salvaguardar os direitos dos cidadãos e a proteger suas próprias prerrogativas contra as intromissões da Coroa. A primeira dessas leis prescrevia o princípio da fixação anual das verbas do tesouro, modificando o critério anterior por força do qual a receita ordinária do erário era concedida ao monarca, em caráter vitalício, no início de cada reinado. A seguir, o Parlamento aprovou o Toleration Act, concedendo liberdade religiosa a todos os cidadãos, menos aos católicos. Por fim, em 16 de dezembro de 1689, foi aprovado o famoso Bill of Rights que, entre outras disposições, garantia aos cidadãos julgamento por júri popular (ressalvando, ainda, o direito de apelação ao governo em casos de injustiça), condenava as fianças excessivas, as punições cruéis e as multas exorbitantes, e proibia o Rei de suspender a execução das leis ou de lançar impostos sem autorização parlamentar. (BOTTALLO, 2007, p. 31)

Contudo, segundo os historiadores, o marco do fim do absolutismo foi a Revolução Francesa. Ela sofreu influência dos ideais liberais que serviram de modelo para a constituição dos Estados contemporâneos. Houve uma transferência da concentração do poder do monarca para as mãos de uma assembleia legislativa.

A insustentabilidade do modelo absolutista resultou na instauração de um novo modelo de Estado, com novas exigências e que possuía como pressuposto não mais a sujeição do súdito ao arbítrio ou interesses do monarca, e sim a sujeição do cidadão ao governo das leis provenientes de uma assembleia da qual participavam (pelos menos indiretamente). Assim, houve a consolidação das teorias liberais que vieram a informar o novo modelo de Estado existente. A consolidação desse novo modelo e seus pressupostos impunha que o Estado possuísse uma ordem normativa em função da qual o próprio poder político estaria limitado, ou seja, exigiu-se que a política fosse o exercício de uma ação normatizada, o que resultou na elaboração da idéia do Estado de direito. (MORAIS JÚNIOR, 2007, p.121)

A dinamização do comércio nos séculos XVI e XVII intensificou o desenvolvimento capitalista devido à crescente circulação de mercadorias, propiciada pela extensa rede comercial que a Inglaterra havia formulado a partir da expansão mercantil. Isso fez com que houvesse a necessidade de produção de mercadorias em larga escala para atender o mercado consumidor que se desenvolvia. Essa perspectiva de lucros em larga escala motivou investimentos em aparatos técnicos que dinamizassem a produção, havendo investimento em novas tecnologias e numa infraestrutura capaz de dar o suporte necessário.

Essa nova realidade, identificada pelo que se denominou de Revolução Industrial, implicou em mudanças não somente econômicas, mas também sociais. As práticas e relações de trabalho caracterizadas por uma herança ainda feudal deram lugar a uma lógica capitalista.

A certa altura da década de 1780, e pela primeira vez na história da humanidade, foram retirados os grilhões do poder produtivo das sociedades humanas, que daí em diante se tornaram capazes da multiplicação rápida, constante, e até o presente ilimitada, de homens, mercadorias e serviços. Este fato é hoje tecnicamente conhecido pelos economistas como a "partida para o crescimento autossustentável". Nenhuma sociedade anterior tinha sido capaz de transpor o teto que uma estrutura social pré-industrial, uma tecnologia e uma ciência deficientes, e consequentemente o colapso, a fome e a morte periódicas, impunham à produção. (HOBBSAWM, 1986, p.20)

Nesse ambiente, foi absorvida pelo Estado a concepção liberal, com limitações jurídicas e direitos assegurados aos cidadãos. Segundo Chauí, (1997, p.402) a esses Estados liberais “caberia a função de garantir a segurança e paz, ou seja, de assegurar a ordem pública, abstendo-se o máximo possível da intervenção na vida econômica e social dos indivíduos”. Houve, então, a necessidade de um aparato jurídico, formulado a partir das teorias liberais, dando legalidade e assegurando direitos aos homens. Segundo Queiroz (2015), é após esse período que o constitucionalismo serve de base para as nações. Barroso (2010), citado por Queiroz (2015, p.13) afirma que num Estado constitucional há três ordens de limitações de poder. A primeira é a preservação de direitos fundamentais como a dignidade da pessoa humana; outro seria o respeito às leis e aos processos legais. A última diz respeito à estrutura do Estado, que deveria ter as funções de legislar, administrar e julgar, sendo essas atribuições

de responsabilidade de diferentes órgãos. É nessa última concepção que se baseia a separação de poderes dentro do Estado, como observamos no Brasil atualmente.

O princípio da separação de poderes não é, em si, um conceito contemporâneo. Aristóteles (apud QUEIROZ, 2015), em “A política”, aponta que nos governos existem três poderes essenciais, os quais o governante deve organizar de forma prudente para que a administração funcione bem. Segundo o filósofo, o primeiro deles é o que delibera as questões do Estado; o segundo é aquele que compreende as magistraturas; o último abrangeria os cargos jurisdicionais. Outro que trata da distribuição de poderes é John Locke. No século XVII, Locke (apud QUEIROZ, 2015) defende que, mesmo sendo o poder legislativo o defensor da preservação dos anseios da sociedade, não seria prudente que este também executasse as leis, visto que poderiam adequá-las as próprias vontades.

O poder legislativo é aquele que tem competência para prescrever segundo que procedimentos a força da comunidade civil deve ser empregada para preservar a comunidade e seus membros. Entretanto, como basta pouco tempo para fazer aquelas leis que serão executadas de maneira contínua e que permanecerão indefinidamente em vigor, não é necessário que o legislativo esteja sempre em funcionamento se não há trabalho a fazer; e como pode ser muito grande para a fragilidade humana a tentação de ascender ao poder, não convém que as mesmas pessoas que detêm o poder de legislar tenham também em suas mãos o poder de executar as leis, pois elas poderiam se isentar da obediência às leis que fizeram, e adequar a lei a sua vontade [...] Em toda comunidade civil existe um outro poder, que se pode chamar de natural porque corresponde ao que cada homem possuía naturalmente antes de entrar em sociedade [...] Este poder tem então a competência para fazer a guerra e a paz, ligas e alianças, e todas as transações com todas as pessoas e todas as comunidades que estão fora da comunidade civil; se quisermos, podemos chama-lo de federativo. Uma vez que se compreenda do que se trata, pouco me importa o nome que receba. (LOCKE, 2006, p.75)

Já no século XVIII, Montesquieu publicou no ano de 1748 o clássico “O Espírito das Leis”, que influenciou as constituições de diversos países europeus. Na obra, o autor destaca que cada poder, além de procurar desenvolver suas atribuições de maneiras distintas, serviria também como controle dos demais poderes. Ele afirma que o exercício da liberdade será possível somente se um cidadão não temer o outro, isto é, se uma decisão não depender apenas de um mesmo corpo de magistratura.

Tampouco existe liberdade se o poder de julgar não for separado do poder legislativo e do executivo. Se estivesse unido ao poder legislativo, o poder sobre a vida e a liberdade dos cidadãos seria arbitrário, pois o juiz seria legislador. Se estivesse unido ao poder executivo, o juiz poderia ter a força de um opressor. Tudo estaria perdido se o mesmo homem, ou o mesmo corpo. (MONTESQUIEU, 2000, p.75)

Além da Europa, a constituição dos Estados Unidos também foi pautada na ideia de separação de poderes. Segundo Lages (apud SANTOS, 2015, p.95), nas bases

constitucionais do Estado da Virgínia, e nas do próprio país, é possível encontrar esses princípios. A autora afirma que mesmo que não estejam proclamados de forma clara, “foram adotados de forma plena, pela distribuição de competências, de modo que aquela Constituição não pode ser entendida sem aceitá-lo plenamente”. Bonavides (1992) afirma que o modelo constitucionalista brasileiro que culminou na carta de 1891, a primeira da República, imitava em parte o modelo americano em seu caráter liberalista. Contudo, Santos (2015) destaca que, mesmo seguindo o modelo americano de separação entre os poderes, a primeira constituição brasileira teve como objetivo aglomerar os membros de estados independentes, diferente da experiência norte-americana, que buscava a união de unidades políticas independentes.

A maioria das democracias modernas adotou a tripartição de poderes conforme o modelo norte-americano. No entanto, esse modelo sofreu algumas alterações durante sua efetiva implantação. Enquanto na experiência norte-americana a Constituição da federação teve por objetivo aglomerar unidades políticas independentes, no Brasil a federação aspirou no sentido de aglomerar membros de uma comunidade que pretendia se tornar Estados independentes. (SANTOS, 2015, p.33)

O autor afirma que o federalismo brasileiro também foi baseado no modelo norte-americano, mas apresenta uma origem distinta, visto que lá a federação serviu como base para o surgimento do país, com a renúncia de poderes de diferentes Estados. Já no Brasil aconteceu o contrário, pois foi a partir de um Estado unitário que se formulou o modelo imposto pela constituição. (ZYMLER, 2012, *apud*, SANTOS, 2015, p.36).

Na atual constituição do Brasil, a de 1988, o artigo 2º diz que são poderes da União, independentes e harmônicos entre si, o Legislativo, o Executivo e o Judiciário. Souza (2014) destaca que esses poderes têm suas funções previstas dentro da constituição, prestando cooperação e colaboração recíprocas, mas com cada um deles exercendo poder sobre o outro, através de um sistema de “freios e contrapesos”.

Exemplificativamente, o Poder Executivo exerce controle em relação ao Legislativo por meio do veto de leis já aprovadas pelo parlamento, art. 66, §1º, e, com relação ao Poder Judiciário, o controle é exercido através da indicação de Ministros para a Corte Suprema. O Controle do Poder Legislativo em relação ao Poder Executivo surge através da sustação dos atos normativos que exorbitem do poder regulamentar ou dos limites de delegação legislativa (Art. 49, inciso V), em referência ao Poder Judiciário, o controle é exercido com a análise, aprovação ou rejeição de proposições legislativas de iniciativa deste Poder, nos termos do artigo 48 da CF. Já o Controle do Poder Judiciário exercido em relação aos demais poderes, de forma ampla, vem do princípio da inafastabilidade de jurisdição previsto no artigo 5º, inciso XXXV. (SOUZA, 2014, p.1)

Santos (2015, p.36) entende que, no que diz respeito à descentralização do poder, a Constituição brasileira de 1988 aprimorou mecanismos de controle e fiscalização nos três níveis de governo, “em especial, no que diz respeito aos serviços de saúde, educação,

assistência social, habitação, saneamento, cultura, meio ambiente, proteção do patrimônio cultural e de redução da pobreza”. Assim, atualmente no Brasil a divisão dos poderes nas esferas nacional, estadual e municipal, é feita da seguinte forma, respectivamente: O poder executivo fica a cargo do presidente, governadores e prefeitos; o legislativo é representado por deputados federais e senadores, deputados estaduais e vereadores; já o judiciário é representado pelo Supremo Tribunal Federal, o Superior Tribunal de Justiça, os Tribunais Regionais Federais, os Tribunais do Trabalho, os Tribunais Eleitorais, os Tribunais Militares e os Tribunais dos Estados (VIANNA, 2007, apud SOUZA, 2014).

No Brasil, o Poder Legislativo apresenta diferentes características dependendo do âmbito que é observado. No Federal, o parlamento é formado por duas casas legislativas, a Câmara dos Deputados e o Senado Federal. Segundo a constituição, a Câmara é a representante direta do povo, enquanto os senadores representam as unidades federativas que os elegeram. Já nos Estados e municípios o legislativo funciona com a apenas uma casa, a Assembleia Legislativa e a Câmara Municipal, respectivamente. Contudo, a função que o legislativo exerce em todas as camadas é a mesma: elaboração de normas legais, legislar sobre as diferentes esferas constitucionais e também a fiscalização do poder executivo.

A essência do Poder Legislativo é a mesma em todos os níveis de governo, de modo que cada casa legislativa delibera sobre assuntos específicos que se enquadram no campo de atribuições da entidade política de que faz parte (União, estados, Distrito Federal e Municípios). Para exemplificar, o Código Civil Brasileiro e a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) dependem da aprovação do Congresso Nacional; a criação de regiões metropolitanas ou de aglomerações urbanas depende de leis aprovadas pelas assembleias legislativas; o Plano Diretor do Município e o Código de Obras são instituídos por meio de leis aprovadas pelas câmaras municipais. (RESENDE, 2014, p.8)

No que tange o legislativo no âmbito municipal, a constituição de 1988 alçou os municípios brasileiros à condição de membros ou entes da federação. Para Zymler (2012), isso contribuiu para a descentralização política ao mesmo tempo em que deu condições ao Estado de atender melhor às necessidades básicas dos cidadãos, visto que poder atuar por meio de medidas pontuais através de legisladores que entendam das realidades locais. “A Câmara Municipal vota, delibera, aprova ou rejeita projetos de lei, resoluções e demais proposições de interesse local que lhe são apresentados pelo Executivo através do Prefeito Municipal, pelos próprios vereadores e pela população” (SANTOS, 2015, p.51). Cada município tem sua lei orgânica (LOM), que define os direitos e as atribuições das autoridades para com os munícipes, além de regulamentar os poderes dos agentes políticos e servidores.

Segundo o *caput* do art. 29 da Constituição da República, o Município rege-se-á por lei orgânica, votada em dois turnos, com o interstício mínimo de dez dias, e aprovada por dois terços dos membros da Câmara Municipal, que a promulgará,

atendidos os princípios estabelecidos nesta Constituição, na Constituição do respectivo Estado e nos preceitos enumerados nos incisos I a XII do referido artigo. (SANTOS, 2015, p.56)

Os vereadores discutem e deliberam sobre as leis a partir de um plenário, o órgão soberano dentro de uma Câmara Municipal. Ele é regido por uma mesa diretora, composta pelo presidente, o primeiro e o segundo vice-presidentes, e por dois secretários. Dentro da casa legislativa municipal também existem as comissões técnicas, que podem ser permanentes ou provisórias. Elas são submetidas ao Plenário e a organização se dá pelo regimento interno de cada Câmara Municipal. Além de abordarem assuntos referentes ao funcionamento interno da casa, são voltadas também para assuntos de interesse público como, por exemplo, saúde, segurança pública e direitos humanos. Destacam-se também na atenção a defesa de direitos da mulher, dos idosos, da criança e do adolescente.

4.2 HISTÓRIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA

A história do Poder Legislativo em Juiz de Fora começa em 07 de abril de 1853, quando da fundação da Câmara Municipal, exato três anos após do então arraial de Santo Antônio do Paraibuna ser elevado à categoria de município. Segundo Genovez (1996) o povoado havia surgido com a abertura do “Caminho Novo”, no início do século XVII, por Garcia Rodrigues Paes e Domingos Rodrigues, aos quais a Coroa havia concedido quatro sesmarias e alguns pedaços de terra. A nova passagem representava um encurtamento do trajeto entre o a capital da província de Minas (Ouro Preto) e o Rio de Janeiro. “A abertura desse caminho refletiu reconhecidamente a preocupação da Coroa Portuguesa, que tentava evitar que o ouro fosse contrabandeado e transportado por outros caminhos, sem o pagamento dos altos tributos que incidiam sobre toda a extração” (LACERDA, 2009, p.2). Em 1856, a Câmara Municipal já contava com nove vereadores. Nove anos mais tarde, em 1865 a cidade recebeu a denominação de Juiz de Fora.

A Câmara ficava em um prédio adquirido por Henrique Guilherme Fernando Halfeld e sua esposa, Cândida Maria Carlota Tostes, em 1852, na esquina da Rua Direita, hoje Avenida Rio Branco, e da Rua Califórnia, atual rua Halfeld, e custou três contos e quinhentos mil réis. No local funcionavam a Câmara e a cadeia pública. Esse prédio foi demolido e deu lugar ao imóvel onde hoje funciona a Funalfa. (CMJF, 2005, p.5)

De acordo com Goodwin Jr. (1996), nesse período específico, as elites políticas da cidade tinham como objetivo tornar Juiz de Fora um símbolo da economia cafeeira de exportação que tinha como base a mão-de-obra escrava. A ideia era dar um ar de modernidade

baseado nas tendências das cidades europeias, através de um centro urbano atraente onde a elite que detinha o poder pudesse gozar de transporte cultura e segurança. As publicações do Jornal “*PHAROL*” de 15 de abril de 1877 e também de 11 e 21 de julho de 1888 comprovam essa tendência. Segundo a documentação, duas prioridades da Câmara se destacam: a urbanização e a estruturação institucional da cidade, sendo a primeira dependente da segunda (PHAROL, 1877 *apud* GOODWIN JR., 1996, p.11). A formulação dessa estrutura institucional foi ancorada por um sistema de arrecadação fiscal, organizado com o objetivo de angariar a verba para a construção da estrutura física e para manter o aparato burocrático da administração municipal. Segundo Duarte (2014), na última década do século XIX, Juiz de Fora já representava um centro de referência urbana na Zona da Mata, com um crescimento de 2.500%, se comparados os 600 habitantes de 1855 e os 15.000 de 1890.

Foi também em 1890 que o Delegado Provisório de Minas Gerais, José Cesário de Farias criou o Conselho de Intendências, dissolvendo a Câmara Municipal. “Somente 12 anos depois, por determinação da lei de organização dos municípios mineiros, são eleitos novos vereadores. Nesse ano, o número sobe para 15 e foram criados o Conselho Distrital e a Assembleia Municipal” (CMJF, 2005, p.5). De 1918 até a década de 1960, a Câmara funcionou no prédio das repartições públicas municipais. Na década de 1970, depois de passar pelo edifício Adhemar Resende de Andrade, a casa do legislativo volta a funcionar no Palácio Barbosa Lima, onde permanece até hoje.

Durante as décadas de 1930 e 1940, as transformações políticas pelas quais o país passou fez com que a administração da cidade também se modificasse, inclusive no legislativo.

Até 1930, Juiz de Fora era administrada pelo Presidente da Câmara, que ocupava também o cargo de Agente Executivo. Entretanto, após a revolução desse ano, a cidade vive o regime de intervenção e ganha um prefeito, nomeado pelo chefe do governo do Estado. Ele passa a cuidar dos assuntos executivos e legislativos, sendo auxiliado por um conselho Consultivo, que se reunia mensalmente. A queda da ditadura Vargas traz de volta a normalidade do regime democrático. Em 1947 são eleitos novos vereadores e, pela primeira vez, o prefeito é escolhido diretamente pelo povo. (CMJF, 2005, p.6)

É justamente na década de 1940 que é sancionada a primeira lei aprovada pela Câmara Municipal, em 1947. Antes disso, no período do império, a casa do legislativo não tinha função administrativa, atendo-se apenas a receber alguns pedidos da população. “Para avaliar os casos, a Câmara tinha sete comissões fixas: de Censo, Fazenda, Obras Públicas, Legislação, Saúde Pública, Subscrição de Finanças e Polícia Municipal e Comissões Especiais de caráter não permanente” (CMJF, 2005). De acordo com a Lei número 00001 de

16 de dezembro de 1947, a prefeitura municipal, através do então prefeito Dilermano Costa Cruz, ficava autorizada a comprar terras no onde hoje está situado o bairro Grama, para a construção de um hospital para tuberculosos proletários. Atualmente, no mesmo local funciona o Hospital João Penido. “Fica a Prefeitura autorizada a despender a importância de Cr\$ 104.000,00 (cento e quatro mil cruzeiros) com a aquisição de 4 (quatro) alqueires geométricos de terras, percentuais ao senhor Aurélio Ferreira Salgado e situados na povoação de Grama” (CMJF, 1947). Em 1948, foram sancionadas várias leis aprovadas pelo legislativo da cidade, modificando a organização de alguns serviços fiscais no município, definindo cobranças de taxas de assistência pública e a apropriação de imóveis.

Outro período em que a Câmara Municipal de Juiz de Fora foi afetada pelas transformações políticas ocorridas no Brasil foi após o golpe militar de 1964. Mesmo que os militares não tenham dissolvido as câmaras parlamentares pelo país, as sessões da câmara em Juiz de Fora só foram retomadas um mês após o golpe. No dia 13 de abril de 1964, 11 vereadores compareceram à sessão: Amilcar Padovani, Dante Pereira, Evandro Carneiro, Ignácio Halfeld, Newton Viana, Olavo Lustosa, Osmar Surerus, Pedro de Castro, Waldir Mazzócoli, Wilson Jabour e Itamar Rattes (OLIVEIRA, 2015). De acordo com os pronunciamentos dos parlamentares presentes, é possível compreender que a maioria deles apoiava o golpe, chamado por alguns de revolução.

Percebemos como a conjuntura internacional é considerada pela Câmara e por Pedro de Castro, principalmente, uma vez que o vereador sugeriu o rompimento imediato de relações diplomáticas com os governos cubano e russo, além de parabenizar o General Castelo Branco, já eleito Presidente da República nesse momento[...]Pedro de Castro também faz requerimento de agradecimento à Viação Útil por ter prestado serviços ao país durante o período do golpe, chamado por ele de “revolucionário”, aproveitando a ocasião para apresentar projetos concedendo títulos de cidadão honorário aos Generais Carlos Luiz Guedes e Antônio Carlos da Silva Muricy, título de cidadão benemérito ao Governador Magalhaes Pinto e título de cidadão honorário e benemérito ao General Olympio Mourão Filho, além de sugerir a confecção de uma pasta especial para colecionar todos os pronunciamentos do governador Magalhaes Pinto e dos Generais Mourão Filho e Carlos Guedes relativos ao movimento “revolucionário”. (OLIVEIRA, 2015, p.53)

No mesmo dia, os vereadores presentes solicitaram a criação de uma comissão encarregada de analisar a cassação dos mandatos de alguns vereadores que já estavam presos pelo regime militar ou que não compareceram à sessão. No dia 07 de maio de 1964, a comissão especial formada para estudar a cassação deu seu parecer² apoiando a cassação dos mandatos.

² Votaram pela cassação os vereadores: “Amilcar Campos Padovani, Dante Antônio Pereira, Evandro Rosa Carneiro, Ignácio Halfeld, Olavo de Freitas Lustosa, Osmar Surerus, Pedro de Castro, Wilson Couri Jabour, Godofredo Botelho e Itamar Barroso, abstendo-se de votar o vereador Newton Vianna de Oliveira. Proclamada a

É fato que a votação foi unânime a favor da cassação de mandatos, sendo possível afirmar a adesão por parte de todos que estavam presentes na sessão. Entretanto, podemos questionar se tal adesão foi voluntária ou se deu por pressão ou medo de represálias. Esse questionamento pode ser feito, pois na fala dos vereadores observamos que alguns deles se manifestavam a favor do golpe e do novo regime, votando pela cassação. Por outro lado, existiam os que se posicionavam a favor do golpe, mas que foram coagidos por uma ordem vinda de cima, a qual não seria possível se opor ou fazer resistência. Um caso em especial é o de Newton Vianna, que, por fazer parte do IPM, declarou abstenção. (OLIVEIRA, 2015, p.53)

Assim foram cassados os mandatos de quatro vereadores: Peralva de Miranda Delgado, Francisco Afonso Pinheiro, Jair Reihn e Nery de Mendonça. Deve-se salientar, contudo, que no dia 10 de dezembro de 2014, a Câmara Municipal, por meio da Comissão Parlamentar Especial Memória Verdade e Justiça, restituiu simbolicamente os mandatos dos vereadores, entregando simbolicamente aos familiares dos parlamentares um diploma “*in memoriam*” (CMJF, 2014).

Depois do período da ditadura militar, o número de vereadores que representava a população de Juiz de Fora se alterou algumas vezes. “Em 1997, por determinação da Emenda nº 10 à Lei Orgânica que tem por base a constituição federal de 1988, a número de vereadores sobe para 21” (CMJF, 2004, p.6). Já em 2004, após o Supremo Tribunal Federal considerar o princípio da proporcionalidade, as cadeiras caíram para 19, número atual de vereadores em Juiz de Fora.

O Supremo Tribunal Federal (STF) considerou que o princípio da proporcionalidade era imperativo e adotou a fórmula de um vereador para cada grupo de 47.619 habitantes, reduzindo 8.528 vagas, na regulamentação das eleições municipais daquele ano. A emenda Constitucional [...] fixa o número mínimo de 9 cadeiras para municípios com até 15 mil habitantes e o máximo de 55 para município com mais de 8.000 milhões de habitantes, permitindo o aumento de até 9.000 vereadores em todo o país se o teto máximo estabelecido nas escalas de cadeiras/número de habitantes for aplicado. (KERBAUY, 2008, p.4)

4.3 LEGISLATURA 2017-2020 DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA

Nas eleições municipais de 2016, onze vereadores que compunham a legislatura anterior conseguiram a reeleição: Ana do Padre Frederico (PMDB), Betão (PT), Cido Reis (PSB), Rodrigo Mattos (PSDB), Pardal (PTC), Dr. Fiorilo (PTC), Dr. Antônio Aguiar (PMDB), Zé

aprovação do Projeto de Resolução, em primeira discussão, fizeram declaração de voto, por escrito, os vereadores Olavo Lustosa, Osmar Surerus, Itamar Rattes Barroso, Wilson Couri Jabour, Ignácio Halfeld, Evandro Rosa Carneiro e Pedro de Castro, informando a Presidência (Waldir Mazzócoli) que tais declarações seriam anexadas ao processo próprio. O vereador Newton Vianna de Oliveira justificou sua abstenção também por escrito” (Ata da Sessão da CMJF do dia 07/05/1964 *apud* OLIVEIRA, 2015, p.59).

Marcio (PV), André Mariano (PSC), Vagner De Oliveira (PSC) e Wanderson Castelar (PT). Os oito demais que começaram seu primeiro mandato em 2017 foram: Delegada Sheila (PTC), Marlon Siqueira (PMDB), João Coteca (PR), Kennedy Ribeiro (PMDB), Julio Obama Jr. (PHS), Sargento Mello (PTB), Charles Evangelista (PP), e Dr. Adriano Miranda (PHS). Assim, o PMDB foi o partido que mais elegeu representantes, quatro no total. Em seguida, vem o PTC, com três vereadores. Já PT, PSC e PHS são representados por dois parlamentares cada. Com apenas um vereador na casa estão o PSDB, PR, PP, PSB, PV e PTB. Destaca-se ainda que duas mulheres foram as mais votadas entre todos que disputaram as eleições. A então candidata Delegada Sheila (PTC) obteve uma votação recorde no município, com 9.921 votos, 3,70% do total, seguida por Ana do Padre Frederico (PMDB), que conseguiu 7.300 votos, 2,72% da totalidade (TSE, 2016).

Para se traçar um perfil dos vereadores da atual legislatura da Câmara Municipal de Juiz de Fora é necessário, primeiramente, retomar a referência feita a Bourdieu (1989) no primeiro capítulo dessa dissertação. Nela, o autor destaca que a análise do capital político de um parlamentar pode ser elaborada a partir de uma categorização onde três tipos de perfis aparecem: o capital delegado, adquirido pelo indivíduo que é ligado a algum tipo de instituição, (sacerdotes, professores, funcionários de empresas). Neste caso, o político recebe o capital dessa organização a qual está vinculado; há também o capital convertido, aquele que o indivíduo construiu numa determinada área de atuação, mas que conseguiu transferir para o meio político (médicos, esportistas, artistas, empresários). Para Bourdieu (1989), dentro do capital convertido, pode-se encontrar também capital econômico, ferramenta que impulsiona campanhas e ajuda a proporcionar o incremento do capital político do indivíduo; há ainda o capital heroico que o autor destaca como sendo um produto do capital convertido, adquirido através da trajetória de vida e do reconhecimento social que foi construído. Outro tipo de perfil de construção de capital político, citado também no segundo capítulo dessa pesquisa, é o “de opinião”. Para Messenberg (2008) o político adquire seguidores através da proximidade ideológica que é empregada em seu discurso.

Assim, pela história e trajetória de cada um dos vereadores de Juiz de Fora, pode-se traçar o perfil da atual legislatura de acordo com o capital político que eles possuem. Deste modo, é possível considerar os seguintes vereadores como sendo de capital convertido: Adriano Miranda, Antônio Aguiar e Fiorilo, são médicos. O vereador Kennedy Ribeiro, por sua vez, tem seu capital convertido do meio empresarial, além de poder também ser inserido como um político de capital econômico. Já o atual presidente da Câmara, Rodrigo Mattos (PSDB), não é ligado a nenhuma área de atuação ou algum tipo de instituição, mas mantém

um capital convertido de seu pai, o ex-prefeito de Juiz de Fora, Custódio Mattos, portanto está ligado ao grupo político do PMDB na cidade. Caso semelhante é do vereador Charlles Evangelista, filho do ex-vereador Chico Evangelista (ao longo de 2017, Charlles vem acumulando capital político de opinião, por se colocar como um vereador conservador). A vereadora Delegada Sheila, além de ter sido a vereadora mais votada na eleição, tem o seu capital convertido vinculado à Polícia Civil, à sua atuação na área de segurança pública e à visibilidade que teve (como indivíduo e não instituição) na cidade no período em que era delegada regional. O vereador Cido Reis, atua como consultor previdenciário. O vereador Zé Marcio Garotinho constituiu credibilidade pública atuando como engenheiro civil na prefeitura (LEGISLATURA CMJF, 2017).

Os vereadores João Coteca e Vagner de Oliveira têm um capital político que pode ser considerado como heroico. O primeiro devido ao trabalho social que desenvolve, com foco nos mais carentes e deficientes, há mais de 20 anos junto às comunidades da Zona Norte da cidade. O segundo pela trajetória no meio político, sendo vereador e também prefeito da cidade de Chácara (MG). (LEGISLATURA CMJF, 2017).

No caso do capital delegado, adquirido pelo indivíduo ligado a instituições, podem ser incluídos os seguintes parlamentares: Ana Rossignoli, que é professora aposentada (também conhecida como Ana do Padre Frederico, nome da escola em que atuava); André Mariano, pastor da Igreja do Evangelho Quadrangular; Sargento Mello Casal, oficial da Polícia Militar; Marlon Siqueira, que atuou dentro de diversos órgãos da prefeitura por mais de quinze anos e ainda foi gestor do Departamento Municipal de Limpeza Urbana (Demlurb) e da Secretaria Municipal de Agropecuária e Abastecimento, onde ficou ligado à causas de defesa dos direitos dos animais e de desenvolvimento do trabalho rural; Pardal, que é servidor público da prefeitura; Júlio Obama Jr., atuou como servidor da prefeitura trabalhando na área de educação principalmente voltada para jovens; além de Betão e Castelar, ambos professores e que também podem ser considerados de opinião, visto ao posicionamento de oposição que mantém perante o Poder Executivo.

O vereador Fiorilo (que foi enquadrado como tendo capital convertido por ser médico) também pode ser considerado também como de capital delegado, visto que declarou em entrevista que também tem uma base formada por seguidores da igreja católica. (APÊNDICE X). O Quadro 1 mostra a área de atuação profissional de cada vereador e a categoria de capital político na qual o parlamentar foi enquadrado.

QUADRO 1 - Área de atuação profissional de cada vereador e categoria de capital político em que estão enquadrados

VEREADOR /ÁREA DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL	CATEGORIA DE CAPITAL POLÍTICO
Adriano Miranda – Médico	Convertido
Ana Rossignoli – Professora	Delegado
André Mariano – Pastor	Delegado
Antônio Aguiar – Médico	Convertido
Cido Reis – Consultor previdenciário	Convertido
Sargento Mello Casal – PM	Delegado
Charlles Evangelista – Oficial de Justiça	Convertido
Vagner de Oliveira – Ex-prefeito de Chácara	Heroico
João Coteca – Prestador de serviços para comunidade	Heroico
Fiorilo – Médico/Igreja Católica	Convertido/Delegado
Kennedy Ribeiro – Empresário e produtor rural	Convertido/Econômico
Julio Obama Jr. – Educação voltada para jovens, Conselho tutelar e Igreja Evangélica	Delegado
Zé Marcio Garotinho – Engenheiro civil	Convertido
Pardal – Servidor público PJJ	Delegado
Marlon Siqueira (Gestor Público) - Demlurb - SAA (ZONA RURAL) - CAUSA ANIMAL	Delegado
Betão – Professor	Delegado/Opinião
Rodrigo Mattos – Administrador de empresas	Convertido
Sheila Oliveira – Delegada PC	Convertido
Castelar - Professor	Delegado/Opinião

Fonte: Elaboração própria

Nas entrevistas realizadas com cada um dos 19 vereadores de Juiz de Fora, disponíveis nos apêndices dessa dissertação (entre os apêndices V e MM), a maioria dos vereadores se declarou como sendo “de centro”, quando questionados sobre a posição que tinham perante o executivo. Foram eles: Adriano Miranda, Cido Reis, Charles Evangelista, Fiorilo, Julio Obama Jr., Sargento Mello Casal, Delegada Sheila e Vagner de Oliveira. Somente os dois vereadores do Partido dos Trabalhadores (PT) se colocaram como “de oposição” ao prefeito de Juiz de Fora, Bruno Siqueira: Betão e Wanderson Castelar. Os demais vereadores constituem a base de apoio do governo no Legislativo: Ana Rossignoli, Pardal, Rodrigo Mattos, Antônio Aguiar, André Mariano, Zé Marcio Garotinho (líder do governo na Câmara), Marlon Siqueira, Kennedy Ribeiro e João Coteca.

4.4 ESTRATÉGIAS DO LEGISLATIVO MUNICIPAL: GEOGRAFIA DO VOTO E CONEXÃO ELEITORAL

Neste subcapítulo serão apresentados alguns dados sobre a votação dos vereadores de Juiz de Fora nas eleições de 2016, como as zonas eleitorais em que obtiveram maior votação. A partir dessa análise, essas informações serão comparadas com as ações (requerimentos e projetos de lei) feitas pelos parlamentares. O primeiro objetivo é observar se os projetos de lei (PL) são direcionados às áreas de atuação profissionais nas quais os vereadores se inserem juntamente com a política, descrevendo cada tipo de capital político e se esses projetos estão ligados a esses perfis. Outro objetivo é analisar se há uma preponderância de requerimentos ou projetos direcionados para as áreas onde os vereadores foram mais votados. Assim, foi feito um paralelo entre a geografia dos votos e as atividades realizadas durante o mandato, inferindo-se assim, se há algum tipo de conexão eleitoral ou práticas clientelares, como as discutidas no terceiro capítulo dessa dissertação. Antes disso, porém, torna-se necessário fazer algumas observações sobre a questão das estratégias eleitorais no poder legislativo municipal.

Foram observados todos os PL apresentados pelos 19 vereadores em 2017, do dia 01 de janeiro, até o período em que a análise foi feita, 27 de outubro de 2017, fim do décimo período de reuniões. Já os requerimentos foram observados entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho do mesmo ano. A escolha se deu pelo fato de que nesse período as reuniões ordinárias aconteceram de forma ininterrupta, diferente do que acontece normalmente durante todo o ano, quando há um recesso de quinze dias entre os períodos legislativos.

Como já abordado no segundo capítulo desse estudo, no caso da eleição municipais para vereador o quociente eleitoral define os partidos e/ou coligações que têm direito a ocupar as vagas em disputa através da divisão do número de votos válidos apurados pelo de lugares a preencher em cada circunscrição eleitoral. Há também o quociente partidário, que calcula o número inicial de vagas que o partido ou coligação terá direito caso tenham alcançado o quociente eleitoral. Esse sistema acaba por acentuar a figura do parlamentar perante o partido, visto que um único candidato pode alcançar uma quantidade de votos suficientes para eleger outros da mesma coligação ou partido.

Mesmo com essa acentuação do personalismo dos políticos frente às formações partidárias, o papel dos partidos dentro de uma eleição de lista aberta (como no caso do legislativo municipal brasileiro) se mostra preponderante. Silotto (2016) atribui aos partidos a figura de coordenadores dentro do contexto da disputa eleitoral, visto a necessidade da filiação partidária para concorrer e exercer o mandato eletivo, que de certa forma proporciona aos partidos a possibilidade de exercer algum tipo de manipulação sobre quem poderá concorrer pela legenda. Deste modo a autora afirma que os partidos funcionam como verdadeiros *gatekeepers*³ fazendo uma espécie de filtragem dos candidatos como também recrutando nomes que possam alavancar elevada quantidade de votos, e assim, “puxando” outros candidatos. Outro papel das legendas seria o de provedor, arcando com parte do financiamento de algumas campanhas. (SILOTTTO, 2016).

No Quadro 2 é possível observar a votação que cada vereador eleito obteve nas eleições 2016, assumindo o cargo através do quociente partidário (QP) ou da média de votos dentro dos partidos. Dos 19 parlamentares, 11 foram eleitos através do QP, e oito por média.

Quadro 2 – Votação que cada vereador eleito obteve nas eleições 2016.

CANDIDATOS ELEITOS 2016	PARTIDO	VOTOS
Quociente partidário/média		
<u>DELEGADA SHEILA</u> ELEITA POR QP	PTC	9.921

³ A Teoria do Gatekeeper surgiu em 1950 e é aplicada ao jornalismo. O fluxo de notícias passaria por ‘gates’ ou ‘portões’. O gatekeeper ou ‘porteiro’ é o editor das redações, aquele que seleciona o que será ou não publicado, aquele que filtra as informações.

<u>ANA DO PADRE FREDERICO</u> ELEITO POR QP	PMDB	7.300
<u>BETÃO</u> ELEITO POR QP	PT	6.003
<u>MARLON SIQUEIRA</u> ELEITO POR QP	PMDB	5.792
<u>CIDO REIS</u> ELEITO POR QP	PSB	4.986
<u>RODRIGO MATTOS</u> ELEITO POR QP	PSDB	4.401
<u>PARDAL</u> ELEITO POR QP	PTC	4.387
<u>JOÃO COTECA</u> ELEITO POR QP	PR	4.068
<u>DR. FIORILO (DR. ZEZITO)</u> ELEITO POR MÉDIA	PTC	3.616
<u>DR. ANTONIO AGUIAR</u> ELEITO POR MÉDIA	PMDB	3.531
<u>KENNEDY RIBEIRO</u> ELEITO POR MÉDIA	PMDB	3.441
<u>ZE MARCIO (GAROTINHO)</u> ELEITO POR MÉDIA	PV	3.430
<u>ANDRE MARIANO</u> ELEITO POR QP	PSC	3.292
<u>VAGNER DE OLIVEIRA</u> ELEITO POR MÉDIA	PSC	3.152

<u>CHARLES EVANGELISTA</u> ELEITO POR QP	PP	2.625
<u>CASTELAR</u> ELEITO POR MÉDIA	PT	2.545
<u>JULIO 'OBAMA JR'</u> ELEITO POR QP	PHS	2.534
<u>SARGENTO MELLO (CASAL)</u> ELEITO POR MÉDIA	PTB	2.306
<u>DR. ADRIANO MIRANDA</u> ELEITO POR MÉDIA	PHS	1.954

Fonte: TSE

Além das questões políticas que estão inseridas dentro do contexto eleitoral, a influência espacial também interfere nas estratégias e no resultado das eleições. Uma análise da geografia do voto do legislativo municipal, devido às suas peculiaridades e o tamanho da amostragem, permite observar características do sistema eleitoral. Em outras palavras, o perfil social de cada grupo pode ter interferência direta no resultado das eleições e nas ações desenvolvidas durante o período eleitoral.

Assim, candidaturas estariam subjugadas à dinâmica política, mas também à espacial. Essa dinâmica espacial, característica do *environment*, como destacam Huckfeldt e Sprague (1987), teria papel crucial ao expor atores a contextos e vieses específicos que variam conforme o local. Essa exposição seria o reflexo da estrutura sociogeográfica, que dita o ritmo e o fluxo de informações que chega aos eleitores, fluxo este que também influencia como um “viés local”, inevitavelmente, os partidos e suas candidaturas – o comportamento político como um todo. [...] Preferências e comportamentos seriam expressões micro-sociológicas do contexto do espaço. Em outras palavras, o contexto seria a influência que atua na vida dos atores políticos diariamente. Isso independe da arena política eleitoral ou de constrangimentos institucionais e envolve as informações que chegam e são trocadas entre os moradores das cidades vizinhas, por exemplo. (SILOTTO, 2016, p. 35-37)

Antes de se fazer a análise, é necessário primeiramente destacar o tipo de metodologia a ser utilizado. Como serão analisadas tanto as informações dos documentos quanto a quantidade de cada um deles, o recurso metodológico utilizado foi a análise de

conteúdo híbrida, desenvolvendo assim uma pesquisa quali-quantitativa, como a proposta por Bauer (2010). O autor destaca que, nessa perspectiva, tanto as descrições numéricas quanto as características do corpo dos textos estão sob análise e servem como ferramentas para se inferir determinado pensamento. “Deste modo, a análise de texto faz uma ponte entre o formalismo estático e análise qualitativa dos materiais. No divisor quantidade/qualidade das ciências sociais, a análise de conteúdo é uma técnica híbrida” (BAUER, 2010, p. 190).

Bauer (2010) também destaca que a análise feita através desses dois vieses se torna até mais rica, visto que são complementares. “A frequência das palavras e sua ordenação, o vocabulário, os tipos de palavras e as características gramaticais e estilísticas são indicadores de uma fonte e da probabilidade de influência sobre alguma audiência” (BAUER, 2010, p. 193). O autor entende que esse método funciona como uma forma de reconstrução de representações, principalmente a sintática e a semântica. A primeira por descrever as formas de expressão. A segunda por descrever o sentido das palavras. Em outra obra, escrita por Bauer juntamente com Gaskell e Allum (2002), os autores defendem que não há quantificação sem qualificação:

A mensuração dos fatos sociais depende da categorização do mundo social. As atividades sociais devem ser distinguidas antes de qualquer frequência ou percentual possa ser atribuído a qualquer distinção. É necessário ter uma noção das distinções qualitativas entre categorias sociais, antes que se possa medir quantas pessoas pertencem a uma ou outra categoria. (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2002, p.24)

Do mesmo modo, entendem que também não há análise estatística sem interpretação, visto que a pesquisa qualitativa não possui o monopólio da interpretação e que os números não falam somente por existirem. Ambos os métodos precisam de um processo de análise. (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2002, p.24).

No Quadro 3 é possível observar todos os PL ligados à área de atuação profissional dos parlamentares apresentados pelos vereadores de Juiz de Fora até o período da coleta de dados. Na primeira coluna encontra-se o nome e a profissão do (a) vereador (a); na segunda está a classificação do capital político descrita nesse mesmo subcapítulo; e na terceira estão agrupados os projetos de lei ligados à área de atuação de cada um dos parlamentares. Posteriormente será possível observar quantos são e qual é a porcentagem dos PL apresentados que têm algum tipo de ligação com as áreas de atuação profissionais nas quais os vereadores se inserem juntamente com a política. A listagem de todos os projetos apresentados em 2017 (até o período da coleta de dados) encontra-se entre os anexos Y e PP.

Quadro 3 – Projetos de Lei apresentados pelos vereadores de Juiz de Fora entre 01/01/2017 e 27/10/2017, ligados à área de atuação profissional dos parlamentares.

VEREADOR /ÁREA DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL	CATEGORIA DE CAPITAL POLÍTICO	PROJETOS DE LEI LIGADOS À ÁREA DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL / QNT PL ANALISADOS
Adriano Miranda – Médico	Convertido	<p>SAÚDE:</p> <p>44/2017 (Dia Municipal TDAH); 25/2017 (Farmácia Compartilhada); 12/2017 (Janeiro Branco); 165/2017 (Dia e Semana Municipal de Combate à Alienação Parental); 152/2017 (afixação de cartazes sobre substituição de remédios); 76/2017 (Farmácia compartilhada).</p> <p>TOTAL: 6/13 PL</p>
Ana Rossignoli – Professora	Delegado	<p>EDUCAÇÃO:</p> <p>262/2017 (cobrança de taxas aplicação de provas de segunda chamada); 211/2017; (vedação da cobrança de taxas de emissão de diplomas); 210/2017 (Homenagem Rui Barbosa aos alunos destaque do 6º ao 9º ano rede pública de ensino); 157/2017 (Institui as Olimpíadas Estudantis); 48/2017 (criação do Programa “Refletindo sobre meu futuro”); 47/2017 (Programa saúde vocal e auditiva dos professores da Rede Municipal de Ensino); 46/2017 (Ações socioeducativas na rede pública e privada de ensino); 8/2017 (o sistema de informações sobre violência nas escolas); 5/2017 (Insero nos Planos de</p>

		Estudos conteúdos sobre a Lei nº11.340); 2/2017 (Programa Municipal de saúde vocal e auditiva) TOTAL: 9/26 PL
André Mariano – Pastor	Delegado	RELIGIÃO: 183/2017 (Dia municipal da marcha para Jesus); 166/2017 (Dia Quadrangular) TOTAL: 2/5 PL
Antônio Aguiar – Médico	Convertido	SAÚDE: 222/2017 (Estacionamento em frente às farmácias); 204/2017 (Comunicação nascimento de crianças com deficiência e/ou síndrome de Dow); 167/2017 (Criação do "Aplicativo JF + Acessibilidade); 164/2017 (Atendimento aos educandos com superdotação); 108/2017 (Atendimento aos educandos com superdotação); 85/2017 (Dia Municipal da Redução de Danos); 42/2017 (Acesso aos espaços de recreação a criança com deficiência); 14/2017 (Passe livre para pessoas com deficiência); 3/2017 (Título Honorífico ao Doutor Antônio Carlos Botti) TOTAL: 9/17 PL
Cido Reis – Consultor previdenciário	Convertido	PREVIDÊNCIA TOTAL: 0/11 PL
Sargento Mello Casal – PM	Delegado	SEGURANÇA PÚBLICA: 61/2017(serviço de segurança

		<p>em instituições financeiras); 173/2017(serviço de segurança em instituições financeiras); 181/2017 (Dia Municipal Bombeiro Militar); 217/2017 (Dia Municipal do Agente de Segurança Penitenciária); 218/2017 (Dia Municipal do Policial Militar);</p> <p>239/2017 (Dia do Guarda Municipal); 240/2017(Dia Municipal do Vigilante); 246/2017(Dia Municipal do Agente de Segurança socioeducativo)</p> <p>TOTAL: 9/18 PL</p>
Charlles Evangelista – Oficial de Justiça	Convertido/Opinião	<p>JUSTIÇA</p> <p>TOTAL: 0/16 PL</p>
Vagner de Oliveira – Ex- prefeito de Chácara	Heroico	<p>UTILIDADE PÚBLICA</p> <p>43/2017 (Dedução dos créditos dos valores do Cartão Passe Fácil, na modalidade Comum, na emissão da segunda via, junto à Associação Profissional das Empresas de Transporte de Passageiros de Juiz de Fora — ASTRANSP)</p> <p>TOTAL: 1/8 PL</p>
João Coteca – Prestador de serviços para comunidade	Heroico	<p>SERVIÇOS COMUNITÁRIOS</p> <p>TOTAL: 0/1 PL</p>
Fiorilo – Médico/Igreja Católica	Convertido/Delegado	<p>SAÚDE:</p> <p>212/2017 (direito de embarque e desembarque por qualquer porta do coletivo aos usuários do transporte público)</p>

		<p>municipal com deficiência);</p> <p>216/2017 (Dia Municipal das Doenças Inflamatórias Intestinais Crônicas);</p> <p>257/2017 (carrinhos de compras adaptados às pessoas com deficiência)</p> <p>RELIGIÃO:</p> <p>160/2016 (Infância sem Pornografia);</p> <p>TOTAL: 4/12 PL</p>
Kennedy Ribeiro – Empresário e produtor rural	Convertido/Econômico	<p>INDÚSTRIA E EMPREGO:</p> <p>113/2017 (Dia e Semana Municipal do Empreendedorismo);</p> <p>ZONA RURAL:</p> <p>220/2017 (Declara de Utilidade Pública Associação de Produtores Rurais de Penido – APRUR)</p> <p>TOTAL: 2/9 PL</p>
Julio Obama Jr. – Pedagogo, Conselho tutelar e Igreja evangélica	Delegado	<p>EDUCAÇÃO:</p> <p>41/2017 (Programa Educacional Pé na Faixa);</p> <p>64/2017(Dia municipal do conselheiro tutelar);</p> <p>70/2017 (Dia Municipal das Merendeiras Escolares);</p> <p>127/2017 (Inclusão de quesitos do estatuto da criança e do adolescente nos concursos públicos municipais);</p> <p>133/2017 (exigibilidade de Carteira de Identidade no ato da matrícula para alunos da Rede Pública de Ensino);</p> <p>150/2017 (Programa empresa amiga da escola);</p>

		<p>151/2017 (Boletim escolar eletrônico); 156/2017 (obrigatoriedade das empresas enviarem para Câmara relatório sobre o Trabalho de aprendiz com deficiência); 162/2017(Internet móvel nas bibliotecas públicas);</p> <p>175/2017 (Festival de Música dos alunos da Rede Pública); 176/2017 (atividades com fins educativos para reparar danos causados no ambiente escolar); 185/2017 (matrícula para estudante com deficiência); 192/2017 (notificarem ocorrências de uso de bebida alcóolica e/ ou entorpecentes por crianças a adolescentes); 196/2017 (contratação de jovens do ensino público para ocupação do primeiro emprego); 197/2017 (proibição cobrança de taxas para aplicação de provas de segunda chamada);</p> <p>255/2017 (obrigatoriedade de manutenção de exemplares da Bíblia Sagrada e literaturas religiosas nos acervos das bibliotecas)</p> <p style="text-align: center;">RELIGIÃO:</p> <p>121/2017 (Dia do evangélico);</p> <p>183/2017 (Dia municipal da marcha para Jesus); 255/2017 (obrigatoriedade de manutenção de exemplares da Bíblia Sagrada e literaturas religiosas nos acervos das bibliotecas)</p> <p style="text-align: center;">TOTAL: 18/54 PL</p>
Zé Marcio Garotinho – Engenheiro civil	Convertido	<p style="text-align: center;">ENGENHARIA</p> <p>7/2017(fixação, em parque de</p>

		<p>diversões);</p> <p>94/2017 (obrigatoriedade dos postos de combustíveis instalarem equipamentos de tratamento e reutilização da água)</p> <p>TOTAL: 2/12 PL</p>
Pardal – Servidor público PJJ	Delegado	<p>UTILIDADE PÚBLICA:</p> <p>36/2017 (inserção de texto informativo nos carnês de IPTU);</p> <p>37/2017 (notificações de multas de trânsito)</p> <p>74/2017 (instalação de equipamentos urbanos para a preservação da segurança em vias públicas)</p> <p>98/2017 (que regula o comércio de artesanato no município de <i>Juiz de Fora</i>)</p> <p>TOTAL: 4/11 PL</p>
Marlon Siqueira (Gestor Público) - Demlurb - SAA (ZONA RURAL) - CAUSA ANIMAL	Delegado	<p>CAUSA ANIMAL:</p> <p>13/2017 (Parcão recreação para cães); 63/2017 (Semana de Conscientização e Proteção dos Animais); 155/2017 (Disque Adoção de Animais); 158/2017 (Parcão - modificado);</p> <p>ZONA RURAL:</p> <p>220/2017 (Utilidade Pública Associação de Produtores Rurais de Penido)</p> <p>TOTAL: 5/23 PL</p>
Betão – Professor	Delegado	EDUCAÇÃO:

		39/2017(Semana Municipal do Brincar); 182/2017 (violência contra profissionais da educação) TOTAL: 2/10 PL
Rodrigo Mattos – Administrador de empresas	Convertido	EMPRESAS TOTAL: 0/4 PL
Sheila Oliveira – Delegada PC	Convertido	SEGURANÇA PÚBLICA: 11/2017 (Dispõe sobre a criação do Gabinete Interinstitucional das Forças de Segurança); 55/2017 (Políticas públicas de combate à pedofilia) TOTAL: 2/10 PL
Castelar - Professor	Delegado/Opinião	EDUCAÇÃO: 54/2017 (pagamento de meia-entrada para profissionais da educação básica); 187/2017 (Semana Municipal de Combate à Intolerância nas Escolas Municipais) TOTAL: 2/25 PL

Fonte: CMJF

Observando o Quadro 3 nota-se que os vereadores apresentaram, do início do ano até o dia 27 de outubro de 2017, um total de 284 projetos de lei. Desse total, 76 tinham ligação com as atividades profissionais exercidas pelos parlamentares antes e/ou durante os mandatos, o que corresponde a aproximadamente 27% dos PL.

A partir dessa análise, é possível destacar alguns dados. Os vereadores que também são médicos se sobressaem com projetos de lei voltados para a saúde. Se juntarmos os PL dos “doutores” Antônio Aguiar, Adriano Miranda e Fiorilo, chega-se a um total de 43

projetos sendo 18 destes ligados a esta área específica (note que o PL “Infância sem Pornografia” de Fiorilo não se encaixa nessa área). Assim, pode-se concluir que quase 42% dos projetos de lei desses vereadores juntos têm relação com suas atividades fora do ambiente político. Olhando particularmente cada um deles, nota-se que Antônio Aguiar apresentou aproximadamente 52% de PL voltados à área, Adriano Miranda 46%, e Fiorilo 25%.

A área da Educação também é contemplada com alguns PL. Ao somar os projetos dos vereadores/professores Ana Rossignoli, Betão e Castelar, além do educador Julio “Obama Jr”, encontra-se um total de 114 projetos, sendo 29 ligados a esta área específica, o que corresponde a aproximadamente 24% dos PL (note que os projetos 64/2017, 121/2017, 183/2017, do vereador Julio “Obama Jr”, não se encaixam nessa área). Contudo, verificando separadamente os números de cada vereador, constata-se que Ana Rossignoli tem 36% dos PL voltados à área, Betão 20%, Castelar 12% e Julio “Obama Jr” 28%.

Ao observar os vereadores que são líderes religiosos (caso de André Mariano), ou ligados a alguma igreja (Julio “Obama Jr” e Fiorilo) também é possível encontrar a ligação entre essas atividades e os PL. Ao somar todos os projetos desses parlamentares encontra-se ao todo 71 PL, sendo que 6 estão ligados a esta área, o que corresponde a 8,45%. Observando cada um desses vereadores, nota-se que 40% dos PL de André Mariano se ligam à religião, 5,5% de Julio “Obama Jr” e 8% de Fiorilo.

Há ainda aqueles vereadores ligados à Segurança Pública, caso de Delegada Sheila e Sargento Mello Casal. Somando os PL dos dois, chega-se a 28 projetos, sendo 11 ligados à área, o que corresponde a 39% dos PL. Olhando separadamente os projetos desses parlamentares pode-se concluir que 50% dos PL do Sargento Mello Casal são voltados para a segurança pública, sendo que os da Delegada Sheila correspondem a 20%.

Denominou-se de Utilidade Pública a área onde estavam inseridos os projetos ligados às atividades profissionais dos vereadores Pardal (funcionário público) e Vagner de Oliveira (ex-prefeito de Chácara – MG). Os projetos desses parlamentares somados chegam a 19, sendo 5 voltados para essa esfera, o que corresponde a 26%. Separadamente, Pardal tem 36% dos PL com esse foco e Vagner 12,5%.

Apenas o vereador Marlon Siqueira enquadra-se dentro do contexto a “causa animal”. Dentro dessa área ele apresentou 4 PL, o que corresponde a 17 % de todos os seus projetos. Já o vereador Kennedy Ribeiro é o único que se enquadra dentro da esfera da Indústria e Emprego. Dos seus 9 PL, um se enquadra nesse contexto, correspondendo a 11%. Tanto Kennedy quanto Marlon têm projetos inseridos dentro da esfera da Zona rural. Somados os PL desses vereadores encontramos 32 projetos, sendo 2 voltados para essa esfera,

o que corresponde a 6,25%. Separadamente Kennedy tem 11% ligados a essa área enquanto Marlon aparece com 4% do segundo.

As demais áreas ligadas às profissões dos vereadores (Justiça, previdência, serviços comunitários e empresas) não tiveram projetos de lei focados nestas searas. No Quadro 4 é possível observar a porcentagem dos projetos de cada vereador ligados a determinadas áreas de atuação fora do mandato político.

Quadro 4 – Porcentagem dos Projetos de Lei apresentados pelos vereadores de Juiz de Fora entre 01/01/2017 e 27/10/2017, ligados à área de atuação profissional dos parlamentares.

VEREADOR /ÁREA DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL	PORCENTAGEM DOS PROJETOS EM CADA ÁREA DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL
Antônio Aguiar – Médico	52% SAÚDE
Sargento Mello Casal – PM	50% SEGURANÇA PÚBLICA
Dr. Adriano Miranda – Médico	46% SAÚDE
André Mariano – Pastor	40% RELIGIÃO
Pardal – Servidor público PJJ	36% UTILIDADE PÚBLICA
Ana Rossignoli – Professora	34% EDUCAÇÃO
Julio Obama Jr. – Educação voltada para jovens, Conselho tutelar e Igreja evangélica.	28% EDUCAÇÃO 5,5% RELIGIÃO
Fiorilo – Médico/Igreja Católica	25% SAÚDE 8% RELIGIÃO
Marlon Siqueira (Gestor Público) - Demlurb - SAA (ZONA RURAL) - CAUSA ANIMAL	17% CAUSA ANIMAL 4% ZONA RURAL
Kennedy Ribeiro – Empresário e produtor rural	11% INDÚSTRIA E EMPREGO 11% ZONA RURAL
Betão – Professor	20% EDUCAÇÃO

Sheila Oliveira – Delegada PC	20% EDUCAÇÃO
Zé Marcio Garotinho – Engenheiro civil	16 % ENGENHARIA
Vagner de Oliveira – Ex-prefeito de Chácara	12,5% UTILIDADE PÚBLICA
Castelar - Professor	8% EDUCAÇÃO
Cido Reis – Consultor previdenciário	0% PREVIDÊNCIA
João Coteca – Prestador de serviços para comunidade	0% SERVIÇOS COMUNITÁRIOS
Charlles Evangelista – Oficial de Justiça	0% JUSTIÇA
Rodrigo Mattos – Administrador de empresas	0% EMPRESAS

Fonte: Elaboração própria

De acordo com o vereador André Mariano (APÊNDICE BB), atualmente a prioridade do seu mandato realmente tem sido atender às demandas levadas pelos cidadãos que fazem parte da igreja onde atua: “A gente leva de maneira prioritária o nosso segmento, o segmento religioso. Mas não tenha dúvida de que nos não podemos ficar restrito a essa parte religiosa. Nós não podemos focar somente nessa parte e sim em toda a cidade” (APÊNDICE BB). Para o vereador Sargento Mello Casal, esse direcionamento acontece naturalmente, devido ao contato maior que os políticos têm com algumas pessoas, como por exemplo, no ambiente profissional. Assim, as demandas aparecem mais através desses cidadãos: “o direcionamento é uma coisa natural né, é nosso convívio, é uma coisa natural. Às vezes algumas pessoas nos procuram mais por ter conhecimento, às vezes as demandas de alguns bairros sobressaem sobre as outras devido à procura da gente pelo conhecimento” (APÊNDICE W).

Segundo o vereador Doutor Adriano Miranda (APÊNDICE DD), no início do seu mandato, o foco foi mais geral. Mas hoje, há um direcionamento para públicos definidos, mesmo tendo a preocupação de trabalhar atendendo todo o município. Já o vereador Doutor Antônio Aguiar entende que não procura atingir somente os profissionais de saúde, mas também toda a população que se beneficia dentro das ações feitas dentro desse âmbito (APÊNDICE GG).

Por meio de dados recolhidos no site do Tribunal Superior Eleitoral⁴, que estão disponibilizados entre os anexos A e S dessa dissertação, é possível observar os votos que cada vereador eleito recebeu nas eleições de 2016. No Quadro 5 estão as zonas em que cada vereador obteve mais votos.

Quadro 5 – Zonas eleitorais em que os vereadores eleitos para a legislatura 2017-2020 em Juiz de Fora obtiveram mais votos nas eleições 2016.

VEREADOR - PARTIDO	ZONA ELEITORAL ONDE OBTEVE MAIS VOTOS / QUANTIDADE DE VOTOS
Adriano Miranda – PHS	ZONA 349 / 448 VOTOS
Ana Rossignoli – PMDB	ZONA 154 / 3.332 VOTOS
André Mariano – PSC	ZONA 153 / 878 VOTOS
Antônio Aguiar – PMDB	ZONA 152 / 1.256 VOTOS
Cido Reis – PSB	ZONA 153 / 2.719 VOTOS
Sargento Mello Casal – PTB	ZONA 154 / 583 VOTOS
Charlles Evangelista – PP	ZONA 153 / 888 VOTOS
Vagner de Oliveira – PSC	ZONA 154 / 1.021 VOTOS

⁴ Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleitor-e-eleicoes/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2016/votacao-e-resultados/boletim-de-urna-na-web-resultado-por-secao-eleitoral>. Acesso em 14 dez. 2017.

João Coteca – PR	ZONA 153 / 3.573 VOTOS
Fiorilo – PTC	ZONA 349 / 2.052 VOTOS
Kennedy Ribeiro – PMDB	ZONA 153 / 2.241 VOTOS
Julio Obama Jr. – PHS	ZONA 154 / 1.020 VOTOS
Zé Marcio Garotinho – PV	ZONA 152 / 733 VOTOS
Pardal – PTC	ZONA 315 / 1.419 VOTOS
Marlon Siqueira – PMDB	ZONA 152 / 1.397 VOTOS
Betão – PT	ZONA 152 / 1.726 VOTOS
Rodrigo Mattos – PSDB	ZONA 153 / 1.039 VOTOS
Sheila Oliveira – PTC	ZONA 349 / 1.869 VOTOS
Castelar - PT	ZONA 153 / 862 VOTOS

Fonte: TSE

Com dados recolhidos no site da Câmara Municipal de Juiz de Fora⁵, através de uma busca no Sistema de Apoio Legislativo, foi possível encontrar todos os requerimentos

⁵ Disponível em <http://www.camarajf.mg.gov.br/sal/buscapropos.php>. Acesso em 14 dez. 2017.

feitos pelos vereadores no período entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho do mesmo ano (Anexos QQ ao III dessa dissertação). No Quadro 6 é possível verificar quais desses requerimentos tinham como finalidade a intervenção em algum bairro ou localidade do município, indicando também as zonas eleitorais as quais esses locais estão inseridos ou próximos.

Quadro 6 – Requerimentos feitos pelos vereadores no período entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho de 2017 que tiveram como finalidade a intervenção em algum bairro ou localidade do município.

VEREADOR - PARTIDO	REQUERIMENTOS / BAIROS / ZONA ELEITORAL
Adriano Miranda – PHS	<p>2734/2017-2458/2017 – Distrito Industrial (153)</p> <p>2732/2017-2541/2017 - Santa Cecília (349)</p> <p>2958/2017 - Estrela Sul (349)*</p> <p>2733/2017 - Ponte Preta (153)</p> <p>2457/2017 – Fábrica (155)</p>
Ana Rossignoli – PMDB	<p>2647/2017 - 2687/2017 - 2650/2017 - 2689/2017 – Caeté (349)</p> <p>2686/2017 - 2690/2017 – Retiro (315)</p> <p>2649/2017 – Bairú (154)</p> <p>2685/2017 – Previdenciários (349)*</p> <p>2688/2017 – Bonfim (315)</p> <p>2834/2017 – Grama (154)</p> <p>3147/2017 - São Sebastião (315)*</p>
	<p>2462/2017 - 2590/2017 - 2589/2017 - Barbosa Lage (153)</p> <p>2684/2017 - 2682/2017 - Cidade do Sol (153)</p> <p>2522/2017 - 2463/2017 – Progresso (154)</p> <p>2877/2017 – Bonfim (315)</p>

André Mariano – PSC	<p>2765/2017 - Distrito Industrial (153)</p> <p>2764/2017 – Industrial (153)</p> <p>2763/2017 - Monte Castelo (155)</p> <p>2731/2017 – Ladeira (155)*</p> <p>2730/2017 - Dom Bosco (152)</p> <p>2729/2017 – Marumbi (154)</p> <p>2683/2017 – Bandeirantes (154)</p> <p>2591/2017 – Grajaú (155)</p> <p>2461/2017 - N.S. Aparecida (315)</p>
Antônio Aguiar – PMDB	<p>2466/2017 - 2467/2017 - 2693/2017 - 2721/2017 - 2470/2017 - 2473/2017 - 3034/2017 - Centro (152)</p> <p>3071/2017 - 3072/2017 - 3073/2017 - 3087/2017 - São Judas Tadeu (153)</p> <p>2468/2017 - 3032/2017 - 3033/2017 - Santa Cândida (315)</p> <p>2530/2017 - 2546/2017 - 2472/2017 – Industrial (153)</p> <p>2465/2017 - 2841/2017 - Morro da Glória (155)</p> <p>2525/2017 - 2528/2017 - Santa Luzia (349)</p> <p>2526/2017 - 2527/2017 – Lourdes (315)</p> <p>2524/2017 - 2529/2017 - São Benedito (315)</p> <p>2694/2017 - 2783/2017 - São Pedro (152)</p> <p>2469/2017 - Alto dos Passos (349)</p> <p>2474/2017 - Sagrado Coração de Jesus (349)</p> <p>2475/2017 - São Sebastião (315)*</p> <p>2464/2017 - Santa Helena (152)</p> <p>2545/2017 - Santa Rita (315)</p> <p>2629/2017 – Granbery (155)</p> <p>2784/2017 – Linhares (315)</p> <p>2839/2017 - Monte Castelo (155)</p> <p>2840/2017 - Mariano Procópio (155)</p>
	<p>2652/2017 - 2658/2017 - 2659/2017 -2660/2017 - 2665/2017 - 2654/2017 - 3017/2017 - Miguel Marinho</p>

Cido Reis – PSB	<p>(153)*</p> <p>2611/2017 - 2613/2017 - 2615/2017 – Retiro (315)</p> <p>2655/2017 - 2656/2017 - 2661/2017 Benfica (153)</p> <p>2608/2017 - 2612/2017 - Vila Esperança (153)</p> <p>2609/2017 - 2614/2017 - Centro (152)</p> <p>2610/2017 - 3018/2017 - Sagrado Coração de Jesus (349)</p> <p>2831/2017 - 2832/2017 - Vila Ideal (349)</p> <p>2662/2017 - Santa Cruz (153)</p> <p>2663/2017 - Santa Clara (153)*</p> <p>2664/2017 - Santa Isabel (153)*</p> <p>2833/2017 - Rosário de Minas (153)</p> <p>3016/2017 - São Judas Tadeu (153)</p> <p>3019/2017 - Nova Benfica (153)</p>
Sargento Mello Casal – PTB	<p>2559/2017 - 2624/2017 - 2626/2017 - São Pedro (152)</p> <p>2504/2017 - 2505/2017 - 2643/2017 – Grama (154)</p> <p>2501/2017 - 2717/2017 - Santa Terezinha (154)</p> <p>2512/2017 - 2604/2017 Grajaú (155)</p> <p>2718/2017 - 2719/2017 - Morro da Glória (155)</p> <p>2558/2017 - 2560/2017 Nova Era (153)</p> <p>2500/2017 - 2502/2017 – Centenário (154)</p> <p>2504/2017 – Filgueiras (154)</p> <p>2506/2017 – Eldorado (154)</p> <p>2503/2017 - Vale do Ipê (155)*</p> <p>2499/2017 - Caiçaras 2 (152)*</p> <p>2513/2017 - Granjas Betânia (154)</p> <p>2556/2017 – Fontesville (153)</p> <p>2557/2017 - Mundo Novo (349)</p> <p>2602/2017 - São Mateus (152)</p> <p>2603/2017 – Teixeiras (349)</p>

	<p>2605/2017 - Três Moinho (315)</p> <p>2606/2017 - Jardim Glória (155)*</p> <p>2607/2017 – Progresso (154)</p> <p>2624/2017 - Nossa Senhora de Lourdes (315)</p> <p>2627/2017 - Santos Anjos (155)</p> <p>2639/2017 - Carlos Chagas (153)</p> <p>2640/2017 - Santa Luzia (349)</p> <p>2641/2017 - Monte Castelo (155)</p> <p>2642/2017 - Jardim Esperança (315)</p> <p>2768/2017 – Centro (152)</p> <p>2769/2017 - Santos Dumont (152)</p> <p>2878/2017 - São Judas Tadeu (153)</p> <p>2879/2017 – Centenário (154)</p> <p>2880/2017 - Jôquei Clube (153)</p> <p>2881/2017 – Linhares (315)</p>
<p>Charlles Evangelista – PP</p>	<p>2481/2017 - 2489/2017 - 2482/2017 - 2487/2017 - 2703/2017 - 2709/2017 - 2705/2017 - 3091/2017 - Barbosa Lage (153)</p> <p>2708/2017 - 2488/2017 - 2631/2017 - 2968/2017 - Jôquei (153)</p> <p>2701/2017 - 2738/2017 - 2896/2017 - 2898/2017 - 2964/2017 - 3088/2017 - 2711/2017 - 2714/2017 – Nova Era (153)</p> <p>2739/2017 - 2740/2017 – Teixeira (349)</p> <p>2882/2017 - 2883/2017 - 2890/2017 - 2884/2017 - Bela Aurora (349)</p> <p>2706/2017 - 2707/2017 – Santa Cruz (153)</p> <p>2886/2017 - 3126/2017 - 3127/2017 - 2702/2017 Industrial (153)</p> <p>2887/2017 - 3092/2017 - 2893/2017 - 2894/2017 - 2899/2017 - Granjas Triunfo (154)*</p>

	<p>2888/2017 - 2891/2017 – Grama (154)</p> <p>2895/2017 - 2897/2017 Jardim Santa Isabel (153)*</p> <p>2881/2017 - 2885/2017 – Previdenciários (349)*</p> <p>2715/2017 - 2970/2017 - Monte Castelo (155)</p> <p>2710/2017 - 2963/2017 - Cidade do Sol (153)</p> <p>2712/2017 - 2716/2017 Cerâmica (155)</p> <p>2889/2017 - 2966/2017 - Santa Cecília (349)</p> <p>2630/2017 - Nossa Senhora de Fátima (152)*</p> <p>2736/2017 - 3024/2017 Santa Luzia (349)</p> <p>2965/2017 - 2967/2017 Parque Das Torres (153)*</p> <p>2483/2017 - Bom Jardim (315)*</p> <p>2485/2017 – Fontesville (153)</p> <p>2486/2017 - Poço Rico (155)</p> <p>2508/2017 – Esplanada (155)*</p> <p>2704/2017 - Mariano Procópio (155)</p> <p>2713/2017 – Benfíca (153)</p> <p>2735/2017 - Furtado de Menezes (349)</p> <p>2737/2017 – Penido (153)</p> <p>2892/2017 – Grajaú (155)</p> <p>2960/2017 - Bonfim (315)</p> <p>2961/2017 - Jardim Natal (153)</p> <p>2962/2017 - Bom Clima (154)*</p> <p>2969/2017 - Cidade do Sol (153)</p> <p>3025/2017 - Sagrado Coração de Jesus (349)</p> <p>3089/2017 – Retiro (315)</p> <p>3090/2017 - Av. JK (153)</p>
Vagner de Oliveira – PSC	<p>2835/2017 - 2837/2017 - 2838/2017 - Vila dos Sonhos (154)*</p> <p>2586/2017 - Alto dos Passos (349)</p> <p>2587/2017 – Filgueiras (154)</p> <p>2588/2017 – Teixeiras (349)</p>

	<p>2836/2017 – Linhares (315)</p> <p>3023/2017 - Santa Luzia (349)</p>
João Coteca – PR	<p>2542/2017 - 2700/2017 - 2699/2017 - 2698/2017 - 2697/2017 - 2695/2017 - 2781/2017 - 2780/2017 - 2728/2017 - 2727/2017 - 2876/2017 - 2941/2017 - 2947/2017 - 3069/2017 - 3068/2017 - 3070/2017 - 3111/2017 - Santa Cruz (153)</p> <p>2544/2017 - 2948/2017 - 2942/2017 São Damião (153)</p> <p>2943/2017 - 2945/2017 - 2944/2017 - São Judas Tadeu (153)</p> <p>2696/2017 - 2726/2017 – Benfica (153)</p> <p>2782/2017 - 3022/2017 Francisco Bernardino (153)</p> <p>3110/2017 - 3113/2017 - Cidade do Sol (153)</p> <p>2543/2017 - Nova Era (153)</p> <p>2946/2017 Centro (152)</p> <p>3112/2017 Paula Lima (154)</p>
Fiorilo – PTC	<p>3119/2017 - 3120/2017 - 3121/2017 - 3122/2017 - 3123/2017 - 3124/2017 Estrela Sul (349)*</p> <p>2973/2017 - 2971/2017 - 2974/2017 - 2975/2017 - 2976/2017 - São Geraldo (349)</p> <p>2509/2017 - 2617/2017 Teixeira (349)</p> <p>2510/2017 Graminha (349)</p> <p>2511/2017 Bosque do Imperador (152)</p> <p>2691/2017 Jardim de Alá (349)*</p> <p>2692/2017 Marilândia (152)</p> <p>2722/2017 Benfica (153)</p> <p>2762/2017 São Mateus (152)</p> <p>2824/2017 Caiçaras (152)*</p> <p>2972/2017 Santa Luzia (349)</p> <p>3064/2017 Centro (152)</p>

	<p>3065/2017 Mundo Novo (349)</p> <p>3154/2017 Bela Aurora (349)</p>
Kennedy Ribeiro – PMDB	<p>3168/2017 - 3169/2017 - 3170/2017 - 3171/2017</p> <p>3172/2017 - 3173/2017 - 3174/2017 - 3164/2017 - 3165/2017 - 3160/2017 3163/2017 - Cruzeiro do Sul (349)</p> <p>2554/2017 - 2553/2017 - 2655/2017 - 2772/2017 - 2773/2017 - 3026/2017 - 3027/2017 - 2826/2017 – Benfica (153)</p> <p>2949/2017 - 2950/2017 - 2951/2017 - 2952/2017 - 2953/2017 Ponte Preta (153)</p> <p>3162/2017 - 3166/2017 - Santa Luzia (349)</p> <p>3167/2017 - 3175/2017 – Graminha (349)</p> <p>2771/2017 - 2771/2017 – Centro (152)</p> <p>3013/2017 - Juscelino Kubitschek (315)</p> <p>2555/2017 – Teixeiras (349)</p> <p>2825/2017 - Barreira do Triunfo (154)</p> <p>3011/2017 – Bonfim (315)</p> <p>3012/2017 - Poço Rico (155)</p> <p>3078/2017 - Paula Lima (154)</p> <p>3161/2017 - Novo Triunfo (153)</p> <p>2954/2017 - Avenida JK (153)</p>
	<p>2531/2017 - 2532/2017 - 2533/2017 - 2534/2017 - 2535/2017 - 2536/2017 - 2538/2017 - 2539/2017 - 2540/2017 - 2600/2017 - 2676/2017 - 2669/2017 - 2666/2017 - 2757/2017 - 3060/2017 - 3057/2017 - 3060/2017 – Bandeirantes (154)</p> <p>2460/2017 - 3001/2017 - 2957/2017 – Benfica (153)</p> <p>2599/2017 - 2789/2017 - 2846/2017 - 2861/2017 - 2869/2017 - 2875/2017 - 2921/2017 - 2922/2017 - 06/2924/2017 - 2925/2017 - 2927/2017 - 2934/2017 - 2935/2017 - 2936/2017 – Centro (152)</p>

<p>Julio Obama Jr. – PHS</p>	<p>2601/2017 - 2788/2017 - 2799/2017 - 2847/2017 - 2871/2017 - 2900/2017 - 2911/2017 - 2913/2017 - 2914/2017 - 2916/2017 - 2915/2017 - Manoel Honório (154)</p> <p>2670/2017 - 2790/2017 - 2800/2017 - 2803/2017 - 2805/2017 - 2873/2017 - 2923/2017 - 2931/2017 Mariano Procópio (155)</p> <p>2671/2017 - 2673/2017 - 2675/2017 - 2677/2017 - 2746/2017 - 2742/2017 - 2755/2017 - 2862/2017 - Parque Guarani (154)</p> <p>2672/2017 - 2674/2017 - 2844/2017 - 2856/2017 - Vivendas da Serra (154)</p> <p>2679/2017 - 2868/2017 - Cidade do Sol (153)</p> <p>2680/2017 - 2750/2017 - 2793/2017 - 2796/2017 - 2843/2017 - 2872/2017 - 2874/2017 - 2867/2017 - 2860/2017 - 2863/2017 - 2857/2017 Granjas Betânia (154)</p> <p>2741/2017 - 2756/2017 - 2785/2017 - 2786/2017 - 2801/2017 - 2854/2017 - Barbosa Lage (153)</p> <p>2743/2017 - 2758/2017 - 2798/2017 - 2842/2017 - 2926/2017 - 2933/2017 Bom Clima (154)*</p> <p>2744/2017 - 2745/2017 - 2747/2017 - 2759/2017 - 2760/2017 - 2919/2017 - 2908/2017 - 2909/2017 - 2910/2017 - 2905/2017 - 2906/2017 Bonfim (315)</p> <p>2748/2017 - 2804/2017 - 2901/2017 - 2902/2017 - 2904/2017 - 2907/2017 - 2912/2017 - 2918/2017 Bairro (154)</p>
------------------------------	--

	<p>2753/2017 - 2754/2017 – Marumbi (154)</p> <p>2787/2017 - 2791/2017 - 2792/2017 - 2797/2017 - 2991/2017 - 2992/2017 - 2993/2017 - 2995/2017 - 2987/2017 - 2988/2017 – Centenário (154)</p> <p>2850/2017 - 2853/2017 - 2866/2017 - 2870/2017 Grama (154)</p> <p>2849/2017 - 2864/2017 – Granbery (155)</p> <p>2852/2017 - 2855/2017 - 2989/2017 - 2990/2017 Santa Terezinha (154)</p> <p>2903/2017 - 2917/2017 - 3058/2017 - Nova Era (153)</p> <p>2928/2017 - 2940/2017 - Santa Cândida (315)</p> <p>2929/2017 - 2930/2017 – Cerâmica (155)</p> <p>2932/2017 - 2938/2017 - 2939/2017 - 2996/2017 - 3002/2017 - 3000/2017 Vitorino Braga (315)</p> <p>2985/2017 - 2997/2017 – Ladeira (155)*</p> <p>2994/2017 - 3004/2017 – Industrial (153)</p> <p>3003/2017 - 3059/2017 – Ipiranga (349)</p> <p>3053/2017 - 3054/2017 - 3055/2017 - 3128/2017 - 3129/2017 - 3130/2017 - 3131/2017 - Milho Branco (153)</p> <p>2537/2017 - São Mateus (152)</p> <p>2667/2017 – Filgueiras (154)</p> <p>2668/2017 – Barbosa Lage (153)</p> <p>2678/2017 – Grajaú (155)</p> <p>2749/2017 – Fontesville (153)</p> <p>2751/2017 - Jardim Natal (153)</p> <p>2752/2017 – Igrejinha (153)</p> <p>2802/2017 - São Dimas (155)*</p>
--	--

	<p>2845/2017 – Marilândia (152)</p> <p>2848/2017 - Santa Lúcia (153)*</p> <p>2851/2017 - Jôquei Clube (153)</p> <p>2858/2017 - Santa Cruz (153)</p> <p>2859/2017 - Francisco Bernardino (153)</p> <p>2865/2017 – Progresso (154)</p> <p>2937/2017 - São Benedito (315)</p> <p>2986/2017 - Nossa Senhora Aparecida (315)</p> <p>2998/2017 - Nossa Senhora das Graças (154)</p> <p>2999/2017 - Santa Luzia (349)</p> <p>3056/2017 - Quintas da Avenida (154)</p>
Zé Marcio Garotinho – PV	<p>2476/2017 - 2480/2017 - 2478/2017 Teixeira (349)</p> <p>2547/2017 Linhares - (315)</p> <p>2477/2017 Ipiranga – (349)</p> <p>2479/2017 Jardim Glória (155)*</p> <p>2548/2017 Barbosa Lage (153)</p> <p>2549/2017 São Mateus (152)</p> <p>2597/2017 Dom Bosco (152)</p> <p>2598/2017 Nossa Senhora das Graças (154)</p> <p>2723/2017 Jardim de Alá (349)*</p> <p>2766/2017 Jardim Cachoeira (155)*</p> <p>2725/2017 Parque Independência (154)</p> <p>2767/2017 São Benedito (315)</p> <p>2959/2017 Bonfim (315)</p> <p>3029/2017 Centro (152)</p> <p>3030/2017 Progresso (154)</p> <p>3031/2017 Centro (152)</p>

	3076/2017 Santa Efigênia (349)
Pardal – PTC	2518/2017 - 2519/2017 Alto dos Passos (349) 2520/2017 - 2812/2017 - Mariano Procópio (155) 2813/2017 - 2814/2017 – Marilândia (152) 2644/2017 - 2645/2017 - Nova Era (153) 2517/2017 Nossa Senhora Aparecida (315) 2521/2017 Amazonas (153) 2562/2017 Caeté (349) 2563/2017 Sagrado Coração de Jesus (349) 2564/2017 Grama (154) 2565/2017 Santa Catarina (155) 2566/2017 Granjas Betânia (154) 2567/2017 Ponte Preta (153) 2568/2017 Poço Rico (155) 2569/2017 Granbery (155) 2570/2017 Parque Guarani (154) 2646/2017 Parque Independência (154) 2811/2017 Milho Branco (153) 2815/2017 Morro da Glória (155) 2816/2017 Nossa Senhora de Lourdes (315) 2817/2017 Mundo Novo (349) 2818/2017 Nossa Senhora das Graças (154) 2819/2017 Nova Benfica (153) 2820/2017 Jôquei clube (153) 2821/2017 Monte Castelo (155) 2823/2017 Olavo Costa (349) 2822/2017 Monte Verde (349) 2978/2017 Santos Anjos (155)

Marlon Siqueira – PMDB	<p>2490/2017 - 2497/2017 - 2492/2017 - 2779/2017 - 3095/2017 - 3114/2017 - 3115/2017 - 3046/2017 Parque Independência (154)</p> <p>2491/2017 - 3007/2017 - 3009/2017 - 3048/2017 - 3050/2017 - 3093/2017 Linhares (315)</p> <p>2635/2017 - 2829/2017 - Sarandira(349)</p> <p>2636/2017 - 3010/2017 - Nossa Senhora de Lourdes (315)</p> <p>2681/2017 - 2774/2017 - 2777/2017 - Parque Jardim Burnier – (315)</p> <p>2637/2017 - 2775/2017 - 2776/2017 - 2778/2017 - 2828/2017 – JK - (315)</p> <p>3005/2017 - 3006/2017 - 3094/2017 - Granjas Triunfo – (154)*</p> <p>3148/2017 - 3150/2017 - 3151/2017 - Novo Horizonte (152)*</p> <p>3008/2017 – Fábrica(349)*</p> <p>3042/2017 - Costa Carvalho (315)</p> <p>3043/2017 - Três Moinhos (315)</p> <p>3044/2017 - Santos Anjos (155)</p> <p>3045/2017 - Barbosa Lage (153)</p> <p>3047/2017 - Jardim Europa (349)*</p> <p>3049/2017 - Santa Luzia (349)</p> <p>3051/2017 – Fábrica (155)</p> <p>3116/2017 - Santa Helena (152)</p> <p>3152/2017 - Terras Altas (315)</p> <p>3153/2017 - Jardim Esperança (315)</p> <p>2493/2017 - Milho Branco (153)</p> <p>2495/2017 - Jardim Casablanca (152)</p> <p>2494/2017 - Granjas Betânia (154)</p> <p>2498/2017 – Grama (154)</p> <p>2720/2017 – Centro (152)</p>

	2830/2017 - Sagrado Coração de Jesus (349)
Betão – PT	2572/2017 - 2574/2017 - 2575/2017 - 2577/2017 - 2578/2017 - 2579/2017 - 2581/2017 Jardim Esperança (315) 2571/2017 - 2580/2017 - 2582/2017 - Sagrado Coração de Jesus (349) 2621/2017 - 2619/2017 - Recanto dos Lagos (154)* 2573/2017 - Vila Alpina (155)* 2584/2017 – Democrata (155)* 2620/2017 - Vale do Ipê (155)* 2955/2017 – Granbery (155) 3097/2017 – Centro (152) 3155/2017 – Bairú (154)
Rodrigo Mattos – PSDB	3015/2017 - 3014/2017 – Linhares (315)

Sheila Oliveira – PTC	<p>2552/2017 - 2595/2017 - 2596/2017 - 2632/2017 - 2633/2017 - 2634/2017 - 2809/2017 - 3036/2017 - 3082/2017 - 3103/2017 - 3102/2017 - 3106/2017 - Jardim Natal (153)</p> <p>2622/2017 - 2623/2017 - 3099/2017 - 3101/2017 - Encosta do Sol (153)*</p> <p>2808/2017 - 2810/2017 - 2956/2017 - 3037/2017 - 3041/2017 - 3108/2017 – Benfica (153)</p> <p>3080/2017 - 3081/2017 - 3083/2017 – Eldorado (154)</p> <p>2550/2017 - 2551/2017 - 3085/2017 – Linhares (315)</p> <p>3035/2017 – Democrata (155)*</p> <p>3039/2017 - Cidade do Sol (153)</p> <p>3038/2017 – Fábrica (155)</p> <p>3040/2017 - Carlos Chagas (153)</p> <p>3079/2017 - Bom Clima (154)*</p> <p>2515/2017 - N. Sra. de Lourdes (315)</p> <p>2516/2017 - Francisco Bernardino (153)</p> <p>3084/2017 – Grama (154)</p> <p>3098/2017 – Granbery (155)</p> <p>3100/2017 – Borboleta (152)</p> <p>3105/2017 - Mundo Novo (349)</p> <p>3104/2017 - Mariano Procópio (155)</p>
Castelar - PT	<p>2592/2017 - 2593/2017 - 2761/2017 - 3156/2017 - 3157/2017 - 3159/2017 - 3141/2017 - 2983/2017 - Monte Castelo (155)</p> <p>2982/2017 - 3132/2017 - Carlos Chagas (153)</p> <p>3134/2017 - 3136/2017 - 3142/2017 - 3143/2017 - 3144/2017 - Santa Tereza (155)*</p> <p>3133/2017 - 3135/2017 - 3137/2017 - 3139/2017 - 3145/2017 - 3146/2017 - Poço Rico (155)</p> <p>2984/2017 – Esplanada (155)*</p> <p>3138/2017 - Distrito Industrial (153)*</p>

	3140/2017 - Parque das Águas (155)* 3158/2017 – Democrata (155)*
--	---

*Zonas eleitorais mais próximas aos bairros que não possuem locais de votação
 Fonte: TRE/MG

A partir da análise das informações contidas nos quadros 5 e 6 é possível observar a quantidade de requerimentos que os vereadores propuseram para os bairros ou localidades pertencentes ou próximos às zonas eleitorais onde obtiveram mais votos nas eleições 2016. O Quadro 7 mostra, de maneira resumida, a porcentagem de requerimentos feitos para os bairros dessas zonas, dentro do período analisado.

Quadro 7 – Percentual de requerimentos feitos pelos vereadores no período entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho de 2017 que tiveram como finalidade a intervenção em algum bairro ou localidade dentro da zona eleitoral onde cada vereador foi mais votado.

VEREADOR - PARTIDO	ZONA ELEITORAL ONDE OBTEVE MAIS VOTOS	PORCENTAGEM DE REQUERIMENTOS DESTINADOS À ZONA ELEITORAL ONDE OBTEVE MAIS VOTOS
João Coteca – PR	ZONA 153	93%
Fiorilo – PTC	ZONA 349	75%
Cido Reis – PSB	ZONA 153	66%
Julio Obama Jr. – PHS	ZONA 154	57%
Charlles Evangelista – PP	ZONA 153	52%
Vagner de Oliveira – PSC	ZONA 154	50%
Adriano Miranda – PHS	ZONA 349	42%
André Mariano – PSC	ZONA 153	41%
Kennedy Ribeiro – PMDB	ZONA 153	39%
Antônio Aguiar – PMDB	ZONA 152	27%

Sargento Mello Casal – PTB	ZONA 154	26%
Zé Marcio Garotinho – PV	ZONA 152	21%
Ana Rossignoli – PMDB	ZONA 154	18%
Castelar - PT	ZONA 153	12%
Marlon Siqueira – PMDB	ZONA 152	12%
Pardal – PTC	ZONA 315	6%
Betão – PT	ZONA 152	5%
Sheila Oliveira – PTC	ZONA 349	2%
Rodrigo Mattos – PSDB	ZONA 153	0%

Fonte: Elaboração própria

Com base nos números apresentados, verifica-se que, ao todo, foram feitos 666 requerimentos pelos 19 vereadores da atual legislatura municipal no período observado. Destes, 39% eram voltados para as zonas eleitorais onde os parlamentares foram mais votados.

Contudo, se a observação for feita de forma individual, nota-se que metade dos seis vereadores que destinaram mais de 50% dos requerimentos às zonas eleitorais onde foram mais votados, objetivaram intervenções na Zona Eleitoral 153. Dentre estes parlamentares destaca-se o vereador João Coteca, do PR, que solicitou 93% desses pedidos para esta zona, sendo 17 para seu bairro de origem (Santa Cruz) e oito para São Damião e São Judas Tadeu, localizados próximos àquele bairro. O próprio vereador admitiu que procura dar uma atenção maior a esses locais, justamente pelo fato da população ter confiado no seu trabalho e depositar nele o voto nas eleições:

Eu não sou vereador do bairro que me elegeu, o bairro Santa Cruz, que foram 2400 votos, eu sou o vereador da cidade; eu estou hoje representando quase 600 mil pessoas, mas eu foco muito na minha comunidade, no meu bairro, pessoas que depositaram toda a confiança em mim, me deu a oportunidade de estar aqui, e a gente está interagindo sempre, fazendo eventos, fazendo festas, atendendo a comunidade da melhor maneira possível. (APÊNDICE AA)

Ainda dentro da zona 153, os vereadores Cido Reis, do PSB e Charlles Evangelista, do PP, encaminharam ao Poder Executivo, 66% e 52% respectivamente, de seus requerimentos para que algum tipo de atividade fosse feita nessa área. Segundo o vereador Charlles (APÊNDICE CC), não há de sua parte uma atenção maior à região norte da cidade.

Para ele, o número grande de demandas dessa região se dá talvez pelo fato de ter sido morador do local por muito tempo, e assim, ser muito conhecido pelas pessoas que residem nos bairros.. Cido Reis, também disse que não há uma intenção explícita para que isso ocorra, mas como é morador da zona norte, as demandas naturalmente aparecem mais dessa região. (APÊNDICE Z).

Já os vereadores Júlio Obama Jr., do PHS, e Vagner de Oliveira, do PSC, respectivamente, solicitaram 57% e 50% de seus pedidos para que alguma ação fosse realizada na Zona Eleitoral 154. O primeiro com ênfase ao bairro Bandeirantes (17), e o segundo com atenção à Vila dos Sonhos e Filgueiras. Vagner (APÊNDICE Y) disse que as solicitações que faz ao Executivo são formuladas através de demandas levadas ao seu gabinete pela própria população: “Nós procuramos atender geral, eu não tenho aquele público A, B ou C. As pessoas que nos procuram podem ser qualquer setor desde a indústria, área de saúde, educação, segurança, na área rural, desde que nos procure” (APÊNDICE Y).

Já Fiorilo, do PTC, focou nos bairros Estrela Sul, São Geraldo e Teixeiras, todos na Zona Eleitoral 349, onde obteve o número mais expressivo de votos nas eleições de 2016. Segundo o parlamentar, há uma atenção grande a essa região, mas também não deixa de atender solicitações feitas por moradores de outras localidades: “eu sou vereador da cidade de Juiz de Fora, então quando eu tenho um assunto que eu acho que é de interesse de toda a população eu faço essa comunicação, mas tem alguns assuntos que é relacionado ao sul e eu fico por ali” (APÊNDICE X).

5 A COMUNICAÇÃO DOS VEREADORES DE JUIZ DE FORA

Neste capítulo da dissertação será feita a análise proposta por esta pesquisa com foco nas estratégias de comunicação e nas conexões que os vereadores estabelecem com seus eleitores tomando como objeto de análise suas páginas no Facebook. Os principais questionamentos feitos no momento em que essa pesquisa foi proposta, diziam respeito a como e quão efetiva seria a relação comunicacional dos vereadores de Juiz de Fora com seus eleitores, levando-se em conta o trabalho dos assessores de comunicação. Para responder a essas questões, foi feito um mapeamento das páginas do Facebook de cada vereador, também entre os dias 19 de junho de 2017 e 14 de julho do mesmo ano. As postagens foram classificadas em 13 tipos: frases motivacionais; campanhas de conscientização ou doação; projetos de lei; ações do mandato (atividades, requerimentos, títulos, pedidos de informação); informações sobre Juiz de Fora; trabalho nas comissões; trabalho profissional; vídeos de pronunciamentos no plenário; informes (educativos, avisos, notícias); fotos do mandato (pessoas, perfil Facebook, capa Facebook); participação em eventos; datas comemorativas e mensagens pessoais (com enfoque familiar, pensamentos ideológicos ou partidários).

Além disso, foi feita a contagem de cada um dos tipos e a porcentagem com que aparecem nas páginas. Os quadros com essas informações aparecem entre os apêndices A e Q dessa dissertação. Para responder à questão da efetividade da interação entre vereadores e população, observou-se a quantidade de postagens, assim como o número de curtidas nas publicações, comentários dos cidadãos e a resposta dadas pelos políticos e/ou assessorias de comunicação a esses comentários. Além disso, foram utilizadas entrevistas em profundidade com os 19 vereadores e seus assessores, sendo possível, também a partir desses relatos, observar a efetividade desse relacionamento do político com o cidadão, assim como diversas outras características que fazem parte do trabalho cotidiano dos profissionais de comunicação que atuam junto aos parlamentares do legislativo de Juiz de Fora. É importante salientar que nem todas as pessoas que assessoram os parlamentares são propriamente profissionais de comunicação. Alguns deles não trabalham diretamente nos gabinetes, sendo contratados como consultores. A nomenclatura do cargo de cada profissional aparecerá no apêndice em que a entrevista desses profissionais estará transcrita. Todas as entrevistas estão disponíveis entre os apêndices OO e EEE dessa dissertação.

O objetivo da análise foi, a partir da observação das postagens e das entrevistas, verificar de que forma os vereadores estabelecem, por meio da comunicação, estratégias de conexão eleitoral e de campanha permanente. Como já citado no terceiro capítulo dessa

dissertação sobre a chamada “conexão eleitoral”, Ames (2003) percebe no sistema eleitoral brasileiro políticos motivados prioritariamente em agradar seu eleitorado, colocando interesses pessoais acima de questões de interesse nacional. Já a campanha permanente pode ser explicada, através da concepção de Blumenthal (1980, p.7 apud HECLO 2000, p.2), que entende esse tipo de campanha como a “combinação de criação de imagens e cálculo estratégico que transforma a governação numa campanha perpétua”.

Como serão analisadas tanto as informações dos documentos quanto a quantidade de cada um deles, o recurso metodológico utilizado foi a análise de conteúdo híbrida, desenvolvendo assim uma pesquisa quali-quantitativa, como a proposta por Bauer (2010), citada no quarto capítulo dessa dissertação. Porém, antes de ser feito o estudo da comunicação dos vereadores, são necessárias algumas considerações sobre as assessorias de comunicação no Poder Legislativo de Juiz de Fora.

5.1 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO NO PODER LEGISLATIVO DE JUIZ DE FORA

Como demonstrado no segundo capítulo deste trabalho, o trabalho das assessorias de comunicação dentro do contexto político é importante para dar publicidade às ações promovidas pelos governantes e dialogar com os diferentes tipos de mídias que estão inseridas dentro desse ambiente. Dentro da proposta desse capítulo, que analisa peculiaridades do poder Legislativo, é necessário também abordar algumas considerações sobre o trabalho dos assessores de comunicação dentro desse poder, inclusive no âmbito municipal.

A comunicação pública, como já mencionado também na primeira parte desse estudo, difere da comunicação política por dar publicidade e transparência ao que acontece nas instituições públicas e não ao que é feito pelos atores políticos na sua individualidade. Segundo Brandão (2007) essa função informativa não é senão um ato de cidadania, através de um processo que liga o cidadão às instituições públicas e ao próprio Estado. Duarte (2007) entende esse conceito da mesma forma, sendo esse processo comunicacional, em particular, um mecanismo que promove um diálogo entre o cidadão e os órgãos públicos, fazendo com que seja possível conhecer os processos de transformação que ocorrem cotidianamente. Brandão (2007), salienta que, no Brasil, a comunicação pública é denominada de governamental, funcionando como um artifício de construção da agenda pública e de divulgação das políticas praticadas pelos órgãos públicos.

Há também parâmetros jurídicos que regem a comunicação dos órgãos públicos. Segundo o parágrafo primeiro do artigo 37 da Constituição Federal de 1988, a publicidade de

campanhas, serviços, obras, programas e atos de órgãos públicos devem ter caráter educativo, de orientação para a sociedade, buscando informar sobre determinado assunto, sendo vedada a vinculação de imagens ou símbolos que promovam pessoalmente qualquer servidor ou autoridade pública. Segundo Dourado (2008, p.35) o artigo V, inciso XXXIII, da Constituição Federal assegura que “todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível”.

No Poder Legislativo Federal, essa regulamentação é feita pelo Regimento interno da Câmara dos Deputados.

O Regimento Interno determina, no artigo 39, capítulo 2º, VII, que é atribuição da Mesa Diretora aprovar o Plano de Comunicação Social da Câmara Legislativa. Cabe a esse documento público detalhar a previsão de gastos com a publicidade oficial, que devem estar de acordo também com a proposta orçamentária aprovada pelos deputados distritais, no final de cada ano legislativo. (DOURADO, 2008, p.35)

Em Juiz de Fora, a Lei nº 13093, de 06 de fevereiro de 2015, dispõe sobre a estrutura organizacional da Câmara Municipal. O Artigo 2ºA da Seção I, fala sobre as competências do coordenador da Superintendência de Comunicação Legislativa, órgão esse que comanda todos os setores de comunicação dentro da casa do legislativo da cidade (CMJF, 2015, p.4). No período da pesquisa, o cargo, que é comissionado, era ocupado pelo jornalista Ricardo Miranda. Um dos setores de comunicação é a TV Câmara, hoje chamada JFTV Câmara. O canal atualmente exibe sua programação com sinal aberto digital para toda a cidade e produz conteúdos e matérias jornalísticas em vídeos sobre acontecimentos do cotidiano da Câmara, trabalho dos vereadores, ou assuntos que tenham alguma ligação com atividades do legislativo. O mesmo acontece com a Rádio Câmara, que produz o mesmo tipo de material, mas com conteúdo radiofônico. Outro órgão ligado à superintendência é a assessoria de Cerimonial e eventos institucionais. Segundo o texto da Lei, os ocupantes desses cargos são contratados através de livre nomeação e exoneração, com acompanhamento e controle direto do Coordenador da Superintendência de Comunicação Legislativa (CMJF, 2015, p.4).

A superintendência também regula o a assessoria de imprensa. Esta, de acordo com a legislatura, é orientada por um chefe, cargo comissionado ocupado pelo jornalista Zilvan Martins. O órgão acompanha o trabalho desenvolvido pelas comissões permanentes da Câmara, as reuniões ordinárias e audiências públicas, dando prioridade à comunicação institucional da casa. O trabalho de cada vereador não é acompanhado pela assessoria. Nesse caso, a assessoria do próprio parlamentar envia os materiais que julgam pertinentes ao órgão

que dá publicidade às informações. O conteúdo é disponibilizado no site da Câmara, página do legislativo municipal no Facebook e no perfil do Instagram. Além disso, as informações são enviadas diretamente aos veículos de comunicação da cidade.

Já a assessoria de comunicação dos vereadores é feita por profissionais lotados nos gabinetes dos parlamentares. Após pesquisa feita junto à Divisão de Arquivo e Registros Processuais da Câmara Municipal de Juiz de Fora (APÊNDICE S), constatou-se que a primeira lei em que foi verificada a presença do cargo “Assessor Técnico” foi a número 4513⁶, do ano de 1973. Porém, segundo o jornalista Wilson Cid (APÊNDICE R), a assessoria feita por profissionais especializados em comunicação começou informalmente na Câmara Municipal de Juiz de Fora com os vereadores Fernando Junqueira, Rubens Vasconcelos e Raimundo Hargreaves, entre as décadas de 1960 e 1970. De acordo com Cid, os parlamentares recorriam a “amigos da imprensa” que ajudavam com determinados assuntos e demandas. Ele lembra que, na mesma época, o então prefeito da cidade, Itamar Franco, usava do mesmo artifício para se relacionar com os veículos de imprensa, através de José Carlos de Lery Guimarães. O jornalista destaca que a atividade realizada de maneira formal pelos profissionais, contratados dentro dos gabinetes, começou no final da década de 1990 e início dos anos 2000, juntamente com a inclusão de assessorias técnicas de outras áreas dentro da Câmara (APÊNDICE R).

5.2 ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO E DAS PÁGINAS DO FACEBOOK DOS VEREADORES

O principal foco proposto por esta pesquisa baseou-se em entender como se processa a relação dos vereadores de Juiz de Fora com a população da cidade, elucidando o papel dos assessores de comunicação dos parlamentares nesse contexto. Com a observação realizada na Câmara Municipal e por meio das entrevistas feitas com os assessores dos vereadores, observou-se que este assessoramento atualmente é realizado, na maioria dos casos, por profissionais especializados e que procuram trabalhar com diversas plataformas comunicacionais.

Contudo, como citado pela maioria desses profissionais (disponível entre os apêndices OO e EEE), grande parte das informações ofertadas à população pelos

⁶ Disponível em: <http://www.camarajf.mg.gov.br/sal/norma.php?nqn=4313&njc=&njt=LEI>. Acesso em 14 set. 2017.

parlamentares encontra-se no Facebook. Pôde-se concluir que as estratégias comunicacionais desenvolvidas pelos vereadores e por suas assessorias basearam-se no perfil de cada um dos parlamentares juiz-foranos, que apresentam características bem variadas. Assim, procurou-se fazer um mapeamento da página do Facebook de cada um dos vereadores da atual legislatura (2017-2020). Essa escolha (das páginas e não dos perfis dos políticos) ocorreu pelas características apresentadas atualmente pelas páginas do Facebook, que incluem ferramentas que facilitam a interação de pessoas de diferentes perfis com os parlamentares, além de possibilitar que as informações cheguem a uma quantidade maior de pessoas (através das publicações patrocinadas), inclusive a um público que não curtiu aquele espaço. Deste modo torna-se possível entender quais são as linhas de aproximação entre o “governante” e o cidadão. Na análise, pôde-se verificar o papel dos assessores de comunicação nesse contexto, observando a forma como é feita a mediação do processo comunicacional por esses profissionais, e se o assessor de comunicação tem o trabalho valorizado pelos vereadores, com os parlamentares seguindo o que é passado e sugerido pelos assessores.

É importante salientar novamente que para traçar o perfil da página do Facebook de cada vereador de Juiz de Fora, foram observadas as postagens de 19 de junho de 2017 até 14 de julho do mesmo ano. A escolha se deu pelo fato de que nesse período as reuniões ordinárias aconteceram de forma ininterrupta, diferente do que acontece normalmente durante todo o ano, quando há um recesso de quinze dias entre os períodos legislativos. Destaca-se ainda que as entrevistas dos vereadores estão disponíveis entre os apêndices V e NN dessa dissertação enquanto as dos seus assessores estão disponíveis entre os apêndices OO e EEE. Também é necessário salientar que alguns vereadores não utilizaram as páginas com efetividade durante o período observado, caso da vereadora Ana Rossignoli (2 publicações), Castelar (3 publicações), João Coteca (4 publicações), Vagner de Oliveira (1 publicação), além dos vereadores, Pardal e Fiorilo, que não publicaram nas páginas no período. Assim, a comunicação destes parlamentares foi analisada observando as entrevistas dos vereadores e assessores.

5.2.1 Doutor Adriano Miranda (PHS)

Observando a página⁷ do vereador Doutor Adriano Miranda no Facebook, foi possível verificar que durante o período observado foram feitas 44 publicações. O próprio

⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/dr.adrianomirandajf/>. Acesso em: 13 set. 2017.

parlamentar entende (APÊNDICE DD) que a comunicação é fundamental para o mandato, principalmente a que é feita nas redes sociais, tanto para você divulgar o que está fazendo quanto para saber como a população enxerga o trabalho. O vereador afirma ainda que o Facebook é uma excelente ferramenta para interagir com o cidadão, pois o espaço possibilita que o parlamentar receba críticas e sugestões sobre as atividades do mandato. (APÊNDICE DD)

Além das redes sociais, outra maneira com que o vereador Adriano Miranda informa o público sobre suas ações é o contato direto com o cidadão nos bairros. Segundo o parlamentar, existem muitas pessoas que não utilizam mídias digitais, sendo o “corpo a corpo” ainda muito importante: “Existem famílias tradicionais em um bairro que tem um contato maior com a população. Então eu prefiro estar perto dessas pessoas do bairro. As informações chegam também muito através dessas pessoas” (APÊNDICE DD).

No que tange a formulação da equipe de comunicação, Adriano Miranda destaca que a construção do grupo se baseou em uma escolha técnica, com a preocupação de trabalhar com profissionais que pudesse lhe dar respaldo e representar perante a sociedade. Afirma ainda que o trabalho com esta equipe é feito de forma conjunta, com pouca interferência e muito respeito (APÊNDICE DD). Esta afirmação também foi feita pelo assessor de comunicação de Adriano, o jornalista Ricardo Ribeiro, que já trabalhou com outros políticos durante a carreira: “com todos que eu já lidei, o Adriano é disparado o mais democrático. Ele aceita as sugestões, participa, discute, em nenhum momento há imposição. É muito fácil lidar com isso. O resultado é quase sempre muito positivo” (APÊNDICE BBB).

Dentro das 44 publicações feitas na página do Facebook deste vereador dentro do período observado houve 1003 comentários sobre diferentes assuntos, sendo que 137 destes foram respondidos, ou pelo vereador ou por sua assessoria, o que corresponde a 13,6% dos comentários respondidos. Foram computados ainda 13.224 curtidas e 1.041 compartilhamentos. O próprio assessor Ricardo Ribeiro afirmou que entende pouco sobre o funcionamento das redes sociais. Assim, ainda estão analisando a melhor maneira de observar a efetividade dessa ferramenta, no que se refere ao processo comunicacional do vereador: “Quando você acha que encontrou um caminho, você acha um resultado inversamente proporcional do que você imaginava. Acho que essas novidades que vão aparecendo pra gente no dia a dia são novidades pra gente na área de comunicação, de mídias sociais” (APÊNDICE BBB). O jornalista disse ainda que, por ter atuado por muitos anos na imprensa, tem facilidade no contato com as mídias tradicionais da cidade, o que facilita com que as informações cheguem ao cidadão por estes canais (APÊNDICE BBB).

No que se refere às postagens, o tipo de publicação mais comum foi o de “Ações do Mandato”. Foram 9 postagens desse tipo, correspondendo a 20% do total das publicações deste parlamentar, obtendo 7.983 curtidas, 668 compartilhamentos, 663 comentários dentre os quais 55 foram respondidos. A imagem Quadro 8 foi extraída do detalhamento das publicações (APÊNDICE A).

Quadro 8 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Doutor Adriano Miranda.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% Postagens
Frases motivacionais	93	13	9	0	4	9%
Campanhas de conscientização ou doação	120	9	9	2	4	9%
Projetos de Lei	1086	160	174	54	6	14%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	7983	668	663	55	9	20%
Informações sobre JF	78	3	2	0	3	7%
Trabalho nas comissões	1301	58	31	1	3	7%
Trabalho profissional	1904	34	65	13	1	2%
Vídeos pronunciamentos no plenário	333	40	33	2	4	9%
Informes (educativos ou avisos)	195	49	8	5	6	14%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	131	7	9	5	4	9%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	13224	1041	1003	137	44	
				13,6% respondidos		

Fonte: Elaboração própria

A maioria das postagens deste tipo (Ações do Mandato) tem a ver com os trabalhos desenvolvidos pelo vereador dentro da Câmara Municipal. Contudo, dentro dessas postagens, a que obteve maior número de curtidas aconteceu no dia 22 junho de 2017, com 4354 curtidas, 263 compartilhamentos, 304 comentários e 14 respostas. A publicação informava sobre um pedido de informações que o parlamentar faria ao Departamento de Limpeza Urbana do Município (Demlurb) sobre problemas com o transporte do lixo na cidade e consequente derramamento de chorume no município.

O tema dessa publicação pode ser encarado como sendo de saúde pública, assim como os outros dois tipos de informes mais comumente feitos pela página de Adriano Miranda: projetos de lei e informes, ambos representando 14% das publicações. Todas as suas

publicações sobre projetos de lei tratavam de temas ligados à área de saúde (dias 14 julho, 13 julho, 11 julho, 05 julho, 04 julho e 21 junho). Com relação aos três informes publicados no período, dois também eram voltados a essa temática: 12 de julho, sobre a paralisação das atividades da empresa responsável pela limpeza das unidades de saúde, e 11 de julho, sobre o Projeto Aedes do bem. (APENDICE A). Adriano Miranda afirmou (APÊNDICE DD) que, no início do mandato, o foco da comunicação foi um público mais generalizado, mas que atualmente, as ferramentas disponíveis permitem um direcionamento destas informações para públicos definidos.



Adriano Miranda

10 de julho de 2017 · 🌐



Você sabe o que é dislexia? Nesta série, o Dr. Adriano apresenta a pais e interessados o que é o transtorno. Você consegue identificar algum desses sintomas em seu filho ou outra criança do seu convívio? #dislexia #pais #filhos

DISLEXIA

É um transtorno de aprendizagem caracterizado pela dificuldade de leitura, apesar da inteligência da pessoa ser normal. Afeta as pessoas em diferentes graus. Os principais sintomas são dificuldades em pronunciar corretamente as palavras, em ler rapidamente, em escrever palavras à mão, em subvocalizar palavras, em pronunciar corretamente palavras ao ler em voz alta e em compreender aquilo que está lendo. Em muitos casos estas dificuldades começam a ser notadas na escola.

DIAGNÓSTICO:

Uma equipe multidisciplinar, formada por psicólogo, fonoaudiólogo e psicopedagogo clínico com uma minuciosa investigação, verifica a necessidade de parecer de outros profissionais como neurologista, oftalmologista e outros.

Fonte: Página oficial do vereador Doutor Adriano Miranda no Facebook (10 jul. 2017)

O assessor Ricardo Ribeiro destacou que o trabalho do vereador, assim como o da equipe de comunicação, tem um foco para a área de saúde:

Não tem jeito, o Adriano vai virar um vereador que vai acabar trabalhando muito ligado a área de saúde. É uma área que ele está a mais de vinte anos, e a demanda do gabinete é uma demanda muito de saúde, e não tem como a gente fugir disso. É claro que a gente tenta trabalhar outros temas também. Mas sempre volta até a área de saúde pra gente discutir. Então a gente usa esse artifício porque a gente nunca deve chegar a um problema se você não tem uma solução. A gente sabe que falta

médico, remédios, que a saúde está um caos, então não adianta você sentar e se lamentar, tem que buscar alternativas. Então uma das alternativas que a gente tem, e começou a usar no mês retrasado, é criar mecanismos de tentar ajudar o município a diminuir a demanda dos serviços de assistência de saúde. Por exemplo, você faz um evento como o que a gente fez em Santa Luzia e oferece serviços como aferição de pressão, teste de glicemia que não tem em nenhuma UBS (Unidade Básica de Saúde) da prefeitura. Então com ajuda da iniciativa privada, a gente compra a fita de glicemia e acaba sendo como o nosso principal chamariz a fita de glicemia porque como não tem na UBS acaba se formando uma fila enorme pra receber esse tipo de serviço. Então acaba refletindo também na nossa comunicação. Essas alternativas que a gente busca é trazer a iniciativa privada e mostrar que uma faculdade, por exemplo, é muito mais que uma estrutura para as pessoas estudarem. Ela pode ser uma ferramenta de responsabilidade social. A gente trabalha muito com esse conceito de responsabilidade social dentro da nossa comunicação e acaba refletindo muito na área de saúde por causa disso. (APÊNDICE BBB)

Ribeiro ainda salienta que muitas vezes, dentro do trabalho da equipe de comunicação, costuma atuar como um opositor de algumas idéias. Ele considera essa ação como um trabalho de prevenção de crises: “Antes de qualquer ideia a gente vê os prós e contras. Eu às vezes questiono o Adriano, faço até o papel do opositor, porque a gente vai encontrar pessoas que vão criticar” (APÊNDICE BBB).

Dentro da perspectiva apresentada é possível então entender que o perfil da comunicação desta página prioriza a “conexão eleitoral”, visto que o vereador apresenta postagens com temas, em sua maioria, voltadas para o segmento profissional que atua, no qual conseguiu formular seu capital político. Pode-se inferir que essa prática se insere dentro da perspectiva de Monteiro (2010) que entende que a conexão eleitoral é vista pelos políticos como sendo uma importante ferramenta para manter o capital eleitoral e conseqüentemente se manterem no poder. Outro fator que nos leva a considerar que a comunicação do vereador como sendo de conexão eleitoral, foi a afirmação do próprio parlamentar de que se utiliza de famílias tradicionais dentro dos bairros para fazer com que as informações cheguem até a população, enquadrando-se na perspectiva da abordagem empírica de campo proposta por Wolf (1999) que entende que são as pessoas que influenciam de maneira geral a população se encontram em determinada região ou localidade.

5.2.2 Doutor Antônio Aguiar (PMDB)

Na página⁸ do Facebook do vereador Doutor Antônio Aguiar no Facebook, foi possível verificar que no período analisado foram feitas 50 publicações. Segundo o parlamentar (APÊNDICE GG), que está no seu segundo mandato consecutivo, foi somente no início de 2017 que começou a se preocupar em investir na comunicação de sua página na rede social. Ele lembrou que o espaço ajuda nas ações do seu mandato: “um pedido relacionado à saúde, um serviço em via pública. As pessoas que me pedem as coisas, mesmo estando em rede social a gente já tem um vínculo estabelecido, é muito interessante isso, raramente eu recebo um pedido de uma pessoa que eu nunca vi” (APÊNDICE GG).

No que se refere à formulação da equipe de comunicação, Aguiar disse que somente um profissional cuida especificamente dessa área, mas que o trabalho é feito em conjunto com assessores de outros setores, como advogados, por exemplo. O vereador afirmou (APÊNDICE GG) que buscou um profissional que “respirasse” política, que estivesse por dentro e entendesse os processos políticos que acontece no cotidiano da Câmara. Ressaltou ainda que não há qualquer tipo de interferência dele no trabalho desse profissional. Esta afirmação foi confirmada pelo assessor de comunicação, o jornalista Lucas Salzer (APÊNDICE AAA), que atua junto a Aguiar desde o início de 2017.

Antônio Aguiar destacou que atualmente há efetividade na comunicação entre ele e a população, visto que foi feito um investimento no espaço, com postagens patrocinadas, rendendo quase 5 mil visualizações, com um percentual grande de participação. O vereador entende que o crescimento do espaço tem que ser consistente, fidelizando os participantes: “Pra mim o crescimento em rede social tem que ser consistente, ele não pode ser um crescimento que te engane, a gente procura também fidelizar gente dentro da rede social” (APÊNDICE GG). Neste sentido, o assessor Lucas Salzer (APÊNDICE AAA), lembrou que quando começou a trabalhar no gabinete a página do Facebook de Aguiar estava “parada” há três meses. O profissional lembrou que no início, as ações feitas para atrair seguidores foram feitas por um processo desgastante: “a gente tinha que postar três vezes ao dia. Passando esse processo, que durou dois meses, a gente assentou as ideias, conseguiu trazer o público de volta e começou a focar só no dia a dia dele, nas ideias políticas” (APÊNDICE AAA). Para Salzer, a rede social teve papel preponderante para aumentar a interatividade entre o cidadão e o vereador, fazendo com que o público conhecesse mais as atividades desenvolvidas pelo parlamentar:

⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/drantonioaguiar/>. Acesso em: 13 set. 2017.

Eu acredito que a rede social por estar na palma da mão de todo mundo, a gente conseguiu aumentar o grau de conhecimento do mandato e do trabalho do Antônio, que é fazer leis, dar suporte a parte do setor público, como a parte de saúde, a parte de educação [...] O engajamento triplicou. A gente tem hoje os eleitores do Antônio bem mais atento ao trabalho dele. A gente conseguiu reativar esse pessoal que a grande parte já estava ali, nós conseguimos também aumentar o número de seguidores. A questão de impulsionar a publicação, no começo a gente não queria fazer isso, mas a gente sentiu que o Facebook. Muitas pessoas não sabem disso, mas quando você tem uma página você não consegue atingir todo mundo, o facebook tem uma política de corte de alcance, eu posso ter 3mil seguidores, mas se eu publicar algo agora ela alcança 900/1000 pessoas. Então isso te obriga a investir, não chega a casa de 3 dezenas não, é coisa de 15, 20 reais que você coloca no impulsionamento e alcança 3, 4 mil pessoas... e isso é importante, não é um gasto pra levar o nome do Antônio, é um gasto que a gente procura fazer pra levar informação as pessoas que, infelizmente, o Facebook, ele corta esse nosso alcance. Então a gente tem um investimento muito pequeno, e a gente aqui do gabinete junta e faz, o Antônio faz, mas é coisa mínima. (APÊNDICE AAA)

Dentro das 50 postagens feitas na página de Aguiar durante o período observado, notou-se que houve 243 comentários, sendo que destes 212 foram respondidos pelo vereador ou por sua assessoria, representando 87,2% de comentários respondidos. Ao todo foram 3.338 curtidas e 126 compartilhamentos. As publicações do tipo “ações do mandato” representam 64% de todas as postagens feitas no espaço. Foram, ao todo, 32 postagens desse tipo, com 2088 curtidas, 54 compartilhamentos, 150 comentários e 134 respostas, como pode ser observado a imagem do Quadro 9, extraída do Apêndice D dessa dissertação.

Quadro 9 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Doutor Antônio Aguiar.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS	
Frases motivacionais	161		1	18	16	2	4%
Campanhas de conscientização ou doação	0		0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	497		39	45	41	6	12%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	2088		54	150	134	32	64%
Informações sobre JF	0		0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	0		0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0		0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0		0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	95		13	1	0	3	6%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	320		16	23	16	5	10%
Participação em eventos	177		3	7	5	2	4%
Datas Comemorativas	0		0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais	0		0	0	0	0	0%
	3338		126	243	212	50	
				87,2% respondidos			

Fonte: Elaboração própria

De todas as publicações, a que atraiu mais curtidas foi a do dia 02 de julho de 2017 (APÊNDICE D), que dizia respeito à destinação, por parte do vereador, de 10 mil reais de uma emenda parlamentar para o Centro de Especialidades Odontológicas, um espaço público, que tem como objetivo prestar serviços de atendimento primário, tratamento e cirurgias na área da odontologia. As demais publicações deste tipo se referem ao cotidiano de Aguiar dentro da Câmara Municipal. São fotos do trabalho no gabinete, participação em audiências públicas, reuniões ordinárias e outros tipos de eventos institucionais. Há inúmeras fotos e vídeos, algumas tiradas pelo próprio parlamentar.

De acordo com o assessor Lucas Salzer (APÊNDICE AAA), o trabalho da equipe de comunicação tem um foco direto para a figura e as ações do parlamentar. Ele acredita que o partido fica em evidência durante as eleições e, esporadicamente, quando acontecem eventos ou convenções. Ele destaca que a participação do partido nas redes sociais do vereador é muito pequena: “o Antônio tem mais de 40 anos de partido, e isso eu acho que é uma identificação que ele tem e que está identificado já com o partido, mas a rede social em si não cobra muito a participação do partido” (APÊNDICE AAA).



Fonte: Página oficial do vereador Doutor Antônio Aguiar no Facebook (12 jul. 2017)

O segundo tipo de publicação que mais aparece nesta página são os “Projetos de Lei”, que representam 12% do total (APÊNDICE D). Elas aparecem nos dias 22 de junho (exame para criança recém nascida com Síndrome de Down), 25 de junho (aleitamento materno em todo e qualquer estabelecimento público ou privado), 29 de junho (combate à

violência contra crianças, mulheres e pessoas idosas), 06 de julho (lei que permite ao deficiente o uso das vagas preferenciais na integralidade do horário), 09 de julho junho (combate à violência contra crianças, mulheres e pessoas idosas) e 13 de julho (JF + Acessibilidade). Das seis postagens desse tipo, cinco estão inseridas na área de saúde, em que o parlamentar exerce sua atividade profissional fora do ambiente político. Mas, segundo o assessor de comunicação do parlamentar, não há um direcionamento para públicos os assuntos determinados: “o mandato dele é pra Juiz de Fora. A gente foca em Juiz de Fora, mas diferenciar pessoas jamais. Isso é uma característica do Antônio. Ele é médico no SUS, tem o consultório particular dele, ele tem eleitorado em todos os bairros” (APÊNDICE AAA).

Com base nos dados e nas características observadas na página de Aguiar pode-se inferir que a comunicação presente nesses espaços prioriza dois focos. Primeiramente, a espetacularização e personalização na política, principalmente devido a esta última característica (personalização), isto é, na ênfase à figura do político, presente nas postagens que aparecerem com mais frequência (ações do mandato). Esse perfil encaixa-se na concepção de personalismo como a entendida por Aldé (2001), sendo marcada por elementos como o carisma, a oratória e a construção eficiente da imagem pessoal. Prioriza também a “conexão eleitoral”, observada nas postagens do tipo “Projetos de Lei” que se relacionam com a área que serviu como apoio para esse político construir seu capital político. Encaixa-se assim, na compreensão de Ames (2003) acerca das estratégias eleitorais que os políticos articulam buscando focar ações no mandato com a preocupação de fidelizar o seu eleitorado.

5.2.3 Betão (PT)

A página⁹ do vereador Betão teve 30 postagens no período observado. De acordo com o parlamentar (APÊNDICE EE), os principais meios de comunicação que ele utiliza para interagir com a população são as redes sociais e a TV Câmara. O vereador acredita que as duas ferramentas são importantes para que o político, visto que, ao mesmo tempo em que conversa, pode prestar contas do trabalho: “Se a pessoa não visualiza o que você está fazendo, você perde o elo né. Isso vale para aqueles candidatos que tem uma relação com uma base, aqueles que não têm às vezes não há esse tipo de preocupação” (APÊNDICE EE). O vereador destacou ainda que procura utilizar pessoas de determinadas localidades para passar as

⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/betaocupolillo/>. Acesso em: 13 set. 2017.

informações do mandato: “Pessoas que tem uma visão ideológica com o mandato, mas, por exemplo, os líderes comunitários estão mais preocupadas com problemas imediatos e não em questões ideológicas” (APÊNDICE EE).

O parlamentar afirmou que, assim como as atividades realizadas em seu mandato, a escolha dos profissionais da área de comunicação se deu pela militância dessas pessoas junto às causas dos trabalhadores. Ele destacou (APÊNDICE EE) que atualmente não interfere muito no trabalho da equipe, visto que todos já entendem o que deve ser feito. O assessor de comunicação de Betão, o jornalista Felipe Liquer, salientou (APÊNDICE SS) que o trabalho é feito em conjunto com outros assessores e com o próprio vereador, que não há uma hierarquia. Betão acredita que o processo de comunicação com a população tem se mostrado efetivo visto que após as postagens na página, há um diálogo com os seguidores. Algumas vezes as postagens levam as pessoas, ou até mesmo a imprensa tradicional da cidade a procura-lo gerando até mesmo algum tipo de ação dentro do gabinete (APÊNDICE EE).

Segundo o assessor de comunicação de Betão, há muito pouco patrocínio das publicações. Ele entende que a página serve como um informativo das ações: “Quando tem uma greve acontecendo, a gente faz uma filmagem, chega e coloca uma publicidade logo assim que acaba, e no mesmo dia, no mesmo momento, lançar essa informação e a gente gera muito alcance orgânico nessa parte” (APÊNDICE SS). No que se refere aos tipos de publicação, o que apareceu com maior frequência nesta página foram as “Mensagens pessoais” (neste caso com enfoque em pensamentos ideológicos ou partidários). Ao todo foram 11 postagens desse tipo, que obtiveram 987 curtidas, 456 compartilhamentos, 68 comentários, sendo apenas dois deles respondidos. A quantidade de postagens de cada tipo pode ser observada na figura do Quadro 10, extraída do Apêndice E desta dissertação.

Quadro 10 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Betão.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	38	14	1	0	2	7%
Projetos de Lei	24	11	0	0	1	3%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	228	65	17	0	7	25%
Informações sobre JF	422	152	5	0	5	17%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	45	4	0	0	2	7%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	66	2	0	0	2	7%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	987	456	68	2	11	44%
	1810	704	91	2	30	

2% respondido

Fonte: Elaboração própria

Dentro das 11 postagens do tipo “Mensagens pessoais” (APÊNDICE E), a mais curtida foi a do dia 12 de julho que mostra o encontro do Juiz Sérgio Moro com o Presidente da República, Michel Temer (PMDB), e o Senador Aécio Neves (PSDB) durante um evento. Essa publicação obteve 430 curtidas, 185 compartilhamentos, 40 comentários e uma resposta (APÊNDICE E). Outra publicação do mesmo tipo publicada na página de Betão, dessa vez no dia 14 de julho de 2017, também dizia respeito à política nacional. A postagem obteve 130 curtidas, 103 compartilhamentos e quatro comentários (APÊNDICE E).



Fonte: Página oficial do vereador Betão no Facebook (12 jul. 2017)



Fonte: Página oficial do vereador Betão no Facebook (14 jul. 2017)

Outro tipo de postagem que aparece com frequência na página de Betão (APÊNDICE E) são as “Ações do mandato”, publicadas nos dias 21 de junho (Participação na

Audiência da Comissão da Verdade), 24 de junho (participação no ato em solidariedade ao Movimento dos Sem Terra em Coronel Pacheco), 30 de junho (participação em uma paralização de trabalhadores na BR267), 08 de julho (participação em Audiência Pública em Além Paraíba que discutiu a "Escola Sem Partido" ou "Lei da Mordaza"), 10 de julho (chamamento para audiência pública que discutiu o processo de demissões em massa efetuado pela empresa AlmaViva), 11 de julho (audiência pública que discutiu o processo de demissões em massa efetuado pela empresa AlmaViva), e 13 julho (audiência pública que discutiu o processo de demissões em massa efetuado pela empresa AlmaViva) (APÊNDICE E). De todas essas postagens, somente a do dia 21 de junho não estava ligada à defesa da classe trabalhadora. Até mesmo outros tipos de publicação que aparecem com menor frequência, como “Informações sobre Juiz de Fora” ou “Campanhas de Conscientização ou doação” feitas na página de Betão estão ligadas aos trabalhadores.



Fonte: Página oficial do vereador Betão no Facebook (19 jul. 2017)



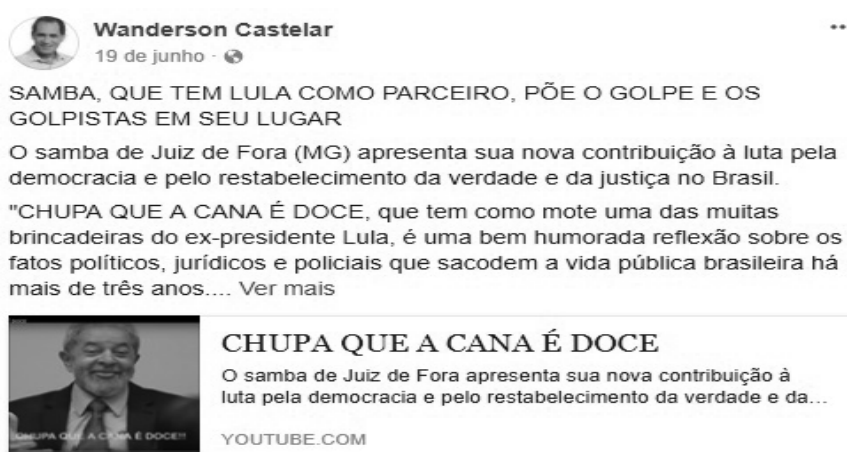
Fonte: Página oficial do vereador Betão no Facebook (21 jun. 2017)

Assim, pelo grau de ligação entre as postagens da página de Betão com a classe trabalhadora, causas sindicais e ideológicas, pode-se inferir que a comunicação deste vereador

pode ser considerada como sendo de “conexão eleitoral”. Primeiro, porque está em consonância com a concepção de Carlos e Silva (2006) sobre a ligação dos políticos com causas ou indivíduos a associações ou sindicato. Além disso, é possível observar ainda uma conexão eleitoral ideológica, com um público que, segundo o próprio vereador (APÊNDICE EE), milita pelas mesmas causas que ele. Outro fator que pode levar a se fazer essa inferência é a própria afirmação do parlamentar (APÊNDICE EE) sobre a utilização de pessoas com visão ideológica parecida com a o mandato para disseminar informações nos bairros, enquadrando-se na perspectiva da abordagem empírica de campo proposta por Wolf (1999) que entende que são as pessoas que influenciam de maneira geral a população se encontram em determinada região ou localidade.

5.2.4 Wanderson Castelar (PT)

A página¹⁰ do vereador Wanderson Castelar fez somente três postagens no período analisado. A primeira, do dia 19 de junho, do tipo “Mensagens pessoais” (neste caso com enfoque em pensamentos ideológicos ou partidários), fala de um samba enredo feito em Juiz de Fora que tinha como mote uma brincadeira feita pelo ex-presidente Lula (PT) e que, na visão do vereador era uma contribuição à luta pela democracia. Esta postagem obteve 316 curtidas, 160 compartilhamentos, 49 comentários e 21 respostas.



Fonte: Página oficial do vereador Castelar no Facebook (19 jun. 2017)

¹⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/wanderson.castelar/>. Acesso em: 13 set. 2017.

A segunda, do dia 04 de julho, do tipo “Ações do Mandato”, dizia respeito à convocação feita pelo parlamentar para uma audiência pública sobre a situação do trânsito da Avenida dos Andradas. Esta postagem obteve 474 curtidas, 67 compartilhamentos, 44 comentários e 4 respostas.



Fonte: Página oficial do vereador Castelar no Facebook (19 jul. 2017)

Já a terceira, do dia 12 de julho, do tipo “Vídeos de pronunciamentos no plenário”, mostra o vereador falando sobre acusações contra o ex-presidente Lula. Na ocasião, Castelar defende o companheiro de partido. A postagem obteve 393 curtidas, 42 compartilhamentos, 139 comentários e 2 respostas.



Fonte: Página oficial do vereador Castelar no Facebook (19 jul. 2017)

De acordo com Castelar (APÊNDICE HH) ultimamente a TV Câmara, é o principal meio de comunicação que ele utiliza para interagir com a população. O vereador destacou que sempre tenta estimular esse diálogo e que, no caso do Facebook, tem tentado utilizar, mas a ferramenta não tem se mostrado efetiva quando o impulsionamento não é feito. Estando em seu terceiro mandato, o vereador entende que a comunicação teve papel fundamental para se reeleger, através da publicidade de seu trabalho como parlamentar. Castelar acredita que a partir da disseminação das informações de suas atividades poderá chegar a mais pessoas e conseguir apoio para um futuro pleito: “É o que me permite chegar muitas vezes às pessoas, conseguir apoio para determinada iniciativa e que nos permite retornar à casa. Tenho certeza que a comunicação influenciou muito nas minhas três eleições” (APÊNDICE HH).

O assessor de comunicação do vereador, Luidgi Martins, que é da área de marketing e está com Castelar desde o início de 2017, afirma que antes da sua chegada, quando não havia publicidade das ações do mandato, a popularidade do parlamentar diminuiu. Ele destaca que a comunicação é importante para promover o político:

É bastante visceral. Tem muitas questões no mandato dele, nas produções legislativas que antes da nossa entrada, ele ficou sem equipe de comunicação. E esse trabalho não foi ventilado, houve uma queda na popularidade, que refletiu nas urnas, e tudo mais. O trabalho de comunicação é muito importante nesse sentido. E também para aproximar o eleitor, nesse caso nem tanto específico, mas aproximar a população do trabalho que vem sendo desenvolvido. (APÊNDICE TT)

Ele afirma ainda que há a preocupação de produzir determinados materiais comunicacionais para públicos específicos, inclusive para redutos, ou segmentos de apoio eleitoral:

Tem muitos materiais específicos segmentados. Quase 75% dos materiais que a gente produz ele tem um direcionamento de público. Algumas das nossas peças são direcionadas para a periferia juiz-forana, que a gente chama de lâminas, que são os jornais com textos mais leves, e que são distribuídos só em bairros lá da zona norte, nas cercanias do Monte Castelo, que é a sede do escritório regional. Ai a comunicação que é feita lá, tem uma preocupação com um texto mais simples, com uma densidade menor de informação, uma comunicação mais imagética, e o impresso é mais leve. Por exemplo, tem materiais que são feitos para professores da rede estadual, ou sindicatos que tem aliança com o nosso mandato, que são mais focados tanto na atuação legislativa, que seja interessante para aquela classe, ou quanto a questões mais generalistas, mas com uma liberdade maior de rebuscamento, de profundidade de linguagem, por conta de esse público ser um pouco mais especializado. E assim sucessivamente. (APÊNDICE TT)

Luidgi destaca ainda que vê a necessidade de patrocinar publicações apenas quando o enfoque é informar sobre determinada ação. Ele acredita que essa ferramenta é

pouco eficaz para fidelizar um seguidor ou para construir uma interação mais profunda com o cidadão:

É muito sensível. A questão eu acho que é assim, a audiência do post patrocinado acaba sendo um pouco mais superficial do que a audiência que está sempre ligada em você, orgânica. E o pessoal do post patrocinado costuma ser superficial. Muito bom, legal ter essa, ou estaremos lá, mas não tem necessariamente o engajamento real que se traduz, por exemplo, no contato inbox, no contato real que vai ser provocado pela publicidade do post. Eu acho que quando usamos o post patrocinado, é mais no sentido de que saibam que estamos fazendo isso, não necessariamente; eu acho que é isso, mais no sentido de tornar público a iniciativa. (APÊNDICE TT)

No que se refere à interferência no trabalho da assessoria, Luidgi Martins destacou que Castelar é bastante atuante em todo o processo (APÊNDICE TT), tendo um poder decisório muito grande nas ações. Mas, segundo o assessor, como o vereador é uma pessoa qualificada nesse sentido, não atrapalha muito. Martins ainda salientou que o trabalho de gestão de crise é feito por toda a equipe do vereador, não só pelos profissionais de comunicação: “Cada vez que a gente teve que mexer com questão de crise, foi uma coisa diferente. Em geral a gente reúne antes de dar qualquer resposta, e depois lança qualquer que seja a ação. Discute a estratégia e lança a ação” (APÊNDICE TT).

Com a análise das postagens da página de Castelar, é possível inferir que sua comunicação pode ser classificada como de “Conexão eleitoral”, sendo esta conexão ligada a uma militância ideológica e partidária, em consonância com a concepção de Carlos e Silva (2006) de que as ações dos políticos representam um alvo considerável do público que parlamentares já eleitos buscam atingir visando angariar votos em uma próxima eleição.

É justamente essa intenção de dar publicidade às ações visando angariar apoiadores para um futuro pleito, que nos leva a também observar o processo comunicacional desse vereador como sendo de “campanha permanente”. Isso pode ser comprovado tanto nas próprias palavras do parlamentar, já explicitadas, como no enfoque em que a equipe de comunicação dá a determinadas atividades. Esta prática está em consonância com a concepção de campanha permanente descrita por Fernandes et al.(2016) que verifica nas ações dos governos e dos atores políticos a utilização recorrente da comunicação como forma de persuadir os eleitores e manter a fidelização para os próximos pleitos.

5.2.5 Charles Evangelista (PP)

Durante o período estudado, a página¹¹ do vereador Charlles Evangelista realizou 58 postagens. De acordo com o parlamentar, os dois principais meios de comunicação utilizados por ele e sua assessoria são as redes sociais e os correios, sendo este último utilizado para responder o cidadão sobre alguma demanda ou solicitação feita no gabinete. Charlles destacou que a comunicação representa setenta por cento de seu mandato: “Se a gente não fizer esse contato você vai atender o cidadão ele não nem vai saber que foi atendido e a gente também não vai ter essa resposta. A comunicação é a base de um mandato de sucesso” (APÊNDICE CC).

Sobre a estrutura de sua equipe de comunicação, o parlamentar afirmou que trabalhava com dois jornalistas em sua equipe, mas que havia contratado uma agência para dar ainda mais dinamismo ao processo (APÊNDICE CC). O próprio vereador confessou ser um pouco centralizador no que diz respeito à interferência no trabalho da assessoria de comunicação: “Em matérias de nível nacional onde a assessoria sabe o que eu defendo eu já deixo mais nas mãos deles. Eu acho que se eu não fosse tão centralizador eu acho que seria melhor, mas em um ano, acho que teve que ser assim, depois vai melhorando” (APÊNDICE CC). O assessor de comunicação de Charlles, o jornalista Rômulo Krause, corroborou esta afirmação: “Ele gosta muito de ter o controle sobre a comunicação dele, então a interferência dele seria quase que total. Quando não vem dele, quando parte da gente, tem que passar por ele de qualquer forma. Então ele que controla isso também” (APÊNDICE YY).

Krause destacou que há um contato direto com os veículos tradicionais de imprensa da cidade, através do envio de releases, mas o Facebook é o principal meio de comunicação entre o vereador e a população. Ele afirmou que o patrocínio de postagens, por envolver verba, é definido pelo próprio vereador. Para o jornalista, a comunicação com o público tem se mostrado eficaz: “O engajamento nos perfis mesmo sem impulsionar é muito bom. Existe o compartilhamento e a coisa vai crescendo organicamente, quando impulsiona também tem muito resultado na página” (APÊNDICE YY). Essa interação pode também ser comprovada pela quantidade de curtidas e compartilhamentos alcançados pelas publicações das páginas no período analisado. Ao todo foram 5243 curtidas, 229 compartilhamentos, 347 comentários e 95 respostas.

Perguntado sobre a diferença entre a comunicação que é feita para prestar contas e a que é utilizada como ferramenta de promoção do político, o vereador entende que a sua comunicação é usada como artifício de promover suas atividades e tem um objetivo eleitoral:

¹¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/charllesevg/>. Acesso em: 13 set. 2017.

Eu falo que a gente não pode ser hipócrita. Essa questão da comunicação no mandato é como se fosse uma empresa, se você fizer um bom trabalho tem que divulgar. Eu acho que a prestação de contas e a propaganda estão muito ligadas. Igual vamos fazer um jornal de um ano de mandato; você vai prestar contas mas também vai fazer uma propaganda do que você fez, não tem como desvincular. (APÊNDICE CC)

O tipo de postagens mais frequentes na página deste vereador foram as de “ações do mandato” correspondendo a 40% das publicações, como pode ser observado na imagem do Quadro 11, extraída do Apêndice G dessa dissertação.

Quadro 11 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Charlles Evangelista.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	12	2	0	0	3	6%
Campanhas de conscientização ou doação	73	43	2	1	4	7%
Projetos de Lei	361	16	27	12	2	4%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	2602	72	148	60	21	40%
Informações sobre JF	4	0	0	0	2	4%
Trabalho nas comissões	231	4	7	6	6	11%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	24	1	1	1	4	7%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	292	0	11	0	1	2%
Participação em eventos	4	1	0	0	1	2%
Datas Comemorativas	3	0	0	0	1	2%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	1659	90	151	15	8	15%
	5243	229	347	95	53	
				27% respondido		

Fonte: Elaboração própria

Dentre estas a que apresentou maior número de interação foi a do dia 07 de julho, com 544 curtidas, 39 compartilhamentos, 50 comentários e 16 respostas. A postagem dizia respeito a uma solicitação do vereador sobre o Hospital Regional.



Fonte: Página oficial do vereador Charlles Evangelista no Facebook (07 jul. 2017)

Ainda observando as postagens deste vereador, outro número chama atenção. As publicações do tipo “Mensagens pessoais” representam 15% das postagens (neste caso com enfoque em pensamentos ideológicos). As postagens com essas características apresentam mensagens com opiniões sobre assuntos polêmicos. A do dia 23 de junho, sobre a punição que poderia ser dada a pedófilos obteve 515 curtidas, 51 compartilhamentos, 15 comentários e 5 respostas. Já a do dia 27 de junho se tratava de um vídeo que o vereador compartilhou do Deputado Jair Bolsonaro (PSC), que trazia a deputada Jandira Feghali falando sobre um episódio de violência ocorrido no Brasil. Esta publicação atingiu somente 13 curtidas e quatro comentários.



Fonte: Página oficial do vereador Charles Evangelista no Facebook (23 jun. 2017)



Fonte: Página oficial do vereador Charles Evangelista no Facebook (27 jun. 2017)

Sobre este posicionamento, Charles destacou (APÊNDICE CC) que mantém a mesma linha desde quando entrou para a política. Segundo o parlamentar, este foi inclusive um dos motivos que o levou para esta área, visto que se incomodava em apenas apontar suas opiniões e pouco agir. O vereador disse não se importar se esse posicionamento vai ocasionar em uma perda de eleitores.

Quando eu entrei para a política uma das principais coisas que me motivou a ser candidato era que eu tinha minha posição ideológica e ficava atrás do computador criticando e apontando. Então eu cansei disso e resolvi vim candidato e fazer que essas posições tenham voz. Essas posições foram incorporadas à política. Mas eu costumo dizer assim, que um bom político ele não entra em certas discussões porque ele ganha de um lado e perde do outro. Eu não, eu defendo minhas posições e se eu vou perder de um lado eu não me interesso; me interesso que eu vou estar ganhando de outro e defendendo minhas posições políticas. (APÊNDICE CC)

O assessor de Charles, Rômulo Krause, disse que embora não haja um direcionamento intencional de informações para determinado público ou região, o vereador tem um público voltado para a ideologia “de direita”: “Falar que a gente tem um determinado público, eu acho que é um pouco difícil. Talvez um público mais voltado para a direita, que é o segmento que ele defende, mas isso interfere na nossa linguagem” (APÊNDICE YY).

Observando essa linha da comunicação do vereador, pode-se entendê-la como sendo de “Conexão eleitoral”, sendo essa conexão ligada a uma militância ideológica, em consonância com a concepção de Carlos e Silva (2006) de que as ações dos políticos representam um alvo considerável do público que parlamentares já eleitos buscam atingir visando angariar votos em uma próxima eleição. Dentro dessa perspectiva, é justo observá-la também como sendo de “Campanha permanente” visto a própria declaração do vereador de que utiliza as publicações como propaganda, coincidindo assim com a concepção de Jorge (2003) que entende que este tipo de campanha pode ser feito a partir das mais diversas formas como (notícias sobre um discurso, a apresentação de projetos de lei, uma entrevista) parte da tática dos políticos visando à projeção e consolidação de sua imagem.

5.2.6 Ana Rossignoli (PMDB)

Somente duas publicações foram feitas na página¹² da vereadora Ana Rossignoli (também conhecida como Ana do Padre Frederico) durante o período analisado. A primeira, do dia 28 de junho, do tipo “Projeto de Lei”, tratava de um projeto da vereadora que permitia visitas de líderes religiosos à enfermos em hospitais, clínicas e similares. A publicação

¹² Disponível em: <https://www.facebook.com/AnadoPadreFrederico/>. Acesso em: 14 set. 2017.

alcançou 144 curtidas, 40 compartilhamentos e 24 comentários, sendo que não houve resposta a qualquer deles.



Fonte: Página oficial da vereadora Ana Rossignoli no Facebook (27 jun. 2017)

Já a publicação do dia 29 de junho, tratava de uma reunião da Comissão Permanente do Idoso, da Câmara Municipal, que é presidida pela vereadora Ana. A postagem obteve 17 curtidas.



Fonte: Página oficial da vereadora Ana Rossignoli no Facebook (29 jun. 2017)

De acordo com a vereadora Ana Rossignoli, em entrevista (APÊNDICE FF), a comunicação é muito importante para o seu mandato. Ele afirmou que este processo acontece mais de forma pessoal, e não pelas redes sociais, apostando no contato diretamente com as pessoas nos bairros onde ela possui maior conhecimento, inclusive atendendo em um gabinete de bairro: “Temos o gabinete no bairro onde moramos, e nos reunimos com a população para trocarmos experiência, principalmente com aqueles moradores mais idosos e mais experientes” (APÊNDICE FF). A parlamentar disse ainda que não há uma equipe de comunicação, e que a pessoa fazia o trabalho nas redes sociais teve que se afastar por motivos de saúde (APÊNDICE FF).

Baseado no relato da vereadora sobre o trabalho de comunicação feito junto às pessoas nos bairros pode-se classificar este processo como sendo de “Conexão eleitoral” por se aproximar da concepção de Wolf (1999) que entende que são as pessoas que influenciam de maneira geral a população se encontram em determinada região ou localidade. Desta forma, em vez de priorizar a comunicação via meios massivos ou digitais, a vereadora trabalha com a comunicação interpessoal, conforme Wolf trata ao se referir aos fluxos de comunicação.

5.2.7 Pardal (PTC)

A página¹³ do vereador Pardal não fez qualquer publicação no período observado. Segundo o vereador, em entrevista (APÊNDICE LL), há um trabalho feito no Facebook, mas ele prefere estar pessoalmente com as pessoas: “Eu não tenho Whatsapp. Pra falar com o Pardal tem que ser por telefone ou presencialmente. Acho que é a melhor maneira, meu telefone de contato está disponível para todos que me procuram” (APÊNDICE LL). O parlamentar disse que esta prática de comunicação tem se mostrado eficiente.

Pardal destacou ainda que sua agenda é construída de acordo com as demandas que aparecem em seu gabinete ou por telefone. No que diz respeito à disseminação das informações sobre as ações do mandato, o vereador disse que as lideranças comunitárias são utilizadas como um canal de comunicação entre o político e os cidadãos: “A divulgação nos bairros depende da localidade. Tem muitas lideranças que ajudam as comunidades, então a

¹³ Disponível em: <https://www.facebook.com/Pardal-475045622631713/>. Acesso em: 14 set. 2017.

gente é muito procurado por essas pessoas para atender as demandas de forma conjunta e encaminhar para o Executivo dar prosseguimento” (APÊNDICE LL).

O vereador salientou ainda que sempre está a par de tudo que é feito pela assessoria de comunicação, havendo confiança de sua parte, e que tenta não interferir muito no processo (APÊNDICE LL). Contudo, de acordo com a assessora de gabinete do vereador, Laís Campos, que não é profissional de comunicação mas atua nas atividades relacionadas às redes sociais, esta interferência é mais intensificada: “Ele interfere bastante, ele gosta de ter o controle de tudo que sai. E, ainda assim, quando a gente vai publicar algo, ele pede que a gente monte o texto inicialmente, ele faz as alterações que ele acha que deve ser feito” (APÊNDICE QQ). Sobre a divulgação do trabalho do vereador, a assessora afirmou que quando um projeto de lei ou requerimento específico é produzido, a assessoria entra em contato com os veículos de imprensa tradicional da cidade para tentar dar notoriedade à ação (APÊNDICE QQ). No que se refere a um planejamento de gestão de crise, a assessora lembrou que antes que qualquer trabalho seja publicado há uma discussão entre os assessores do gabinete: “a gente pensa muito antes para evitar qualquer tipo de problema futuro. Então antes de lançar um projeto, de conceder um título, alguma coisa, a gente estuda, reavalia, discute com o vereador, discute com a equipe para tentar evitar esse problema” (APÊNDICE QQ).

Assim, tendo como base o perfil da comunicação relatado pelo parlamentar sobre o trabalho de comunicação feito junto aos líderes comunitários, pode-se classificar este processo como sendo de “Conexão eleitoral” por se aproximar da concepção de Wolf (1999) que entende que a comunicação pode ser feita de forma efetiva utilizando as pessoas que influenciam de maneira geral a população de determinada região como canais comunicacionais.

5.2.8 Fiorilo (PTC)

Durante o período analisado, a página¹⁴ do vereador Fiorilo não publicou qualquer postagem. De acordo com a assessora de comunicação do parlamentar, a jornalista Taciane Rezende, a página estava parada, e só recentemente a equipe conseguiu convencer o vereador da importância da ferramenta (APÊNDICE VV). Segundo o vereador, além do Facebook, também utiliza outros meios de comunicação para interagir com a população, como a TV e a

¹⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/fiorilovereador/>. Acesso em: 14 set. 2017.

Rádio Câmara, e o Whatsapp. Contudo, o parlamentar destaca que prefere um tipo de comunicação mais direta: “As pessoas nos procuram aqui também no gabinete pra conversar pessoalmente isso é coisa que acontece com muita frequência, então a nossa comunicação com o povo de Juiz de Fora, com a população também, se faz de forma muito direta, muito pessoal” (APÊNDICE X). Além de utilizar a página do Facebook para mostrar suas atividades políticas, o vereador confessou que também coloca posicionamentos religiosos. O parlamentar entende essas ações como sendo de política social:

Estou usando pessoalmente e tenho uma página profissional também, estou tentando colocar nela mais assuntos de interesse da minha função como político profissionalmente, mas aí eu faço até mesmo uma mistura porque além de colocar as coisas relacionadas à política eu costumo colocar alguma coisa relacionada à religião porque eu sou católico, então muita coisa que eu acho interessante, eu tento passar isso para os outros eu passo porque como católico religioso eu também coloco isso, apesar de que não tem nada a ver com política, mas eu coloco o meu ponto de vista, o assunto não é política partidária, mas é uma política social que eu tenho que dar minha opinião, participar e etc (APÊNDICE X).

Fiorilo ainda destaca que a comunicação via redes sociais tem sido efetiva, ajudando a construir ações no seu mandato. O parlamentar disse que, a partir dessas mídias, também aproveita para explicar ao cidadão o verdadeiro papel de um vereador, segundo ele, muitas vezes é confundido com o do Poder Executivo:

É todo dia isso, Facebook; às vezes você posta algum projeto, posta um assunto neutro a pessoa coloca lá “podia ter na minha rua, está sem asfalto, falta remédio numa UBS ou numa UPA, ou o médico não foi trabalhar, tá faltando remédio na farmácia popular, remédio de linha psiquiátrica” tem todos os pedidos e muitos são pedidos e outros são queixas mesmo das pessoas sobre o Poder Executivo, até confunde a gente com Poder Executivo. A gente tem que explicar pra pessoa que nós somos vereadores, que nós vamos interferir, nós vamos procurar resolver o problema, mas isso vai depender também do Poder Executivo; então tem que também orientar as pessoas que vereador não faz as coisas que eles pedem na maioria das vezes, a gente interfere, ajuda, vai ao Poder Executivo, pede pra solucionar um problema, mas assim, não é o vereador diretamente que resolveu. E também acabar com essa prática de que o vereador que foi lá e fez; o vereador não fez, vereador não tampa buraco, não asfalta rua, não põe água na casa de ninguém isso aí quem faz é o Poder Executivo (APÊNDICE X).

O vereador se julgou como sendo um político “devagar” que, embora já esteja no terceiro mandato, ainda está começando na área. Assim, disse ter escolhido uma profissional de comunicação que pudessem aprender junto com ele, e que procura não interferir no trabalho dela (APÊNDICE X). Contudo, a assessora do parlamentar disse que mesmo que nas redes sociais ele interfira pouco, nas demais atividades a participação é mais efetiva: “no informativo ele interfere mais, tanto que às vezes a gente programa pra fazer um informativo que seja trimestral, e a gente consegue fazer um único em um ano” (APÊNDICE VV).

Taciane Rezende ainda destacou que um dos focos do trabalho da equipe de comunicação é explicar para o cidadão qual é a função do vereador, evitando, segundo ela, qualquer tipo de propaganda:

as pessoas tem uma ideia muito distorcida do que é a função do vereador e eu acho que a propaganda política ela fortalece muito essa impressão errada da função do vereador, que em geral o que é a função do vereador faz colocar o vereador lá na frente falando, vou fazer isso, prometo isso, faço aquilo e etc. Não é ele que faz né, ele pode pedir pra fazer mas não é ele que faz; então de alguma maneira é a gente que consegue, não vou dizer mudar a visão, a gente consegue explicar melhor (APÊNDICE VV).

A assessora disse que a equipe costuma patrocinar as publicações da página, com o objetivo de alcançar um público maior, conseguindo que mais pessoas sigam o vereador. Rezende ainda ressaltou que Fiorilo é muito reticente quanto ao contato com as mídias tradicionais da cidade:

O Fiorilo ele tem uma resistência muito grande em falar com a mídia, ele não é aquele vereador que fica mandando release, ele não fica pedindo pra publicar coisas, ele não fica mandando matéria, em geral a gente é procurado pela mídia e nesse caso muitas vezes eu tenho que fazer todo um trabalho de convencimento pra ele querer responder (APÊNDICE VV).

Perguntado sobre a existência de um direcionamento de informações para determinado público ou região, o parlamentar afirmou que dá uma atenção maior à região onde reside, além de focar informações para pessoas ligadas a sua área de atuação profissional, a saúde:

eu foco mais na região sul, foco muito no meu ambiente de trabalho que é muita gente, você pode ver que eu trabalho na Santa Casa e tenho um consultório, trabalho todo dia, então foco muito nisso aí, mas não deixo de atender outras regiões porque eu não sou vereador da zona sul, eu sou vereador da cidade de Juiz de Fora, então quando eu tenho um assunto que eu acho que é de interesse de toda a população eu faço essa comunicação, mas tem alguns assuntos que é relacionado ao sul e eu fico por ali, assim como outros vereadores seja relacionado à zona norte zona leste, oeste, por aí afora (APÊNDICE X).

Assim, tendo como base o perfil da comunicação relatado pelo parlamentar sobre o trabalho de comunicação, focando informações em questões religiosas, a uma área de interesse profissional e a uma região da cidade, pode-se classificar este processo comunicacional como sendo de “Conexão eleitoral” por se aproximar da concepção de Lago (2010) que entende que o sistema político brasileiro favorece a busca dos parlamentares por benefícios locais, geograficamente localizáveis, como estratégia ligada à sobrevivência política do indivíduo.

5.2.9 Julio “Obama Jr.” (PHS)

A página¹⁵ do vereador Julio “Obama Jr.” fez 125 postagens durante o período pesquisado. Porém, de acordo com o assessor do parlamentar, Wesley de Araújo, que é profissional da área de marketing, a página foi criada no mês de junho, e tudo o que havia sido feito pelo vereador antes desse mês foi postado de uma só vez (APÊNDICE XX). De acordo com Obama, o processo comunicacional é feito tanto pelas redes sociais quanto presencialmente nos bairros. Ele afirma que a comunicação feita a partir do Facebook tem se mostrado efetiva, na medida que solicitações e ideias feitas pelo canal ajudam a construir algumas ações de seu mandato: “no nosso gabinete a gente retira da Internet todas as demandas, a mesma atenção que a gente dá pessoalmente a gente dá na rede social. Rede social repete o que acontece na vida real” (APÊNDICE II). Obama ressaltou ainda que a comunicação realizada nos bairros é feita de forma direta com o cidadão. Ele informou que ainda é presidente da associação de moradores do bairro Bandeirantes, mas que toma cuidado para passar determinadas informações de seu mandato a alguns líderes comunitários:

Nos bairros a gente tem que tomar cuidado em quem a gente dá atenção. Alguns líderes usam dessa posição para ascender socialmente. Falo porque conheço. Hoje sou presidente da associação de moradores do bairro Bandeirantes, nos próximos dias vou entregar o cargo, mas ainda tenho muita atenção ao bairro. Então tem que observar com muita atenção para quem vamos passar essas informações para que elas não cheguem distorcidas à população (APÊNDICE II).

O vereador destacou que formulou a sua equipe de comunicação com alguns amigos que tinham conhecimento na área. De acordo com o parlamentar, sua interferência junto ao trabalho desses profissionais é total: “Eu acho que a gente tem que se responsabilizar por tudo. Eu faço meus próprios textos. Gosto de me comunicar. Mas quando a equipe tiver mais madura isso vai mudar” (APÊNDICE II). O assessor do vereador, Wesley de Araújo afirma que as redes sociais sempre estiveram muito presentes na vida de Obama, mesmo antes do mandato. Destacou ainda que é feito patrocínio de determinadas publicações:

Na campanha ele já tinha 4 perfis, então ele é muito forte no Facebook. A gente tem o Instagram, tem um site também e temos a página no facebook, mas o forte mesmo nosso hoje são os perfis. Nós temos hoje uma média de curtidas orgânicas... Uma média aí de 13 mil curtidas, isso ao longo desse ano de 2017. Desde julho a novembro de 2017. Então isso para gente é uma coisa muito boa porque é orgânico, é uma média bacana, a nossa página foi criada a mais ou menos uns 4 meses junho/julho . De lá pra cá a gente fez alguns impulsionamentos que não passa assim, acho que a gente fez uma média de 5 ou 6 impulsionamentos de 30 reais cada um. E por essa média de curtidas que a gente já tem nos perfis e como o mandato é de vereador e ele não tem intenção nenhum de vim candidato a nada ano que vem. Então a gente ainda tá com o pé no freio, a gente tá segurando mesmo os perfis e

¹⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/JulioObamaJrVereador/>. Acesso em: 14 set. 2017.

administrando os perfis mesmo e os seguidores que realmente são os seguidores dele são amigos dele (APÊNDICE XX).

O assessor ainda ressaltou (APÊNDICE XX) que tem um bom relacionamento com os veículos de comunicação da cidade e, de acordo com a importância das informações que vão sendo publicadas pela equipe, opta-se ou não por enviar esses materiais para a imprensa. Araújo disse ainda que a equipe tem uma estratégia de gestão de crise, que seria formulada por ele e outra profissional de comunicação que trabalha junto ao vereador prestando uma consultoria externa. Afirmou ainda que dividem as funções separando as atividades em três processos: comunicação, geração de conteúdo e gerenciamento.

Olha, a gente graças a Deus até hoje a gente não vivenciou nenhum, mas a gente tem. Nós temos uma estratégia... é igual eu te falei, a gente tem a Elaine, que trabalha aqui com a gente numa consultoria externa. Hoje nós dividimos essa parte de comunicação em 3 processos que é comunicação, geração de conteúdo e gerenciamento, porque hoje a nossa base seria esses 3 pilares. A partir daí que a gente vai tomando todas as decisões, e em caso de crise, a melhor opção é correr, correr juntar as mãozinhas para o céu, mas graças a Deus até hoje não teve nenhuma crise não” (APÊNDICE XX).

No que se refere às postagens da página do Facebook de Obama, as 125 publicações feitas no espaço (APÊNDICE K) obtiveram 723 curtidas, 37 comentários e apenas duas respostas, o que corresponde a 5,4% dos comentários respondidos. O tipo que aparece com mais frequência são as “Ações do Mandato”, com 52 publicações, o que represente 42% do total. Essas postagens obtiveram 221 curtidas e 11 comentários, como pode ser visto na figura do Quadro 12, extraída do Apêndice K desta dissertação.

Quadro 12 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Julio “Obama Jr.”.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	26	0	6	0	2	2%
Campanhas de conscientização ou doação	13	0	0	0	3	2%
Projetos de Lei	38	0	2	1	9	7%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	221	0	11	0	52	42%
Informações sobre JF	3	0	0	0	3	2%
Trabalho nas comissões	52	0	0	0	10	8%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	2	2%
Informes (educativos ou avisos)	2	0	0	0	1	1%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	159	0	6	1	14	11%
Participação em eventos	71	0	0	0	5	4%
Datas Comemorativas	17	0	1	0	11	9%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	121	0	11	0	13	10%
	723	0	37	2	125	
				5,4% respondido		

Fonte: Elaboração própria

Dentro desse tipo de publicação (Ações do Mandato), a postagem que obteve a maior quantidade de curtidas (APÊNDICE K) foi a do dia 10 de julho, que mostrava a visita do vereador a uma escola no bairro Ipiranga, zona sul de Juiz de Fora. O texto da publicação explica que o vereador foi até o local após a mãe de um aluno entrar em contato com o gabinete através da página do Facebook do parlamentar. A publicação ainda informa (APÊNDICE K) que o vereador conversou com os profissionais e diferentes grupos sociais que fazem parte do grupo social no qual a escola está inserida. Esta postagem obteve 37 curtidas e 6 comentários. Outras publicações deste tipo, feitas na página de Obama, seguem esta mesma linha, com o vereador em contato com moradores ou líderes comunitários de determinadas regiões, como a do dia 10 de julho, na qual o parlamentar encontra-se com líderes comunitários do bairro Vale dos Lírios.



Julio Obama Jr Vereador adicionou 5 novas fotos. ***

10 de julho · 🌐

Hoje de manhã fui até a E.M.Gabriel Gonçalves no Bairro #Ipiranga, na zona sul da cidade.

Após #contatos de uma mãe com o #Gabinete através das redes sociais, fui conferir de perto a estrutura de uma escola que a cada ano que passa abandona ainda mais os acontecimentos negativos do passado, inclusive na porta da escola, e olha pra frente com o desenvolvimento de #projetos pedagógicos como o "Xadrez sem Grades", sob a responsabilidade da profª Simone, e tantos outros.

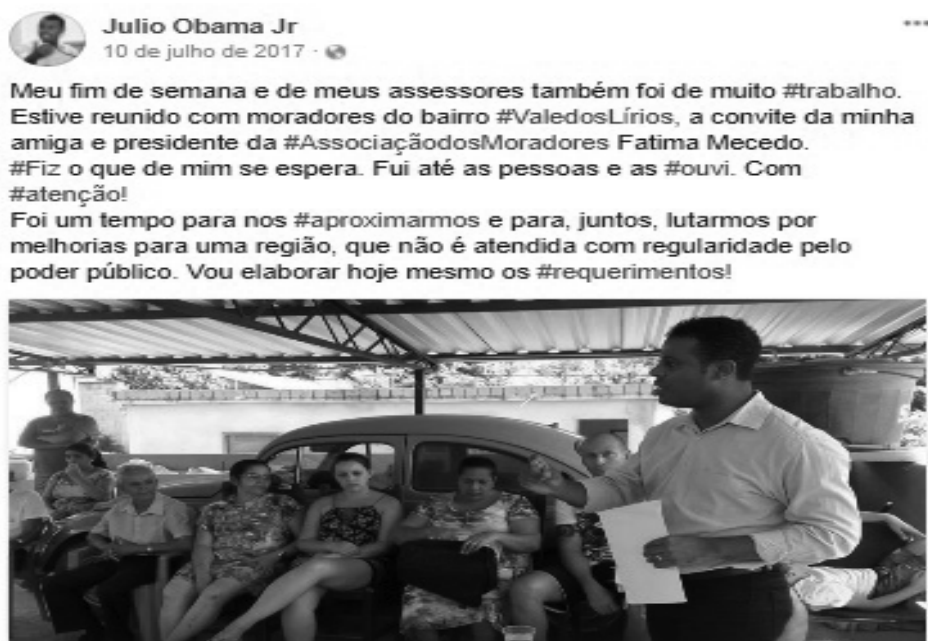
Fui excelentemente recebido pela diretora, querida Profª Claudia, que entende nosso #papel #fiscalizador e que essa é uma #prática que contribui com a prefeitura no #atendimento das demandas.

Inclusive, agora a tarde vou elaborar #Requerimentos a PJJ para que algumas providências sejam tomadas. Conversei com professores, funcionários e #alunos, onde sempre acabamos descobrindo mais possibilidades.

A criança em nosso #mandato sempre vem em primeiríssimo lugar!



Fonte: Página oficial do vereador Julio "Obama Jr." no Facebook (10 jul. 2017)



Fonte: Página oficial do vereador Julio “Obama Jr.” no Facebook (10 jul. 2017)

Outro tipo de postagem que aparece com frequência na página deste vereador, no período analisado, é a de “Fotos do Mandato”. Neste tipo, particularmente, o vereador aparece com líderes da Igreja Evangélica, segmento religioso que o parlamentar segue e tem apoio.



Fonte: Página oficial do vereador Julio “Obama Jr.” no Facebook (10 jul. 2017)



Fonte: Página oficial do vereador Julio “Obama Jr.” no Facebook (11 jul. 2017)

Deste modo, pelo relato tanto pelo relato do vereador quanto pela observação das postagens do parlamentar, onde se notou que a comunicação é feita junto a membros e associação de moradores de alguns bairros, assim como tem um foco para um segmento religioso, infere-se que a comunicação deste vereador pode ser considerada como sendo de “Conexão eleitoral”. Os elementos apresentados enquadram-se na concepção da abordagem empírica de campo, desenvolvida Wolf (1999), que entende que a comunicação pode ser feita de forma efetiva utilizando as pessoas que influenciam de maneira geral a população de determinada região como canais comunicacionais. Além disso, o perfil observado enquadra-se com a concepção de conexão eleitoral descrita por Carlos e Silva (2006) onde políticos e pessoas a eles ligadas e unem com indivíduos através de associações, sejam elas comunitárias, sindicais, ou até mesmo de caráter religioso, buscando apoio eleitoral.

5.2.10 Kennedy Ribeiro (PMDB)

Dentro do período observado, a página¹⁶ do vereador Kennedy Ribeiro realizou 11 postagens. Mesmo destacando a importância das redes sociais, o parlamentar ressalta que o contato direto com a população é o meio que mais utiliza para se comunicar: “O corpo a

¹⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/vereadorkennedy>. Acesso em: 15 set. 2017.

corpo. Eu acho que esse tem que ser o principal meio de comunicação. A gente buscando as demandas com o povo, onde a pessoa solicita a presença. É o melhor meio” (APÊNDICE JJ). O vereador destaca ainda que este contato é feito ainda através de sua participação em um conselho municipal, no qual estão inseridos representantes de diferentes segmentos sociais: “eu participo de um conselho municipal. Quando eu estou lá, estou como vereador, mas estou representando também e tendo um contato direto com a população” (APÊNDICE JJ).

Segundo o parlamentar, assessores de seu gabinete estão diretamente ligados com os moradores e com aquelas pessoas que representam determinados segmentos. Kennedy reconhece a importância da comunicação e das redes sociais para chegar a diferentes comunidades, mas acredita que estes espaços tem pouca efetividade no trabalho prático:

Comunicação é um meio de ser fazer politica. É através dela que você amplia seus horizontes. Que você chega a diferentes comunidades. Quando eu fui candidato, o meu slogan foi de ter um mandato participativo. Não aderi pessoalmente às redes sociais não porque hoje mais do que tudo levantam muitas polêmicas, então acho que a gente tem que ser mais efetivo do que ficar vendendo casa na lua paras as pessoas pela rede social. (APÊNDICE JJ)

De acordo com o vereador, a escolha da equipe de comunicação foi feita observando o caráter e o profissionalismo dos assessores. Ele afirma (APÊNDICE JJ) que não tem qualquer interferência no trabalho da equipe. O assessor de comunicação, Ely Machado, que é profissional da área de marketing, corrobora a afirmação:

Ele não chega e pauta a gente nem pede para a gente retirar algo. A gente sempre trabalha na base do diálogo, entra em um consenso para definir um conjunto de ações para fazer o mandato crescer. Isso é bom porque a gente tem certo tipo de liberdade para poder criar, gerar novas ideias. Ele também traz muitas idéias, que a gente debate e chega numa solução que seja viável para todos (APÊNDICE RR).

Segundo Machado (APÊNDICE RR), além das redes sociais, a equipe também procura focar a as ações de comunicação diretamente nos bairros. De acordo com o assessor, somente em 2017 foram feitos três jornais que foram distribuídos nos bairros da zona norte da cidade e durante a feira livre do bairro Benfica. Já a página do Facebook é utilizada como uma espécie de diário.

A gente usa redes sociais e jornais. Nesse ano, até agora, nós fizemos dois jornais e vamos lançar o terceiro para fechar o ano. E a gente usa rede social também e temos um site. No jornal a gente trabalha a comunicação mais segmentada. A gente tem quase que uma tradição de distribuir sempre na feira de Benfica, que é o reduto do vereador. De lá a gente traz o jornal para a Câmara. Além disso, esse jornal fica disponível no site. E as redes sociais a gente utiliza como um verdadeiro diário do mandato. Ali a gente posta foto, informações de projeto de lei, de requerimento atendido, de reuniões que o vereador participa, de acontecimentos da Câmara (APÊNDICE RR).

O assessor ainda destacou que a equipe faz postagens patrocinadas, com o objetivo de dar visibilidade a alguns tipos de atividades e também para atrair novos seguidores:

A maioria das publicações que nós fazemos no Facebook é de cunho orgânico, a gente não patrocina, deixa no orgânico para ver o alcance. Só quando a gente faz algum evento maior, como palestras que a gente já fez; moção de aplauso, aí a gente patrocina. A não ser também projeto de lei de grande alcance, aí a gente patrocina para poder atingir um público maior. Até porque na página, os seguidores que nós temos, já é um público mais fiel, é um público que já conhece o vereador, já acompanha e sabe do trabalho dele. Então quando a gente segmenta o anúncio, patrocina o anúncio, a gente quer buscar novos seguidores (APÊNDICE RR).

Machado ainda ressalta que, mesmo o vereador tendo uma quantidade de seguidores na zona norte da cidade, não há um direcionamento de informações na página do Facebook para esta região. Mas, no que se refere ao direcionamento do material impresso há, segundo o assessor, foco naquela área do município: “Quando a gente pega o jornal, eu acredito que o jornal seja segmentado por ter mais coisas, inclusive, a distribuição é feita exclusivamente, com a participação do vereador, em Benfica, voltadas para a zona norte” (APÊNDICE RR). Já em relação à imprensa tradicional da cidade, a equipe envia releases de atividades pontuais.

Observando as publicações da página do Facebook deste vereador, nota-se que as 11 postagens realizadas obtiveram 198 curtidas, 3 compartilhamentos, 3 comentários com uma resposta, o que corresponde a 33% dos comentários respondidos, como pode ser observado na figura do Quadro 13, extraída do Apêndice L desta dissertação.

Quadro 13 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Kennedy Ribeiro.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTO	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	12	1	1	1	1	9%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	0	0	0	0	0	0%
Informações sobre JF	13	0	0	0	1	9%
Trabalho nas comissões	16	0	0	0	2	18%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	40	2	1	0	2	18%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	117	0	1	0	5	46%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	198	3	3	1	11	
				33% respondido		

Fonte: Elaboração própria

O tipo de postagem feita com maior frequência (APÊNDICE L) foi “Participação em eventos”, com 5 publicações, o que representa 46% do total. Elas obtiveram 117 curtidas e um comentário. Analisando essas publicações, observa-se essa comunicação feita diretamente com o cidadão e lideranças nos bairros, descrita pelo vereador, aparece nessas postagens. Na publicação do dia 10 de julho (APÊNDICE L), curtida por 32 pessoas, o parlamentar aparece participando de um evento num clube do bairro Benfica, seu reduto eleitoral. Ao lado do vereador estão a presidente e alguns sócios da agremiação.

Em outra publicação na mesma data, Kennedy aparece junto a jogadores de uma associação atlética do bairro Barreira do Triunfo, também na zona norte de Juiz de Fora. O mesmo acontece em outra postagem do mesmo dia, onde o vereador visita um time de futebol do bairro Novo Benfica, também localizado nas proximidades das localidades citadas nas postagens anteriores.



Fonte: Página oficial do vereador Kennedy Ribeiro no Facebook (10 jul. 2017)



Fonte: Página oficial do vereador Kennedy Ribeiro no Facebook (10 jul. 2017)

Outro tipo de publicação feita com frequência na página deste vereador é a de “Trabalho nas comissões”, representando 18% das postagens. Nota-se que as duas postagens realizadas, referem-se a temas ligados ao segmento de Indústria e Comércio, área em que o vereador atua profissionalmente como empresário. A publicação do dia 29 de junho, que obteve 6 curtidas, dizia respeito a uma reunião com representantes do SEBRAE. Já a postagem do dia 12 de julho, que obteve 6 curtidas, tratava de um encontro com representantes da FIEMG, do Sindicómércio, da Associação Comercial e Câmara dos dirigentes lojistas.



Fonte: Página oficial do vereador Kennedy Ribeiro no Facebook (30 jun. 2017)



Kennedy Ribeiro

Publicado por Bárbara Nunes [?] · 12 de julho · 🌐

Na tarde desta quarta-feira, a comissão de indústria e abastecimento se reuniu com os representantes da Fiemg, do Sindicómércio, da Associação comercial e Câmara dos dirigentes lojistas para debater a questão de antecipação do feriado municipal do dia 13 de junho (dia de Santo Antônio). O projeto prevê que o feriado será antecipado para a segunda-feira. A Comissão ainda vai ser reunir com o representante da Igreja católica. Outro assunto debatido foi a flexibilização do horário comercial. A proposta ainda vai ser discutida entre os sindicatos e os comerciantes da cidade.



Fonte: Página oficial do vereador Kennedy Ribeiro no Facebook (12 jul. 2017)

Observando as postagens e o relato do vereador, notou-se que a comunicação, mesmo a utilizada nas redes sociais, é feita junto a moradores, membros de associações comunitárias e instituições de alguns bairros, assim como tem um foco para o segmento empresarial. Infere-se, deste modo, que a comunicação deste vereador prioriza a “Conexão eleitoral”. Os elementos apresentados enquadram-se na concepção da abordagem empírica de campo, desenvolvida Wolf (1999) que entende que a comunicação pode ser feita através de indivíduos que influenciam a população, servindo com uma espécie de meio de comunicação. Além disso, o perfil observado enquadra-se com a concepção de conexão eleitoral descrita por Carlos e Silva (2006) em que políticos e pessoas a eles ligadas e unem com indivíduos através de associações, neste caso, ligadas ao segmento da industrial e comercial, buscando apoio eleitoral.

5.2.11 Marlon Siqueira (PMDB)

A página¹⁷ do vereador Marlon Siqueira apresentou 16 publicações no período analisado (APÊNDICE M), com um total de 4725 curtidas, 646 compartilhamentos, 362 comentários e 295 respostas, o que corresponde a 81% dos comentários respondidos, como pode ser observado na figura do Quadro 14, extraída do Apêndice M dessa dissertação.

¹⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/MarlonVereador/>. Acesso em: 15 set. 2017.

Quadro 14 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Marlon Siqueira.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	57	88	7	3	1	7%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	4159	517	312	262	9	56%
Informações sobre JF	53	29	8	6	1	6%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	62	3	2	1	1	6%
Participação em eventos	348	8	31	22	3	19%
Datas Comemorativas	46	1	2	1	1	6%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	4725	646	362	295	16	
				81% respondido		

Fonte: Elaboração própria

De acordo com o vereador, o Facebook é o principal meio de comunicação dele com a população. Além disso, também disponibiliza seu número de telefone e Whatsapp para qualquer cidadão que desejar entrar em contato (APÊNDICE V). O parlamentar afirma que a página do Facebook tem funcionado de maneira efetiva em seu mandato, sendo um elo de comunicação entre o vereador, equipe de comunicação e as pessoas que apresentam os diferentes tipos de demanda. O vereador vê esse contato como sendo essencial para que faça projetos e requerimentos que atendam os anseios da população: “Verificamos o que está ocorrendo e fazemos essa interlocução como o executivo, também na elaboração de projetos de lei, enfim. Então a rede social é extremamente importante para que possamos estreitar cidadão poder legislativo e também executivo” (APÊNDICE V).

Marlon ressalta que os principais fatores que observou para montar sua equipe de comunicação foram confiança, versatilidade e a aproximação com a ideologia política que ele segue. O vereador afirma que a interferência no trabalho da equipe de comunicação é natural pelo perfil do trabalho desenvolvido no gabinete que, segundo o parlamentar, é feito com a ajuda profissionais de diferentes seguimentos: “nosso perfil de comunicação foi criado com várias mãos, e nós temos uma participação bastante intensa nesse sentido. Com o tempo há o entendimento; nós começamos a conhecer a assessoria, a assessoria começa também a nos conhecer, aí fica um jogo mais entrosado” (APÊNDICE V). O assessor de comunicação de Marlon, o jornalista Victor Carneiro, também entende que este trabalho é feito em conjunto: É uma discussão ampla. “Nem só entre vereador e assessoria de comunicação, mas assessoria

jurídica também, aqui a gente tem assessor especializado aqui em economia, o que ajuda bastante em algumas ações” (APÊNDICE PP). O assessor entende que a assessoria praticada pela equipe de Marlon tem um perfil proativo, isto é, que busca estrar em contato com o cidadão:

A gente costuma brincar, a gente não costuma chamar aqui de uma assessoria de comunicação, mas de uma transparência ativa. O que seria isso? Buscar o eleitor, buscar o cidadão, que de fato é o combustível de qualquer mandato representativo, de forma mais veemente e ativa. Não esperar que ele procure a gente ou que nós procuramos por ele só na época da eleição. A comunicação e a assessoria eu não vejo como algo separado, por isso que eu falo em integração sempre. Porque toda ação nossa, seja alguma reunião com uma liderança, seja na divulgação de um press release, seja em um atendimento jurídico aqui no gabinete, todos nós devemos preocupar em como a mensagem está sendo passada para o eleitor e cidadão (APÊNDICE PP).

Além da página do Facebook, Marlon possui alguns perfis nesta rede social, no Instagram, Twitter, LinkedIn, Google Plus e um canal no Youtube. Carneiro explica (APÊNDICE PP) que dar resposta aos questionamentos e comentários feitos pelas pessoas na página do vereador foi uma regra básica desde quando Marlon era secretário na Prefeitura, mesmo quando não são positivos. De acordo com o assessor, o engajamento tem se mostrado efetivo, e as postagens têm resultado em bons debates.

Desde o início da comunicação a gente sempre deixou bem claro que responderia sempre ao cidadão, através do questionamento de comentários, seja positivo ou negativo. Existem critérios básicos, como por exemplo, a ofensa a alguém, a injúria, alguma conotação não plausível como debate, realmente esse comentário não vale a pena ser respondido. A gente tem esse sentido. Mas todo comentário a gente dá o direito ao contraditório, a gente responde. E a gente percebe, na época antes da campanha, eu fiz esse estudo que após uma resposta existe uma contra resposta, digamos assim uma tréplica positiva, em mais de 70% dos casos. Ou seja, a pessoa quando quer, há um bom debate. A pessoa quando comenta alguma coisa, uma dúvida ou crítica, é respondida e no fim agradece e entende que aquilo faz parte do momento democrático. Acho que responder comentário é muito importante e é algo que a gente sempre tenta fazer. Lógico que na rotina produtiva intensa aqui, pode um comentário ou outro não ser respondido, isso acontece, mas a instrução é de que todos sejam respondidos (APÊNDICE PP).

No que se refere ao direcionamento das informações, o vereador acredita que em função de seu histórico como secretário municipal de Agropecuária e Abastecimento, há hoje uma identificação com causas ligadas à zona rural. Isso acaba refletindo na sua comunicação: “Eu fui Secretário do município, então eu tive uma interlocução muito grande com a zona rural, e a gente realmente faz ali um trabalho visando o produtor rural, à zona rural como um todo” (APÊNDICE V). O assessor de comunicação, Victor Carneiro acredita que este fenômeno é natural, visto que a comunicação se aproxima das ações do mandato:

Naturalmente até pelas manifestações de reuniões, a gente acaba aproximando, tanto a comunicação se aproxima do mandato, digamos assim, pautas que a gente costuma

trabalhar mais, aparecem mais, e dão um dimensionamento maior na comunicação. Porque são de fato mais tratadas no nosso mandato. Eu sinto, por exemplo, o meio ambiente, a proteção animal e a questão rural como as três mais que focamos neste ano (APÊNDICE PP).

Carneiro considera que há uma relação amistosa com as mídias tradicionais da cidade, com a abertura desses canais para as informações que são enviadas: “Lógico que é uma relação amistosa, mas não uma relação umbilical. Lógico que existem questionamentos sempre, a gente teve que responder questionamentos não legais, que não geravam uma imagem boa. Mas sempre foi pautado no respeito” (APÊNDICE PP). O assessor ressalta ainda que é feito um trabalho planejamento para gerenciar crises, colhendo a maior quantidade de informações possíveis e dando respostas o mais rápido possível: “a crise que surge, e ao surgir a gente tenta dar um respaldo legal e de pesquisa de informações que nós precisamos primeiro, antes de nos manifestarmos e posicionar com a imprensa, com a comunidade, com alguma entidade, seja o que for” (APÊNDICE PP).

Com relação às postagens na página do Facebook, o tipo de publicação mais frequente foi “Ações do Mandato” com 9 postagens, o que representa 56% das publicações. Essas postagens obtiveram 4159 curtidas, 517 compartilhamentos, 312 comentários e 216 respostas. Observando algumas dessas publicações, nota-se que o perfil assemelha-se ao descrito pelo vereador e a assessoria, sendo ligado a questões rurais. A postagem do dia 03 de julho, diz respeito à feira noturna criada pela prefeitura após requerimento feito por Marlon. A publicação obteve 1864 curtidas, 325 compartilhamentos, 205 comentários e 164 respostas. Outra postagem do mesmo assunto, realizada no dia 22 de junho obteve 1178 curtidas, 62 compartilhamentos, 64 comentários e 58 respostas.



Fonte: Página oficial do vereador Marlon Siqueira no Facebook (03 jul. 2017 - 22 jun. 2017)

Outro tipo de publicação que também foi feita com frequência nesta página foi “Participação em eventos”. Observa-se que as temáticas da maioria dessas postagens referem-se também ao ambiente da zona rural. A publicação do dia 07 de julho diz respeito a uma visita dos vereadores a um torneio leiteiro na localidade do Vale do Pirapitinga. Na publicação, que obteve 56 curtidas, 14 compartilhamentos, 4 comentários e 4 respostas, o vereador aparece abraçado com um produtor rural.

Já na publicação do dia 09 de julho, Marlon está em outro torneio leiteiro, dessa vez na localidade de Rosário de Minas. O vereador aparece falando ao microfone durante a celebração de uma missa. A publicação obteve 45 curtidas, 11 compartilhamentos, 2 comentários e 2 respostas.



Fonte: Página oficial do vereador Marlon Siqueira no Facebook (07 jul. 2017 - 09 jul. 2017)

Assim, analisando as postagens, o relato do vereador e de sua assessoria de imprensa, observou-se que a comunicação prioriza a “Conexão eleitoral”, visto que quantidade significativa de postagens realizadas nas páginas e as atividades relatadas pela assessoria de comunicação se relacionam com a zona rural, ambiente onde o parlamentar construiu uma base de apoio a partir de ações desenvolvidas enquanto secretário municipal. Os elementos apresentados enquadram-se na concepção de conexão eleitoral de Lago (2010) que entende que o sistema político brasileiro favorece a busca dos parlamentares por benefícios locais, geograficamente localizáveis, como estratégia ligada à sobrevivência política do indivíduo.

5.2.12 Rodrigo Mattos (PSDB)

A página¹⁸ do vereador Rodrigo Mattos no Facebook fez 11 publicações no período analisado. Segundo o parlamentar, além dos meios de comunicação oferecidos na Câmara Municipal, o principal meio de comunicação são as redes sociais, principalmente o Facebook. De acordo com o vereador, por estar em seu segundo mandato como presidente, a comunicação de seu mandato acaba se confundindo com a da própria Câmara Municipal “Agora como presidente eu acabo que abro mão do meu mandato pessoal em prol da Câmara. Hoje eu utilizo muito os canais de comunicação que a Câmara oferece. Hoje eu faço uso muito mais dos serviços institucionais que a Câmara oferece” (APÊNDICE MM).

O parlamentar entende, que por não ter uma base eleitoral, a rede social permite que tenha um canal de comunicação mais efetivo com o eleitor: “pela rede social as pessoas têm a oportunidade de ter esse contato mais direto comigo, eu escuto as solicitações, respondo, marco um encontro pessoal mesmo, escuto as opiniões” (APÊNDICE MM). Mattos garantiu que procura não interferir no trabalho da assessoria de comunicação, somente o faz em casos pontuais, como corrobora o assessor do vereador, o jornalista Zilvan Martins: “Igual no ano passado, uma das emendas parlamentares dele foi pro Miss Gay. Eu ia publicar no “Face”, ele pediu para eu não publicar, porque ele queria apoiar, mas ele teve muito apoio de igrejas evangélicas e isso poderia causar polêmica” (APÊNDICE OO). Mesmo não possuindo uma base eleitoral, Mattos afirma que procura passar informações do seu mandato para líderes comunitários ou representantes de associações:

A maioria das informações que eu passo pros poucos bairros onde eu tenho um maior número de votos eu passo para os líderes comunitários ou de associações de bairros. Então tento informar essas pessoas o que está acontecendo no meu mandato, na Câmara, na minha vida pública, as decisões que eu vou tomar, escuto o que eles tem a dizer e eles usam essa informação na comunidade deles (APÊNDICE MM).

Assim, o parlamentar procura enviar informações sobre as ações feitas durante ao mandato para a os bairros onde considera ter uma base eleitoral, através dos líderes de opinião, buscando manter este apoio.

A minha estratégia é basicamente essa. Nos bairros em que esses líderes têm uma qualificação maior, são nesses que eu consigo uma votação mais expressiva, e isso facilita muito na comunicação Meu voto é 70% de voto de opinião, de gente que acompanha o dia a dia da Câmara, então tento ter um mandato produtivo. Me comunico muito com essa população e através dos lideres eu me comunico mais com a periferia APÊNDICE MM).

¹⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/vereadorrodrigomattos/>. Acesso em: 15 set. 2017.

Mattos afirma que é difícil separar a comunicação feita pela prestação de contas daquela que é feita como propaganda buscando apoio para um futuro pleito: “Da maneira que você está prestando conta, está falando do que você está fazendo, você também acaba fazendo propaganda para os seus próximos passos” (APÊNDICE MM).

No que se refere às publicações da página de Mattos, as 11 postagens feitas no período observado tiveram 186 curtidas, 1 compartilhamento e dois comentários, como pode ser observado na figura do Quadro 15, extraída do Apêndice N dessa dissertação.

Quadro 15 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Rodrigo Mattos.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	8	0	0	0	1	9%
Campanhas de conscientização ou doação	13	0	0	0	1	9%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	51	0	0	0	4	37%
Informações sobre JF	15	1	1	0	1	9%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	24	0	0	0	1	9%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	19	0	0	0	1	9%
Participação em eventos	42	0	1	0	1	9%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	14	0	0	0	1	9%
	186	1	2	0	11	
				0% respondido		

Fonte: Elaboração própria

O tipo de postagem feita com maior frequência foi “Ações do Mandato”, ações essas que se confundem com as reuniões e eventos institucionais da Câmara Municipal. A publicação do dia 21 de junho, que teve 9 curtidas, mostra uma apresentação do Coral do Colégio Academia no plenário da Câmara, em homenagem aos 170 anos de Bernardo Mascarenhas. Já a do dia 27 de junho, que obteve 17 curtidas, mostra a visita de alunos durante o projeto Conheça a Câmara. A do dia 07 de julho, que obteve cinco curtidas, divulga a entrega da Medalha Geraldo Pereira, entregue pela Câmara Municipal.



Fonte: Página oficial do vereador Rodrigo Mattos no Facebook (21 jun. 2017)



Fonte: Página oficial do vereador Rodrigo Mattos no Facebook (27 jun. 2017)



Rodrigo Mattos

7 de julho · 🌐



Mamão, Joãozinho da Percussão, Milton Bateria, Dona Isabel - Pró Música, Bacharéis do Samba, Grupo Divulgação, Sandra Portella, Dani Marie, Associação de Belas Artes Antônio Parreiras e Toninho Dutra. Estes são os dez homenageados que vão receber a Medalha Geraldo Pereira que terá sua primeira edição em agosto deste ano.



Fonte: Página oficial do vereador Rodrigo Mattos no Facebook (07 jul. 2017)

Deste modo, analisando as postagens e os relatos do vereador e do assessor, nota-se que a comunicação tem um viés voltado para os líderes comunitários, inferindo-se, assim, numa comunicação com foco na “Conexão eleitoral”. Os elementos apresentados enquadram-se na concepção da abordagem empírica de campo, desenvolvida Wolf (1999) e na concepção de conexão eleitoral descrita por Carlos e Silva (2006) que trata da ligação entre políticos e associações, neste caso, com o vereador representando a Câmara Municipal.

A partir da afirmação do vereador sobre a utilização desses líderes comunitários como canal de comunicação para manter uma base buscando apoio para uma futura votação, pode-se qualificar também esse processo comunicacional como sendo uma estratégia de “Campanha Permanente”, visto que se enquadra na concepção de Galícia (2010), que entende que alguns políticos, para chegarem objetivos eleitorais, utilizam-se dos instrumentos de comunicação, abrindo espaços em seus projetos para que realizarem ações que atenda às necessidades e promessas feitas na campanha, mantendo-se nos cargos ou dando continuidade a grupos políticos.

5.2.13 João Coteca (PR)

Durante o período em que a análise foi feita, a página¹⁹ do vereador João Coteca no Facebook apresentou somente 4 publicações. Segundo o vereador João Coteca (APÊNDICE AA), embora o Facebook seja um dos principais meios de comunicação entre o gabinete e a população, o vereador prefere um contato mais direto com o cidadão. Ele afirma que há muitos anos realiza um trabalho social no bairro Santa Cruz, zona norte de Juiz de Fora, sempre se comunicando através do alto falante de um carro: “Eu tenho um carro de som pra fazer divulgações como utilidade pública, nota de falecimento, documentos perdidos, reuniões, eventos, festas comunitárias, eu uso esse meio de comunicação pra comunicar a pessoa e também até na Internet chamando as pessoas” (APÊNDICE AA). O vereador salienta ainda, que o contato com líderes comunitários foi muito importante para que conseguisse se eleger, e que esta relação continua existindo, na medida em que esses indivíduos, atualmente, servem como porta-vozes de seu mandato nos bairros onde o parlamentar formou um reduto eleitoral.

A gente divulga muito no boca a boca e para os líderes dos bairros. Eles acompanham nosso trabalho e vão divulgando; se fizer eles vão estar sempre passando aquela informação. Nas eleições esse contato foi importante, eu tive 4068 votos e nunca ia chegar nessas 4068 pessoas pra pedir o voto, então assim, foram pessoas que foram passando informação sobre o nosso trabalho, sobre as nossas atividades na comunidade chegou aos 4068 votos (APÊNDICE AA).

Coteca afirma que, além de buscar interagir pessoalmente com a população, utiliza as redes sociais para se aproximar de pessoas com quem não tem um contato diário. O vereador destaca que o Facebook ajuda na construção do seu mandato na medida em que serve como um canal para a chegada de demandas:

Acontece muito porque nem todo momento a gente tá ali na comunidade com o povo porque são muitas reuniões, então é complicado, mas no momento que eles acham a gente nos meios de comunicação, a gente abre as mensagens, vê que é pedido, a gente faz o requerimento daqueles pedidos e manda pro Executivo, o Executivo manda pra Secretaria e acaba acontecendo; então é muito bom esses meios de comunicação (APÊNDICE AA).

Quando perguntado sobre a diferença entre a prestação de contas e a utilização de ações do mandato para promover a imagem do político, o parlamentar entende que as pessoas votam no indivíduo esperando que ele atenda aos seus anseios e que, caso certas ações

¹⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/vereadorjoacoteca/>. Acesso em: 16 set. 2017.

prometidas sejam realizadas, sevem como um chamariz que promove o político em um futuro pleito.

Eu acho que o povo vota esperando algo daquele político, então assim, do momento que a pessoa tá exercendo uma profissão, um mandato a pessoa tem que estar junto à comunidade, interagindo com a comunidade, buscando informações, fazendo visitas, participando de reuniões, atendendo pedidos da comunidade, então a gente tem que tá focado na comunidade, a campanha política é de 4 em 4 anos, então a gente tem que tá sempre interagindo porque quem não é visto nunca será lembrado, então tem que tá sempre ali com a comunidade [...] então as pessoas dão essa credibilidade pra gente estar aqui, então, estar agradecendo essas pessoas através dos trabalhos, requerimento que vem, a gente pede e está acompanhando, e a gente está ali trabalhando sempre com a comunidade, sempre ali fazendo trabalhos, estamos sempre sendo vistos, então automaticamente a gente já está prestando conta, e essas pessoas estão ali vendo nosso trabalho, com certeza na próxima (eleição) a gente tem mais possibilidade porque tem pessoas que somem da comunidade, e depois vem buscar voto aí é complicado né? (APÊNDICE AA).

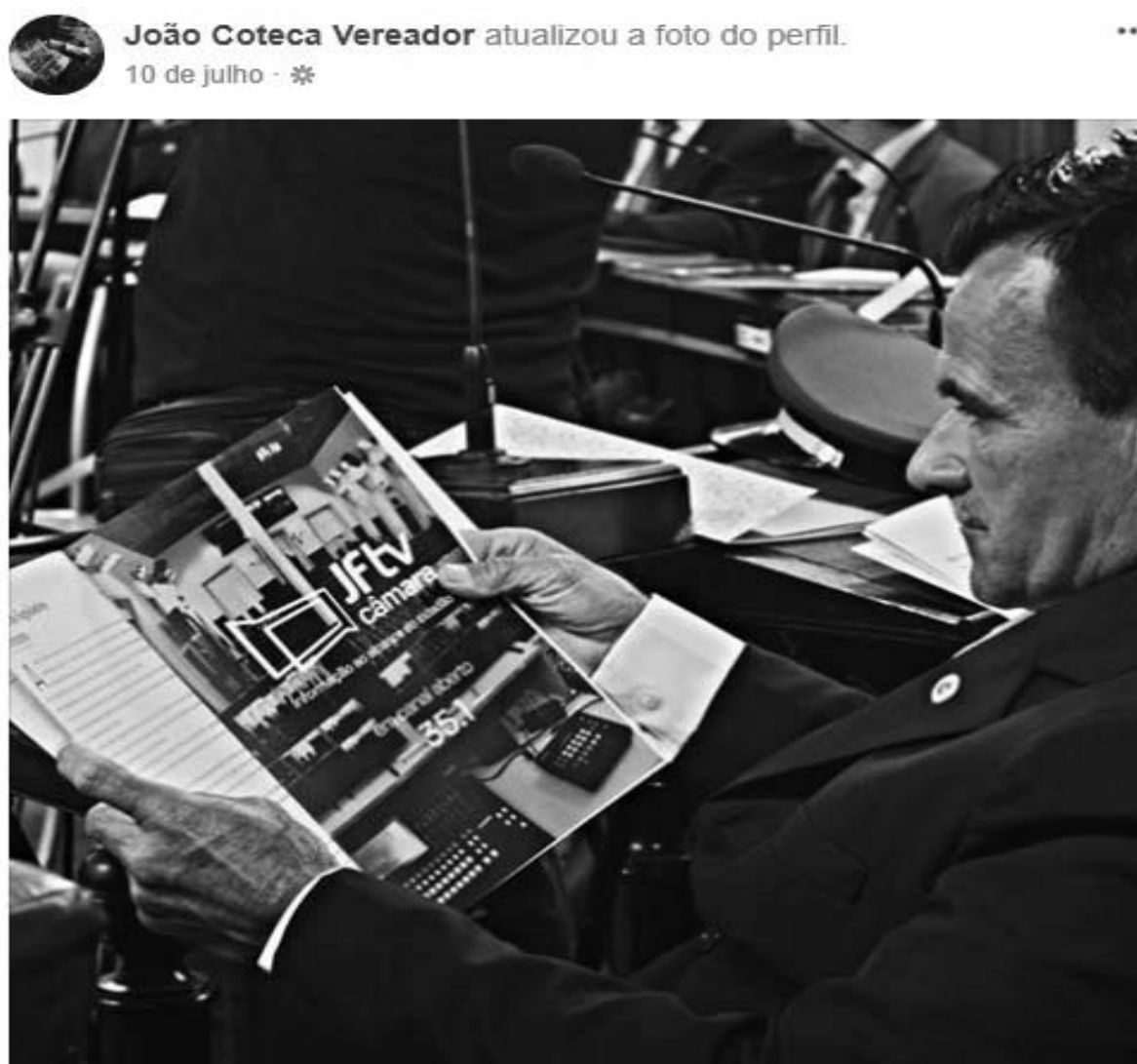
No que tange os critérios para a formação da equipe de comunicação, Coteca salienta que possui somente um assessor nesta área e que procurou trabalhar com uma pessoa de confiança. De acordo com a assessora do vereador, a jornalista Aline Neves, Coteca interfere ativamente no trabalho de comunicação: “Ele tem total interferência, nada é feito sem a aprovação dele. Ele tem ideias próprias, algo que queira seguir, vamos alinhando tudo juntamente” (APÊNDICE CCC). A assessora afirma que o trabalho vem sendo feito de forma segmentada, mas que a intenção é desenvolver mais este trabalho durante este ano. Coteca destaca que, por ser vereador, atualmente trabalha por toda a cidade, mas com um foco em seu reduto eleitoral, o bairro Santa Cruz:

Eu não sou vereador do bairro que me elegeu, o bairro Santa Cruz, que foram 2400 votos, eu sou o vereador da cidade; eu estou hoje representando quase 600 mil pessoas, mas eu foco muito na minha comunidade, no meu bairro, pessoas que depositaram toda a confiança em mim, me deu a oportunidade de estar aqui, e a gente está interagindo sempre, fazendo eventos, fazendo festas, atendendo a comunidade da melhor maneira possível (APÊNDICE AA).

Das 4 publicações realizadas na página deste vereador durante o período observado (APÊNDICE J), o tipo de postagem feito com mais frequência foi “Fotos do Mandato”, correspondendo à metade das publicações, com 56 curtidas e 1 comentário. As postagens foram feitas no dia 10 de julho e se referiam às fotos de capa e do perfil da página. As outras duas postagens eram dos tipos “Trabalho nas Comissões” (no dia 27 de junho, com 19 curtidas e 1 comentário) e “Ações do Mandato” (no dia 27 de julho, com 24 curtidas).



Fonte: Página oficial do vereador João Coteca no Facebook (10 jul. 2017)




Fonte: Página oficial do vereador João Coteca no Facebook (10 jul. 2017)

João Coteca
27 de junho de 2017 · 🌐

Comissão da Câmara de Juiz de Fora prepara Cartilha de Defesa dos Direitos das Pessoas com Deficiência
Segundo presidente da Comissão, objetivo é conscientizar e educar a população.

A Comissão de Defesa dos Direitos da Pessoa com Deficiência da Câmara Municipal de Juiz de Fora está elaborando a Cartilha de Defesa dos Direitos das Pessoas com Deficiência. A expectativa, segundo o presidente da comissão, vereador João Coteca, é de lançá-la em setembro para ajudar a conscientiz...

Continuar lendo



Fonte: Página oficial do vereador João Coteca no Facebook (10 jul. 2017)

João Coteca Vereador adicionou 2 novas fotos.
11 de julho de 2017 · 🌐

Mais uma solicitação nossa sendo atendida pelo prefeito Bruno Siqueira, revisão na rede de captação de águas pluviais (manilhas) e na pavimentação asfáltica na Rua Martins Barbosa que dá acesso ao bairro São Damião II, próximo ao Canil Municipal.



Requeiro, nos termos regimentais, seja oficiado ao Exmo. Sr. Prefeito Municipal, solicitando providências junto ao órgão competente a realização de revisão na rede de captação de águas pluviais (manilhas) e na pavimentação asfáltica na Rua Martins Barbosa que dá acesso ao bairro São Damião II, próximo ao Canil Municipal.

Fonte: Página oficial do vereador João Coteca no Facebook (11 jul. 2017)

Mesmo que as quatro publicações feitas na página no período estudado não permitam fazer uma análise sobre o processo comunicacional deste vereador, por meio das entrevistas concedidas pelo parlamentar é possível classifica-lo como sendo de conexão eleitoral. Isto pelo relato de que o vereador mantém um contato direto, através de meios de comunicação, com a comunidade diretamente nos bairros onde mantém um reduto eleitoral, inclusive sendo realizado por intermédio de líderes comunitários. Assim, encaixa-se na

concepção de desenvolvida Wolf (1999) que entende que a comunicação pode ser feita em localidades específicas, através de indivíduos que influenciam a população. Infere-se ainda, também a partir de relatos do parlamentar quando afirma utilizar as ações do mandato para se promover eleitoralmente, que este perfil comunicacional pode ser enquadrado como uma estratégia de “campanha permanente”, visto que se alinha com a concepção de Kuschnir (2000) sobre este fenômeno, no que se refere aos vereadores “atenderem” as pessoas que os ajudam, os parentes, a comunidade e os amigos, como uma espécie de recompensa pelo voto nas eleições.

5.2.14 Vagner de Oliveira (PSC)

Durante o período observado foi feita apenas uma publicação na página²⁰ do vereador Vagner de Oliveira, no dia 11 de julho, obtendo 24 curtidas, sendo do tipo “Datas comemorativas” (APÊNDICE P). Em todo ano de 2017, somente outras quatro publicações foram realizadas, nos dias 11 e 20 de janeiro, 02 de maio e 09 de outubro. Vagner afirma que utiliza a rede social de forma pessoal: “Nós usamos mais para o pessoal, ainda não estamos com profissional não, mas a gente sabe e reconhece a importância, o mínimo que a gente usa a gente vê que dá um resultado muito positivo” (APÊNDICE Y). Contudo, o vereador destaca que recebe, no Facebook, algumas solicitações que ajudam a criar ações em seu mandato: “muitas pessoas mandam sugestões, opiniões também, alguns projetos, isso ajuda a avaliar até pra que a gente possa manter um posicionamento nosso sobre algum projeto que a gente possa apresentar” (APÊNDICE Y).

O parlamentar, que já foi prefeito do distrito de Chácara, salienta que prefere fazer uma comunicação mais direta com a população, encontrando-se pessoalmente no gabinete ou nos bairros. Ele afirma que se utiliza de líderes comunitários para divulgar seu trabalho: “Quando eu trabalho pessoalmente, utilizando essas alguns líderes comunitários, levando pra elas, reunindo com elas, mantendo elas informadas, a gente tem que estar alimentando essas pessoas da mesma forma que é alimentado um sistema de comunicação via internet” (APÊNDICE Y). Assim, como o vereador não possui um assessor de comunicação, e não ser possível identificar um perfil comunicacional através de publicações na página do Facebook, observando a afirmação de que utiliza líderes comunitários como canais de comunicação,

²⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/vagnerdeoliveirajf/>. Acesso em: 16 set. 2017.

infere-se que a comunicação deste parlamentar enfatiza a “conexão eleitoral”. Isto porque assemelha-se à perspectiva da abordagem empírica de campo proposta por Wolf (1999).

5.2.15 Cido Reis (PSB)

A página²¹ do vereador Cido Reis apresentou 9 postagens durante o período analisado. Segundo o parlamentar, o principal meio de comunicação que utiliza para interagir com a população, atualmente, é a página do Facebook, além de estar sempre percorrendo os bairros para estar em contato direto com a população, contando inclusive, com lideranças comunitárias para disseminar algumas informações do mandato: “A gente busca estar passando todas as informações possíveis e isso é natural, acaba chegando também nas lideranças de bairros, soma e ajuda muito na divulgação” (APÊNDICE Z).

No que se refere à formação da assessoria de comunicação, Cido afirma que procurou trabalhar com pessoas que pudessem aprender as atividades durante o mandato, juntamente com o vereador e o restante dos assessores. O parlamentar salienta que trabalha próximo a essa assessoria, dando sempre alguma opinião (APÊNDICE Z). A assessora de comunicação de Cido, a jornalista Cinthia Blanch, destaca que o vereador tem uma interferência ativa no trabalho apresentado na rede social: “Geralmente, definimos as metas e após todas elas definidas passamos as informações para o vereador, que algumas vezes sempre dá o aval para darmos continuidade no processo” (APÊNDICE EEE). Blanch salienta que o impulsionamento (patrocínio) de publicações é uma prática usual utilizada pela assessoria para atrair visualizações e maior interação com a população. Além disso, procuram segmentar o público alvo dessas publicações, dependendo do assunto:

Começamos a impulsionar nossas postagens há dois anos, pois visualizamos que está é uma das formas mais acertadas em atingir um maior número de pessoas. Confesso que no início, não foi fácil, pois tivemos que aprender a manusear de forma correta o facebook. Fazemos semanalmente umas duas postagens e impulsionamos elas para ter maior engajamento. E estamos obtendo sucesso com o nosso público alvo [...] Adotamos a comunicação segmentada, pois conseguimos atingir grupos específicos (APÊNDICE EEE).

A assessora afirma ainda que tem um contato próximo com os meios de comunicação tradicionais da cidade: “Temos um bom contato com a mídia local. Conseguimos bons êxitos, quando queremos alavancar alguns projetos e propostas do vereador, que venham beneficiar a população” (APÊNDICE EEE).

²¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/CidoReis73/>. Acesso em: 17set. 2017.

As nove publicações feitas na página de Cido Reis em sua página do Facebook conseguiram obter 1543 curtidas, 159 compartilhamentos, 145 comentários e 13 respostas, o que corresponde a 9% dos comentários respondidos, como pode ser observado na figura do Quadro 16, extraída do Apêndice H dessa dissertação.

Quadro 16 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Cido Reis.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	28	0	1	0	1	11%
Projetos de Lei	1202	108	114	12	3	33%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	278	47	30	1	4	45%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	6%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	35	4	0	0	1	11%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	1543	159	145	13	9	
				9% respondidos		

Fonte: Elaboração própria

Dentro dessas publicações, o tipo mais postado foi “Ações do mandato”, com 4 publicações, o que corresponde a 45 % das postagens. Estas receberam 278 curtidas, 47 compartilhamentos, 30 comentários e uma resposta (APÊNDICE H). Dentre essas postagens, a mais curtida (com 86 curtidas) foi a do dia 22 de junho, sobre um encontro do vereador com moradores do bairro Miguel Marinho. Outra publicação deste tipo, feita no mesmo dia (APÊNDICE H) e que obteve 63 curtidas, mostrava a cópia de um requerimento com o carimbo de “Resolvido”, postado juntamente com fotos de máquinas da prefeitura realizando reparos em uma via do bairro Nova Era II, zona norte da cidade, reduto eleitoral do vereador (ANEXO H).

Já em outra publicação, também do tipo “Ações do Mandato”, o vereador mostra uma confraternização no Espaço Evoluir, clínica fisioterápica criada pelo vereador, em seu reduto eleitoral (APÊNDICE H), no bairro Benfica. Na postagem, Cido aparece com moradores da localidade, juntamente com o deputado Federal Júlio Delgado (PSB) e o empresário Wilson Rezato, candidato à prefeito de Juiz de Fora nas últimas eleições (pelo partido de Cido). Segundo a publicação, Júlio e Wilson, juntamente com outros políticos através de uma parceria, ajudam no funcionamento do local, que oferece serviços de fisioterapia gratuitos à população daquele bairro.

Cido Reis adicionou 7 novas fotos. 22 de junho de 2017 · 🌐

Estivemos com os moradores do Bairro Miguel Marinho, para verificar as dificuldades e tentar por meio dos órgãos competentes atender as diversas reivindicações.



Fonte: Página oficial do vereador Cido Reis no Facebook (22 jun. 2017)

Cido Reis adicionou 4 novas fotos. 22 de junho de 2017 · 🌐

Mais um pedido atendido, desta vez na Rua Guimarães Júnior no Bairro Nova Era 2 - Além da poda de árvores no local, a capina e limpeza está sendo realizada.



Fonte: Página oficial do vereador Cido Reis no Facebook (22 jun. 2017)

Cido Reis adicionou 8 novas fotos — 😊 sentindo-se confiante
em Espaço Evoluir Benfê.
7 de julho de 2017 · Juiz de Fora, Minas Gerais · 🌐

A cada dia que se passa, observamos o quanto o Espaço Evoluir tem proporcionado melhorias na vida da população, por meio da fisioterapia, ou por um atendimento médico. Fico feliz em saber que diversas pessoas, estão conseguindo uma recuperação mediante este tratamento, que está sendo disponibilizado aqui na clínica. E, nesta sexta-feira, firmamos mais uma parceria com o deputado federal Júlio Delgado. São somas de pessoas como o empresário Wilson Rezato, o deputado Júlio Delgado e vários outros amigos que estamos conseguindo possibilitar uma melhor qualidade de vida aos cidadãos. Nos faça uma visita, a casa é de todos! Rua Inês Garcia, 170 - Benfê.



Fonte: Página oficial do vereador Cido Reis no Facebook (07 jul. 2017)

Assim, com base nas publicações apresentadas na página e pelos relatos do vereador e sua assessoria, pode-se inferir que a comunicação de Cido Reis dá ênfase à “Conexão eleitoral”, visto que pôde ser observado tanto nas postagens quanto na entrevista, que o vereador mantém um diálogo direto com moradores de algumas localidades, assim como se utiliza de líderes comunitários como canais de comunicação. Essas práticas vão ao encontro da concepção da abordagem empírica de campo proposta por Wolf (1999). Prioriza ainda a “Campanha permanente”. Isso pelo fato de se utilizar de ações do mandato, caso das publicações do requerimento “resolvido” e da clínica que cuida gratuitamente da população do reduto eleitoral, como instrumento de promoção eleitoral dentro de um reduto político do vereador. Essa prática se assemelha à concepção de campanha permanente descrita por Kuschnir (2000) de que a política é um meio para os acessos. Assim, as pessoas que ajudam o vereador a se eleger precisam e esperam ser recompensadas com esses acessos.

5.2.16 Zé Márcio “Garotinho” (PV)

A página²² do vereador Zé Márcio “Garotinho” realizou 14 publicações durante o período estudado. O vereador afirma que juntamente com os meios tradicionais de comunicação, as mídias sociais são hoje os principais canais de comunicação entre ele e a população (APÊNDICE NN). Garotinho, que está em seu segundo mandato no Legislativo municipal, destaca que no início do primeiro mandato, somente um vereador utilizava-se de redes sociais para mostrar as atividades parlamentares, e que hoje todos o fazem. Zé Márcio afirma que a página do Facebook, assim como outros meios, ajuda na construção do mandato, mas não definem, de fato as ações: “Também ajudam na construção, mas não são definidoras. A gente usa muito a observação do dia a dia da sociedade para pautar as atividades. As redes sociais ajudam, mas não podem ser definidoras de um mandato” (APÊNDICE NN).

O vereador acredita a rede social é um instrumento eficaz para o político prestar contas de suas atividades à população: “Utilizando essas mídias a gente está prestando conta. É bom porque torna o mandato transparente. O cidadão aplaude ou reclama, e isso é muito bom para traçar o perfil do mandato. A vantagem das mídias é o retorno imediato que temos (APÊNDICE NN). Garotinho ressalta que, além desses meios, também se utiliza de pessoas com influência política nos bairros como um instrumento de comunicação: “a gente não pode esquecer do papel dos agentes políticos, eles não têm como ser substituídos por mídia digital nenhuma. São talentos que a gente tem, que têm sensibilidade para entender as demandas de cada bairro. Uma das bases do nosso mandato são os agentes políticos” (APÊNDICE NN).

No que se refere à construção da equipe de comunicação, o vereador afirma que no primeiro mandato trabalhava com um jornalista especializado em mídias impressas, mas que na atual legislatura, procurou um profissional com habilidades nessas novas modalidades de mídias digitais que atua na formulação de materiais juntamente com a ajuda de um advogado (APÊNDICE NN). Garotinho destaca que interfere de modo positivo nesse trabalho, realizando as atividades em conjunto. O assessor de comunicação de Zé Márcio, o jornalista Warley Bueno, salienta que muitos projetos e requerimentos do parlamentar são voltados para a área de atuação profissional do vereador, a Engenharia, sendo de uma complexidade que pede o auxílio do parlamentar: “É importante a fiscalização dele pra que nada saia errado, porque como são matérias de engenharia, muitas vezes de uso e ocupação do solo são algumas coisas bem complexas” (APÊNDICE ZZ).

Bueno salienta que a equipe de comunicação trabalha com publicações patrocinadas que tem como foco pessoas que os profissionais classificam como tendo o perfil

²² Disponível em: <https://www.facebook.com/engenheirozemarcio/>. Acesso em: 17set. 2017.

de eleitor do vereador: “A gente traçou no início um perfil do eleitor do Zé Márcio e a publicação ela é patrocinada em cima desse perfil. O engajamento nosso ele é bom com os patrocínios... com certeza é bom, um público mais feminino em média de 35 a 45 anos” (APÊNDICE ZZ). Bueno ainda destaca que a equipe mantém contato constante com os veículos de imprensa locais enviando releases para tentar emplacar pautas nesses canais (APÊNDICE ZZ). As 14 publicações feitas na página de Zé Márcio no período analisado obtiveram 3.775 curtidas, 311 compartilhamentos, 268 comentários e 79 respostas, o que corresponde a 29,5% dos comentários respondidos, como pode ser observado na figura do Quadro 17, extraída do Apêndice Q dessa dissertação.

Quadro 17 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Zé Márcio.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	850	88	89	14	2	14%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	2281	112	127	43	6	43%
Informações sobre JF	39	12	9	4	1	7%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	547	95	35	13	3	22%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	15	3	1	0	1	7%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	43	1	7	5	1	7%
	3775	311	268	79	14	
				29,5% respondido		

Fonte: Elaboração própria

Dentre as publicações, o tipo postado com maior frequência foi “Ações do mandato”, com seis publicações, o que corresponde a 43% das postagens. Destas, a do dia 26 de junho foi a mais curtida, com 1322, obtendo ainda 23 compartilhamentos, 40 comentários dos quais 8 foram respondidos (APÊNDICE Q). A publicação diz respeito à colocação de uma cobertura de quadra feita em uma escola no bairro Eldorado, feita a partir de verba de uma emenda parlamentar destinada por Zé Marcio em 2015.



Todos já ouviram falar que a união faz a força. E esse projeto é a prova que trabalhando com seriedade e boas parcerias chegamos sempre a um bom resultado final. Em 2015, destinamos uma emenda parlamentar para a cobertura da quadra poliesportiva da Escola Municipal Vereador Marcos Freesz, no bairro Eldorado. A obra já está em fase de conclusão e, em breve, estará atendendo a população. O andamento do projeto se deve a excelente gestão escolar da diretora Regina Rocha, que se dedicou e abraçou a ideia. Agradeço imensamente a todos que dedicaram para a obra sair do papel.



Fonte: Página oficial do vereador Zé Márcio no Facebook (26 jun. 2017)

Outra publicação desse tipo que obteve destaque foi a do dia 13 de julho (APÊNDICE Q), com 519 curtidas, 31 compartilhamentos, 35 comentários dos quais 7 foram respondidos. A publicação fala da situação do trânsito na Avenida dos Andradas, localizada na região central de Juiz de Fora. O texto traz informações sobre providências tomadas pela prefeitura para diminuir o fluxo de veículos no local.



Fonte: Página oficial do vereador Zé Márcio no Facebook (26 jun. 2017)

Já na publicação do dia 14 de julho, Garotinho aparece entregando uma Moção de Aplauso a um líder comunitário do bairro Benfica. A postagem obteve 35 curtidas, 3 compartilhamentos e um comentário.



Fonte: Página oficial do vereador Zé Márcio no Facebook (14 jul. 2017)

Pela observação das postagens e através dos relatos, tanto da entrevista do vereador quanto de seu assessor, é possível inferir que a comunicação de Zé Márcio Garotinho prioriza a “Conexão eleitora”, visto o relato do vereador de que busca utilizar agentes políticos como ferramentas de comunicação nos bairros, além de postagens agradecendo líderes comunitários com moções. Essas características estão em consonância com a concepção da abordagem empírica de campo proposta por Wolf (1999). Também dá ênfase à “Campanha permanente” visto que a equipe de comunicação foca publicações patrocinadas em pessoas que os profissionais classificam como tendo o perfil de eleitor do vereador, buscando assim, um objetivo eleitoral para a publicidade das postagens. Essas técnicas se enquadram nas descritas por Jorge (2003) como as que são utilizadas para a realização da campanha permanente, como notícias sobre um discurso, a apresentação de projetos de lei, uma entrevista ou mesmo o trabalho desenvolvido numa comissão. Segundo o autor a publicidade dessas informações pode ser utilizada como uma tática privilegiada que os políticos que ocupam cargos públicos têm “nas mãos” e utilizam para fazer propaganda eleitoral.

5.2.17 Sargento Mello “Casal” (PTB)

Durante o período observado, a página²³ do vereador Sargento Mello “Casal” no Facebook realizou 116 postagens. De acordo com o vereador, a comunicação é o “carro chefe” do seu mandato: “é um meio da gente demonstrar para a população o que está sendo feito, é uma prestação de contas na verdade, é o que ajuda a gente a demonstrar a população o que está acontecendo e o que está sendo feito no nosso trabalho” (APÊNDICE W). Ele afirma ainda que os meios mais utilizados são o Facebook e o Whatsapp, e que as ferramentas dessas redes sociais ajudam a construir o mandato:

Às vezes tem muitos pedidos que são desfocados na verdadeira função de um vereador, mas a gente tem a tranquilidade de explicar para as pessoas, muita coisa social que já é encaminhado para a prefeitura, requerimentos de ruas, entre outras coisas, tudo vem no particular e também no profissional na rede social, tanto no WWP quanto no Facebook, por telefone também isso é direto, o meio de comunicação ele vem de todas as formas (APÊNDICE W).

Mello explica que sua agenda nos bairros é construída a partir das demandas. Afirma que utiliza-se de líderes comunitários para disseminar informações sobre suas atividades nos bairros, mas destaca que deve-se haver um cuidado nesse tipo de relação pois, segundo o parlamentar, atualmente a visão sobre o que é o papel de um vereador está distorcida:

As agendas, na verdade, a cidade e as dificuldades que a população vem enfrentando, vem trazendo aí um grande número de pedidos de diversas formas aqui no nosso gabinete. Então a gente tenta marcar nossas reuniões, as nossas agendas, às vezes faz resoluções de problemas que tem que ser fora do gabinete, a maioria delas a gente fica praticamente quase o dia inteiro por conta disso e hoje devido a essas grandes demandas às vezes as reuniões não é só com vereador, a gente tem que dividir as tarefas entre os nossos assessores e dessa maneira até mesmo dos assessores a gente coloca na nossa rede social o que foi tratado em algum tipo de reunião. Então é o primeiro mandato e o caminho pra gente estar demonstrando para as pessoas aí o que o gabinete faz no seu dia a dia. Temos um contato ainda com os líderes comunitários, e por serem líderes já têm uma ideologia, um pensamento da forma que a política tem que ser ou que não deva ser; então é uma maneira sim se você tiver certo eles falam de você e se tiver errado eles falam também e isso é uma coisa natural, o ser humano traz esse tipo de informações para todos, não só os líderes comunitários, qualquer pessoa que você vá na rua pra conversar, em qualquer local, se você passar qualquer tipo de informação sai alastrando e às vezes chega ao final de uma maneira distorcida, mas é coisa natural e a gente tem que habituar com isso (APÊNDICE W).

O vereador salienta que os assessores que trabalham no gabinete são policiais militares, e que na escolha da profissional de comunicação que trabalha ao seu lado o critério foi a experiência e competência da jornalista na área, mas também o fato de que era filha de militar.

²³ Disponível em: <https://www.facebook.com/sargentomello/>. Acesso em: 18set. 2017.

Na verdade o nosso gabinete é um gabinete que foi formado por diversos policiais militares, pessoas da minha confiança trabalharam comigo a vida inteira e a pessoa a qual nós contratamos também é da família militar né, filha de milita. Então foi formada mais ou menos assim, na competência; primeiramente procuramos saber quem era a pessoa, pra quem ela tinha trabalhado e apesar de ser filha de policial nós procuramos saber a competência e posteriormente nós fizemos contato, conversamos e a escolha foi certa, deu um conhecimento maior ao nosso gabinete (APÊNDICE W).

De acordo com o parlamentar, a interferência no trabalho da profissional acontece, mas destaca que é uma relação aberta. A assessora do vereador, a jornalista Marilene de Almeida, disse que o Mello interfere muito pouco em suas atividades cotidianas, talvez, afirma, pelo fato dela ter anos de experiência no meio político: “tem 15 anos que eu trabalho com política, ele viu nisso uma oportunidade, porque ele acabou de entrar agora, não militava nessa área política, então ele me escuta bastante, a gente trabalha conjunto mesmo, é um trabalho de pingue pongue” (APÊNDICE UU). Almeida destacou que durante o primeiro ano de mandato, o gabinete fez um cadastro para separar o público que o vereador recebe através de alguns perfis. Segundo a assessora, este trabalho ajudará a promover melhor as ações tanto com meios de comunicação tradicionais, quanto em redes sociais: “A gente trabalhou nesse primeiro ano agora com organização de cadastro porque não tinha um programa pra isso, então eu criei um programa pra gente ter a noção de quem a gente atende com o que a gente atende, onde a gente quer melhorar, onde tem de piorar” (APÊNDICE UU).

No que se refere ao direcionamento da comunicação a determinados segmentos, a assessora salienta que o público do vereador é bastante definido, e que algumas atividades do mandato são feitas para atrair esse segmento.

O público dele é muito definido, o público dele é área de segurança militar e esse público estava desassistido, tinha 26 anos que a polícia militar não tinha um representante dentro da Câmara Municipal, e quando ele começou a entrar ele começou a ampliar por boa vontade mesmo, por saber que é um outro irmão de farda né, que é Polícia Civil, agente penitenciário, tinha essa deficiência então ele começou a fazer algumas coisas que atraíram esse público [...] é um público muito específico, é muito mais fácil de trabalhar que se eu tivesse um vereador que tivesse votos de tudo quanto é lado da cidade e uma atuação, mas ampla né, a dele é a área de segurança e até porque a área de segurança tem sido apontada no país inteiro quando não é o primeiro problema fica em segundo atrás da saúde (APÊNDICE UU).

As 116 publicações feitas na página desse vereador durante o período analisado obtiveram 999 curtidas, 393 compartilhamentos, 76 comentários. Nenhum dos comentários foi respondido, como pode ser observado na figura do Quadro 18, extraída do Apêndice O dessa dissertação.

Quadro 18 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador Sargento Mello “Casal”.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	30	4	0	0	7	6%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	386	142	20	0	54	47%
Informações sobre JF	2	1	0	0	2	2%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	153	129	13	0	5	4%
Vídeos pronunciamentos no plenário	31	21	0	0	5	4%
Informes (educativos ou avisos)	4	1	2	0	1	1%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	216	39	36	0	26	22%
Participação em eventos	154	55	2	0	12	10%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	1	1%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	23	1	3	0	3	3%
	999	393	76	0	116	
				0% respondido		

Fonte: Elaboração própria

Dentre essas publicações, o tipo de postagem mais realizado foi do tipo “Ações do Mandato”, com 54 postagens, o que representa 47% do total. Elas receberam 386 curtidas, 142 compartilhamentos e 20 comentários (APÊNDICE O). Destaca-se que a maioria das publicações desse tipo referem-se a atividades ligadas à Polícia Militar (PM) ou a área de segurança pública. Duas publicações do dia 05 de julho e uma do dia 06 de julho, dizem respeito exatamente a esses temas.



Fonte: Página oficial do vereador Sargento Mello no Facebook (05 jul. 2017)



Sargento Mello - Casal adicionou 7 novas fotos.

5 de julho de 2017 · 🌐

Estivemos no Complexo Penitenciário, acompanhados do presidente da Associação do Sistema Sócio Educativo, e Prisional de Juiz de Fora, Wanderson Pires, para a entrega dos projetos de construção de dois vestiários e um novo canil. Os projetos foram elaborados gratuitamente pelo engenheiro Wilson da Rezato e gentilmente cedidos para as unidades prisionais. Ele ainda firmou o compromisso de ceder um profissional para acompanhar a execução das obras. Nosso próximo passo será buscar recursos para a construção dos prédios. O objetivo é dar mais e melhores condições de trabalho as agentes penitenciários, a fim de que eles possam exercer seu trabalho com mais eficiência.



Fonte: Página oficial do vereador Sargento Mello no Facebook (05 jul. 2017)



Sargento Mello - Casal

12 de julho de 2017 · 🌐

Em visita à 173ª Companhia de Polícia Militar, onde trabalhamos por muitos anos, encontramos velhos e grandes amigos.



Fonte: Página oficial do vereador Sargento Mello no Facebook (06 jul. 2017)

Em outro tipo de publicação realizada com frequência nesta página, “Fotos do mandato”, constantemente os assessores de Mello aparecem ao lado de oficiais ou ex-policiais da PM (APÊNDICE O).



Fonte: Página oficial do vereador Sargento Mello no Facebook (05 - 06 jul. 2017)

Através das publicações feitas na página do Facebook do vereador Sargento Mello “Casal”, e também observando as entrevistas do parlamentar e de sua assessora de comunicação, infere-se que a comunicação deste vereador prioriza a “Conexão Eleitoral”, visto a afirmação da assessora de que o público alvo é de profissionais da área de segurança pública, o que foi comprovado nas publicações. Essa prática enquadra-se com perspectiva de Monteiro (2010) que entende que a conexão eleitoral é vista pelos políticos como sendo uma importante ferramenta para manter o capital eleitoral e consequentemente se manterem no poder.

Nesse sentido, pode-se afirmar que prioriza também a “Campanha permanente”. Isso pela afirmação da assessora de que algumas atividades do mandato são feitas para atrair o segmento que dá apoio ao vereador. Deste modo, enquadra-se na perspectiva de permanente descrita por Fernandes et al.(2016) que verifica nas ações dos governos e dos atores políticos a utilização recorrente da comunicação como forma de persuadir os eleitores e manter a fidelização para os próximos pleitos.

5.2.18 André Mariano (PSC)

A página²⁴ do Facebook do vereador André Mariano realizou 15 publicações durante o período analisado. De acordo com o parlamentar, que também é pastor de uma

²⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/vereadorandremarianojf/>. Acesso em: 19 set. 2017.

igreja evangélica, a principal maneira de se comunicar com a população é através da comunidade religiosa da qual faz parte: “Sempre temos nossos encontros mensais e nesses encontros temos a oportunidade de estar trazendo a demanda para o nosso trabalho e ao mesmo tempo dando a satisfação para aqueles que nos elegeram” (APÊNICE BB). Mariano destaca que os encontros são feitos semanalmente e tem como objetivo levar às lideranças religiosas um relatório das atividades do mandato (APÊNICE BB).

O vereador afirma que não utiliza as redes sociais para receber as demandas da população; destaca que este contato é feito também nas igrejas. Ele salienta ainda que dentro do próprio gabinete existem pastores ou representantes de algumas dessas igrejas, e que o trabalho de levar as informações do mandato aos bairros fica por conta dessas pessoas. Destaca que dessa forma consegue prestar contas daquilo que prometeu durante a campanha:

Nós temos aqui um grupo de assessores. No meu caso, nós fomos eleitos pela Igreja do Evangelho Quadrangular. Nós somos 140 igrejas, então temos um gabinete em que as pessoas representam algumas regiões. Nós somos cinco regiões e cada uma tem um assessor que trabalha conosco. Então cada assessor busca as demandas dessas regiões. Toda a demanda que existe nas regiões nós perguntamos aos nossos assessores e eles fazem o trabalho nessas comunidades. Os líderes comunitários também tem participação, porque todos querem um bem comum, pensando em atender as demandas da sociedade. A igreja, por exemplo, não é só uma igreja, é um ponto de encontro da sociedade onde nós sabemos o que está acontecendo em determinada sociedade. Através desses locais, nós levamos as demandas ao poder público e tentamos atender essa comunidade [...] O nosso trabalho é uma prestação de contas daquilo que até então nós prometemos para a comunidade. A nossa proposta é o que nos fez estar novamente nessa casa. (APÊNICE BB).

No que se refere à formulação da equipe de comunicação, o vereador salienta que ainda não tem uma estrutura satisfatória nesse sentido (APÊNICE BB), que existe um profissional que cuida dessa área, mas que é preciso investir na comunicação. De acordo com o parlamentar, a interferência nas atividades desse profissional é intensa, e que as informações passam por toda a equipe antes de serem divulgada (APÊNICE BB). O assessor de gabinete do vereador, Rhamsés Trindade, não é profissional de comunicação mas atua nas atividades relacionadas às redes sociais. Ele afirma que a interferência é total, sendo complementar ao trabalho de toda a equipe: “faz-se necessário um maior feedback e relacionamento do próprio vereador com o cidadão, em alguns momentos, a assessoria não consegue sanar os anseios do cidadão, com a mesma sensibilidade do próprio vereador” (APÊNICE DDD). O assessor destaca ainda que a comunicação é segmentada, na medida que procura ser direcionada ao público evangélico: “Por ter se colocado como representante de um determinado público (evangélicos), acaba que determinadas informações são segmentadas. Assim como ocorre com sindicalistas, representantes de classes diversas, ocorre, também, no mandato do vereador e no seu relacionamento com seus eleitores” (APÊNICE DDD).

As 15 publicações feitas na página desse vereador obtiveram 432 curtidas, 600 compartilhamentos, 78 comentários, e apenas 2duas respostas, como pode ser observado na figura do Quadro 19, extraída do Apêndice C dessa dissertação.

Quadro 19 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pelo vereador André Mariano.


TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	47	69	2	0	3	20%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	102	250	5	1	6	40%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	70	6	53	0	1	7%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	48	38	3	1	2	13%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	165	243	10	0	3	20%
	432	600	78	2	15	
				2,5% respondido		

Fonte: Elaboração própria

Dentre as publicações, o tipo “Trabalho nas comissões” foi o realizado com mais frequência, com 40% das postagens (APÊNICE C). As publicações de 23 de junho, 01 de julho e 04 de julho mostra a participação do vereador em duas comissões: a de defesa dos direitos da criança e do adolescente, e a comissão parlamentar de inquérito que discute o problema das gangues em Juiz de Fora. Destaca-se que as duas comissões são voltadas para temas ligados à juventude.



Fonte: Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (23 jun. 2017)


 **Vereador Andre Marianojf** adicionou 6 novas fotos ao álbum "Vereador André Mariano - CPI das Gangues 2017" — em Câmara Municipal de Juiz de Fora
1 de julho de 2017 · 🌐

A Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Câmara - oficializada no final de maio para investigar os casos de violência na cidade envolvendo gangues - deu mais um passo importante na manhã desta quinta-feira, 29. Durante 1h30m, o Delegado de Homicídios, Rodrigo Rolli, ministrou uma palestra, no plenário do Legislativo, onde apresentou informações que vão contribuir com a CPI das gangues.

A CPI tem 90 dias para concluir os trabalhos e os resultados devem ser apresentados no... Ver mais



Fonte: Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (01 jul. 2017)

 **Vereador Andre Marianojf**
4 de julho de 2017 · 🌐

Na próxima quinta-feira, dia 6 de Julho, às 10h a Câmara Municipal de Juiz de Fora recebe o juiz aposentado e atual Secretário de Segurança Urbana e Cidadania (Sesuc) Dr. José Armando da Silveira. Na oportunidade, ele explanará um pouco sobre a perspectiva do Judiciário em relação às brigas de gangues.

#somospelafamilia

www.facebook.com/vereadorandremarianojf

www.andremarianojf.com.br

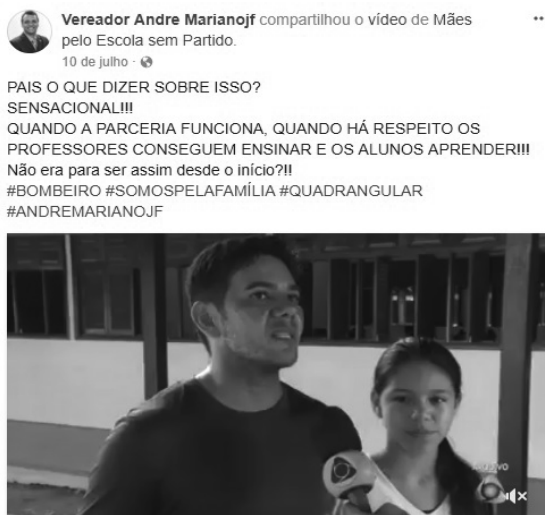


Fonte: Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (04 jul. 2017)

Outro tipo de publicação que se destaca na página de Mariano é “Mensagens Pessoais”, nesse caso de cunho ideológico/religioso. Elas correspondem a 20% das postagens. As postagens dos dias 29 de junho e 10 de julho tratam da chamada ideologia de gênero²⁵. Em uma delas o tema ainda é relacionado com questões religiosas; em outra à educação. Mensagens apenas religiosas também são postadas com frequência, como no caso da feita no dia 26 de junho, sempre acompanhadas com a mensagem “Somos pela família”.

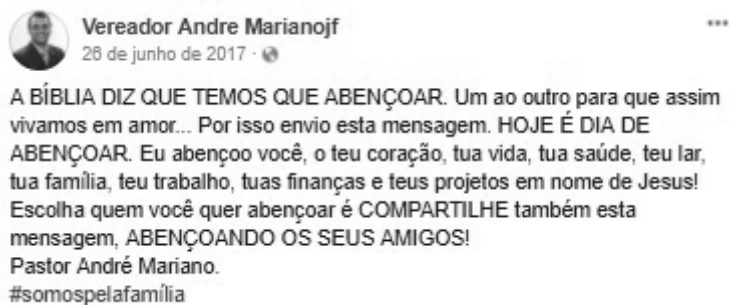


Fonte: Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (29 jun. 2017)



Fonte: Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (10 jul. 2017)

²⁵ A Ideologia de Género, também conhecida como a Ideologia da Ausência de Sexo, é uma crença segundo a qual os dois sexos, masculino e feminino, são considerados construções culturais e sociais, e que por isso os chamados “papéis de género” (que incluem a maternidade, na mulher), que decorrem das diferenças de sexos alegadamente “construídas”, e que por isso, não existem, são também “construções sociais e culturais” (SOFOS, 2018, p.1).



Fonte: Página oficial do vereador André Mariano no Facebook (26 jun. 2017)

Assim, tanto pelas entrevistas quanto pelas postagens, destaca-se que a “conexão eleitoral” se apresenta na medida em que tanto as ações comunicacionais são voltadas para o público evangélico quanto as próprias ações do mandato. Enquadra-se com perspectiva de Monteiro (2010) sobre o tema que entende que a conexão eleitoral é concebida pelos parlamentares como uma ferramenta de manutenção do capital eleitoral e do cargo político.

5.2.19 Delegada Sheila (PTC)

A página da vereadora Delegada Sheila no Facebook apresentou 75 postagens durante o período analisado. De acordo com a parlamentar, que atua ainda na Polícia Civil (PC), os dois principais meios de comunicação entre ela e a população são as redes sociais e a imprensa. Ela destaca (APÊNICE KK) que em relação a questões do mandato o Facebook é o principal meio; já sobre questões profissionais, a imprensa tradicional local dissemina a maior quantidade de informações. Sheila afirma que através do Messenger, ferramenta disponível no Facebook, consegue ter um diálogo efetivo com os cidadãos: “A gente recebe muita mensagem inbox através dele; então eu converso com eles diretamente, respondendo as perguntas, atendendo as demandas” (APÊNICE KK). Lembra ainda que é também através dessa ferramenta que algumas ações do mandato são demandadas:

Eu recebo muita informação através do Messenger, eles encaminham inclusive fotografias de buracos, praças abandonadas, de escolas sem muro, várias demandas né, então eles encaminham a fotografia, os meus assessores vão até o local pra confirmar, pegam os dados pra gente dar uma resposta, um feedback pra essas pessoas, então nós fazemos os requerimentos que apresentamos no plenário. Então a maioria das minhas demandas elas vem de rede social, projeto de lei também, vira e mexe um cidadão manda pra mim uma ideia bacana, às vezes eu acato ela inteira, às vezes adapta, mas sempre chegam ideias das redes sociais (APÊNICE KK).

Sheila salienta ainda, que devido a sua agenda como delegada, o contato com o cidadão nos bairros fica a cargo dos assessores (APÊNICE KK). Destaca que formulou a

equipe de comunicação com profissionais que atuavam na área do jornalismo policial local, que sempre tiveram contato frequente com a vereadora, em seu ambiente profissional de trabalho. Ela salienta que existe interferência no trabalho da assessoria de comunicação, mas afirma que as atividades são feitas de forma conjunta com todo o gabinete, inclusive com a sua participação (APÊNICE KK). A jornalista Renata Brum, que atua na comunicação de Sheila, acredita que essa interferência é ativa:

Ela participa ativamente dos grupos (de Whatsapp), das escolhas, a gente bate papo com ela; se ela acha que vale a pena postar, porque às vezes a gente tem uma linguagem ou tem uma visão de um fato e ela tem outro, por ela ser policial, por ela ser delegada e agora vereadora, então ela sempre acaba interferindo mas não no conteúdo e sim no assunto (APÊNICE WW).

A assessora destaca que existem publicações patrocinadas na página, mas elas são feitas de forma pontual. Lembra que pelo número de seguidores e eleitores que conseguiu atrair durante as eleições, consegue hoje um engajamento orgânico muito grande, isto é, uma boa interação com postagens sem patrocínio:

Há coisa sim patrocinada, muitas coisas a gente patrocina, mas também dependendo do conteúdo a gente nem patrocina porque o trabalho como foi feito antes da eleição, já começou um trabalho bem anterior à eleição pra vereadora, de movimento na rede social; então isso foi cativando o público gradativamente e gerou uma relação de afeto de amizade, as pessoas ali acham que são amigas da Dr. Sheila, acham que é ela que responde até hoje, então isso gera uma proximidade muito grande; tem coisa que é da vida pessoal dela, por exemplo, uma foto com a família, uma foto com o cachorro, uma foto do dia a dia dela na polícia que dá uma repercussão que a gente nem precisa patrocinar; a interação é muito grande das pessoas com ela, até num bom dia e num boa noite, que é a coisa que se bobear dá mais curtida, mais dá comentário, a gente parou um pouco de responder, a gente responde só as questões mais polêmicas, a gente tem mais só curtido até porque é muita gente e não dá tempo (APÊNICE WW).

Brum salienta que a imagem e o perfil variado de Sheila explica o elevado número de curtidas (25.632 durante o período analisado) nas postagens da página. Ela lembra que Sheila, além de delegada é mulher, jovem, mãe, evangélica e uma das poucas vereadoras da cidade:

Ela é jovem, ela é mãe de quatro filhos, é mulher, tem uma posição de destaque no mercado de trabalho né, ocupa um cargo de chefia numa corporação que maioria de homens na polícia que não é fácil, e ela aparecer na eleição pra vereador como uma figura feminina com todas essas características e sendo uma figura não-política [...] ela, por exemplo, é evangélica, então aí outra questão que mexe muito, as pessoas que são evangélicas são muito ligadas a ela, ela faz palestras em escolas, em igrejas, então tem esse feedback, tem o retorno das pessoas, então a gente “aproveita”, não no sentido pejorativo, mas a gente aproveita no bom sentido pra tá alimentando essas pessoas, por exemplo com mensagens de fé, de otimismo; então eu acho que esse vínculo que foi criado que fez esse sucesso da rede social (APÊNICE WW).

A equipe de comunicação utiliza dessas características para promovê-la na página, direcionando as informações para públicos específicos: “muitos se espelham nela, mulheres de uma forma geral, então a gente tenta buscar esse público fazer as postagens, as ações de comunicação muito voltada pra esses públicos que são diversos” (APÊNICE WW). Brum destaca que o contato com a imprensa local se dá por meio de envio de releases de determinados assuntos. Ela salienta ainda que há um trabalho de planejamento de crise feito em conjunto com outros profissionais do gabinete: “Atualmente a gente pensa, sempre discute principalmente no grupo, com a presença dela, pra discutir coisas que a gente acredita que possa vir a se tornar uma coisa negativa, então a gente tá sempre conversando e discutindo mesmo pelo Whatsapp” (APÊNICE WW).

As 75 publicações realizadas no período analisado obtiveram 25.632 curtidas, 2.872 compartilhamentos, 1.936 comentários, e 18 respostas, como pode ser observado na figura extraída do Apêndice I dessa dissertação.

Quadro 20 – Detalhamento dos tipos de publicações feitas pela vereadora Delegada Sheila.

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	1683	101	202	0	7	10%
Campanhas de conscientização ou doação	493	164	18	8	3	4%
Projetos de Lei	2640	73	120	0	1	1%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	1230	39	39	0	4	5%
Informações sobre JF	3243	789	243	0	11	15%
Trabalho nas comissões	1817	189	77	9	7	9%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	220	18	43	0	1	1%
Informes (educativos ou avisos)	6214	1135	570	0	23	31%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	1038	54	60	1	5	7%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	7054	310	564	0	13	17%
	25632	2872	1936	18	75	
				0,92% respondido		

Fonte: Elaboração própria

Dentre essas publicações, o tipo realizado com maior frequência foi “Informes”, neste caso, feitos na forma de notícias, em sua maior parte sobre o meio policial ou

relacionadas com a área de segurança pública. Este foi o caso das publicações feitas nos dias 22 de junho, 02 de julho e 08 de julho (APÊNICE I).

Delegada Sheila Oliveira 22 de junho · 🌐

Uma operação da Polícia Civil para combate à pedofilia terminou com nove pessoas presas em cidades do Sul de Minas na madrugada desta quarta-feira (21). Batizada de 'Anjos da Lei', a ação contou com a participação de 40 policiais nas cidades de Itajubá, Conceição das Pedras e Cristina.

Foram cumpridos nove mandados de prisão e de busca e apreensão contra suspeitos de pedofilia e agenciamento de menores na região.

Em nome do delegado regional Denirval Campos, parabênizo a todo...
Ver mais



45 mil visualizações

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

👍👍👍 649 Comentários mais relevantes ▾

647 compartilhamentos

Fonte: Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (22 jun. 2017)

Delegada Sheila Oliveira 2 de julho · 🌐


Você sabia que a Polícia Civil de Minas Gerais também tem canil?
Treinados desde filhotes, entre muitos trabalhos desempenhados pela Instituição, os cães auxiliam, inclusive, no combate ao tráfico de drogas.

Nesse vídeo, você vai conhecer o Onix, um dos cães treinados para auxiliar nas operações policiais. Aproveito para deixar aqui todo meu respeito e minha admiração ao canil da Polícia Civil, Militar e também do Sistema Prisional – são profissionais que, além de todo amor e carinho dedicados a esses animais, se empenham diariamente para realizar um trabalho eficaz e significativo em prol da comunidade.

🐕🐕🐕



Fonte: Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (02 jul. 2017)

 **Delegada Sheila Oliveira** 8 de julho · 🌐

As Instituições de Segurança e Justiça vêm trabalhando a todo vapor para identificar e prender pedófilos no Brasil. Nesta semana, a Polícia Federal deflagrou a “Operação Save”, com objetivo de combater difusão de arquivos contendo exploração sexual de crianças.


No momento, aproximadamente 54 policiais federais cumprem 9 mandados de busca e apreensão nas residências dos investigados. Durante as ações, três pessoas já foram presas em flagrante.

A investigação teve origem em inf... Ver mais



Fonte: Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (08 jul. 2017)

Outro tipo de publicação realizado com frequência “Informes sobre JF”, representando 15% das postagens, também estão relacionadas, com frequência, à área de segurança pública. Este é o caso das publicações dos dias 11 e 12 de julho (APÊNICE I).

 **Delegada Sheila Oliveira** 11 de julho · 🌐

A Polícia Militar de Minas Gerais está de luto. Não só a PMMG, mas também todos nós policiais, integrantes das forças de Segurança Pública. Quem atinge um policial, atinge toda a sociedade e, quando um de nós morre, parte nossa se vai com ele.

Hoje pela manhã, aqui em Juiz de Fora, Policiais Militares prestaram uma emocionante homenagem ao Cabo Marcos Marques da Silva, assassinado ontem, por criminosos, na cidade de Santa Margarida-MG.

Quero destacar aqui que, não perdemos so... Ver mais



Fonte: Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (11 jul. 2017)



Delegada Sheila Oliveira

12 de julho · 🌐

Ontem, aqui em Juiz de Fora, a Polícia Rodoviária Federal realizou mais um importante trabalho. Um homem de 42 anos foi preso, no Km 768 da BR-040, transportando 4.500 caixas de cigarro.

A PRF informou que o homem detido mora em Barbacena e já teria sido preso, anteriormente, com 200 caixas de cigarro em um sítio, em Santa Bárbara do Tugúrio.

Os cigarros apreendidos ontem são de origem paraguaia, de venda proibida no Brasil. O suspeito e a mercadoria foram encaminhados para a Delegacia de Polícia Federal em Juiz de Fora. Parabéns à PRF!



Fonte: Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (12 jul. 2017)

Outras postagens também refletem o perfil descrito pela assessora Renata Brum, como sendo de uma mulher jovem, mãe e de destaque numa corporação formada, em sua maioria, por homens. Este é o caso das postagens feitas nos dias 13 e 14 de julho (APÊNICE I).



Delegada Sheila Oliveira

13 de julho · 🌐

Durante o período das férias escolares, as crianças ficam mais tempo em casa. Por isso, a vigilância tem que ser redobrada.

Fique atento às dicas no link!




Período de férias escolares aumenta em 25% o número de acidentes domésticos com crianças

110 mil crianças são hospitalizadas ao ano por acidentes domésticos

GUIADOBEBE.UOL.COM.BR

Fonte: Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (13 jul. 2017)

 **Delegada Sheila Oliveira** 14 de julho · 🌐

Prevenir sempre. Punir quando necessário.

Minha dupla jornada como vereadora e delegada me possibilita analisar os fatos através de uma perspectiva multidisciplinar. Consigo enxergar a extrema necessidade de punição para os crimes que nos assolam, mas enxergo a forte demanda no campo da prevenção, o zelo que pode impedir que tais crimes ocorram.

Na noite de ontem a Câmara Municipal de Juiz de Fora aprovou, em unanimidade, o Projeto de Lei que propus instituindo políticas públ...
Ver mais



Fonte: Página oficial da vereadora Delegada Sheila no Facebook (14 jul. 2017)

Deste modo, tanto pelas postagens quanto pelas entrevistas, destaca-se que a “conexão eleitoral” se apresenta na medida em que as ações comunicacionais são voltadas para o público específico que segue a vereadora (como jovens, estudantes de direitos, mães, mulheres) e também para o segmento de segurança pública. Enquadra-se, assim, com perspectiva de Monteiro (2010) sobre o tema que entende que a conexão eleitoral é concebida pelos parlamentares como uma ferramenta de manutenção do capital eleitoral e do cargo político. Infere-se ainda que também há campanha permanente, visto que pauta ações comunicacionais a públicos que ajudaram a se eleger, neste caso, eleitores ligados ao segmento da segurança pública, e com perfil semelhante a da vereadora, como jovens, estudantes de direitos, mães, mulheres, etc. Assemelha-se deste modo, à concepção de campanha permanente descrita por Fernandes et al.(2016), que verifica nas ações dos governos e dos atores políticos a utilização recorrente da comunicação como forma de persuadir os eleitores e manter a fidelização para os próximos pleitos.

Enquadra-se o perfil desse processo comunicacional ainda na chamada “espetacularização e personificação” na política. Primeiro pela exaltação da figura da vereadora, como uma mulher vitoriosa dentro de sua carreira profissional e que traz essa força para dentro do ambiente político, assemelhando-se à descrição de Schuwarzenberg (1977) da

“a-mulher política”, aquela que lembra as grandes divas do cinema e que está inserida no meio político que é dominado pelos homens. O trabalho feito em cima da imagem da parlamentar relatado pela assessora de comunicação se assemelha também à concepção de personalismo descrito por Aldé (2001) como sendo uma relação subjetiva e afetiva dos cidadãos com os personagens da política.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo feito através de diferentes variáveis observou tanto aspectos políticos como comunicacionais para responder o principal questionamento (objeto) feito na pesquisa, que diz respeito à quão efetiva é a relação comunicacional dos vereadores de Juiz de Fora com seus eleitores, levando-se em conta o trabalho dos assessores de imprensa (quando há) e o direcionamento das informações a públicos e a locais específicos. A hipótese era de que os parlamentares direcionavam maior quantidade de informações aos bairros nos quais foram mais votados ou que acreditam conseguir mais votos em eleições futuras. Antes de apresentar a conclusão sobre essa e outras indagações, cabe, primeiramente, observar como algumas colocações feitas nos capítulos dessa dissertação ajudaram a se chegar a um posicionamento.

Após a introdução (primeiro capítulo), no segundo capítulo foi possível verificar as transformações que a concepção sobre política sofreu ao longo dos tempos, desde a antiguidade, passando pelos filósofos clássicos até chegar aos dias de hoje. Essa abordagem possibilitou que um panorama sobre o tema pudesse ser mostrado, propiciando que uma reflexão acerca do “lugar” da política no cotidiano do indivíduo, que mesmo nos mais simples tipos de relações entre diferentes há uma manifestação política como citado por Arendt (2002). A proximidade entre o estudo da política e das ciências sociais, como defendido por Bobbio et. al (1998), mostra a determinação que o aparato e as transformações políticas têm no que se refere ao desenvolvimento dos diferentes grupo, Estados e países. Assim, as mudanças pelas quais a concepção de política sofre com o desenrolar dos acontecimentos, possibilitou a formulação de condições estruturais para que os ditos estados democráticos pudessem emergir, da forma como se concebe atualmente. No que se refere às características dos agentes políticos nos dias de hoje, a explanação sobre o capital político e as diferentes formas de angariar seguidores em apoio a uma candidatura ou atividades dentro de um mandato, possibilitou que se traçasse um perfil dos atuais membros do Legislativo Municipal de Juiz de Fora, que são os principais focos dessa pesquisa. A apresentação do conceito de *accountability*, ou seja, o controle social que é feito a partir da prestação de contas dos políticos, possibilitou perceber como essas ações podem ser feitas de forma a das condições para a manutenção das democracias, e posteriormente, como podem ser manipuladas em benefício dos próprios parlamentares, fazendo dessa prestação de contas uma forma de publicidade.

Ainda no segundo capítulo, a discussão sobre o fenômeno da Mídiação abriu caminho para uma primeira impressão sobre as fronteiras da comunicação e sua interferência

na vida dos indivíduos, das estruturas e dos segmentos sociais. Uma das colocações feitas, a partir da concepção de Thompson (1998) de que o indivíduo experimenta na mídia aquilo que não encontra no seu cotidiano, permitiu levantar o questionamento acerca da dependência midiática e absorção de determinados conteúdos simbólicos oferecidos e que têm como objetivo a manipulação dos indivíduos. Assim, dentro desse contexto, pôde-se identificar, ainda na teoria, como a comunicação é utilizada dentro do contexto político além do objetivo informacional, no caso, como uma tática de manipulação.

No que se refere às assessorias de comunicação, a primeira parte desse trabalho mostrou ainda o desenvolvimento desse tipo de atividade, desde sua estruturação, a conquista de credibilidade, o relacionamento com a imprensa, e sua importância no que tange a maior rapidez na apuração de fatos e o dinamismo do processo comunicacional. Ao focar na apresentação do trabalho do assessor de comunicação, foi possível entender como a atividade ajuda na geração de notícias que atendam ao interesse público, assim como no entendimento, por parte dos políticos, sobre os diferentes processos que acontecem na produção de um material informacional.

Ainda dentro dessa perspectiva, foram colocados alguns aspectos do funcionamento das redes sociais e a participação ativa dos assessores de imprensa para que esses espaços se tornem uma ferramenta efetiva de comunicação. Essa apresentação merece atenção especial, visto que o entendimento do sistema de interação entre os diferentes personagens (no caso políticos e população), através de curtidas, compartilhamentos e comentários, é essencial para compreender a conclusão sobre o objeto da pesquisa, ou seja, quanto à efetividade da comunicação dos vereadores com a população. Como os profissionais de comunicação podem dimensionar as informações através de publicações dessas páginas, criando uma espécie de produtos personalizados, o mecanismo de curtidas e compartilhamentos, segundo Qualman (2011) funciona como um verdadeiro boca a boca, sendo a maneira mais efetiva de comunicação dentro desse espaço. Isso porque as informações vão passando de indivíduo para indivíduos, de acordo com a ligação (amizade, no caso do Facebook) entre os sujeitos.

Já o terceiro capítulo mostrou o relacionamento entre a comunicação e a política. A observação dessa relação deu condições para o entendimento de como ações de cada uma dessas esferas podem interferir no funcionamento da outra, seja a comunicação interferindo na política, como a política interferindo na comunicação. No primeiro caso, com as mídias atuando como verdadeiros construtores da realidade, na medida em que mostram acontecimentos e levantam discussões sobre temas de interesse público, podendo levar a

transformações políticas e que podem acarretar modificações sociais. Além disso, as mídias se mostram um instrumento de tomada de decisão por parte dos governantes. A política também interfere na comunicação, na medida em que algumas pautas são fabricadas pelos próprios agentes políticos ou assessores para que estas sejam vinculadas e gerem a repercussão desejada. Assim, existem alguns artifícios utilizados tanto para aumentar a repercussão, como para angariar mais seguidores. Este é o caso da Espetacularização e do enfoque à personalização na política, ambas as ferramentas comumente utilizadas ao longo do tempo e que continuam, ainda hoje, servindo como aparato para ações dentro do ambiente político.

Ainda dentro dessa terceira parte da pesquisa, abordou-se a conexão eleitoral e o clientelismo. Essa abordagem serviu como base para compreender, no capítulo posterior, como se formam as relações entre determinados atores de um contexto social com agentes políticos, antes e depois do período eleitoral. Observou-se o sistema de representação política do país se mistura com o de representação cultural, na medida em que cultiva resquícios do funcionamento da tradição patriarcal desenvolvida no país desde o início de seu desenvolvimento enquanto nação. Características como as citadas por Holanda (1995) com a influência de interesses particulares à frente dos públicos, assim como a cordialidade, que segundo o autor, foi aperfeiçoada dentro do funcionamento das “coisas públicas”. Pôde concluir que diferentes fatores contribuem para o desenvolvimento dessas conexões e relações clientelares como a geografia eleitoral, os interesses mútuos entre diferentes segmentos (religiosos, sindicais, comunitários), além da baixa participação e interesse do “cidadão comum” com os assuntos ligados à questão pública.

A partir dessas redes clientelares formadas pelas mais diferentes conexões eleitorais o mecanismo de dependência entre candidatos e cidadãos vai se formando. Contudo, depois de eleito, o político procura demonstrar suas ações, através de meios comunicacionais, para aquele público ou segmento que o elegeu, através da chamada campanha permanente, que também é feita com o objetivo de conseguir seguidores para um futuro pleito. A apresentação desse tema se mostrou válida na medida em que, durante a pesquisa, foi possível identificar essa tática, tanto como instrumento de manutenção quanto de incremento de capital político.

Já no quarto capítulo da pesquisa abordou-se a história e o desenvolvimento do Poder Legislativo, desde a formulação das primeiras constituições, até os moldes como os empregados atualmente, com a separação entre três poderes distintos. No caso específico de Juiz de Fora é possível perceber que a formação do Legislativo municipal tem características similares à da própria formação social do município, visto que os primeiros legisladores eram

grandes proprietários de terra, principais responsáveis pela cafeicultura que impulsionou a economia da cidade em seus primeiros anos de emancipação política e administrativa.

A partir da visualização do perfil dos vereadores da atual legislatura foi possível identificar o tipo de capital político que cada um deles possui. Destaca-se que nove dos vereadores tem capital convertido, isto é aquele que o indivíduo construiu numa determinada área de atuação, mas que conseguiu transferir para o meio político. Oito deles possuem capital delegado, isto é, adquirido pela ligação do indivíduo com algum tipo de instituição. Apenas dois apresentam capital heroico, ou seja, adquirido pela trajetória de vida. A apresentação desses dados abriu um panorama sobre o tipo de conexões que os políticos da cidade mantêm com diferentes seguimentos e que, posteriormente foram observadas através das práticas dos parlamentares durante o primeiro ano da legislatura. Destaca-se ainda que, durante as entrevistas, a maioria dos vereadores (9) se declarou apoio ao atual prefeito da cidade, se declarando como sendo da situação. Dois se declararam como oposição à prefeitura e o restante assumiu uma posição de centro.

Ainda nesse capítulo foi possível identificar a geografia dos votos dos vereadores nas últimas eleições, e de que forma isso influenciou nas ações durante o mandato. Assim, a partir da análise dos projetos de lei foi possível concluir em que medidas eles formam direcionados às áreas de atuação profissionais nas quais os vereadores se inserem juntamente com a política. A partir da análise, dentro do período informado, pôde-se concluir que se forem observados todos os 284 projetos de lei, apenas 27% estavam ligados a essas áreas de atuação profissional dos parlamentares. Contudo, se o foco for direcionado de forma individual, essa conexão se mostra mais ativa. Nesse sentido, ganham destaque os três médicos que atuam no legislativo com projetos voltados à área de saúde: Dr. Antônio Aguiar, Dr. Adriano Miranda e Fiorilo. O primeiro com 52% dos PL. O segundo, com 46% e o terceiro com 25%. Depois aparecem os vereadores conectados com a área de segurança pública: Sargento Mello e Delegada Sheila (50% e 20% respectivamente). A religião é outro tema bem conectado aos PL de dois vereadores: André Mariano, com 40% e Julio Obama, com 5,5%. No caso de André Mariano, como observado nas entrevistas, o segmento religioso é visto como prioritário nas atividades do mandato. Assim, nota-se um elevado grau de relacionamento entre as atividades dos parlamentares no Legislativo municipal com interesses pessoais, ou voltados a vínculos, também pessoais, adquiridos fora do ambiente político.

Já em relação à atividades voltadas mais especificamente para os bairros, a conexão entre os requerimentos feitos e as zonas eleitorais onde os políticos foram mais votados se mostram mais acentuada. Isso porque seis vereadores (31% do total) fizeram mais

da metade de solicitações para essas zonas; outros seis focaram de 20 a 42 % dos requerimentos a esses locais, sendo que apenas sete tem percentuais menores que os 20%. O caso que chama mais atenção é o do vereador João Coteca, que destinou 93% das solicitações aos bairros onde obteve maior quantidade de votos, sendo também seu único projeto de lei voltado para aquela região. O próprio político admitiu que procura dar mais atenção para determinada região. Porém, o mesmo não aconteceu com outros parlamentares que apresentaram percentuais elevados sobre este respeito. Isso revela não somente a conexão eleitoral mantida entre políticos com determinadas localidades, como também uma ferramenta de campanha permanente, haja vista que ações do mandato são utilizadas como mecanismo de manutenção de capital político. Há, portanto, a chamada “utilização da máquina pública” como ferramenta de promoção política.

No último capítulo foi possível analisar como é feita a comunicação dos vereadores, tendo como principal enfoque a página do Facebook dos parlamentares, verificando de que forma os políticos estabelecem, por meio da comunicação, estratégias de conexão eleitoral e de campanha permanente. Contudo, com os dados obtidos nesta análise, algumas considerações podem ser feitas.

A primeira refere-se ao principal questionamento feito na pesquisa, sobre o quão efetiva é relação comunicacional dos vereadores de Juiz de Fora com a população. No Quadro 21 está o detalhamento das publicações dos vereadores da atual legislatura (2017-2020) entre os dias 19 de junho e 14 de julho. O quadro foi feito a partir das informações citadas no quinto capítulo e estão disponíveis nos anexos dessa dissertação. No quadro é possível observar a quantidade de curtidas, compartilhamentos, comentários e respostas feitas nas publicações, assim como a porcentagem de respostas dadas aos comentários pelos vereadores ou assessores.

Quadro 21 – Detalhamento das publicações dos vereadores da legislatura (2017-2020) entre os dias 19 de junho e 14 de julho.

VEREADOR (Partido)	CURT.	COMPART.	COMENT.	RESP.	%RES P
Delegada Sheila (PTC)	25.632	2.872	1.936	18	0,92%

Adriano Miranda (PHS)	13.224	1.041	1.002	137	13,6%
Charles Evangelista (PP)	5.243	229	347	95	27%
Marlon Siqueira (PMDB)	4.725	646	362	295	81%
Zé Marcio Garotinho (PV)	3.775	311	268	79	29,5%
Antônio Aguiar (PMDB)	3.338	126	243	212	87%
Ana Rossignoli (PMDB)	144	40	24	3	12,5%
André Mariano (PSC)	432	600	78	2	2,5%
Betão (PT)	1.810	704	91	2	2%
Cido Reis (PSB)	1.543	159	145	13	9%
Castelar (PT)	1.183	269	232	27	11,6%
Sargento Mello "Casal" (PTB)	999	393	76	0	0%
Julio Obama Jr. (PHS)	723	0	37	2	5,4%
Kennedy Ribeiro (PMDB)	198	3	3	1	33%
Rodrigo Mattos (PSDB)	186	1	2	0	0%
João Coteca (PR)	89	0	2	0	0%
Fiorilo (PTC)	0	0	0	0	0%
Pardal (PTC)	0	0	0	0	0%
Vagner de Oliveira (PSC)	0	0	0	0	0%

Fonte: Elaboração própria

Se considerarmos a concepção de Qualman (2011) sobre o mecanismo de curtidas e compartilhamentos ser a maneira mais efetiva de comunicação dentro do Facebook, visto que funciona como um verdadeiro boca a boca, percebe-se que há uma efetividade no que diz respeito à propagação das postagens pela rede. Isto porque a partir do momento em que há uma curta ou compartilhamento de qualquer postagem, a informação tende a aparecer na “linha do tempo” dos amigos (pessoas ligadas aos usuários) daquele indivíduo que curtiu ou compartilhou. Nota-se, neste sentido que onze dos dezenove vereadores obtiveram mais de mil curtidas dentro do período observado. Se o foco recair sobre os compartilhamentos percebe-se que nove dos dezenove vereadores obtiveram mais de 200 compartilhamentos. Destaca-se que o compartilhamento gera um engajamento maior, visto que propaga ainda mais a postagem feita pelo político, pois a publicação aparece permanentemente na “linha do tempo” do usuário, enquanto as curtidas aparecem apenas por alguns momentos para os seguidores dos usuários.

No que diz respeito ao diálogo feito entre vereadores/assessorias com a população através dessas postagens, observa-se que há uma menor efetividade do processo comunicacional visto que apenas dois vereadores (Dr. Antônio Aguiar e Marlon Siqueira) apresentaram percentuais maiores que 80% com relação à taxa de resposta aos comentários feitos nas publicações. Kennedy Ribeiro aparece com 33% dos comentários respondidos (respondeu 1 de 3). Zé Marcio “Garotinho” e Charles Evangelista ainda conseguem atingir a marca da “casa” dos 20%, mas, todos os outros têm um percentual de resposta muito baixo.

Contudo, a partir da entrevista com vereadores (entre os Apêndices V e NN) e de seus assessores (entre os apêndices OO e EEE) nota-se que quando perguntados sobre como o Facebook ajuda na construção das ações do mandato, somente o vereador André Mariano disse que não utiliza o espaço para este fim. Todos os outros afirmam que a página serve como ferramenta para receber demandas da população e transforma-las em solicitações ou projetos que atendam à sociedade. Todos os 19 vereadores afirmam ainda que há um contato direto com alguns bairros, complementando a comunicação feita em conjunto com a Internet, e, algumas vezes com outros tipo de mídia. Deste modo, a partir dos números apresentados nas redes sociais é possível afirmar que há efetividade na comunicação entre os vereadores e a população.

Outra consideração a ser feita também diz respeito ao objeto principal dessa pesquisa; se há um direcionamento das informações a públicos e a locais específicos. Ao analisar tanto as postagens quanto as entrevistas, ficou evidenciado que todos os vereadores

priorizam uma comunicação voltada para a conexão eleitoral ou campanha permanente (esses dois termos não são excludentes entre si), sendo que, deste modo, verificou-se de as formas pelas quais os parlamentares estabelecem esses tipos de posicionamento. As formas dessas manifestações foram variadas, desde o foco a determinada área de atuação profissional, ideologia política, religião ou segmento social em que o vereador seja ligado.

Contudo, a hipótese levantada no momento e, que a pesquisa foi proposta era de que os parlamentares direcionam maior quantidade de informações aos bairros nos quais foram mais votados ou que acreditam conseguir mais votos em eleições futuras. Após a observação, pode-se afirmar que esta hipótese não pôde ser confirmada. Não houve, nem através das postagens ou das entrevistas, qualquer indício de que as informações eram direcionadas a esses locais, mesmo com a grande maioria dos parlamentares afirmando que realizam uma comunicação presencial ou através de líderes comunitários em determinados bairros.

Sobre a atuação dos assessores de comunicação junto aos vereadores, foi possível concluir que há a preocupação, por parte dos parlamentares, em contar com profissionais especializados em seus gabinetes, mesmo que em pouca quantidade. Somente os vereadores Wagner de Oliveira e Ana Rossignoli não contam com um assessor deste tipo. No que tange o trabalho diário, pôde-se compreender que o Facebook é a principal ferramenta de comunicação com a população, com postagens diárias sendo realizadas. Concluiu-se também que é feito um trabalho de direcionamento de informações a determinados públicos através de mensagens patrocinadas pela maioria dos assessores. Outro questionamento feito quando o estudo foi proposto se referia ao grau de interferência dos vereadores no trabalho dos assessores de comunicação. Somente o relato de dois vereadores (Dr. Antônio Aguiar e Kennedy Ribeiro) de que não tinham qualquer tipo de interferência no trabalho dos profissionais pôde ser comprovado pelas entrevistas dos respectivos assessores de comunicação. Outro assunto abordado com esses profissionais dizia respeito ao planejamento de gestões de crise. Somente assessores de quatro vereadores (Dr. Adriano Miranda, Castelar, Marlon Siqueira e Pardal) disseram tem alguma atividade nesse sentido.

Através do estudo da comunicação dos vereadores de Juiz de Fora com a população, não somente foi possível analisar as peculiaridades e características da abordagem de vereadores e assessores sobre seus processos comunicacionais, mas também observar como é a relação dos governantes com a sociedade. Um relacionamento baseado em conexões, em sua maioria, individuais, prezando por interesses voltados a redutos eleitorais e à manutenção e acumulação de capital político.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *A Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política**. Rio de Janeiro, IUPERJ, 2001.
- AMES, B. **Os entraves da Democracia no Brasil**. Tradução de Vera Pereira. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.
- ARENDT, Hannah. **O que é política?**.3ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- ARNAUT, Cezar; BERNARDO, Leandro Ferreira. Virtù e Fortuna no pensamento político de Maquiavel. **Revista Acta Scientiarum**. Maringá, v. 24, n. 1, p. 091-102, 2002.
- AUSTEN-SMITH, David; BANKS, Jeffrey S. Electoral accountability and incumbency. In: **Models of Strategic Choice in Politics**. 1989.
- AVRITZER, Leonardo. **Limites e potencialidades da expansão democrática no Brasil**. Fórum Social Brasileiro. Belo Horizonte, 2003.
- AZEVEDO, Fernando Antônio. Agendamento da política. In: Rubim, Antonio Albino Canelas (Ed.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. São Paulo; Salvador: Unesp; EdUfba. p.41-71. 2004.
- BANZOLI, Lucas. **Manual de gerenciamento de crises**. Curitiba: UFPR, 2013.
- BAVARESCO, Agemir; PORTO, Tiago; SANTOS, Giovane M. Vaz dos. Representação Política Moderna e Brasileira. **Revista Clareira**.v.1 n.2. 2014.
- BAPTISTA, Anita; MELO, Paulo Victor. A propaganda política fora do “tempo da política”. V Congresso da Associação Brasileira de Pesquisa em Comunicação e Política. Curitiba: UFPR, 2013.
- BARROS, Antônio Teixeira de; BERNARDES; Cristiane Brum; RODRIGUES, Malena Rehbein. **Atuação parlamentar virtual: as estratégias dos deputados federais em seus websites**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015.
- BARROSO, Luís Roberto. **Curso de direito Constitucional Contemporâneo**. São Paulo: 2010.
- BAUER, Martin. Análise de conteúdo clássica. In: **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Vozes, 2010.
- BAUER, M; GASKELL, G; ALLUM, N. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento. In: **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Vozes, 2002.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **Construção social da realidade**. 26ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

BEZERRA, M. O. **Em nome das “bases”. Política, favor e dependência pessoal**. Rio de Janeiro: RelumeDumará, 1999.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010.

BLUMENTHAL, Sydney. **The Permanent Campaign: Inside the World of Elite Political Operatives**. Beacon Press: Boston, 1980.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política I**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

BOCCHINI, Bruno. Pesquisa mostra que 58% da população brasileira usam a internet. **Agência Brasil**, 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2016-09/pesquisa-mostra-que-58-da-populacao-brasileira-usam-internet>>. Acesso em 22 jul. 2017.

BONAVIDES, Paulo. **Ciência Política**. 10 ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 1968.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BORBA, Mário Pereira; BALDISSERA, Rudimar. Das Mídias à Midiatização: Reflexões Sobre Opinião Pública. In: **Anais do III ABRAPCORP**, São Paulo: UFRGS, 2009.

BORGES, Susana. Agendamento. In: CORREIA, João; FERREIRA, Gil; ESPÍRITO SANTO, Paula do. **Conceitos de Comunicação Política**. LabCom Books, 2010.

BOTTALLO, Eduardo Domingos. **Teoria da divisão dos poderes: antecedentes históricos e principais aspectos**. São Paulo, 2007.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2012.

BUENO, W. da C. Novos contornos da comunicação empresarial brasileira. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Umesp, v. 16, p. 71-99, 1989.

_____ **Comunicação e interatividade: a comunicação empresarial se prepara para enfrentar os desafios do século XXI**. Amparo: Comtexto Comunicação e Pesquisa/Unimed Amparo, 1995.

BURKE, Edmund. Speech to the Electors of Bristol, on His Being Declared by the Sheriffs Duly Elected One of the Representatives. In Parliament for That City, on Thursday, the 3rd of November, 1774. In: **Revista de sociologia e política**. v. 20, nº 44: 97-101, 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v20n44/v20n44a08.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

BUTLER, Patrick; COLLINS, Neil. Political Marketing: Structure and Process. **European Journal of Marketing**, v. 28, 1994, p.19-34.

CAMPELO, Francisca; MARMELO, Maria; RIBEIRO, Vasco; ROCHA, Marta; RODRIGUES, Inês. A assessoria de imprensa e as redes sociais: Estudo de caso sobre as mudanças no relacionamento fonte jornalista e o processo de produção do press release. **Revista Comunicação Pública**. Vol.10 nº 19, 2015. Disponível em: <http://cp.revues.org/1077>. Acesso em: 05 jan. 2017

CAMPILONGO, Celso Fernandes. **Representação política**. São Paulo, 1998.

CAMPOS, W.J. **O Absolutismo e a formação dos Estados Nacionais**. Belo Horizonte, 2009.

CANAVILHAS, J. **A Comunicação Política na Era da Internet**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade Beira Interior, 2009.

CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.

CAPELLA, Ana C. N. Perspectivas Teóricas sobre o Processo de Formulação de Políticas Públicas. **BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**. São Paulo, ANPOCS (pp. 25-52). 2006.

CÁRDENAS, Emilio. **Gobiernos en campaña permanente**. La Nacion, 2013. Disponível em: <http://www.lanacion.com.ar/1570810gobiernosencampanapermanente>. Acesso em: 21 maio 2017.

CARLOS, Euzineia; SILVA, Marta Zorzal e. **Associativismo, participação e políticas públicas**. Revista Política e Sociedade, Vitória, n.9, p. 163-194, out. 2006.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo**. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2009.

CARVALHO, José Murilo de. **Mandonismo, Coronelismo, Clientelismo: Uma Discussão Conceitual**. Rio de Janeiro, 1997.

CERVI, Emerson. **Priming: hipótese teórica que relaciona estudos de recepção com julgamentos sobre governantes**. Curitiba, Conceitos de Comunicação Política, p. 145-154, abril de 2010.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge. (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 2.ed São Paulo: Atlas, 2003.

CHAUI, Marilena de Souza. **Convite à filosofia**. 6. ed. São Paulo: Ática, 1997.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: como fazer**. São Paulo: Summus, 2003.

CMJF. **Câmara restitui mandato dos cassados**. Site da Câmara Municipal de Juiz de Fora. 2014. Disponível em: <http://isal.camarajf.mg.gov.br/noticias.php?cod=7405>. Acesso em 06 jul. 2017

CMJF. **Lei nº 001, de 15 de dezembro de 1947**. Site da Câmara Municipal de Juiz de Fora. 1947. Disponível em: <http://isal.camarajf.mg.gov.br/sal/norma.php?nqn=001&njc=&njt=LEI>. Acesso em 06 jul. 2017

CMJF. **História da Câmara Municipal de Juiz de Fora. Juiz de Fora**, 2005. Disponível em: <http://isal.camarajf.mg.gov.br/geral.php?tipo=HISTHINO&c=4>. Acesso em 06 jul. 2017

CMJF. **Lei nº 13093, de 06 de Fevereiro de 2015**. Site da Câmara Municipal de Juiz de Fora. 2015. Disponível em: <http://isal.camarajf.mg.gov.br/sal/norma.php?nqn=13093&njc=&njt=LEI>. Acesso em 06 jul. 2017.

COOK, Nicholas. **Análise Musical Multimedia**. Oxford : Clarendon Press, 1998.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Cultura e sociedade no Brasil: ensaios sobre idéias e formas**. Rio de Janeiro, 3ed., DP&A, 2005.

DEARING, James; ROGERS, Everett. **Agenda-Setting: Communication concepts**. 1996.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo. Contraponto, 1992.

DIAS, Rodrigo. Bourdieu: um clássico ainda não reconhecido como tal. Blog Sociologia e antropologia, 2012. Disponível em: <http://sociologiaeantropologia.blogspot.com.br/2012/06/resenha-de-o-poder-simbolico.html>. Acesso em 29 abr. 2017.

DOURADO, Zildenor Ferreira. **Comunicação Social da Câmara Legislativa: a política do faz-de-conta e o desperdício de recursos públicos**. Brasília, 2008.

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa no Brasil. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica**. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. Pequeno guia de relacionamento com a imprensa para fontes da área pública. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. (Org.). **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. 1ed. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2006.

_____. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org). **Comunicação pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.

ESTEVES, Paulo Luiz Moreaux Lavigne. Cordialidade e familismo amoral: os dilemas da modernização. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. 1998. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S010269091998000100006>. Acesso em 01 maio 2017.

FACEBOOK, 2017. **Facebook para empresas**. Disponível em: www.facebook.com/business/products/pages. Acesso em: 02 nov. 2017.

SIQUEIRA, André. Como o Edge Rank do Facebook funciona e por que isso é importante para sua empresa. **Site Resultados Digitais**, 2012. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/como-o-edgerank-do-facebook-funciona-e-por-que-isso-e-importante-para-sua-empresa/>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

FENAJ. **Manual de assessoria de comunicação**. Brasília, 2007.

FERNANDES, Carla Montuori; OLIVEIRA, Luiz Ademir de, LEAL, Paulo Roberto Figueira; MARTINS, Thamiris Franco. Campanha permanente de Dilma Rousseff: uma análise da comunicação governamental e das estratégias eleitorais. **Mediaciones Sociales**, nº 15, pp. 81-100. 2016.

FORNI, João José. Comunicação em tempo de crise. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FRAGA, Marcelo. **A visão política de Thomas Hobbes**. 2012. Disponível em: <https://esbocosfilosoficos.com/tag/filosofia-politica/>. Acesso em: 21 jan. 2017

FREITAS JÚNIOR, Antônio de. O pensamento político de Maquiavel. **Revista de Informação Legislativa**. Brasília, 2007.

GALICIA, J. S. Treinta claves para entender el poder. **Léxico de lanueva Comunicación Política**. México: Piso 15 Editores, 2010.

GENOVEZ, Patrícia Falco. **Câmara dos Compadres: Relações Familiares na Câmara Municipal de Juiz de Fora (1883-1889)**. Juiz de Fora, 1996.

GELAPE, Lucas de Oliveira; PEREIRA, Rodolfo Viana. Anacronismo do sistema proporcional de lista aberta no Brasil: Ocaso das razões originárias de sua adoção. **Revista de Informação Legislativa**, 2015.

GOFFMANN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. **Frame Analysis: los marcos de la experiencia**. Madri: Siglo XXI, 2006.

_____. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis: Editora Vozes. 2012.

GOMES, Alessandra. **Meios de comunicação e representação das mulheres na política: narrativas jornalísticas e autopercepção identitária das deputadas federais**. Dissertação de mestrado. UFJF, Juiz de Fora, 2014.

GOMES, Wilson. **Theatrum Politicum: a encenação política na sociedade dos mass mídias**. In: BRAGA, José Luiz. PORTO; Sérgio Dayrell; NETO, Antônio Fausto. **A encenação dos sentidos: mídia cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1995, p. 69-96.

- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo, Paulus, 2004.
- GONÇALVES, Carolina. Entenda os tipos de sistema eleitoral em discussão na reforma política. **Agência Brasil**, 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2016-10/entenda-os-tipos-de-sistema-eleitoral-em-discussao-na-reforma-politica>>. Acesso em 22 jul. 2017.
- GOODWIN JR. James William. **A modernidade como projeto conservador: a atuação da Câmara Municipal de Juiz de Fora. 1850-1888**. Juiz de Fora, 1996.
- GROHMANN, Rafael. **A personalização da política e os personagens televisivos: um estudo do Horário Eleitoral Gratuito na disputa pela prefeitura de Juiz de Fora em 2008**. Trabalho de Conclusão de Curso. UFJF, Juiz de Fora, 2009.
- HALL, Stuart. **Identidade Cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 7.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- HANGAI, Luis Antônio. A Framing Analysis de Goffman e sua aplicação nos estudos em Comunicação. **Revista Ação midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**. Universidade Federal do Paraná. Vol. 2. Nº 1. Ano 2012
- HECLO, H. Campaigning and Governing: A conspectus. **The Permanent Campaign and Its Future**. American Enterprise Institute and The Brookings Institution, Washington D.C.. Cap. 1, págs. 1-37, 2000.
- HOBSBAWM, E. J. **A era das revoluções**. São Paulo: Paz e Terra, 1996
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HJARVARD, Stig. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. 2012.
- JORGE, Vladimyr. **Poder Legislativo e meios de comunicação de massa**. 2003.
- KERBAUY. Maria Teresa Miceli. **Câmaras Municipais, Partidos e Negociações Políticas**. Louisiana, 2008.
- KUSCHNIR, Karina. **O cotidiano na política**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- LACERDA, Patrícia Cunha. **A história social de Juiz de Fora no Século XIX**. Belo Horizonte, 2009.
- LAGO, Ivann Carlos. **CONEXÃO ELEITORAL: Geografia do voto, comportamento parlamentar e reeleição entre os deputados federais do Sul do Brasil / 1998-2006**. Tese de doutorado: UFSC, 2010.
- LEAL, Paulo Roberto Figueira. **A nova ambiência eleitoral e seus impactos na comunicação política**. Juiz de Fora, Revista Lumina nº2, p. 66-67, jul/dez 2002.

_____. **Identidades políticas e personagens televisivos**. Rio de Janeiro, Editora Corifeu, 2007.

_____. **Os riscos do personalismo na política**. Juiz de Fora, A3, 2ª Ed. p. 12, abril de 2012.

LEAL, Paulo Roberto; TENÓRIO, Giliard. **A relação entre Mídia e Política à luz dos conceitos de Indústria Cultural e de Esfera Pública**. Politicom, 2015.

LEAL, Paulo Roberto; XAVIER, Luiz Gustavo. O problema da representação política: as personas dos candidatos a prefeito de Juiz de Fora. Juiz de Fora, **Revista Lumina** - v.7, n.1/2, p.89-100, jan./dez. 2004.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, Enxada e Voto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1960.

LEGISLATURA CMJF. **Legislatura da Câmara Municipal de Juiz de Fora (2016-2020)**. Site da Câmara Municipal de Juiz de Fora. 2017. Disponível em: <http://isal.camarajf.mg.gov.br/legislatura.php>. Acesso em 06 jul. 2017

LIMA, Venício A. de. **Sete teses sobre mídia e política no Brasil**. Revista USP, São Paulo, n.61, p. 48-57, 2004.

LIPPMAN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis, Ed. Vozes, 2. ed, 2010. MANIN, Bernard. **As Metamorfoses do Governo Representativo**, Revista Brasileira de Ciências Sociais”, n° 29, outubro de 1995.

LOPES, Boanerges. **O que é assessoria de imprensa**.3.ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.

MACEDO, Roberto; MANHANELLI, Carlos. **A assessoria de imprensa no cenário do marketing político**. São Paulo: UMESP, 2008.

MANIN, Bernard. Metamorfoses do governo representativo. **Revista brasileira de ciências sociais**, vol. 29, ano 10, outubro, 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 de mestrado. Juiz de Fora: UFJF, 2016.

MATOS, H. G. de. Comunicação Política e Comunicação Pública. **Revista Organicom**. ECA/USP. São Paulo. Ano 3, n04, 2006.

_____. **Comunicação pública : interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2012.

MCCOMBS, Maxwell. A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública. Petrópolis, Ed. Vozes, 1ª. ed, 2004.

MESSEMBERG, Débora. **Produção legislativa e representações políticas da elite parlamentar brasileira**. 32º Encontro Anual da Anpocs. Caxambu, 2008.

MEYER, Thomas, HINCHMAN, Lew. **Democracia midiática: como a mídia coloniza a política**. Edições Loyola, 2008.

MIGUEL, Luís Felipe. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o congresso brasileiro. **Revista Sociologia Política**. Curitiba, 2003.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Revista Lua Nova**. São Paulo, 2002.

MONTEIRO, Jorge Vianna. Elementos da conexão eleitoral. **Revista Administração Pública**. Rio de Janeiro, 2010.

MONTESQUIEU. **O espírito das leis**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MORAIS JUNIOR, João Nunes. **Estado Constitucional de Direito: breves considerações sobre o Estado de Direito**. Londrina, 2007

MOREIRA, Rosa. ULHÔA, Eliane. **O Papel do Assessor**. Brasília: Fenaj, 1996.

MOTA, Ana Carolina Yoshida Hirano de Andrade. **Accountability no Brasil: os cidadãos e seus meios institucionais de controle dos representantes**. Tese de doutorado. São Paulo: USP, 2006.

MÜLLER, Karin; SILVA, Andreza Tasiane da. **Comunicação Pública no Cenário 2.0: Possibilidades e Desafios**. Intercom, 2014.

NASCIMENTO, Iara Marques do. Jornalismo, assessorias de imprensa e gestão de crises. In: LOPES, Boanerges (Org). **Comunicação Empresarial: transformações e tendências**. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

NETO, Murilo Sérgio da Silva. **O sistema eleitoral proporcional no Brasil**. Brasília: IDP, 2009.

NICOLAU, Jairo. A representação política e a questão da desproporcionalidade no Brasil. **Revista Novos Estudos**, 1992.

NICOLAU, J. **Como controlar o representante? Considerações sobre as eleições para a Câmara dos Deputados no Brasil**. Dados, Rio de Janeiro, v.45, n.2, p.219-236, 2002.

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. P. 83-108.

NUNES, Edson. **A Gramática Política do Brasil: Clientelismo e Insulamento Burocrático**. 2ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar 1999.

O'DONNELL, Guillermo. **Accountability horizontal e novas poliarquias**. Lua Nova, 1998.

OLIVEIRA, Bárbara. **A Câmara Municipal de Juiz de Fora no período autoritário (1984-1985): Impactos sobre a instituição e a dinâmica político-eleitoral.** Juiz de Fora, 2015.

OLIVEIRA, Clara Maria Brum de; TROTTA, Wellington. **A dimensão política segundo Platão e a crítica de Aristóteles.** São Paulo: Ediouro, nº 1, julho – 2006.

PHETS, Lucas. **A tendência à “presidencialização” no parlamentarismo britânico: a cobertura do The Times e do The Guardian nas eleições gerais do Reino Unido em 2015 e o processo de personalização da política.** Dissertação de mestrado. UFJF, Juiz de Fora, 2016.

PONTES, Carla Sena. **A atuação da Justiça Eleitoral na fiscalização das contas dos candidatos e partidos políticos.** Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PUC, 2008.

PITKIN, Hannah Fenichel. **The Concept of Representation.** University of California Press. Berkley. 1972.

PORTER, J. **Facebook for Public Relations.** 2010. Disponível em: <http://blog.journalistics.com/2010/facebookfor-public-relations/>. Acesso em 05 jan. 2017.

QUALMAN, Erik. **Socialnomics: como as mídias sociais estão transformando a forma como vivemos e fazemos negócios.** São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

QUEIROZ, VINNY. **O controle de constitucionalidade das medidas provisórias.** PUC: Rio de Janeiro, 2015

RAMOS, Vitor; NUNES, Bárbara; ALMEIDA, Vitor; GUERRA, Márcio. **Mediatização e poder: as influências da comunicação na realidade política do Brasil.** São Paulo: Politicom, 2017.

REIS, Cláudio. O pensamento político de Maquiavel e o nacional popular: análise sobre os *Quaderni* de Antonio Gramsci. **Revista Teoria e Pesquisa.** vol. 21, n. 2, p. 87-96, jul./dez. 2012

RESENDE, Antônio José Calhau de. **As funções do Poder Legislativo.** Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, Escola do Legislativo, 2015.

RODRIGUES, Fabyanne. **A importância da assessoria de imprensa para a representação e qualidade da democracia.** Brasília, 2010.

ROSSET, Luciano. A democracia ateniense: filha de sua história, filha de sua época. **Revista de Cultura Teológica.**v. 16 - n. 64. 2008.

RUBI, Antoni Gutiérrez. **Campaña y comunicación permanente.**El telegrafo, 2014. Disponível em: <http://www.gutierrezrubi.es/2014/10/27/campanaycomunicacionpermanente/>. Acesso em: 21 maio 2017.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Espetáculo, Política e Mídia.** São Paulo, 2001.

RUZZA, Antônio. **Rousseau e a moralidade republicana no contrato social**. São Paulo, 2007.

SALLES, Clarisse Lizardo. **A Assessoria de Imprensa no setor público: o caso Prefeitura Municipal de Belo Horizonte**. Juiz de Fora: UFJF. Monografia apresentada à Banca Examinadora na Disciplina Projeto Experimental II. 2004.

SAMPAIO, Thiago. **A mídia e a campanha permanente: a disputa pela atribuição de responsabilidade no primeiro mandato da presidente Dilma Rousseff (2011-2014)**. Belo Horizonte, 2016.

SANTAELLA, L. **Ecologia Pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTANA, Cátia. **A comunicação digital partidária em períodos não eleitorais**. Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade do Porto, 2012.

SANTOS, Flávio Geraldo Vieira dos. **O poder legislativo local como imperativo de controle, participação e de legitimidade democrática**. Belo Horizonte, 2015.

SANTOS, Tamires Dias dos. Theodor Adorno: uma crítica à indústria cultural. **Revista Trágica: estudos de filosofia da imanência**. Vol. 7. nº 2, pp.25-36. 2014.

SARTOR, Basílio Alberto. Assessoria de imprensa e visibilidade: a imagem-conceito das organizações no incontrolável domínio da notícia. **Revista Conexão: Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 7, n. 14, jul./dez. 2008.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gerárd. **O Estado espetáculo**. São Paulo, Círculo do Livro, 1977.

SENISE, Diego. **Efeito priming aplicado em comunicação: um meta-análise**. Dissertação de mestrado. USP, São Paulo, 2015.

SHAW, E. Agenda-Setting and Mass Communication Theory. **International Journal for Mass Communication Studies**, vol. XXV, n.º 2, pp. 96-105. 1979.

SHEAFER, Tamir; WEIMAN, Gabriel. Agenda-Building, Agenda-Setting, Priming, Individual Voting Intentions and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections". **Journal of Communication**, 2005.

SILOTTO, G. **A dimensão regional das estratégias partidárias em eleições proporcionais de lista aberta no Brasil**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2016.

SILVA, Daniel Ribeiro da. Adorno e a Indústria Cultural. **Revista Urutagua**, 2002. Disponível em: <http://www.urutagua.uem.br/04fil_silva.htm>. Acesso em 29 abr. 2017.

SIRINELLI, Jean-François. Os intelectuais. In: RÉMOND, René. **Por uma história política**. 2. Ed., Rio de Janeiro, Editora FGV, 2003.

SOUZA, José Alves de. **O Princípio da separação de poderes/funções na Constituição de 1.988**. Brasília, 2014.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

THOMPSON, John. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

TSE. **Conheça as novas regras das Eleições Municipais de 2016**. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Janeiro/conheca-as-novas-regras-das-eleicoes-municipais-de-2016>. Acesso em: 10 ago. 2016.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: a Study in the Construction of Reality**. Nova Iorque: Free Press, 1978.

VEIGA, Marcelo. **Pensamento político moderno e fundamentos dos direitos humanos: perspectivas para o século XXI**. Dissertação de mestrado. PUC, São Paulo, 2007.

WEBER, Maria Helena. Imagem Pública. In: RUBIM, Albino (Org.). **Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens**. Salvador: EDUFBA/ Editora UNESP, 2004.

WEFFORT, Francisco. **Os clássicos da política**. 14. ed. – São Paulo : Ática, 2011.

WOLF, Mauro. **Mass media: contextos e paradigmas. Novas tendências. Efeitos a longo prazo. O newsmaking**. Lisboa: Fabbri, 1999.

APÊNDICE

APÊNDICE A – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR ADRIANO MIRANDA (PHS) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
FRASES MOTIVACIONAIS	14/07	38	6	3	0
	06/07	29	1	2	0
	22/06	17	4	3	0
	19/06	9	2	1	0
TOTAL		93	13	9	0
CAMPANHAS CONC/ DOAÇÃO	05/07	40	3	3	1
	28/06	45	0	4	0
	21/06	22	2	2	1
	20/06	13	4	0	0
TOTAL		120	9	9	2
PROJETOS DE LEI	14/07	48	5	5	0
	13/07	32	4	3	0
	11/07	21	4	1	0
	05/07	53	3	9	1
	04/07	732	125	130	47

	21/07	200	19	26	6
TOTAL		1086	160	174	54
	13/07	64	11	3	1
AÇÕES DO MANDATO	11/07	32	6	1	1
	11/07	1840	174	216	36
	03/07	979	129	82	2
	30/06	61	2	5	0
	27/06	28	0	2	0
	27/06	594	66	38	0
	23/06	31	17	12	1
	22/06	4354	263	304	14
TOTAL		7983	668	663	55
INFORMAÇÕES SOBRE JF	12/07	28	1	1	0
	11/07	28	1	0	0
	06/07	22	1	1	0
TOTAL		78	3	2	0
TRABALHO NAS COMISSÕES	12/07	60	4	7	0
	20/06	1232	53	23	1
	20/06	9	2	1	0

TOTAL		1301	58	31	1
TRABALHO PROFISSIONAL	30/06	1904	34	65	13
TOTAL		1904	34	65	13
VÍDEOS PRONUNC. PLENÁRIO	10/07	278	33	31	2
	06/07	27	1	0	0
	26/06	13	4	2	0
	19/06	15	2	0	0
TOTAL		333	40	33	2
INFORMES (EDUCATIVOS AVISOS NOTÍCIAS)	10/07	40	17	1	2
	04/-7	54	27	3	2
	03/07	22	2	2	0
	28/06	41	0	2	1
	27/06	27	1	0	0
	23/06	11	2	0	0
TOTAL		195	49	8	5
FOTOS DO MANDATO	30/06	42	6	1	0

	28/06	29	0	1	0
	19/06	46	1	4	4
	19/06	14	0	3	1
TOTAL		131	7	9	5

TPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% Postagens
Frases motivacionais	93	13	9	0	4	9%
Campanhas de conscientização ou doação	120	9	9	2	4	9%
Projetos de Lei	1086	160	174	54	6	14%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) - assilmp	7983	688	663	55	9	20%
Informações sobre JF	78	3	2	0	3	7%
Trabalho nas comissões	1301	58	31	1	3	7%
Trabalho profissional	1904	34	65	13	1	2%
Vídeos pronunciamentos no plenário	333	40	33	2	4	9%
Informes (educativos ou avisos)	195	49	8	5	6	14%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	131	7	9	5	4	9%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	13224	1041	1003	137	44	
						13,6% respondidos

APÊNDICE B – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DA VEREADORA ANA ROSSIGNOLI (PMDB) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
PROJETOS DE LEI	28/06	144	40	24	3
TRABALHO NAS COMISSÕES	29/06	17	0	0	0
TOTAL		161	40	24	3

TPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	144	40	24	3	1	50%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info)	0	0	0	0	0	0%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	17	0	0	0	0	50%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Videos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	144	40	24	3	1	
				12,5% respondido		

APÊNDICE C – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR ANDRÉ MARIANO (PSC) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

AÇÕES DO MANDATO	04/07	20	33	0	0
	22/06	22	36	1	0
	21/06	5	0	1	0
TOTAL		47	69	2	0
TRABALHO NAS COMISSÕES	07/07	7	31	0	0
	01/07	9	27	0	0
	30/06	29	45	1	0
	28/06	17	59	2	0
	24/06	11	44	2	1
	23/06	29	44	0	0
TOTAL		102	250	5	1
FOTOS DO MANDATO	20/06	70	6	53	0
TOTAL		70	6	53	0
DATAS COMEMOR.	28/06	25	1	1	0
	21/06	23	37	2	1
TOTAL		48	38	3	1

MENSAGENS PESSOAIS	10/07	36	0	2	0
	26/06	5	7	0	0
	25/06	124	236	8	0
TOTAL		165	243	10	0

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – assilimp	47	69	2	0	3	20%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	102	250	5	1	6	40%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	70	6	53	0	1	7%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	48	38	3	1	2	13%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	165	243	10	0	3	20%
	432	600	78	2	15	
				2,5% respondido		

APÊNDICE D – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR DR. ANTÔNIO AGUIAR (PMDB) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
FRASES MOTIVACIONAIS	01/07	81	1	4	4
	19/07	80	0	14	12
	TOTAL	161	1	18	16
PROJETOS DE LEI	13/07	177	25	16	15
	09/07	63	1	1	1
	06/07	73	1	7	7
	29/06	76	0	8	8
	25/06	64	0	4	2
	22/06	44	12	9	8
TOTAL		497	39	45	41
	13/07	64	11	3	1
AÇÕES DO MANDATO	11/07	32	6	1	1
	11/07	1840	174	216	36
	03/07	979	129	82	2
	30/06	61	2	5	0
	27/06	28	0	2	0

	27/06	594	66	38	0
	23/06	31	17	12	1
	22/06	4354	263	304	14
TOTAL		7983	668	663	55
TRABALHO PROFISSIONAL	30/06	1904	34	65	13
TOTAL		1904	34	65	13
VÍDEOS PRONUNC. PLENÁRIO	10/07	278	33	31	2
	06/07	27	1	0	0
	26/06	13	4	2	0
	19/06	15	2	0	0
TOTAL		333	40	33	2
INFORMES (EDUCATIVOS <u>AVISOS NOTÍCIAS</u>)	10/07	40	17	1	2
	04/-7	54	27	3	2
	03/07	22	2	2	0
	28/06	41	0	2	1
	27/06	27	1	0	0
	23/06	11	2	0	0

TOTAL		195	49	8	5
FOTOS DO MANDATO	30/06	42	6	1	0
	28/06	29	0	1	0
	19/06	46	1	4	4
	19/06	14	0	3	1
TOTAL		131	7	9	5

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	161	1	18	16	2	4%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	497	39	45	41	6	12%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req. ped. Info) – ass/imp	2088	54	150	134	32	64%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	95	13	1	0	3	6%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	320	16	23	16	5	10%
Participação em eventos	177	3	7	5	2	4%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais	0	0	0	0	0	0%
	3338	126	243	212	50	
						87,2% respondidos

APÊNDICE E – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR BETÃO (PT) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
FRASES MOTIVACIONAIS	27/06	21	0	0	0
	21/06	17	14	1	0
TOTAL		38	14	1	0
PROJETOS DE LEI	06/07	24	11	0	0
TOTAL		24	11	0	0
AÇÕES DO MANDATO	13/06	39	15	1	0
	11/06	21	2	0	0
	10/06	15	1	0	0
	08/06	49	19	7	0
	30/06	62	15	1	0
	24/06	21	13	5	0
	21/06	21	0	3	0
TOTAL		228	65	17	0

INFORMAÇÕES SOBRE JF	03/07	52	14	2	0
	30/06	182	123	1	0
	29/06	160	0	2	0
	20/06	16	3	0	0
	19/06	12	12	0	0
TOTAL		422	152	5	0
INFORMES (<u>EDUCATIVOS</u> <u>AVISOS</u> <u>NOTÍCIAS</u>)	10/07	38	0	0	0
	22/06	7	4	0	0
TOTAL		45	4	0	0
FOTOS DO MANDATO	02/07	35	0	0	0
	23/06	31	2	0	0
TOTAL		66	2	0	0
	16/07	22	2	0	0

MENSAGENS (PESSOAIS IDEOLÓGICAS PARTIDÁRIAS)	14/07	130	103	4	0
	12/07	430	185	40	1
	11/07	132	134	10	1
	10/07	28	1	1	0
	05/07	49	0	4	0
	27/06	21	0	0	0
	26/06	78	16	2	0
	25/06	44	5	0	0
	21/06	24	6	6	0
	20/06	26	4	1	0
TOTAL		987	456	68	2

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	38	14	1	0	2	7%
Projetos de Lei	24	11	0	0	1	3%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – assilimp	228	65	17	0	7	25%
Informações sobre JF	422	152	5	0	5	17%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	45	4	0	0	2	7%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	66	2	0	0	2	7%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	987	456	68	2	11	44%
	1810	704	91	2	30	

2% respondido

APÊNDICE F – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR WANDERDON CASTELAR (PT) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
ACÇÕES DO MANDATO	04/07	474	67	44	4
TOTAL		474	67	44	4
VÍDEOS PRONUNC. PLENÁRIO	12/07	393	42	139	2
TOTAL		393	42	139	2
MENSAGENS (PESSOAIS IDEOLÓGICAS PARTIDÁRIAS)	19/07	316	160	49	21
TOTAL		316	160	49	21

TPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ., títulos, req, ped. Info) – assilimp	474	67	44	4	1	34%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	393	42	139	2	1	33%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas, perfil; capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	316	160	49	21	1	33%
	1183	269	232	27	3	
				11,6% respondido		

APÊNDICE G – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR CHARLLES EVANGELISTA (PP) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
FRASES MOTIVACIONAIS	11/07	2	1	0	0
	09/07	3	0	0	0
	02/07	7	1	0	0
TOTAL		12	2	0	0
CAMPANHAS DE CONSC. OU ADOÇÃO	14/07	3	0	0	0
	13/07	2	0	0	0
	10/07	1	0	0	0
	04/07	67	43	2	1
TOTAL		73	43	2	1
PROJETOS DE LEI	01/07	50	0	1	1
	29/06	311	16	26	11
TOTAL		361	16	26	11

AÇÕES DO MANDATO (atividades, requerimentos, títulos, ped. Informação – assessoria ou imprensa)	14/07	2	0	2	1
	13/07	2	0	0	0
	12/07	205	1	3	2
	12/07	3	0	0	0
	12/07	3	0	0	0
	12/07	216	5	15	6
	11/07	131	4	8	1
	08/07	3	0	0	0
	07/07	544	39	50	16
	07/07	8	0	0	0
	06/07	5	0	0	0
	06/07	149	2	10	1
	05/07	7	1	0	0
	05/07	116	2	7	3
	01/07	246	15	20	16
	30/06	134	1	4	1
	27/06	305	2	14	5
	26/06	134	0	1	0
	25/06	193	0	7	2

	23/06	195	0	7	6
	19/06	1	0	0	0
TOTAL		2602	72	148	60
INFORMAÇÕES SOBRE JF	10/07	3	30	0	0
	29/06	1	0	0	0
TOTAL		4	0	0	0
TRABALHO NAS COMISSÕES	08/07	3	0	0	0
	05/07	76	1	2	2
	04/07	59	1	3	3
	29/06	2	0	0	0
	29/06	5	2	0	0
	25/06	86	0	2	1
TOTAL		231	4	7	6
VÍDEOS PRONUNC. PLENÁRIO	07/07	10	1	0	0
	03/07	5	0	0	0
	02/07	4	0	1	1

	30/06	5	0	0	0
TOTAL		24	1	1	1
FOTOS DO MANDATO	03/07	292	0	11	0
TOTAL		292	0	11	0
PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS	11/07	4	1	0	0
TOTAL		4	1	0	0
DATAS COMEMOR.	03/07	3	0	0	0
TOTAL		3	0	0	0
MENSAGENS (PESSOAIS IDEOLÓGICAS PARTIDÁRIAS)	08/07	21	0	1	0
	03/07	194	0	19	5
	02/07	20	1	0	0
	01/07	644	1	7	1
	30/06	202	36	87	1
	30/06	50	1	18	3

	27/06	13	0	4	0
	23/06	515	51	15	5
TOTAL		1659	90	151	15

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	12	2	0	0	3	6%
Campanhas de conscientização ou doação	73	43	2	1	4	7%
Projetos de Lei	361	16	27	12	2	4%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. info) - assilmp	2602	72	148	60	21	40%
Informações sobre JF	4	0	0	0	2	4%
Trabalho nas comissões	231	4	7	6	6	11%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	24	1	1	1	4	7%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	292	0	11	0	1	2%
Participação em eventos	4	1	0	0	1	2%
Datas Comemorativas	3	0	0	0	1	2%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	1659	90	151	15	8	15%
	5243	229	347	95	53	
				27% respondido		

APÊNDICE H – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR CIDO REIS (PSB) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
CAMPANHAS DE CONSC. OU ADOÇÃO	30/06	28	0	1	0
TOTAL		28	0	1	0
PROJETOS DE LEI	12/07	1105	84	99	12
	06/07	68	19	14	0
	05/07	29	5	1	0
TOTAL		1202	108	114	12
AÇÕES DO MANDATO (atividades, requerimentos, títulos, ped. Informação – assessoria ou imprensa)	07/07	68	19	14	0
	30/06	61	11	4	1
	22/06	63	3	9	0
	22/06	86	14	3	0

TOTAL		278	47	30	1
PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS	20/06	35	4	0	0
TOTAL		35	4	0	0

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	28	0	1	0	1	11%
Projetos de Lei	1202	108	114	12	3	33%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – assimp	278	47	30	1	4	45%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	6%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	35	4	0	0	1	11%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	1543	159	145	13	9	
				9% respondidos		

APÊNDICE I – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DA VEREADORA DELEGADA SHEILA (PTC) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
FRASES MOTIVACIONAIS	11/07	139	0	9	0
	03/07	260	34	21	0
	02/07	172	3	21	0
	30/06	185	13	35	0
	23/06	292	25	35	0
	21/06	430	5	62	0
	19/06	205	21	28	0
TOTAL		1683	101	202	0
CAMPANHAS DE CONSC. OU ADOÇÃO	07/06	56	11	2	0
	22/06	395	152	16	8
	21/06	42	1	0	0
TOTAL		493	164	18	8
PROJETOS DE LEI	14/07	2640	73	120	0

TOTAL		2640	73	120	0
AÇÕES DO MANDATO (atividades, requerimentos, títulos, ped. Informação – assessoria ou imprensa)	10/07	51	2	2	0
	27/06	958	19	32	0
	26/06	37	3	2	0
	23/06	184	15	3	0
TOTAL		1230	39	39	0
INFORMAÇÕES SOBRE JF	12/07	66	0	0	0
	12/07	104	3	5	0
	11/07	2157	738	196	0
	11/07	72	5	0	0
	07/07	273	13	17	0
	06/07	218	11	7	0
	30/06	64	3	3	0
	27/06	49	0	5	0
	24/06	91	2	1	0

	22/06	90	4	7	0
	19/06	59	3	2	0
TOTAL		3243	782	243	0
TRABALHO NAS COMISSÕES	07/07	41	0	3	0
	07/07	173	3	7	0
	06/07	33	2	1	0
	30/06	533	48	17	1
	29/06	52	0	0	0
	29/06	43	6	0	0
	23/06	942	130	47	8
TOTAL		1817	189	77	9
VÍDEOS PRONUNC. PLENÁRIO	21/06	220	18	43	0
TOTAL		220	18	43	0
	13/07	51	1	3	0
	12/07	217	22	3	0

**INFORMES
(EDUCATIVOS
AVISOS
NOTÍCIAS)**

12/07	116	11	2	0
10/07	775	76	89	0
10/07	68	3	0	0
08/07	37	3	0	0
08/07	191	20	9	0
06/07	143	11	11	0
05/07	832	53	71	0
04/07	26	0	0	0
04/07	101	27	1	0
03/07	124	29	1	0
02/07	59	3	3	1
02/07	144	1	11	0
29/06	77	1	3	0
27/06	1508	147	151	0
25/06	68	16	0	0
22/06	649	647	81	0
22/06	42	2	2	0
21/06	779	60	125	0
20/06	133	0	7	0
19/06	46	1	0	0

	19/06	28	1	0	0
TOTAL		6214	1135	570	0
DATAS COMEMOR.	13/07	258	27	5	1
	03/07	228	1	5	0
	26/06	98	1	4	0
	24/06	376	19	40	0
	20/06	78	0	6	0
TOTAL		1038	54	60	1
MENSAGENS PESSOAIS	13/07	76	24	3	0
	09/07	161	22	12	0
	07/07	273	71	31	0
	05/07	947	0	59	0
	05/07	355	17	52	0
	01/07	117	23	6	0
	01/07	228	27	16	0
	25/06	1736	3	103	0
	24/06	2133	1	221	0

	22/06	330	16	19	0
	21/06	106	40	14	0
	20/06	490	50	27	0
	20/06	102	16	1	0
TOTAL		7054	310	564	0

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	1683	101	202	0	7	10%
Campanhas de conscientização ou doação	493	164	18	8	3	4%
Projetos de Lei	2640	73	120	0	1	1%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req. ped. Info) – assilmp	1230	39	39	0	4	5%
Informações sobre JF	3243	789	243	0	11	15%
Trabalho nas comissões	1817	189	77	9	7	9%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	220	18	43	0	1	1%
Informes (educativos ou avisos)	6214	1135	570	0	23	31%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	1038	54	60	1	5	7%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	7054	310	564	0	13	17%
	25632	2872	1936	18	75	
				0,92% respondido		

APÊNDICE J – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR JOÃO COTECA (PR) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
AÇÕES DO MANDATO	11/07	24	0	0	0
TOTAL		24	0	0	0
TRABALHO NAS COMISSÕES	27/06	19	0	1	0
TOTAL		19	0	1	0
FOTOS DO MANDATO	10/07	37	0	1	0
	10/07	19	0	0	0
TOTAL		56	0	1	0

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – assilmp	24	0	0	0	1	25%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	19	0	1	0	1	25%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	56	0	1	0	2	50%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	89	0	2	0	4	
				0% respondido		

APÊNDICE K – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR JULIO OBAMA JR (PHS) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
FRASES MOTIVACIONAIS	11/07	24	0	6	0
	10/07	2	0	0	0
TOTAL		26	0	6	0
CAMPANHAS DE CONSC. OU DOÇÃO	11/07	6	0	0	0
	11/07	5	0	0	0
	11/07	2	0	0	0
TOTAL		13	0	0	0
PROJETOS DE LEI	13/07	20	0	2	1
	11/07	4	0	0	0
	11/07	2	0	0	0
	11/07	2	0	0	0
	11/07	2	0	0	0
	11/07	1	0	0	0
	11/07	2	0	0	0
	11/07	5	0	0	0

	11/07	0	0	0	0
TOTAL		38	0	2	1
AÇÕES DO MANDATO (atividades, requerimentos, títulos, ped. Informação – assessoria ou imprensa)	11/07	18	0	2	0
	11/07	12	0	0	0
	11/07	3	0	0	0
	11/07	5	0	0	0
	11/07	10	0	1	0
	11/07	11	0	0	0
	11/07	1	0	0	0
	11/07	7	0	0	0
	11/07	4	0	0	0
	11/07	10	0	0	0
	11/07	0	0	0	0
	11/07	12	0	0	0
	11/07	7	0	1	0
	11/07	1	0	0	0
	11/07	2	0	0	0
	11/07	3	0	0	0

11/07	3	0	0	0
11/07	1	0	0	0
11/07	1	0	0	0
11/07	2	0	0	0
11/07	3	0	0	0
11/07	4	0	0	0
11/07	4	0	0	0
11/07	2	0	0	0
11/07	1	0	0	0
11/07	7	0	0	0
11/07	5	0	0	0
11/07	0	0	0	0
11/07	4	0	0	0
11/07	1	0	0	0
11/07	3	0	0	0
11/07	1	0	0	0
11/07	2	0	0	0
11/07	37	0	6	0
10/07	5	0	1	0
10/07	0	0	0	0
10/07	8	0	0	0
10/07	3	0	0	0

10/07	1	0	0	0	
10/07	1	0	0	0	
10/07	1	0	0	0	
10/07	2	0	0	0	
10/07	3	0	0	0	
10/07	1	0	0	0	
10/07	0	0	0	0	
10/07	0	0	0	0	
10/07	4	0	0	0	
10/07	0	0	0	0	
10/07	1	0	0	0	
10/07	1	0	0	0	
10/07	2	0	0	0	
10/07	1	0	0	0	
TOTAL		221	0	11	0
INFORMAÇÕES SOBRE JF	11/07	1	0	0	0
	11/07	1	0	0	0
	10/07	1	0	0	0
TOTAL		3	0	0	0

TRABALHO NAS COMISSÕES	13/07	21	0	0	0
	11/07	1	0	0	0
	11/07	3	0	0	0
	11/07	6	0	0	0
	11/07	8	0	0	0
	11/07	3	0	0	0
	10/07	1	0	0	0
	10/07	1	0	0	0
	10/07	1	0	0	0
	10/07	7	0	0	0
	TOTAL		52	0	0
VÍDEOS PRONUNC. PLENÁRIO	11/07	0	0	0	0
	10/07	0	0	0	0
TOTAL		0	0	0	0
INFORMES (EDUCATIVOS AVISOS NOTÍCIAS)	11/07	2	0	0	0
TOTAL		2	0	0	0

FOTOS DO MANDATO	11/07	9	0	1	1
	11/07	5	0	0	0
	11/07	27	0	1	0
	11/07	9	0	0	0
	11/07	15	0	0	0
	11/07	3	0	0	0
	11/07	2	0	0	0
	11/07	3	0	0	0
	10/07	0	0	0	0
	10/07	60	0	3	0
	10/07	2	0	0	0
	10/07	1	0	0	0
	10/07	3	0	0	0
	10/07	20	0	1	0
	TOTAL		159	0	6
PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS	12/07	24	0	0	0
	11/07	28	0	0	0
	11/07	14	0	0	0
	11/07	2	0	0	0

	10/07	3	0	0	0
TOTAL		71	0	0	0
DATAS COMEMOR.	11/07	5	0	0	0
	11/07	2	0	0	0
	11/07	1	0	0	0
	11/07	3	0	0	0
	11/07	1	0	0	0
	11/07	3	0	0	0
	11/07	0	0	0	0
	11/07	0	0	1	0
	10/07	0	0	0	0
	10/07	1	0	0	0
	10/07	1	0	0	0
TOTAL		17	0	1	0
MENSAGENS (PESSOAIS IDEOLOGICAS PARTIDARIAS)	11/07	24	0	3	0
	11/07	35	0	7	0
	11/07	11	0	0	0
	11/07	6	0	0	0

11/07	1	0	0	0
11/07	4	0	0	0
11/07	5	0	0	0
10/07	3	0	0	0
10/07	4	0	0	0
10/07	15	0	1	0
10/07	8	0	0	0
10/07	0	0	0	0
10/07	5	0	0	0
TOTAL	121	0	11	0

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	26	0	6	0	2	2%
Campanhas de conscientização ou doação	13	0	0	0	3	2%
Projetos de Lei	38	0	2	1	9	7%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – assimp	221	0	11	0	52	42%
Informações sobre JF	3	0	0	0	3	2%
Trabalho nas comissões	52	0	0	0	10	8%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	2	2%
Informes (educativos ou avisos)	2	0	0	0	1	1%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	159	0	6	1	14	11%
Participação em eventos	71	0	0	0	5	4%
Datas Comemorativas	17	0	1	0	11	9%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	121	0	11	0	13	10%
	723	0	37	2	125	
				5,4% respondido		

APÊNDICE L – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR KENNEDY RIBEIRO (PMDB) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
PROJETOS DE LEI	14/07	12	1	1	1
TOTAL		12	1	1	1
INFORMAÇÕES SOBRE JF	28/06	13	0	0	0
TOTAL		13	0	0	0
TRABALHO NAS COMISSÕES	12/07	10	0	0	0
	29/06	6	0	0	0
TOTAL		16	0	0	0
VIDEOS PRONUNC. PLENÁRIO	27/06	29	0	1	0
	22/06	11	2	0	0
TOTAL		40	2	1	0

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS	10/07	32	0	0	0
	10/07	21	0	0	0
	10/07	24	0	0	0
	10/07	4	0	0	0
	08/07	36	0	0	0
TOTAL		117	0	1	0

TPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTO	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	12	1	1	1	1	9%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – assilmp	0	0	0	0	0	0%
Informações sobre JF	13	0	0	0	1	9%
Trabalho nas comissões	16	0	0	0	2	18%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	40	2	1	0	2	18%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	117	0	1	0	5	46%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	198	3	3	1	11	
				33% respondido		

APÊNDICE M – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR MARLON SIQUEIRA (PMDB) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
PROJETOS DE LEI	19/06	57	88	7	3
TOTAL		57	88	7	3
AÇÕES DO MANDATO (atividades, requerimentos, títulos, ped. Informação – assessoria ou imprensa)	09/07	45	11	2	2
	08/07	35	11	1	1
	07/07	56	14	4	4
	03/07	1846	325	205	164
	02/07	45	5	6	6
	30/06	62	25	6	5
	28/06	36	26	5	3
	25/06	856	38	19	19
	22/06	1178	62	64	58
TOTAL		4159	517	312	262

INFORMAÇÕES SOBRE JF	12/07	53	29	8	6
TOTAL		53	29	8	6
FOTOS DO MANDATO	05/06	62	3	2	1
TOTAL		62	3	2	1
PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS	13/07	211	3	20	17
	07/07	98	3	5	1
	26/06	39	2	6	4
TOTAL		348	8	31	22
DATAS COMEMOR.	13/07	46	1	2	1
TOTAL		46	1	2	1

TPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	57	88	7	3	1	7%
Ações do mandato (ativ., títulos, req, ped. Info) - assilimp	4159	517	312	262	9	56%
Informações sobre JF	53	29	8	6	1	6%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	62	3	2	1	1	6%
Participação em eventos	348	8	31	22	3	19%
Datas Comemorativas	46	1	2	1	1	6%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	0	0	0	0	0	0%
	4725	646	362	295	16	

81% respondido

APÊNDICE N – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR RODRIGO MATTOS (PSDB) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
FRASES MOTIVACIONAIS	10/07	8	0	0	0
TOTAL		8	0	0	0
CAMPANHAS DE CONSCIENT.	20/06	13	0	0	0
TOTAL		13	0	0	0
AÇÕES DO MANDATO	07/07	10	0	0	0
	07/07	5	0	0	0
	27/06	17	0	0	0
	21/06	19	0	0	0
TOTAL		51	0	0	0
INFORMAÇÕES SOBRE JF	14/07	15	1	1	0

TOTAL		15	1	1	0
INFORMES (EDUCATIVOS AVISOS NOTÍCIAS)	06/07	24	0	0	0
TOTAL		24	0	0	0
FOTOS DO MANDATO	30/06	19	0	0	0
TOTAL		19	0	0	0
PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS	25/06	42	0	1	0
TOTAL		42	0	1	0
MENSAGENS (PESSOAIS IDEOLÓGICAS PARTIDÁRIAS)	05/07	14	0	0	0
TOTAL		14	0	0	0

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	8	0	0	0	1	9%
Campanhas de conscientização ou doação	13	0	0	0	1	9%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – assimp	51	0	0	0	4	37%
Informações sobre JF	15	1	1	0	1	9%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	24	0	0	0	1	9%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	19	0	0	0	1	9%
Participação em eventos	42	0	1	0	1	9%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	14	0	0	0	1	9%
	186	1	2	0	11	

0% respondido

APÊNDICE O – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR SARGENTO MELLO CASAL (PTB) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
CAMPANHAS DE CONSC. OU ADOÇÃO	13/07	0	0	0	0
	07/07	2	1	0	0
	06/07	0	0	0	0
	03/07	11	3	0	0
	28/06	5	0	0	0
	28/06	8	0	0	0
	28/06	4	0	0	0
TOTAL		30	4	0	0
AÇÕES DO MANDATO (atividades, requerimentos, títulos, ped. Informação – assessoria ou imprensa)	14/07	2	1	0	0
	13/07	3	2	0	0
	13/07	3	3	0	0
	13/07	3	1	0	0
	13/07	3	1	1	0

13/07	21	14	2	0
11/07	9	3	0	0
10/07	8	3	0	0
08/07	2	1	0	0
08/07	0	0	0	0
07/07	7	0	0	0
07/07	4	2	0	0
06/07	0	0	0	0
06/07	6	4	0	0
06/07	7	5	0	0
06/07	1	0	0	0
05/07	3	1	0	0
05/07	9	3	0	0
05/07	10	2	1	0
05/07	3	2	0	0
05/07	37	5	1	0
05/07	6	2	0	0
04/07	2	3	0	0
03/07	8	2	1	0
03/07	30	11	1	0
03/07	26	4	2	0
03/07	7	4	0	0

03/07	12	4	0	0
29/06	8	1	1	0
29/06	4	1	0	0
28/06	1	0	0	0
28/06	21	1	0	0
28/06	5	1	0	0
28/06	1	0	0	0
26/06	3	0	0	0
26/06	6	0	0	0
26/06	8	3	0	0
26/06	5	1	0	0
25/06	1	0	0	0
25/06	0	0	0	0
25/06	8	0	0	0
23/06	7	0	1	0
23/06	1	0	0	0
21/06	2	1	1	0
21/06	19	22	8	0
21/06	11	2	0	0
21/06	5	1	0	0
21/06	2	1	0	0
21/06	3	1	0	0

	21/06	9	1	0	0
	20/06	7	19	0	0
	20/06	9	4	0	0
	20/06	2	0	0	0
	19/06	6	0	0	0
TOTAL		386	142	20	0
INFORMAÇÕES SOBRE JF	12/07	1	1	0	0
	28/06	1	0	0	0
TOTAL		2	1	0	0
TRABALHO PROFISSIONAL	13/07	0	0	0	0
	12/07	101	109	8	0
	12/07	22	1	1	0
	03/07	18	14	2	0
	03/07	14	5	1	0
TOTAL		153	129	13	0
	13/07	2	2	0	0

VÍDEOS PRONUNC. PLENÁRIO	11/07	0	2	0	0
	11/07	14	11	0	0
	03/07	12	3	0	0
	27/06	3	3	0	0
TOTAL		31	21	0	0
INFORMES (EDUCATIVOS AVISOS (NOTÍCIAS)	21/06	4	1	2	0
TOTAL		4	1	2	0
	13/07	4	2	0	0
	12/07	5	1	0	0
	12/07	13	1	0	0
	12/07	8	3	0	0
	11/07	3	3	0	0
	03/07	7	2	0	0
	03/07	18	2	0	0
	03/07	19	3	0	0
	29/06	4	1	0	0

FOTOS DO MANDATO	28/06	5	0	0	0	
	28/06	10	0	0	0	
	26/06	8	3	21	0	
	26/06	1	0	0	0	
	23/06	17	0	2	0	
	23/06	5	1	3	0	
	23/06	3	0	0	0	
	23/06	2	0	0	0	
	23/06	4	0	0	0	
	23/06	6	0	0	0	
	23/06	21	3	8	0	
	21/06	2	2	0	0	
	20/06	22	3	0	0	
	20/06	4	3	0	0	
	20/06	9	2	1	0	
	20/06	9	4	1	0	
	19/06	7	0	0	0	
	TOTAL		216	39	36	0
	12/07	26	1	0	0	
	12/07	8	1	0	0	

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS	04/07	9	5	0	0
	29/06	4	0	0	0
	23/06	3	0	0	0
	23/06	7	0	1	0
	23/06	4	4	0	0
	23/06	38	40	1	0
	22/06	14	0	0	0
	22/06	28	1	0	0
	21/06	7	3	0	0
	20/06	6	0	0	0
	TOTAL		154	55	2
DATAS COMEMOR.	28/06	0	0	0	0
TOTAL		0	0	0	0
MENSAGENS (PESSOAIS IDEOLÓGICAS PARTIDÁRIAS	11/07	22	1	3	0
	23/06	1	0	0	0
	23/06	0	0	0	0

TOTAL		23	1	3	0
--------------	--	-----------	----------	----------	----------

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	30	4	0	0	7	6%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – assilmp	386	142	20	0	54	47%
Informações sobre JF	2	1	0	0	2	2%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	153	129	13	0	5	4%
Vídeos pronunciamentos no plenário	31	21	0	0	5	4%
Informes (educativos ou avisos)	4	1	2	0	1	1%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	216	39	36	0	26	22%
Participação em eventos	154	55	2	0	12	10%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	1	1%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	23	1	3	0	3	3%
	999	393	76	0	116	
				0% respondido		

APÊNDICE P – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR VAGNER DE OLIVEIRA (PSC) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO %	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
DATAS CEMEMOR.	11/07	24	0	0	0
TOTAL		24	0	0	0

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	0	0	0	0	0	0%
Ações do mandato (ativ., títulos, req. ped. info) - assilmp	0	0	0	0	0	0%
Informações sobre JF	0	0	0	0	0	0%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	0	0	0	0	0	0%
Fotos do mandato (pessoas, perfil, capa)	0	0	0	0	0	0%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	24	0	0	0	0	100%
Mensagens Pessoais / Identificadas / Partidárias	0	0	0	0	0	0%
	0	0	0	0	0	0%
			0% respondido			

APÊNDICE Q – DETALHAMENTO DAS PUBLICAÇÕES DA PÁGINA DO FACEBOOK DO VEREADOR ZÉ MARCIO GAROTINHO (PV) ENTRE 19/06/2017 E 14/07/2017

PUBLICAÇÃO	DATA	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS
%	06/07	14	3	2	0

PROJETOS DE LEI	30/06	836	85	87	14
TOTAL		850	88	89	14
AÇÕES DO MANDATO (atividades, requerimentos, títulos, ped. Informação – assessoria ou imprensa)	14/07	35	3	1	0
	13/07	519	31	35	7
	03/07	15	6	1	0
	01/07	350	44	47	28
	28/06	40	5	3	0
	26/06	1322	23	40	8
TOTAL		2281	112	127	43
INFORMAÇÕES SOBRE JF	26/06	39	12	9	4
TOTAL		39	12	9	4
INFORMES (EDUCATIVOS AVISOS)	11/07	16	1	1	0
	27/06	213	32	12	5

NOTÍCIAS)					
	20/06	318	62	22	8
TOTAL		547	95	35	13
FOTOS DO MANDATO	01/07	15	3	1	0
TOTAL		15	3	1	0
MENSAGENS (PESSOAIS IDEOLÓGICAS PARTIDÁRIAS)	19/06	43	1	7	5
TOTAL		43	1	7	5

TIPO DE PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	RESPOSTAS	POSTAGENS	% POSTAGENS
Frases motivacionais	0	0	0	0	0	0%
Campanhas de conscientização ou doação	0	0	0	0	0	0%
Projetos de Lei	850	88	89	14	2	14%
Ações do mandato (ativ.; títulos; req; ped. Info) – ass/imp	2281	112	127	43	6	43%
Informações sobre JF	39	12	9	4	1	7%
Trabalho nas comissões	0	0	0	0	0	0%
Trabalho profissional	0	0	0	0	0	0%
Vídeos pronunciamentos no plenário	0	0	0	0	0	0%
Informes (educativos ou avisos)	547	95	35	13	3	22%
Fotos do mandato (pessoas; perfil; capa)	15	3	1	0	1	7%
Participação em eventos	0	0	0	0	0	0%
Datas Comemorativas	0	0	0	0	0	0%
Mensagens Pessoais / Ideológicas / partidárias	43	1	7	5	1	7%
	3775	311	268	79	14	
				29,5% respondido		

APÊNDICE R – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O JORNALISTA WILSON CID

Vitor: O senhor se recorda quando começou a ser prestado o serviço de assessoria de comunicação aos vereadores de Juiz de Fora, mesmo de maneira informal?

Wilson: Informalmente pode-se dizer que começou entre as décadas de 1960 e 1970. Na época, os vereadores Fernando Junqueira, Rubens Vasconcelos e Raimundo Hargreaves pediam ajuda aos amigos da imprensa, quando havia demanda de algum assunto mais específico informar à população, ou até mesmo quando havia algum questionamento feito pela imprensa. Nessa mesma época o Itamar Franco era prefeito de Juiz de Fora, e também procurava alguns profissionais específicos que o auxiliavam no contato com os veículos de imprensa. Quem mais ajudava era o José Carlos de Lery Guimarães. Acredito que os serviços começaram a ser prestados pelos profissionais de comunicação de maneira formal na Câmara começou no final da década de 1990 junto com o início das atividades de assessorias técnicas de outras áreas.

APÊNDICE S – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM A CHEFE DA DIVISÃO DE ARQUIVO E REGISTROS PROCESSUAIS DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA, NILMA FERREIRA DE SÁ E LIMA

Vitor: Nos registros da Câmara, qual é a primeira lei onde consta a permissão para a contratação para o cargo de “Assessor Técnico”?

Nilma: A primeira lei em que foi verificada a presença do cargo “Assessor Técnico” foi a número 4513, do ano de 1973.

APÊNDICE T – QUESTIONÁRIO DAS ENTREVISTAS FEITAS COM OS VEREADORES DE JUIZ DE FORA

Qual é o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Como funciona esse diálogo?

Qual importância da comunicação para o seu mandato?

Como o senhor vê a relação entre comunicação e a política?

O senhor utiliza as redes sociais? De que maneira?

As redes sociais ajudam na construção das ações do mandato?

Como é construída a agenda e de que forma divulga as ações do mandato nos bairros?

Para o senhor, qual é a diferença de prestação de contas para a população e campanha feita a partir de ações do mandato?

Como o senhor formulou a estrutura de sua equipe de comunicação?

Qual o seu grau de interferência no trabalho da sua equipe de comunicação?

O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

Qual o grau de interferência do partido em sua gestão?

O senhor acha que houve um declínio da importância dos partidos, e maior exaltação do político atualmente?

Como o senhor classifica sua posição perante o Executivo?

APÊNDICE U – QUESTIONÁRIO DAS ENTREVISTAS FEITAS COM OS ASSESSORES OU PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO QUE TRABALHAM PARA OS VEREADORES DE JUIZ DE FORA

Quem define as estratégias de comunicação?

Qual o grau de interferência do vereador nesse processo?

Qual a importância da comunicação para o mandato?

Quais redes sociais vocês mais utilizam? Há alguma estratégia de engajamento, de trazer o cidadão para perto da página do Facebook?

Qual a dimensão da comunicação que vocês estabelecem com o eleitor? Há uma estratégia ou tratamento diferenciado com um público que ele é mais identificado?

A comunicação é segmentada ou geral?

Até que ponto sua estratégia de comunicação é voltada para o partido?

Como é a comunicação de vocês com a mídia?

Há algum trabalho em termos de gestão de crise?

APÊNDICE V – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR MARLON SIQUEIRA

Vitor: Marlon, qual é o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Marlon: No nosso gabinete, nós temos uma atenção especial as nossas redes sociais, sabemos que é uma ferramenta recente na história da comunicação do mundo e a gente tem visto que ela está num momento extremamente de adaptação, mas ela chega a toda à comunidade, em toda a população independente de classe social enfim então nós percebemos que ela é uma ferramenta de extrema importância e relativamente barata, então essa é o nosso principal meio de comunicação com o cidadão de Juiz de Fora.

V: Como é feito esse diálogo?

M: Nós temos um Whatsapp (WPP) do gabinete, tem o meu pessoal também, eu mantenho meu número de celular a mais de 25 anos, então o trabalho é intenso via WPP e com relação a redes sociais, sempre que posso respondo pessoalmente e a acessória também nos apoia nesse sentido.

V: Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?

M: É muito importante, a gente tem respondido as demandas da população. Como nós somos demandados em vários assuntos, a função do vereador é fiscalizar o executivo, legislar elaborando leis e assessorar também o cidadão. Então nesse assessoramento muita das vezes o cidadão tem ali direitos, tem meios de estar com essa interrupção e muitas das vezes não sabe como, então nosso mandato vem realmente fazendo essa ponte entre cidadão e executivo para que a gente possa atender as demandas. Então nesse sentido a nossa comunicação via redes social é muito importante.

V: O senhor utiliza redes sociais? De que maneira?

M: A gente usa mais profissionalmente, obviamente de vez em quando a gente fica tentado a colocar situações nossas do dia a dia, familiares enfim, uma maneira de alegrar e externar pros amigos, a união à lembrança de velhos amigos que não estão mais na cidade de Juiz de Fora, familiares também que não estão então é muito importante às vezes também nós colocamos coisas pessoais, mas obviamente a prioridade é profissionalmente. Nós temos feito esse elo informando ao cidadão de Juiz de Fora como nós temos nossa postura perante nosso mandato e dando aquelas informações, ideias, projetos de lei apresentados por mim. Muitos deles chegam através das redes sociais do cidadão que ali vê no PL que também possa estar atendendo a população de uma maneira melhor, um PL moderno. A nossa sociedade ela está em constante como dizia Raul Seixas uma metamorfose ambulante; então há leis com a

sociedade moderna que a gente precisa de criar e adaptar então essa interlocução do cidadão via rede social também é de muita importância.

V: As redes sociais ajudam nas ações de construção do mandato?

M: Não tenha dúvida, às vezes em locais onde há uma deficiência do poder público, através de seus equipamentos, o cidadão vem nos abordar.

V: Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?

M: Não há política sem comunicação. Somos 19 vereadores e representamos todos os cidadãos de Juiz de Fora, então ter essa comunicação, facilitar o acesso ao legislativo via os meios de comunicação, seja ele qual for, é muito importante. Necessariamente o político tem que estar atento com sua comunicação, tem que ser muito bem feita, criteriosa. A gente sabe que nós somos formadores de opinião e precisamos orientar o nosso cidadão, traçar um destino de harmonia, o destino de uma sociedade com a convivência melhor possível, é o papel do político “destencionar” o cidadão. A gente sabe que a crise econômica leva o cidadão a ficar até mesmo com os nervos à flor da pele em virtude de problemas que tem dentro da família para pagar suas obrigações; então à gente precisa realmente dar alento e trazer situações onde possa melhorar a empregabilidade do nosso município, trazer situações onde a gente possa desenvolver nossa sociedade culturalmente, economicamente; isso que é importante o papel do legislador.

V: Para o senhor, qual é a diferença de prestação de contas para a população e campanha feita a partir de ações do mandato?

M: Para estarmos aqui na Câmara, nós apresentamos projetos, mediante a esses projetos houve ali a confiança. Quando digo que votar, é você estar dando uma procuração que me foi dado pelos 5792 pessoas mediante algumas propostas de trabalhos que nós implementamos; a gente tenta dar a resposta para aquele cidadão que confiou em nós mediante os nossos projetos que apresentamos em campanha; então questões ambientais com relação ao fomento mesmo, eu sou formado em administração de empresas; então nós aqui fazemos parte da comissão de indústria e comércio, sou também advogado; então a gente faz parte da comissão de legislação, enfim. A gente tá aqui principalmente para tentar levar um pouquinho da nossa cultura, da nossa experiência de vida aqui para o legislativo, e dentro daquela nossa experiência de vida que nós divulgamos para o cidadão, ele deu ali aquela procuração e a gente tenta resolver da melhor maneira possível.

V: E como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

M: Primeiramente, a comunicação é muito importante dentro do gabinete então nós que estamos chefiando, liderando uma equipe, a gente tem que ter a ciência de confiar nas

pessoas, perceber ali uma identidade ideológica também, às vezes você tem uma assessoria de comunicação, mas tem uma ideologia política. Suponhamos que a gente tenha uma acessória de direita eu tenho um posicionamento de esquerda, vai haver ali um processo contraditório, então a gente tem que ter esse alinhamento de pensamentos, ideias. A confiança obviamente. E não tenha dúvida, o assessor de comunicação ele é a cara do gabinete então ele tem que ser uma pessoa extremamente versátil, inteligente e perceber qual viés da ideologia do político.

V: Qual é seu grau de interferência no trabalho da sua equipe de comunicação?

M: Eu, pessoalmente, gosto muito de comunicação. Então nosso perfil de comunicação foi criado com várias mãos, e nós temos uma participação bastante intensa nesse sentido. Com o tempo há o entendimento; nós começamos a conhecer a assessoria, a assessoria começa também a nos conhecer, aí fica um jogo mais entrosado, mas é extremamente importante a participação de todos. Estamos num período pré-eleitoral, vamos dizer assim, onde os extremos da sociedade têm se afluído: esquerda direita né. Nós temos mais uma postura de centro, então é muito importante nós conversarmos com nossa assessoria para achar o melhor caminho para que possamos ter critérios. A palavra chave que o político tem que ter é bom senso, então a gente presa muito esse bom senso e dialogamos muito nesse sentido, trocamos várias ideias até que a gente chegue a um acordo, e vamos e colocamos nossa postura mediante as situações.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

M: As informações são colocadas de acordo com cada assunto. Eu fui Secretário do município, então eu tive uma interlocução muito grande com a zona rural, e a gente realmente faz ali um trabalho visando o produtor rural, à zona rural como um todo. Nós precisamos ter um pensamento que existe uma favelização dos grandes centros urbanos; então nós precisamos valorizar a zona rural. Houve o êxodo rural no passado que é a saída do homem do campo para os grandes centros, e a gente hoje tem que trabalhar o contrário da favelização, da urbanização exacerbada. Precisamos ir onde a gente acha hoje mais qualidade de vida; é na zona rural, é no campo então a gente faz essa migração contrária, vamos dizer assim, com relação ao passado. E de acordo com as demandas, eu posso te dar um exemplo que a gente tá com problema na zona nordeste, questões da área de saúde é muito distante dos hospitais conveniados com o município; então tem um problema de logística, nós estamos trabalhando para atender a região, então é muito nesse sentido.

V: Qual que é o grau de interferência do seu partido na sua gestão?

M: Olha zero, vou te ser sincero; eu sou do partido do movimento democrático brasileiro (PMDB), que no passado teve um viés ideológico muito interessante, resgatou na época a democracia. A gente estava ali numa fase política, período histórico muito conturbado, onde existia um regime militar. Então o PMDB teve o seu papel fundamental no passado, mas com o passar do tempo fomos vendo que estar num partido, às vezes nem sempre a ideologia democrata está presente. Então é respeito, o partido é o maior do país, que existe o maior número de prefeitos, o maior número de deputados federais, deputados estaduais, senadores, vereadores, enfim, é o maior partido do nosso país. Esse partido gigantesco faz com que existam várias ideologias e várias distorções também, pessoas que estão ali mal intencionadas, existem sim maus políticos no meu partido, existem bons políticos, a gente vê o PMDB da cidade de Juiz de Fora que historicamente fez um presidente, fez um governador, agora o prefeito Bruno Siqueira também, quer dizer, são 5 mandatos do PMDB contando Tarcísio Delgado e Bruno Siqueira, e na época do MDB também com Itamar Franco enfim, o partido que deixou uma história bastante positiva na nossa cidade e a gente tem um orgulho muito grande disso. Nacionalmente e no Estado não há diretriz nenhuma que interfira no nosso caminho, na nossa ideia e postura política, nós estamos filiados porque um político precisa estar filiado a um partido político pra cumprir o seu mandato, mas a gente faz muito dentro da nossa ideia, dentro da nossa ética e realmente pensamos que o partido, pelo tamanho dele, ele precisa dialogar mais, criar um norte e, no momento, infelizmente, o partido está muito difuso. Não só PMDB, todos os partidos, PT, PSDB, enfim. E no nosso país são muitos partidos, são em torno de 37 partidos, a gente vê que a democracia americana são democratas e republicanos então você vê na sociedade duas ideologias, mas vê aqui 37 ideologias então a questão partidária no nosso país precisa de uma reforma política.

V: Dentro disso aí, o senhor acha que houve um declínio da importância dos partidos e uma exaltação do político atualmente?

M: Eu acho que sim, até mesmo historicamente todos os partidos tiveram papéis extremamente significativos na história no passado e em virtude de várias situações que hoje a imprensa toda divulga; os partidos se perderam. Então tá faltando um pouco dessa ideologia nesse sentido, realmente há aí um processo falimentar partidário no nosso país que a gente precisa de uma reforma política e não há necessidade de ter tantos partidos.

V: Como você classifica sua posição perante o Executivo?

M: Olha, é meu primeiro mandato e eu sou da base do prefeito, mas eu faço isso com muita tranquilidade. Somos do mesmo partido, mas acho que eu sou um privilegiado no sentido de estar ao lado de uma pessoa correta, que tem feito uma gestão exemplar em momentos de

crise. O salário do mês de novembro acabou de ser depositado, décimo terceiro, segundo informações, também está garantido, e a gente tá vendo aí no Estado pagando parcelado, não há garantia nenhuma de previsão de pagamento de décimo terceiro, fornecedores estão sem receber, você vê a polícia militar aí que no passado até mesmo de Itamar Franco teve uma supervalorização. Agora a PM está sendo sucateada, não há investimentos nesse sentido, o Estado aqui pra nossa região da Zona da Mata está muito aquém, houve campanhas aqui, promessas de várias ordens e a gente vê que o Estado de Minas não tem atendido nosso município com devida atenção. Então realmente estar ao lado do prefeito Bruno Siqueira me deixa bastante tranquilo, faz com que eu tenha um mandato bastante tranquilo. Apoio sim, sem problema algum; nunca deixou que eu ou outros vereadores passássemos constrangimento nenhum em virtude de sua postura ética, então facilita bastante o trabalho do legislativo ter um prefeito responsável, que em tem uma visão de futuro e responsabilidade.

APÊNDICE W – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR SARGENTO MELLO “CASAL”

Vitor: Sargento, pro senhor qual a importância da comunicação para o seu mandato?

Sargento: Hoje é o carro chefe né de contato com a população e o nosso trabalho, é um meio da gente demonstrar para a população o que está sendo feito, é uma prestação de contas na verdade, é o que ajuda a gente a demonstrar a população o que está acontecendo e o que está sendo feito no nosso trabalho.

V: Qual é o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Sgt: A gente utiliza o Facebook, o Whatsapp e hoje nós temos as ferramentas da Câmara Municipal que é a TV Câmara e a rádio Câmara.

V: Como é que funciona esse diálogo pro senhor?

Sgt: É, na verdade eu utilizo muito o Facebook e o WPP né, tenho muitos grupos na cidade; então o WPP e o Facebook são os meios que eu mais utilizo e os jornais comunitários que a gente tenta pegar algum tipo de espaço e colocar às vezes nos locais onde a comunidade nos procura com maior frequência.

V: Como é que o senhor vê então a relação da comunicação com a política?

Sgt: É, na verdade as duas tem uma ligação que hoje eu não vejo uma separação disso, é um casamento que traz muito benefício, como pode também trazer malefícios para as pessoas que trabalham mal. Se a pessoa trabalhar mal, a rede de comunicação leva pras pessoas o que você tá fazendo né, ela leva as informações positivas, mas também pode estar levando as informações negativas, então isso é uma coisa de cada um, é da população verificar o trabalho e analisar se isso é bom pra eles ou não.

Vitor: De que maneira o senhor usa a rede social?

Sgt: No meu pessoal eu tento manter minha vida normal apesar das pessoas nos tratarem como pessoas diferentes, nós somos pessoas comuns investido de uma coisa política. O que hoje dificulta muito nesse contato pessoal é que as pessoas não conseguem distinguir a sua página pessoal com a sua página profissional e devido à situação do país na área política hoje você não tem tanta liberdade de estar expressando o que você acha às vezes no seu lado pessoal né, não no lado político na estrutura às vezes você tem que fazer nas articulações do bem né gente porque a gente vê tanta articulação do mal, assim, mas as articulações que são necessárias para a política e a pessoa às vezes confunde sua rede social particular com a sua profissional, mas isso aí é natural e quem entrou na política tem que começar a se acostumar com isso porque os políticos são muito cobrados.

V: E do lado profissional então é usado constantemente também né?

Sgt: É, porque as pessoas hoje devido a essa frequência das pessoas diariamente conectadas elas nos procuram na rede social pra verificar o que está acontecendo então é lá que a gente demonstra o que fez, o que está tentando fazer, eu acho que esse é o caminho da comunicação, é você saber realmente o que está fazendo durante o dia à noite, na sua totalidade, nas suas 24 horas.

V: As redes sociais elas ajudam na construção das ações do seu mandato?

Sgt: Sim, ajudam. Às vezes tem muitos pedidos que são desfocados na verdadeira função de um vereador, mas a gente tem a tranquilidade de explicar para as pessoas, muita coisa social que já é encaminhado para a prefeitura, requerimentos de ruas, entre outras coisas, tudo vem no particular e também no profissional na rede social, tanto no WWP quanto no Facebook, por telefone também isso é direto, o meio de comunicação ele vem de todas as formas.

V: Como é construída a agenda e de que forma divulga as ações do mandato nos bairros?

Sgt: As agendas, na verdade, a cidade e as dificuldades que a população vem enfrentando, vem trazendo aí um grande número de pedidos de diversas formas aqui no nosso gabinete. Então a gente tenta marcar nossas reuniões, as nossas agendas, às vezes faz resoluções de problemas que tem que ser fora do gabinete, a maioria delas a gente fica praticamente quase o dia inteiro por conta disso e hoje devido a essas grande demandas às vezes as reuniões não é só com vereador, a gente tem que dividir as tarefas entre os nossos assessores e dessa maneira até mesmo dos assessores a gente coloca na nossa rede social o que foi tratado em algum tipo de reunião. Então é o primeiro mandato e o caminho pra gente estar demonstrando para as pessoas aí o que o gabinete faz no seu dia a dia. Temos um contato ainda com os líderes comunitários, e por serem líderes já têm uma ideologia, um pensamento da forma que a política tem que ser ou que não deva ser; então é uma maneira sim se você tiver certo eles falam de você e se tiver errado eles falam também e isso é uma coisa natural, o ser humano traz esse tipo de informações para todos, não só os líderes comunitários, qualquer pessoa que você para na rua pra conversar, em qualquer local, se você passar qualquer tipo de informação sai alastrando e às vezes chega ao final de uma maneira distorcida, mas é coisa natural e a gente tem que habituar com isso.

V: Para o senhor qual é a diferença entre a prestação de contas pra população do que é feito no seu mandato de certo tipo de campanha feito a partir das ações do mandato?

Sgt: Eu estou fazendo o meu trabalho e se Deus achar que as pessoas devem me seguir nos sigam, se achar também que não deve é natural, é a democracia, eu não me preocupo muito

com essa situação de tá fazendo pra pessoa votar em mim, se não vai votar, eu não me preocupo com isso não. Faço meu dia a dia e seja lá na frente o que Deus quiser.

V: Como é que o senhor formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

Sgt: Na verdade o nosso gabinete é um gabinete que foi formado por diversos policiais militares, pessoas da minha confiança trabalharam comigo a vida inteira e a pessoa a qual nós contratamos também é da família militar né, filha de milita. Então foi formada mais ou menos assim, na competência; primeiramente procuramos saber quem era a pessoa, pra quem ela tinha trabalhado e apesar de ser filha de policial nós procuramos saber a competência e posteriormente nós fizemos contato, conversamos e a escolha foi certa, deu um conhecimento maior ao nosso gabinete.

V: Qual é o grau de interferência do senhor no trabalho dessa equipe de comunicação?

Sgt: É um trabalho aberto, a gente tem que estar atento porque na verdade, devido à inexperiência da nossa parte, a gente tá a pouco tempo na política e a minha parte de comunicação, a Marilene está a mais tempo nisso, às vezes eu me policio, mas às vezes a gente consegue ter algum tipo de falha; então o trabalho em equipe é necessário esse contato e não uma coisa assim que tem que ser uma obrigação, na verdade é necessário. Quando você fala obrigação e necessidade é uma coisa bem diferente, se você tentar fazer tudo sozinho o seus erros serão maiores e quando você trabalha em equipe os acertos são maiores e os erros são menores.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

Sgt: Não, o direcionamento é uma coisa natural né, é nosso convívio, é uma coisa natural. Às vezes algumas pessoas nos procuram mais por ter conhecimento, às vezes as demandas de alguns bairros sobressaem sobre as outras devido à procura da gente pelo conhecimento e por morar às vezes numa certa área da cidade, então isso fica mais frequente, os contatos, as reclamações e os pedidos, mas na totalidade a gente tem atendido aqui também no gabinete porque depois de uns 6 meses pra cá o aumento de pessoas de diversos locais até mesmo que a gente não conhece se tornou mais frequente, parece que as pessoas se acostumaram com o nome e vieram e a gente está recebendo trabalho, tanta da pessoa mais próxima quanto da distante.

V: Qual é o grau de interferência do partido na sua gestão?

Sgt: Não há muita interferência porque a gente caminha lado a lado, o presidente do partido e ainda mais amigos que foram candidatos conosco, ao contrário, tem nos ajudado muito nessa parte política. Eu tenho alguns amigos que foram candidatos então frequentemente essa base

continua em contato. Quanto à interferência no meu serviço, na verdade eles não interferem muito não até nos elogiam, nos dão conhecimento, as conversas são frequentes, mas até agora eu não tive nenhum tipo de interferência na parte do meu mandato.

V: O senhor acha que houve um declínio da importância dos partidos e apresentação do político atualmente?

Sgt: Eu não acho que seja o declínio não, a política na totalidade ela trouxe um desgaste para os políticos, isso afeta bastante os partidos políticos, hoje a população tem escolhido a individualidade da pessoa não tá muito preocupada com o partido. Mas eu não vejo assim que tenha trazido qualquer tipo de problema, principalmente no PTB, o partido é um partido que só tem eu de vereador eleito, mas a base tá lá, eu não vejo o declínio do meu partido principalmente não. Mas do nome dos partidos na totalidade do Brasil houve, mas é por conta da escolha da população, da individualização, nome, é isso que eles estão procurando.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o Executivo?

Sgt: Eu tenho a independência do meu partido e todas às vezes algumas decisões que a gente tem que tomar que vão de encontro ao Executivo, a conversa é bem aberta e eu tenho conseguido acertar o tipo de situação que às vezes vai ao encontro com o pensamento do executivo, mas é um pensamento bem aberto devido à facilidade e o Executivo não trazendo tantas coisas complexas pra cá, eles são bem diretos não são de grande complexidade eu acho que o caminho, o andar lado a lado tá muito fácil sabe, não tem interferido nessa parte de relacionamento interpessoal entre secretarias e o vereador, então não tenho verificado muita dificuldade nisso não.

APÊNDICE X – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR FIORILO

Vitor: Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Fiorilo: Olha, hoje o que a gente está usando muito mesmo é o Facebook, além desses recursos que nós temos aqui na Câmara, a TV Câmara a rádio Câmara, as nossas sessões são transmitidas aqui, pelo que a gente está percebendo é que a população está assistindo a TV Câmara, tá participando da vida política de Juiz de Fora então acho que além de Facebook, WPP com os amigos e tudo mais.

V: Como funciona esse diálogo?

F: A gente conversa e troca ideias, a gente posta nossos trabalhos aqui, os nossos projetos, as pessoas elogiam ou criticam, é uma coisa muito normal, muito natural e a gente procura sempre estar conversando. As pessoas nos procuram aqui também no gabinete pra conversar pessoalmente isso é coisa que acontece com muita frequência, então a nossa comunicação com o povo de Juiz de Fora, com a população também, se faz de forma muito direta, muito pessoal.

V: Qual a importância da comunicação pro seu mandato?

F: Isso é muito importante pra todos nós que somos políticos, as pessoas saberem o que nós estamos fazendo, o que o vereador faz? Se você não dá essa informação, não é transparente, quando chega numa época de você ser avaliado como a pessoa vai te avaliar? O que ele faz? O que ele fez na Câmara nesse período todo? Ele tem algum projeto bom, defendeu alguma causa importante? Porque aqui nós somos em defesa da população, daqueles que nos elegeram; então as causas que vem pra cá são diretamente de interesse da população então isso vai ser questionado e cobrado né, o que o vereador fez? O que ele aprovou? Em que ele saiu em defesa do povo de Juiz de Fora? É isso aí.

V: Como o senhor vê a relação da comunicação e a política?

F: Importante no sentido de essa comunicação que a gente faz, honesta, sincera; não uma comunicação que a gente vê por aí, que a gente vê que é fraudulenta, falsa né, eu procuro nas minhas entrevistas naquilo que eu faço e falo, eu falo de coração falo a verdade, quem me conhece sabe disso, mas então é importante a comunicação na política, mas desde que você faça uma coisa séria.

V: O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?

F: Estou usando pessoalmente e tenho uma página profissional também, estou tentando colocar nela mais assuntos de interesse da minha função como político profissionalmente, mas aí eu faço até mesmo uma mistura porque além de colocar as coisas relacionadas à política eu

costumo colocar alguma coisa relacionada à religião porque eu sou católico, então muita coisa que eu acho interessante, que eu tento passar isso para os outros eu passo porque como católico religioso eu também coloco isso apesar de que não tem nada a ver com política, mas eu coloco o meu ponto de vista, o assunto não é política partidária mas é uma política social que eu tenho que dar minha opinião, participar e etc.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

F: Sim, é todo dia isso, Facebook; às vezes você posta algum projeto, posta um assunto neutro a pessoa coloca lá “podia ter na minha rua, está sem asfalto, falta remédio numa UBS ou numa UPA, ou o médico não foi trabalhar, tá faltando remédio na farmácia popular, remédio de linha psiquiátrica” tem todos os pedidos e muitos são pedidos e outros são queixas mesmo das pessoas sobre o Poder Executivo, até confunde a gente com Poder Executivo. A gente tem que explicar pra pessoa que nós somos vereadores, que nós vamos interferir, nós vamos procurar resolver o problema, mas isso vai depender também do Poder Executivo; então tem que também, orientar as pessoas que vereador não faz as coisas que eles pedem na maioria das vezes, a gente interfere, ajuda, vai ao Poder Executivo, pede pra solucionar um problema, mas assim, não é o vereador diretamente que resolveu e também acabar com essa prática de que o vereador que foi lá e fez; o vereador não fez, vereador não tampa buraco, não asfalta rua, não põe água na casa de ninguém isso aí quem faz é o Poder Executivo.

V: De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?

F: Não tem assim muita sequência, muita norma de uma vez por semana ou duas, de repente um assunto importante a gente coloca, aquilo me chamou atenção eu coloco. Tem um assunto que agora é de interesse de muita gente, me interessei, eu achei bom aquele assunto eu posto. Os meus projetos a maioria estão na rede além de tá aqui na Câmara também evidentemente, na nossa TV, na nossa rádio, e no site da Câmara.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

F: Eu tenho que dar satisfação pro meu mandato. Se eu não dou satisfação do meu mandato, as pessoas que nos elegem querem saber; isso pode ser interpretado como campanha política? Não, porque não fala diretamente, não peço voto, não falo que tem que votar no vereador, eu falo que o vereador Fiorilo fez o requerimento tal. Tem que postar isso, tenho que fazer carta, encaminhar pras pessoas, todas as pessoas que me pedem uma coisa que eu tomo uma providência ou um requerimento, um pedido de informação eu dou resposta a ela, quando uma pessoa me manda um e-mail, no Facebook mesmo, até no WPP, os mais próximos, eu

respondo pra eles, dou resposta positiva ou negativa e no geral quando eu faço um informativo eu distribuo na cidade, nos bairros pra todos saberem mas como informação é uma prestação de contas que eu estou fazendo. A pessoa tem que saber disso, a gente só não pode confundir e nesse momento fazer campanha política.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

F: Nós temos aqui no gabinete a Taciane, nossa assessora de comunicação, e na época nós chamamos a Taciane pra nos ajudar aqui. Ela não tinha um espírito político, igual a mim também né, então a gente á aprendendo aqui, não tinha assim um perfil político porque tem vereador, por exemplo, aqui não vou citar nomes, mas está na política tem 40, 30 anos; então ele chama um assessor de comunicação dentro do perfil dele e que mexe com política entende de política, eu, por exemplo, sou um político meio devagar, não sou aquele político igual aos outros que nós temos aqui, mas então minha assessoria foi formada assim nós estamos aprendendo juntos aqui.

V: Qual é seu grau de interferência no trabalho da sua equipe de comunicação?

F: Muito pouco, peço pra fazer uma coisa ou outra, outras providências tomo aqui e coloca na mídia então não tem uma interferência assim tão grande não.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

F: Tenho, eu articulo muito assim, por exemplo, eu sou da região sul, então naturalmente eu articulo mais com a região sul, em algum momento eu articulo com a cidade toda.

V: Mas sua comunicação é voltada pra esse público também ou é mais geral?

F: Sim, eu foco mais na região sul, foco muito no meu ambiente de trabalho que é muita gente, você pode ver que eu trabalho na Santa Casa e tenho um consultório, trabalho todo dia, então foco muito nisso aí, mas não deixo de atender outras regiões porque eu não sou vereador da zona sul, eu sou vereador da cidade de Juiz de Fora, então quando eu tenho um assunto que eu acho que é de interesse de toda a população eu faço essa comunicação, mas tem alguns assuntos que é relacionado ao sul e eu fico por ali, assim como outros vereadores seja relacionado à zona norte zona leste, oeste, por aí afóra.

V: E a questão de requerimento, projetos de leis também são voltados pra essa população, esse público?

F: Meus projetos normalmente são voltados para um público geral, eu não faço um projeto, por exemplo, pensando na região sul.

V: Requerimento também?

F: A maioria da região sul, mas faço requerimentos pra região toda, se pegar do site aqui da câmara você vê que meus requerimentos são pra cidade toda.

V: Qual é o grau de interferência do seu partido aqui na sua gestão?

F: Olha, o meu partido pra te falar a verdade não tá interferindo por enquanto não, porque também nós estamos num período fora de eleição, esse ano agora é um ano que tá tudo aquietado, vamos ver ano que vem aí como vai ser, acredito evidentemente que o partido vá interferir sim, mas no momento o nosso partido deixa trabalhar mais a vontade, tá tendo muita interferência não.

V: O senhor acha que houve um declínio da importância dos partidos e uma exaltação maior do político de hoje?

F: Olha no geral a gente percebe isso, as pessoas felizmente ou infelizmente não tão presas a nada do que está ocorrendo no país, não salva PMDB, não salva PT, não salva PSDB, não salva PR, não salva ninguém; então hoje as pessoas estão focadas no indivíduo no político estão prestando atenção no político, não tão pensando assim, não tá votando, com raras exceções, no partido; pode ser quem for votar no partido mas hoje a maioria eu percebo nas conversas que eu tenho focado na pessoa mesmo, no político.

V: Como o senhor classifica a sua posição perante o Executivo?

F: Não, olha eu sou um político assim, desde que eu estuo aqui, tem 9 anos, eu voto na coisa certa, séria, não fico debruçado em cima de proposta, de conchavo, se for uma coisa que não me agrada, que no meu modo de ver não está correto, eu não voto não, então assim, o Executivo também não interfere não, não fica me pressionando aqui não e nem eu também fico lá pressionando ou pedindo alguma coisa, eu fico muito quietinho aqui e eles também já me conhecem já sabem meu perfil, prefeito já me conhece, secretário me conhece sabe que eu não fico lá pedindo e perturbando lá toda hora, estou lá solicitando querendo uma coisa outra coisa que não pode nem ser pedido, se é uma coisa que não tem como eles resolverem eu não faço pressão política, não faço.

V: Mas você se considera da base, do centro ou da oposição?

F: Não sou oposição não, mas também, eu sou do centro, pronto fica assim desse jeito.

APÊNDICE Y – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR VAGNER DE OLIVEIRA

Vitor: Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Vagner: Hoje a gente faz uma comunicação muito pessoal, é estar presente na sociedade e também usando as redes sociais.

Vitor: Como é esse diálogo?

Vagner: O diálogo está mesmo o contato, no corpo a corpo, estando presente no dia a dia, a gente procura muito estar presente pessoalmente e o outro caminho é utilizando aí o Facebook.

Vitor: Qual a importância da comunicação pro seu mandato?

Vagner: A comunicação em todos os sentidos é importante pra você poder estar divulgando, utilizando a rede social, o informativo, é importante tá divulgando porque aqui a pessoa leva pra casa e aí você tá presente e vai poder explicar pessoalmente realmente o que tá sendo feito do seu trabalho.

Vitor: Como você vê a relação da comunicação com a política?

Vagner: Se você tiver uma rede social, assessoria de comunicação, isso te ajuda muito na divulgação, ela faz muito e faz a diferença em qualquer mandato.

Vitor: Você utilize as redes sociais de que maneira?

Vagner: Nós usamos mais para o pessoal, ainda não estamos com profissional não, mas a gente sabe e reconhece a importância, o mínimo que a gente usa a gente vê que dá um resultado muito positivo.

Vitor: A rede social ajuda a construir ações no seu mandato?

Vagner: Sim, muitas pessoas mandam sugestões, opiniões também, alguns projetos, isso ajuda a avaliar até pra que a gente possa manter um posicionamento nosso sobre algum projeto que a gente possa apresentar.

Vitor: De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?

Vagner: Quando eu trabalho pessoalmente, utilizando essas alguns líderes comunitários, levando pra elas, reunindo com elas, mantendo elas informadas, a gente tem que estar alimentando essas pessoas da mesma forma que é alimentado um sistema de comunicação via internet.

Vitor: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

Vagner: Eu acho que a própria população é que vai reconhecer esse trabalho, não adianta eu chegar numa sociedade e falar que eu faço, que eu fiz e que é isso e aquilo, as pessoas querem acompanhar a sua trajetória; realmente esse resultado vem com o tempo, a confiança vai sendo adquirida, então eu acho assim, uma promoção pessoal que alguém possa forçar ela não vai ter um reconhecimento firme e eterno junto a sociedade, principalmente na política porque se você não transmitir uma segurança muito grande pra população o tempo vai levar com o vento.

Vitor: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

Vagner: Às vezes a gente contrata as pessoas num prazo curto a gente utiliza mesmo a turma da equipe mesmo que ajuda a pensar, é que vem fazendo esse trabalho né, então assim a gente ainda tem um trabalho lá na área de comunicação muito amador, eu reconheço isso, mas reconheço a importância que tem pra poder divulgar no dia a dia.

Vitor: Qual é a sua interferência no trabalho deles?

Vagner: Eles não fazem nada sem que eu dê o aval final, eles podem montar, dar qualquer sugestão, mas eu peço que passe tudo por mim porque aí quando sair pra ser publicado ou divulgado tem que fechar com o nosso pensamento, não pode ser só um pensamento deles, tem que ser o nosso.

Vitor: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

Vagner: Nós procuramos atender geral, eu não tenho aquele público A, B ou C. As pessoas que nos procuram podem ser qualquer setor desde a indústria, área de saúde, educação, segurança, na área rural, desde que nos procure, nosso gabinete está aberto o tempo todo, abrimos oito da manhã e não tem hora pra fechar; fica até umas oito da noite, exatamente nos fazendo presente também pra poder estar captando a situação, vendo aquilo que a população deseja que eu acho que esse é o fator principal, é estar junto, levantando a demanda e trazendo junto ao executivo ou até mesmo levando ao Executivo municipal e Executivo estadual.

Vitor: Qual o grau de interferência do seu partido no seu mandato, na sua gestão?

Vagner: Eu tenho que agradecer muito o líder do meu partido, o Noraldino, não interfere, não dá opinião, ele deixa muito a vontade a tomar decisões que achamos que é melhor em prol de Juiz de Fora, e eu acho que isso é uma grandeza da parte dele porque eu acho que quando alguém se acha dono e quer interferir pode atrapalhar, mas isso eu tenho que deixar publicamente esse reconhecimento essa grandeza da parte dele de não interferir em nenhuma das decisões que nós tomamos.

Vitor: Você acha que houve um declínio da importância dos partidos hoje e tem uma maior exaltação da figura individual do político?

Vagner: Eu sempre achei que quem faz o partido é o cidadão, é a pessoa a candidatar, eu acho que muito pouco partido que as pessoas votam no partido, vota mais na pessoas então o resultado vem do líder comunitário que se prontifica ali a ser candidato e estar junto com a sociedade, então pra mim o partido não representa tanto igual muitos acham.

Vitor: Como você classifica sua posição perante o Executivo?

Vagner: Eu me sinto numa situação confortável, neutra, o executivo não interfere nas minhas decisões, a gente faz um trabalho que é pra atender a comunidade, acho que é isso que importa, o Executivo tem mandado os projetos também, que não são projetos que prejudicam a comunidade então isso também facilita. Eu tenho certeza que nós temos que tomar uma decisão que venha a atender a sociedade e não por interferência de alguém, as decisões que nós vamos tomar é aquela que amanhã nós vamos ter que responder perante aqueles que depositaram seu voto em confiança em nós.

APÊNDICE Z – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR CIDO REIS

Vitor: Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Cido: Hoje o nosso é o Facebook.

V: Como é esse diálogo?

C: Esse diálogo é apresentando aí as nossas discussões aqui na Câmara, a gente também ouve sugestões da população de Juiz de Fora e daí nós vamos construindo os nossos projetos os nossos debates.

V: Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?

C: A comunicação é tudo, o mandato não é nosso né, o mandato ele é do povo, a gente abre esse canal pra gente estar discutindo interesse público dos nossos cidadãos e vai contribuindo pro nosso trabalho.

V: Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?

C: Essencial tanto de um lado quanto pra outro.

V: O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?

C: É uma mesclada.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

C: Com certeza né, e as nossas proposições a gente leva pras discussões, estar discutindo aí com a população, com as comunidades, e muitas vezes elas vem através da rede social.

V: De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?

C: A gente busca estar passando todas as informações possíveis e isso é natural, acaba chegando também nas lideranças de bairros, soma e ajuda muito na divulgação.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

C: Eu acho assim, a gente tem que procurar separar essas coisas, mas acho que a própria população hoje ele já consegue absorver o que a pessoa faz pra promoção pessoal e o que realmente está trazendo de benefício para os cidadãos de Juiz de Fora.

V: Como o senhor formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

C: No início realmente a gente era um pouco inexperiente, então a gente trouxe também algumas pessoas que estavam aí nesse mesmo estágio, mas com o tempo nós fomos amadurecendo e sempre buscando aprender a trabalhar e hoje nós estamos num ponto satisfatório que está atendendo nossas necessidades.

V: Qual é seu grau de interferência no trabalho deles?

C: A gente tá sempre aí dando um “pitaco” né, cobrando uma melhora, isso aí é natural da gente, a gente quer sempre mais.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

C: Não, é mais geral pra toda a cidade, a gente procura estar sempre informando da melhor maneira a população toda de Juiz de Fora sobre os nossos trabalhos, nosso desempenho aqui na câmara municipal.

V: Qual o grau de interferência do seu partido no seu mandato?

C: Hoje a participação partidária no meu mandato ela soma demais, nós temos aí as nossas reuniões , estamos sempre debatendo, discutindo e através do diálogo que nós vamos realmente construir um mandato.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio da importância dos partidos e uma exaltação maior do político em si ou não?

C: Hoje nós estamos vivendo um momento muito conturbado, eu sou a favor da gente diminuir essa quantidade de partidos, acho que pra gente realmente ter qualidade e poder definir realmente qual a função partidária, a função do parlamentar, o momento hoje ele é muito conturbado, mas nós temos esperança aí no futuro que realmente nós vamos conseguir essa participação partidária e parlamentar.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o Executivo?

C: A nossa posição é a favor do município de Juiz de Fora, a favor da população, mas respeitando o poder Executivo como também a gente exige o respeito à casa legislativa, mas eu acho que mais importante hoje é a gente pensar na população da cidade e com esse respeito nós vamos trabalhando praticamente em conjunto.

APÊNDICE AA – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR JOÃO COTECA

Vitor: Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Coteca: Eu uso como meio de comunicação um carro de som, eu tenho um carro de som pra fazer divulgações como utilidade pública, nota de falecimento, documentos perdidos, reuniões, eventos, festas comunitárias, eu uso esse meio de comunicação pra comunicar a pessoa e também até na Internet chamando as pessoas.

V: No seu mandato a Internet é o principal que você usa?

C: Isso, no mandato é o Facebook pra passar as mensagens.

V: Você responde diretamente ou o assessor ajuda também?

C: Eu tenho os assessores também que ajudam e colabora muito, a gente abre as mensagens, respondendo, então os meios de comunicação hoje pra quem sabe usar tá muito bom né.

V: Pro senhor qual a relação da comunicação e a política?

C: Eu acho que o povo vota esperando algo daquele político, então assim, do momento que a pessoa tá exercendo uma profissão, um mandato a pessoa tem que estar junto à comunidade, interagindo com a comunidade, buscando informações, fazendo visitas, participando de reuniões, atendendo pedidos da comunidade, então a gente tem que tá focado na comunidade, a campanha política é de 4 em 4 anos, então a gente tem que tá sempre interagindo porque quem não é visto nunca será lembrado, então tem que tá sempre ali com a comunidade.

V: O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?

C: Eu uso mais de forma pessoal.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

C: Acontece muito porque nem todo momento a gente tá ali na comunidade com o povo porque são muitas reuniões, então é complicado, mas no momento que eles acham a gente nos meios de comunicação, a gente abre as mensagens, vê que é pedido, a gente faz o requerimento daqueles pedidos e manda pro Executivo, o Executivo manda pra Secretaria e acaba acontecendo; então é muito bom esses meios de comunicação.

V: De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?

C: A gente divulga muito no boca a boca e para os líderes dos bairros. Eles acompanham nosso trabalho e vão divulgando; se fizer eles vão estar sempre passando aquela informação. Nas eleições esse contato foi importante, eu tive 4068 votos e nunca ia chegar nessas 4068 pessoas pra pedir o voto, então assim, foram pessoas que foram passando informação sobre o nosso trabalho, sobre as nossas atividades na comunidade chegou aos 4068 votos.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

C: É igual eu acabei de dizer agora pouco, quem não é visto não será lembrado, então as pessoas dão essa credibilidade pra gente estar aqui então, estar agradecendo essas pessoas através dos trabalhos, requerimento que vem, a gente pede e estar acompanhando e a gente está ali trabalhando sempre com a comunidade, sempre ali fazendo trabalhos, estamos sempre sendo vistos, então automaticamente a gente já está prestando conta, e essas pessoas estão ali vendo nosso trabalho, com certeza na próxima a gente tem mais possibilidade porque tem pessoas que somem da comunidade, e depois vem buscar voto aí é complicado né?

V: Então o senhor acha que essa prestação de contas ela ajuda também na campanha?

C: Sim, ela ajuda também porque as pessoas tão vendo acontecer, a gente está interagindo, igual assim, eu tenho gabinete no bairro, atendo muito lá atendo também aqui e tenho os meus trabalhos fora também, esse ano aqui na Câmara eu não entrei com nenhum projeto, mas foram algumas moções de aplauso, requerimentos, os atendimentos diários; creio eu que eu estou fazendo um bom mandato e as pessoas não tem muito que criticar.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

C: Eu usei essa forma, chamar as pessoas, fazer eventos. Aqui dentro da Câmara, de comunicação, eu tenho um funcionário. O critério foi confiança.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

C: É de estar acompanhando e passando informações; tem que estar passando também alguma ideia.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

C: Eu não sou vereador do bairro que me elegeram, o bairro Santa Cruz, que foram 2400 votos, eu sou o vereador da cidade; eu estou hoje representando quase 600 mil pessoas, mas eu foco muito na minha comunidade, no meu bairro, pessoas que depositaram toda a confiança em mim, me deu a oportunidade de estar aqui, e a gente está interagindo sempre, fazendo eventos, fazendo festas, atendendo a comunidade da melhor maneira possível.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

C: Até no momento tá tranquilo, quase nenhuma participação.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

C: Pra mim não, eleição é o seguinte, tem pessoas que votam no candidato, então acho que não tem muita escolha não, acho que ela vai mais pela pessoa, quem está votando vai mais pelo candidato dele.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

C: Eu sou da base, a gente tem feito um bom trabalho, até ontem eu fiz uma entrevista em agradecimento ao Executivo, ao prefeito, também à Secretaria por estar atendendo aos pedidos que eu tenho feito, então está muito bom, sei que é muito complicado, a crise tá aí, a cidade é muito grande mas fazendo um pouquinho aqui um pouquinho ali, acaba dando tudo certinho.

APÊNDICE BB – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR ANDRÉ MARIANO

Vitor: **Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?**

André: Nosso principal meio de comunicação é na nossa comunidade religiosa. Sempre temos nossos encontros mensais e nesses encontros temos a oportunidade de estar trazendo a demanda para o nosso trabalho e ao mesmo tempo dando a satisfação para aqueles que nos elegeram.

V: **Como é feito esse diálogo?**

A: Esse diálogo acontece mensalmente, nos encontramos com lideranças religiosas, vários pastores; então é onde nós estamos conversando sobre o nosso mandato.

V: **Qual a importância da comunicação para o seu mandato?**

A: A comunicação é tudo. Nós fomos colocados aqui nessa casa mediante o voto popular. A comunicação é importante para que possamos dar uma prestação de contas para as pessoas que confiaram em nos e no nosso mandato.

V: **Pro senhor qual a relação da comunicação e a política?**

A: É importante. A comunicação é importante tanto com a população quanto com a nossa comunicação interna, com os próprios vereadores. Aqui é um lugar onde tem que colocar os assuntos em pauta, conversando, vendo os pontos positivos e os negativos. Então é importante a comunicação para que a gente possa fazer um trabalho de excelência.

V: **O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?**

A: É uma ferramenta que todos têm utilizado. Temos nossa página particular, a política, temos uma pessoa que trabalha nessa área. A rede social é de muita importância.

V: **As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?**

A: Nós não utilizamos para as pessoas levarem demanda. É uma maneira de divulgar nosso trabalho e nossas ações nos gabinetes.

V: **De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?**

A: Nós temos aqui um grupo de assessores. No meu caso, nós fomos eleitos pela Igreja do Evangelho Quadrangular. Nós somos 140 igrejas, então temos um gabinete em que as pessoas representam algumas regiões. Nós somos cinco regiões e cada uma tem um assessor que trabalha conosco. Então cada assessor busca as demandas dessas regiões. Toda a demanda que existe nas regiões nós perguntamos aos nossos assessores e eles fazem o trabalho nessas comunidades. Os líderes comunitários também tem participação, porque todos querem um

bem comum, pensando em atender as demandas da sociedade. A igreja, por exemplo, não é só uma igreja, é um ponto de encontro da sociedade onde nós sabemos o que está acontecendo em determinada sociedade. Através desses locais, nós levamos as demandas ao poder público e tentamos atender essa comunidade.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

A: Eu não penso na divulgação do nosso trabalho no sentido em que no futuro eu possa ter o benefício do retorno nessa casa. O nosso trabalho é uma prestação de contas daquilo que até então nós prometemos para a comunidade. A nossa proposta é o que nos fez estar novamente nessa casa. Então o nosso trabalho não é pensar exatamente na reeleição. O nosso trabalho é uma prestação de contas nos sentido de dizer pra população que nós estamos trabalhando naquilo que nós oferecemos pra ela no início da nossa campanha.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

A: Nós não temos ainda uma estrutura como deveríamos ter. Temos uma pessoa que é responsável por isso, mas nós precisamos melhorar. É uma ferramenta muito boa, hoje e nós temos grandes profissionais que trabalham nessa área. Mas precisamos melhorar nesse sentido.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

A: É um trabalho feito com bastante cautela. Esse profissional não faz nada sem antes conversar com toda a equipe, sem antes conversar com esses assessores que estão em todas as regiões. Então é um trabalho feito em parceria, em acordo e a gente tá sempre acompanhando.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

A: A gente leva de maneira prioritária o nosso segmento, o segmento religioso. Mas não tenha dúvida de que nos não podemos ficar restrito a essa parte religiosa. Nós não podemos focar somente nessa parte e sim em toda a cidade.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

A: O nosso partido é muito tranquilo, a nossa liderança partidária compreende nosso trabalho e nos ajuda para que possamos fazer um trabalho melhor. A nossa liderança é muito afinada conosco.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

A: Acho que não. Estamos passando por esse processo aí. Esse cenário político nos percebemos uma insatisfação popular mas acho que dá pra continuar caminhando junto sim.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

A: Não é meu perfil ser oposição. É claro que nós temos uma autonomia um pouco maior pra fazer o nosso trabalho, Acho que oposição não contribui pra o crescimento da cidade. Nosso perfil é sempre de conversa. Eu posso dizer que sou da base, mas todo o trabalho é em parceria com nosso partido que é o PSC.

APÊNDICE CC – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR CHARLLES EVANGELISTA

Vitor: Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Charlles: São as redes sociais, o Facebook e também os correios.

V: Como é feito esse diálogo?

C: Através dos correios nós damos a resposta ao cidadão sobre o que foi feito sobre a demanda que ele nos fez. Depois a gente ainda liga pra ele perguntando se chegou. E nas redes sociais, nós entramos em contato inbox; manda mensagem de aniversário também pelas redes sociais e pelos correios.

V: Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?

C: Setenta por cento do mandato hoje é comunicação. Se você tiver um trabalho e não divulgar; eu sempre falo, eu fiz administração e sei que existe o pós venda; e aqui existe o pós-contato. Se a gente não fizer esse contato você vai atender o cidadão ele não nem vai saber que foi atendido e a gente também não vai ter essa resposta. A comunicação é a base de um mandato de sucesso.

V: Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?

C: É totalmente ligado. Um demanda o outro. A nossa comunicação tem que ter a percepção do que o eleitor está precisando.

V: O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?

C: Depois de eleito nós não temos uma vida pessoal. Parece que fica tudo junto. O meu perfil pessoal que era utilizado para fazer minhas postagens agora seve também para divulgar o mandato.

V: Pesquisando a sua página do Facebook percebi que tem muitas coisas pessoais e também posições ideológicas de política. Como você trabalha esses assuntos?

C: Quando eu entrei para a política uma das principais coisas que me motivou a ser candidato era que eu tinha minha posição ideológica e ficava atrás do computador criticando e apontando. Então eu cansei disso e resolvi vim candidato e fazer que essas posições tenham voz. Essas posições foram incorporadas à política. Mas eu costumo dizer assim, que um bom político ele não entra em certas discussões porque ele ganha de um lado e perde do outro. Eu não, eu defendo minhas posições e se eu vou perder de um lado eu não me interesso; me interesso que eu vou estar ganhando de outro e defendendo minhas posições políticas.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

C: Sim, a gente tem algumas portas de entradas de demandas, o gabinete físico e as redes sócias, onde a minha assessoria cuida dos pedidos da mesma maneira, a gente faz o cadastro da demanda, faz a documentação e envia o retorno pelas redes sócias. É mais uma porta de entrada e é fundamental.

V: De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?

C: Minha agenda depende das demandas, muitas vezes temos prioridades, como solicitações pontuais. Nós temos uma agenda formulada, mas temos alguns eventos que entram em pauta e nós vamos encaixando.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

C: Eu falo que a gente não pode ser hipócrita. Essa questão da comunicação no mandato é como se fosse uma empresa, se você fizer um bom trabalho tem que divulgar. Eu acho que a prestação de contas e a propaganda estão muito ligadas. Igual vamos fazer um jornal de um ano de mandato; você vai prestar contas mas também vai fazer uma propaganda do que você fez, não tem como desvincular.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

C: Por incrível que pareça na equipe tem dois jornalistas, mas só agora que a gente tá melhorando isso, estamos contratando uma agência. Mas minha equipe é muito política também, não tem só profissional de comunicação;

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

C: Eu sou meio centralizador nessa parte, ainda mais em coisas ligadas diretamente a mim, como discurso, projeto, uma visita. Em matérias de nível nacional onde a assessoria sabe o que eu defendo eu já deixo mais nas mãos deles. Eu acho que se eu não fosse tão centralizador eu acho que seria melhor mas em um ano acho que teve que ser assim, depois vai melhorando.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, um reduto eleitoral?

C: Eu não tenho reduto eleitoral. Minha maior votação foi na zona norte, eu morei lá, mas com muito pouca diferença pra outras áreas. Acredito que muito dos meus votos se deu ao que a gente divulgou nas redes sociais.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

C: Nenhuma, não influencia em nada, não pede nada em votação, pelo menos nesse ano eu não recebi nenhuma ligação.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

C: Sim, todos os partidos estão desmoralizados. Os grandes desmoralizaram os pequenos, tanto os partidos quanto os políticos. Acho que as pessoas acreditam mais nas pessoas que nos partidos.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

C: É de total independência, de centro, não tenho obrigação nenhuma de votar com o Executivo. Vou a favor se achar que é bom para a população, mas critico se tiver que criticar.

APÊNDICE DD – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR DOUTOR ADRIANO MIRANDA

Vitor: **Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?**

Adriano: Hoje o canal principal são as mídias sociais. O contato pessoal é importante, mas eu acho que através das mídias sociais nós conseguimos abranger mais as pessoas.

V: **Como é feito esse diálogo?**

A: É bem interativo. A gente não só publica nas mídias, mas a gente abre pra comentários, porque quanto mais a gente interagir com os cidadãos é melhor para o nosso trabalho.

V: **Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?**

A: Fundamental, é importante em vários sentidos; pra você divulgar o que está fazendo, pra você saber como a população enxerga o seu mandato e é uma forma também de você interagir, receber críticas e sugestões do que você está fazendo.

V: **Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?**

A: É uma relação de mão dupla. Ultimamente ela tem sido distorcida pela classe política, mas é uma relação boa, mas é importante que ambos se respeitem.

V: **O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?**

A: Tenho meu perfil pra coisas mais pessoais e minha página pra transmitir mais as ações do meu mandato.

V: **As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?**

A: Sim, a gente recebe muita solicitação através das mídias, requerimentos, propostas, e assim, a partir das ações e demandas que vem da sociedade o nosso mandato vai crescendo.

V: **De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?**

A: É através das demandas. O contato com os líderes comunitários nós temos um cuidado, porque tem lideranças que querem te auxiliar e ser um interlocutor, mas outros nem tanto. Existem famílias tradicionais em um bairro que tem um contato maior com a população. Então eu prefiro estar perto dessas pessoas do bairro. As informações chegam também muito através dessas pessoas. Nem todo mundo tem acesso às mídias sociais, então acho que o contato individual é muito importante para o mandato.

V: **Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?**

A: eu vejo isso como uma consequência. Se você faz um bom trabalho isso é consequência. Isso é uma forma de demonstrar as ações do mandato.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

A: A gente mantém a mesma equipe que começou comigo. Quando eu iniciei, a gente tinha a preocupação de construir uma equipe bastante técnica. Escolhi a dedo as pessoas que iriam me representar e me respaldar. Principalmente na área de comunicação, se você não tiver uma pessoa que demonstre o que você tá fazendo, você está fadado a não ter sucesso.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

A: Eu respeito muito, mas como vereador eu trabalho muito em cima, mas eu tenho total confiança.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

A: Num primeiro momento, o foco foi mais geral. Mas hoje, com as ferramentas que a gente tem, elas permitem que a gente direcione as informações para públicos definidos.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

A: Nenhuma é lógico que existe uma tendência muito grande ao fim da ideologia partidária, mas a gente procura respeitar e fidelizar o partido, mas isso não interfere no meu trabalho.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

A: Embora haja uma tendência do congresso nacional em tentar reverter isso, com a reforma política, com o voto distrital misto, acho que sim. Mas acho que as pessoas tem que votar na pessoa e não nos partidos. Acho que os partidos acabam hoje maculando a imagem dos próprios políticos.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

A: Ou sou bem neutro. Sou situação quando enxergo que a proposta vai favorecer a população e contra quando acho que não vai beneficiar. Acho que hoje o nosso grande partido é a população. Nós fomos eleitos pra isso.

APÊNDICE EE – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR BETÃO

Vitor: **Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?**

Betão: Tenho utilizado muito as redes sociais, e a TV Câmara é um meio muito bom e um jornal de prestação de contas, além das reuniões e plenárias.

V: **Como é feito esse diálogo?**

B: A gente chama e as vezes as pessoas nos procuram. Nas redes sociais a gente coloca algumas coisas, e quando alguém comenta, quando responde, sou eu mesmo que respondo.

V: **Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?**

B: Você está explicitando, deixando as claras o que a gente está fazendo aqui.

V: **Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?**

B: É essencial. Se a pessoa não visualiza o que você está fazendo, você perde o elo né. Isso vale para aqueles candidatos que tem uma relação com uma base, aqueles que não têm às vezes não há esse tipo de preocupação. É uma relação essencial. Acho que a política pauta a comunicação.

V: **O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?**

B: Temos duas paginas, uma particular e uma pública, mais profissional.

V: **As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?**

B: Sim, as vezes determinados problemas ou assuntos políticos, como problemas ligados à prefeitura, isso chega pela redes sociais.

V: **De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?**

B: De acordo com as demandas, e através dos problemas políticos que aparecem. Utilizamos algumas pessoas em determinadas localidades para passar informações. Pessoas que tem uma visão ideológica com o mandato, mas, por exemplo, os líderes comunitários estão mais preocupadas com problemas imediatos e não em questões ideológicas.

V: **Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?**

B: Se você é eleito você tem que prestar contas, sem ser uma campanha permanente. Tem gente que vem com muito recurso financeiro, não precisa prestar contas de nada, nós fazemos questão de prestar conta. Outros atores vão se utilizar de outras entidades para fazer essa campanha permanente. Mas o político tem que prestar contas do que está fazendo. Por exemplo, um político lá no congresso nacional vota a favor da reforma da previdência. Ele

tem que prestar contas disso, se não prestar, o eleitor dele não vai saber o que ele está fazendo.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

B: Nossa comunicação tem relação com a militância. Temos uma pessoa que cuida mais dessa parte, mas todo o conjunto ajuda.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

B: Razoável, hoje o pessoal tá muito antenado com tudo aquilo que a gente tá fazendo.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

B: Nós optamos fazer a política voltada para a classe dos trabalhadores. Na política nós não temos como atender interesses distintos. Temos um grau de atenção maior com professores, mas abrimos esse leque para outras classes de trabalhadores como metalúrgicos, rodoviários, construção civil. Então nossa comunicação é voltada para os trabalhadores.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

B: Tem interferência de orientação de princípios para alguma votação, de acordo com o estatuto do partido, de como a gente deve se orientar.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

B: Isso já é antigo, no Brasil, tirando os partidos ideológicos de esquerda e alguns de direita também, a maioria deles é de aluguel. São formados com gente que tem muito votos, eles brigam entre eles e conseguem eleger dois ou três, sem qualquer ligação ideológica. Nós sempre tivemos, desde quando entrei na política, sempre teve essa conversa. O sujeito não liga muito no partido, só nele, e aí ele vai puxando outras pessoas e assim por diante. O importante hoje é que o partido seja fortalecido.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

B: Sou oposição declarada. Não uma oposição desvairada, mas a gente tenta apontar os problemas do Executivo. Tenho total independência pra falar o que eu quero, tanto aos governos quanto aos patrões.

APÊNDICE FF – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM A VEREADORA ANA ROSSIGNOLI

V: Qual o principal meio de comunicação entre a senhora e a população?

Ana: Normalmente é o atendimento no gabinete. Mas a gente usa também as redes sociais.

V: Como é feito esse diálogo?

A: O meu diálogo com a população de Juiz de Fora é aberto e muito sincero. Procuo ter um bom relacionamento.

V: Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?

A: A comunicação é muito importante. Quem não se comunica se trumbica. A gente procura estar sempre mantendo esse contato. Com a TV e a rádio Câmara esse contato aumentou. A gente tem uma oportunidade de mostrar com mais facilidade tudo o que fazemos e trabalhamos.

V: Como a senhora vê a relação da comunicação com a política?

A: Acho que o bom político, o que age de forma transparente não tem problema em se comunicar.

V: A senhora utiliza as redes sociais de que maneira?

A: Normalmente uso mais de forma pessoal.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

A: Sim, as vezes de cabeças mais simples vem as melhores ideias, é muito importante esse diálogo. Quanto maior o numero de cabeças pensantes, maior e melhor é o resultado.

V: De que forma é construída sua agenda? E de que forma a senhora divulga suas ações nos bairros?

A: Sim, temos o gabinete no bairro onde moramos, e nos reunimos com a população para trocarmos experiência, principalmente com aqueles moradores mais idosos e mais experientes.

V: Para a senhora qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

A: Normalmente uso a rede como um laço de afetividade, então pra mim não tem esse viés. Procuo não entrar no mérito político usando a comunicação.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

A: Normalmente todos os nossos assessores fazem. Temos uma pessoa que cuida disso, mas ela está afastada.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

A: Muito pouca, mas quando não me agrada eu falo, quando vejo que precisa fazer alguma modificação a gente faz.

V: A senhora tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

A: Eu acompanho tudo, costumo dizer que conheço a cidade toda. Eu e minha equipe verificamos em loco as demandas da população. Nos dias das reuniões é mais difícil, mas no recesso costumo estar perto da população.

V: Qual interferência que o partido da senhora tem no seu mandato?

A: Sou muito independente, respeito muito o líder do nosso partido, prefeito Bruno Siqueira, mas procuro votar de acordo com a minha independência, de acordo com o interesse da população.

V: A senhora acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

A: Não, existem partidos que a gente não compactua. O nosso mesmo no âmbito nacional a gente não concorda com as ações, mas localmente é todo muito tranquilo e os partidos são importantes.

V: Como a senhora classifica sua posição perante o poder Executivo?

A: Sou da base e sigo o partido há muitos anos. Estou com o prefeito, mas procuro sempre defender o povo, fazer o bem para aquele que precisa.

APÊNDICE GG – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR DOUTOR ANTÔNIO AGUIAR

VITOR: Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

ANTONIO: Eu uso rede social assim como hoje em dia qualquer um nesse meio precisa, então eu uso Instagram, WPP e Facebook, Twitter muito pouco, não me adaptei muito. O político precisa também de um contato próximo, por ser médico e atendo pessoas todos os dias, isso já é natural na minha vida, mas eu procuro fora também da atividade médica visitar comunidades, visitar pessoas, fazer agendas, conversar com as pessoas porque na hora H conta muito a questão pessoal, a vivência, o olho no olho o aperto de mão, eu acho que isso tem uma importância muito grande.

V: Você acha que esse diálogo tem que ser mais próximo?

A: O diálogo tem que ser mais próximo, por exemplo, eu investi muito pouco em rede social nesses quatro anos que eu fiquei aqui, o que eu fiz foi trabalhar, foi estar com as pessoas, minha rede social foi uma rede que ficou muito acanhada nesse mandato eu estou tendo um cuidado maior de divulgar mais as coisas. Nas últimas eleições eu aumentei a minha votação, meu investimento na campanha foi muito pequeno, quase não gastei dinheiro na eleição, então eu entendo que esse corpo a corpo, esse contato com as pessoas, mas realmente em termos de velocidade as redes sociais aumentam uma visibilidade do nome, é muito mais rápido.

V: Como o senhor utiliza as redes?

A: Por ser médico, eu tenho muito acesso a imprensa, eu acabo participando de muita coisa em jornal, a imprensa escrita, rádio, televisão, a gente sempre é convidado a falar sobre algum tema relacionado à profissão que eu exerço, então eu acho que eu acabo conseguindo um meio de divulgação bem amplo sem ser uma coisa cansativa, exaustiva ou que você coloque as coisas de uma maneira muito forte em cima de uma via somente pra divulgação. Com relação a isso eu tenho no Facebook 3 perfis, tenho 2 perfis que são pessoais e 1 perfil de figura pública. Na página procuro fazer política, é onde eu descarrego a maior parte de informações sobre a política, nos meus outros 2 perfis eu procuro manter algumas informações relacionadas a minha profissão, artigos que eu leio, eu procuro sempre deixar coisas relacionadas a cultura que a gente gosta, ou filme e música, alguma mensagem que seja de interesse das pessoas. Mas eu mesclo essas duas páginas e é onde eu tenho maior quantidade de gente, em torno de 8mil pessoas e em torno de 3mil pessoal na página política. No perfil político faço investimento na página; numa publicação nós botamos 10 reais e isso deu quase que 5 mil visualizações em um percentual grande participação. Pra mim o

crescimento em rede social ele tem que ser consistente, ele não pode ser um crescimento que te engane, a gente procura também fidelizar gente dentro da rede social.

V: Como o senhor vê a relação entre a política e a comunicação?

A: Acho que a comunicação é tudo na vida, a maneira como você se expressa, a maneira como isso é levado ao público é importantíssima pra que você consolide imagem, consiga divulgar trabalho, de uma maneira real, o problema da comunicação é quando ela é muito superlativa, quando ela amplifica demais coisas que não são compatíveis com nossa competência.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

A: Ajuda sim, isso é uma coisa que é rotineira, um pedido relacionado à saúde, um serviço em via pública. As pessoas que me pedem as coisas, mesmo estando em rede social a gente já tem um vínculo estabelecido, é muito interessante isso, raramente eu recebo um pedido de uma pessoa que eu nunca vi e eu procuro analisar se aquela demanda é real, se é uma demanda necessária e procuro atender essa pessoa também de maneira indistinta.

V: Como é construída a agenda da divulgação do seu trabalho nos bairros?

A: Isso é dinâmico, por exemplo, às vezes eu não tenho nada pra fazer num final de semana eu vejo que tem um evento, alguém me ligou, tentou entrar em contato então eu ligo pra pessoa que está mais próxima de mim dentro disso e digo “vamos naquele lugar assim, então vão borá” e aí a gente monta aquilo naquele momento. Quando há uma programação aí é muito mais fácil porque fica tudo combinadinho e a divulgação é feita dentro da técnica do profissional, ele define a hora que publica o que é melhor.

V: Vocês trabalham dessa maneira também, passando esse trabalho pra esses líderes de opinião e quem são eles?

A: Isso é aquilo que eu falei, aquela coisa de você ficar muito na rede social se torna uma coisa muito impessoal, então a gente tem sim pessoas, sem ser pessoas tipo presidente porque essas pessoas tem um perfil diferente e eu não gosto muito de trabalhar nesse viés. Às vezes você tem ali no bairro pessoas que nunca ocuparam um cargo de liderança, mas tem uma liderança natural absurda, uma pessoa ligada no movimento religioso e eu dou muito valor a essas pessoas. Por exemplo, uma vez eu fui num bairro e uma pessoa que veio me pedir um favor, uma imunização na época da campanha de gripe e eu achei que era um pedido correto, não quis saber se ela tinha vínculo com político A, B ou C, resolvemos atende-la e essa pessoa depois fui ver que tem um trabalho dela, que é natural, é uma líder fantástica, eu tenho trabalhado com ela dentro da comunidade e tenho conseguido junto com a administração levar muitas melhorias pra cidade.

V: Qual a diferença essa prestação de conta pra população e fazer isso se tornar uma campanha dentro do mandato, pra você qual é essa diferença?

A: Pra mim isso é muito simples e quem trabalha comigo sabe muito bem das coisas como eu gosto, se você no exercício da função colocar seu olhar só na questão política pensando em retorno, em voto, com certeza esse trabalho vai sofrer transformações, ele não vai vir na integridade que ele deveria vir então o que eu mostro aqui pra eles é que eu não tenho esse tipo de preocupação, você pode ter certeza disso, eu penso como médico, quando estou atendendo eu tenho que atender o paciente da melhor maneira possível. Eu levo a política dentro do mesmo viés, quando me reporto as pessoas, vou dar um exemplo, a pessoa me pede um emprego eu não crio nenhum tipo de expectativa eu digo pra elas qual a realidade, o que tá acontecendo, as dificuldades que a gente tem, peço um currículo, digo que vou encaminhar, tento colocar esse currículo dentro do perfil da pessoa, mas não faço nenhum tipo de promessa porque eu sei que é difícil e eu tenho que ser sincero com essa pessoa e tenho que ter com ela uma relação o mais transparente possível. A minha preocupação é me manter transparente, andar de cabeça erguida na rua sem nenhum tipo de problema com essas pessoas.

V: Como o senhor formulou a sua equipe de comunicação?

A: O ambiente político exige além da competência a confiança que você tem que ter naquelas pessoas que estão ali, as vezes a pessoa culturalmente ela não tem nível de informação muito grande mas ela é uma pessoa séria, correta, ela vai atender as demandas como se a gente estivesse ali, ela vai ter essa consciência que ela está ali representando um papel, então isso pra mim é a característica mais importante e no meio desse contexto você tenta mesclar alguns profissionais, por exemplo na área de comunicação hoje a gente não pode abrir mão de ter na política alguém que respire esse ambiente, que conheça esse ambiente então você tem que ter uma pessoa dessas aí essa pessoa você vai tentar conciliar um perfil técnico mais esse perfil que eu te disse, você precisa de alguém pra te dar um suporte jurídico e ainda que a Câmara apresente uma procuradoria, alguma coisa assim você precisa ter alguém de muita confiança que vá te dizer “olha tá errado a prefeitura, a Câmara, não faça isso” você tem que ter isso daí. Então na verdade tem que mesclar, mas sempre levando em consideração a confiança que tem que ter nas pessoas. Pessoa que trabalha com político não pode falar muito, tem coisa que não pode sair falando a pessoa tem que ser muito reservada.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho da sua equipe de comunicação?

A: É quase que nenhum, quando a gente tinha outra pessoa que trabalhava com a gente e acho que ela sofria muita influencia minha, aí hoje isso flui normalmente né, a pessoa que tá na

frente, ele já pegou o jeito, ele faz o que ele quer, publica o que quer e eu quando leio praticamente não tenho restrição nenhuma do trabalho que ele tem feito.

V: O trabalho de comunicação do senhor tem algum direcionamento de informação pra determinada região da cidade e tem uma maior articulação política nesse lugar?

A: Óbvio que eu tento pulverizar ao máximo possível a informação, porque como eu tenho um leitor que é muito formador de opinião então a gente procura pulverizar o máximo possível, buscando atingir essas pessoas. E eu quero atingir os educadores, quero atingir não só os profissionais de saúde, mas também os pacientes que vão se beneficiar daquilo e essas questões relacionadas às lideranças, naqueles locais onde você tem estabelecido um relacionamento bom, de confiança, é lógico que a gente também fortalece esses vínculos e essas regiões.

V: Qual o grau de interferência do partido na sua gestão?

A: O grau de interferência é muito pequeno no que diz respeito a ter ordens vindas do partido, talvez porque eu estou a 40 anos filiados no mesmo partido, que é o PMDB, que hoje é um partido que passa por uma crise nacional, como todos os grandes partidos passam então talvez por isso eu tenha muita autonomia pra legislar, eu não tenho muitos problemas, até o prefeito é do meu partido, mas já tive ate uns pequenos problemas dessa ordem quando votei em matérias contrárias aquilo que o executivo pensava mas expondo a minha maneira de pensar e o meu ponto de vista, porque eu acho que em determinadas situações que o partido precisa nos ouvir. Eu sou base, eu sempre fui base, eu passei 36 anos da minha vida dentro do partido como um soldado, carregando bandeira, pedindo voto, fazendo as campanhas, sempre participei disso e há 5 anos atrás que eu entrei nessa disputa e me transformei num vereador, então nesse momento eu não posso dizer que tenha nenhum tipo de interferência não.

V: Você acha que houve um declínio da importância dos partidos e uma exaltação do político atualmente?

A: Eu acho que a falta de credibilidade dos partidos políticos passa primeiramente por esse grande número de partidos que se criou num país e que na sua grande maioria são verdadeiros balcões de negócios, são partidos que vendem tempo de televisão, o interesse deles na política é esse. E aí aquele perfil ideológico que me norteou quando entrei pro PMDB com Teotônio Vilela, Franco Montoro, Odacir Klein, Tarcísio Delgado, umas constituição cidadã que é a de 88 que é uma constituição maravilhosa em vários sentidos, isso tá perdido, está temporariamente fora de um viés maior, fez com que tanto o PMDB quanto outros grandes partidos ficassem ali em determinados departamentos que estão sem finalidade nenhuma ideológica. Acredito que temos que diminuir o número de partidos no Brasil e

ideologicamente manter nos partidos pessoas que estão de acordo com aquela programática que a população possa melhor identificar quais são essas orientações e facilitar as escolhas.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o executivo?

A: Situação com independência porque existem, por exemplo, questões relacionadas a servidores públicos, isso se for matéria que vai mexer em carreira, em salário, em benefício do servidor público meu posicionamento vai ser contrário ao do Executivo; isso é uma coisa que eu tenho muita tranquilidade. A gente já assumiu posição contrária a projetos do Executivo também e em negociação houve uma diminuição no valor de até 50%, e eu tenho a certeza que eu protegi a sociedade e auxiliei o executivo a ser mais justo nas ações dele. Eu confio muito na transparência, na honestidade da administração, visão crítica da falta de recursos que estamos passando, o quanto isso penaliza o município, 75% do que ele arrecada vai pro Governo Federal o que retorna pro município são só 15%, então a gente tem toda visão e também em determinados momentos nós temos que contrabalancear e entender a posição, mas sou governo com independência.

APÊNDICE HH – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR WANDERSON CASTELAR

Vitor: Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Castelar: Ultimamente a TV Câmara, depois que abriu esse canal isso tem favorecido a todos na apresentação dos projetos e das opiniões.

V: Como é feito esse diálogo?

C: Eu sempre tento estimular o máximo possível. Utilizo um pouco os meios de comunicação tradicionais, mas hoje não há muito espaço. Tento também usar o Facebook, mas se agente não investir no impulsionamento às vezes não é tão efetivo.

V: Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?

C: No meu caso é muito importante. É o que me permite chegar muitas vezes às pessoas, conseguir apoio para determinada iniciativa e que nos permite retornar à casa. Tenho certeza que a comunicação influenciou muito nas minhas três eleições. Mais nos dois primeiros em termos positivos e no último em termos negativos.

V: Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?

C: É uma relação muito estreita. Principalmente nos tempos que a gente está vivendo que a gente percebe nitidamente a influência dos meios de comunicação no processo político nacional, isso vale para o âmbito estadual e municipal.

V: O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?

C: Através de uma assessoria que nos contratamos. Mas eu mesmo não me desligo. Dou uma atenção grande porque é um veículo que exige resposta em tempo real, procuro dar resposta a tudo, nem sempre de maneira satisfatória ou no tempo que a pessoa espera.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

C: Muito, várias ações requeridas vieram a partir de contatos via rede social, assim como algumas ideias que a gente trabalha e projetos vieram das redes.

V: De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?

C: É através das demandas. Eu acho que a divulgação nos bairros, o ideal seria divulgar através dos líderes dos bairros. Mas vou ser sincero, meu mandato tem uma ineficiência nesse ponto, não é fácil, é difícil verbalizar determinado assunto, mas se a gente criasse uma dinâmica com esses grupos seria muito melhor. Essa área de comunicação de contato com essas redes que influenciam as pessoas podia melhorar o nosso mandato.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

C: Eu tento fazer mesmo uma prestação de contas. É uma qualidade do meu mandato, dedico muito atenção, embora esteja longe de ser perfeito. A gente se reúne pelo menos duas outras vezes por ano para cuidar disso, a gente tenta muito aumentar o dialogo com a população nesse sentido. É um momento que eu faço questão de apresentar, o mais importante que a gente fez e o que também ficou faltando.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

C: Sempre trabalhei com uma equipe muito pequena, tenho um profissional e ele fica muito sobrecarregado, isso deixa claro em investir mais nessa parte.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

C: É quase total, controlo praticamente todas as ações.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

C: Necessariamente tenho um contato maior com o bairro onde eu moro, por um fato muito simples. É onde eu estou, onde eu moro, onde eu iniciei minha caminhada na politica, a partir de Monte Castelo foi que eu consegui apoio para o meu primeiro mandato. Dou muita importância ao bairro, porque falar com meus vizinhos é muito importante; tenho um escritório lá desde 2010, então é um publico que me dirijo com mais atenção, assim como os professores da rede publica, que é de onde eu vim e estou afastado durante o mandato, então sempre envio, por correspondência, informações aos professores da rede estadual.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

C: Podia ser maior se o nosso partido me usasse mais. Estou sempre aberto a ouvir e sigo quase sempre as instruções que o partido faz. Já tivemos divergências com o nosso partido, eu e Betão, no caso de uma eleição da mesa diretora, na ocasião decidimos nos abster. Mas normalmente sigo as orientações gerais, mas gostaria que o partido trouxesse mais temas.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

C: Não tenha duvida disso. No país hoje os partidos são mais usados do que servem para uma base para o político. No nosso partido, que é ideológico, isso não acontece, mas normalmente, nos outros partidos é um troca-troca.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

C: Somos de oposição, embora eu tenha sempre boa vontade, honrando sempre o mandato que me deram, e as questões que o partido tem a colaborar com a população. É uma oposição construtiva e colaborativa

APÊNDICE II – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR JULIO “OBAMA JR”

Vitor: **Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?**

Obama: São as redes sociais e as visitas e fiscalizações nos bairros. Ao mesmo tempo em que a gente faz esse diálogo nós também comunicamos diretamente com a população.

V: **Como é feito esse diálogo?**

O: Sempre como funciona no Brasil. Algumas pessoas vêm e apoiam as ações por estarem vendo o que a gente está fazendo pela cidade, pela questão da cidadania.

V: **Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?**

O: Imprescindível. É muito importante comunicar ao eleitor tudo que fazemos no mandato para que a gente tenha um retorno.

V: **Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?**

O: Fundamental. Um demanda o outro. Quanto mais a gente comunica, mais transparente a gente é. Porque também abre um canal para sugestões, críticas, para legitimar o mandato tem que haver comunicação.

V: **O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?**

O: Tento mostrar para as pessoas que o político é uma pessoa normal, tem família, então eu não tenho receio nenhum de colocar coisas pessoais. A rede social tem que mostrar o que a pessoa é. Uso mais o Facebook, mas temos também o Instagram.

V: **As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?**

O: Sim, no nosso gabinete a gente retira da Internet todas as demandas, a mesma atenção que a gente dá pessoalmente a gente dá na rede social. Rede social repete o que acontece na vida real.

V: **De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?**

O: Eu tento ter uma agenda de forma programada, dependendo da urgência de cada bairro, mas geralmente é por demanda. Nos bairros a gente tem que tomar cuidado em quem a gente dá atenção. Alguns líderes usam dessa posição para ascender socialmente. Falo porque conheço. Hoje sou presidente da associação de moradores do bairro Bandeirantes, nos próximos dias vou entregar o cargo, mas ainda tenho muita atenção ao bairro. Então tem que observar com muita atenção para quem vamos passar essas informações para que elas não cheguem distorcidas à população.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

O: Confesso que a diferença é muito pequena. Não tem como o vereador não se expor. Um vereador que trabalha todos os dias e mostra muita coisa, pode parecer que é uma campanha permanente. Mas no Brasil o sistema eleitoral contribui para que isso aconteça. Temos eleições de dois em dois anos. A reeleição tem a ver com essa prestação de contas. Mas quem vai ver isso é a população, que está amadurecendo nesse sentido.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

O: Você deve governar com os amigos, desde que eles sejam competentes para atuar. Hoje nós não temos um jornalista e sim um profissional do marketing que faz todo esse trabalho.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

O: É total, porque eu acho que a gente tem que se responsabilizar por tudo. Eu faço meus próprios textos. Gosto de me comunicar. Mas quando a equipe tiver mais madura isso vai mudar.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

O: Tento não rotular. Eu venho com a verdade que você vem da eleição e realmente é eleito por determinado grupo, determinada região, mas você tem que cuidar da cidade toda. Tento não criar uma discriminação das urgências. Não tem como comparar a estrutura dos bairros. Esse é um dilema que o político não deve ter.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

O: É pouca e eu respeito muito o partido. Mas você vota com as suas convicções.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

O: Com certeza. Hoje o que a gente vê é um fisiologismo enorme, uma negociação que a gente fica estarecido. As praticas políticas afastaram as pessoas dos partidos.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

O: É um voto de alguém equilibrado. Já votei a favor e contra. Não é questão de ser de oposição ou situação, depende do tema. Tem que ter responsabilidade na hora de votar cada assunto.

APÊNDICE JJ – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR KENNEDY RIBEIRO

Vitor: **Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?**

Kennedy: O corpo a corpo. Eu acho que esse tem que ser o principal meio de comunicação. A gente buscando as demandas com o povo, onde a pessoa solicita a presença. É o melhor meio.

V: **Como é feito esse diálogo?**

K: De acordo com as demandas. Por exemplo, eu participo de um conselho municipal. Quando eu estou lá, estou como vereador mas estou representando também e tendo um contato direto com a população.

V: **Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?**

K: É tudo. Quem não é visto não é lembrado. Então a pessoa é lembrada quando se torna presente.

V: **Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?**

K: Comunicação é um meio de ser fazer política. É através dela que você amplia seus horizontes. Que você chega a diferentes comunidades. Quando eu fui candidato, o meu slogan foi de ter um mandato participativo.

V: **O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?**

K: Não aderi pessoalmente às redes sociais não porque hoje mais do que tudo levantam muitas polêmicas, então acho que a gente tem que ser mais efetivo do que ficar vendendo casa na lua para as pessoas pela rede social.

V: **As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?**

K: Com certeza. As pessoas as vezes tem muito mais acesso a mim pelas redes do que pessoalmente. A gente tá sempre trabalhando e a agenda é grande.

V: **De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?**

K: Através das demandas trazidas pelos assessores que vão até as ruas. Eles estão diretamente ligados com os moradores e com aquelas pessoas que representam determinados segmentos. Isso ajuda muito o nosso trabalho.

V: **Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?**

K: O capital político você faz durante o mandato, mas a prestação de contas é mais importante para mostrar à população o trabalho que está sendo feito e ter um retorno disso.

V: **Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?**

K: Tem que simpatizar com a pessoa. A pessoa tem que gostar de você como parlamentar, como alguém que vai ajudar as pessoas. Da mesma forma eu vejo o profissional, seu caráter. E a relação melhora sempre com o cotidiano.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

K: Nenhum. Gosto de deixar a equipe bem à vontade. Você só forma liderança a partir do momento em que você dá pra essa pessoa a autonomia pra debater determinados assuntos. Se você fica puxando muito a pessoa não desenvolve.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

K: Não, o gabinete não tem bairro definido, trabalhamos para toda Juiz de Fora.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

K: Nenhum. Tenho autonomia total para fazer o que eu acho que tem que ser feito. Mas acho que temos que dialogar.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

K: Sim. Respeito muito o meu partido, mas acho que hoje as pessoas estão vendo a diferença mais nas próprias pessoas do que no partido.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

K: Sou da base. Mas no meu mandato não sofro nenhuma pressão dentro dessa situação. Sou independente e faço o que é certo para a população da cidade.

APÊNDICE KK – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM A VEREADORA DELEGADA SHEILA

Vitor: Qual o principal meio de comunicação entre a senhora e a população?

Sheila: O meu principal meio são as redes sociais que eu utilizo demais, funciona também através da imprensa, quando se relaciona a minha profissão, como delegada de polícia, a gente realiza muito trabalho operacional, então eu sou várias vezes procurada pela imprensa, mas assuntos relacionados à profissão.

V: Você tem também outras redes sociais, site, jornal?

S: Sim, na verdade o que eu mais utilizo é o Facebook, eu tenho uma página e 3 perfis mas eu tenho também o Instagram que eu utilizo bastante, WPP, tenho alguns grupos e encaminho muitas coisas pras pessoas que estão cadastradas no meu WPP, que são meus amigos, e normalmente a gente faz também jornalzinho ou um panfletinho comunicando um trabalho ou outro.

V: Como funciona esse diálogo seu com a população?

S: Eu procuro ter um diálogo de forma mais simplificada possível, só que o meio de comunicação que eu tenho mais contato com a população é o Messenger. A gente recebe muita mensagem inbox através dele; então eu converso com eles diretamente, respondendo as perguntas, atendendo as demandas.

V: Qual a importância da comunicação pro seu mandato?

S: Eu acho de extrema importância, é uma forma que tenho de mostrar o meu trabalho, de prestar contas do que eu estou fazendo pra população, de sentir o feedback em relação ao que eu fiz e estou fazendo, e também de ouvir opiniões pra que eu possa estar fazendo as coisas diferente.

V: Como você vê a relação da comunicação e a política?

S: Eu acho de extrema importância essa relação, às vezes acontece algumas situações conturbadas da comunicação com determinados políticos, mas comigo, graças a Deus, eu nunca tive problema, eu vejo uma relação muito positiva e pra população também é positiva, é uma forma da população estar conhecendo o que os políticos estão fazendo, coisa que há pouco tempo atrás não era viável, as pessoas votavam simplesmente por outras questões e não pelo trabalho.

V: Você usa as redes sociais de que forma?

S: Muito mais profissional do que pessoal nas minhas redes sociais, sendo que eu não tenho perfil pessoal mas as vezes a gente acaba postando uma foto pessoal, a gente essa necessidade né, alguma coisa com a família; acontece essa mistura mas muito mais profissional do que pessoal.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

S: Com certeza as redes sociais ajudam demais nas demandas, eu recebo muita informação através do Messenger, eles encaminham inclusive fotografias de buracos, praças abandonadas, de escolas sem muro, várias demandas né, então eles encaminham a fotografia, os meus assessores vão até o local pra confirmar, pegam os dados pra gente dar uma resposta, um feedback pra essas pessoas, então nós fazemos os requerimentos que apresentamos no plenário. Então a maioria das minhas demandas elas vem de rede social, projeto de lei também, vira e mexe um cidadão manda pra mim uma ideia bacana, às vezes eu acato ela inteira, às vezes adapta, mas sempre chegam ideias das redes sociais.

V: Como é construída a agenda das suas atividades nos bairros e também da sua comunicação nos bairros, como é feito isso?

S: Normalmente os meus assessores fazem um contato mais direto nos bairros, quando tem alguma reunião ou algum evento eu vou até o bairro. O meu mandato é um pouco diferente, porque eu tenho outra atividade fora da Câmara principalmente durante o horário de expediente eu não posso estar nos bairros, mas os meus assessores estão sempre presentes, e nos horários que eu posso eu me disponibilizo também.

V: Pra senhora qual a diferença de prestação de contas pra população do seu trabalho e de utilizar essas informações como uma possível plataforma de ações políticas que podem gerar frutos políticos?

S: Eu acho que essa questão de prestação de contas pelas redes sociais, pela comunicação é muito moderna, é muito novo, há pouco tempo atrás os políticos faziam aqueles jornaizinhos falando “eu fiz isso, eu fiz aquilo, por isso você tem que votar em mim” então isso eu acho feio né, acho que a gente trabalha, mostra o que fez e em época de campanha não tem que utilizar isso como forma de cobrança e as pessoa votam novamente ou não de acordo com o que já foi apresentado anteriormente.

V: Como a senhora formulou a sua equipe de comunicação, quais foram os critérios e o perfil desses profissionais?

S: Eu sempre tive uma proximidade muito grande com o pessoal de comunicação, com jornalistas por conta da delegacia, tem jornalistas que vão todos os dias na delegacia, então a

gente convive ali durante anos, praticamente todos os dias, a gente acaba criando até um vínculo de amizade e confiança, e quando eu resolvi ser candidata durante o período mesmo da campanha eu convidei alguns jornalistas que já atuavam na área policial pra estarem junto comigo, e estão até hoje, então o meu critério foi esse. Eu tenho esse privilégio de conhecer vários jornalistas e confiar no trabalho deles.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho deles?

S: Nós somos amigos, tem essa parceria, a gente tem grupos no WPP, então eu tenho alguma ideia lanço no grupo, eles tem algumas ideias também lançam no grupo, eles criam e formulam um texto lançam no grupo, eu olho se tiver de acordo com meu pensamento, com meu perfil, a gente modifica algumas coisas, a gente trabalha juntos, a gente trabalha com ideias e eu confio muito neles.

V: Acha que essa interferência ajuda ou atrapalha as vezes?

S: Ajuda muito, no meu caso ajuda porque o tempo da gente é muito corrido, é um tempo pequeno então quanto mais ajuda melhor, eles ajudam demais, e eles tem uma visão diferente também, a pessoa que trabalha com a área de jornalismo que trabalham com a questão da comunicação, eles tem uma visão ampliada de outros setores, eu tenho uma visão mais focada na segurança, agora um pouquinho na política, engatinhando, estou aprendendo e eles já tem uma visão de todos os setores.

V: Tanto pras ações do seu mandato, seus projetos quanto pra comunicação, a senhora tem um direcionamento pra algum reduto eleitoral ou algum público específico, por exemplo, da sua profissão, a questão da segurança, a senhora faz as ações e a comunicação voltada pra esses locais ou é geral?

S: Eu tive uma votação expressiva e a minha votação foi espalhada na cidade inteira inclusive na zona rural, então eu não tenho reduto eleitoral, mas acaba que por conta da minha profissão eu sempre puxo as minhas ações pra área de segurança pública, muitas coisas voltadas pra mulher também, pra proteção da mulher, mas sempre na área de segurança pública, a questão do combate à pedofilia também que é um trabalho que eu venho realizando há muito tempo já aqui na cidade, mas não quer dizer que seja só isso, a gente olha também pras outras questões, mas acaba que a gente sempre puxa pra esse lado; agora bairro, reduto isso eu não tenho.

V: E a comunicação também nesse sentido ou é mais ampla?

S: Mais voltado pras questões da mulher, da pedofilia, da segurança, mas a gente não deixa de falar sobre outros assuntos factuais que vem acontecendo aí todos os dias.

V: Qual o grau de interferência do seu partido na sua gestão?

S: No meu caso eu posso dizer que o grau é zero, eu sou do PTC, mas eles nunca interferiram no meu mandato em relação a nada.

V: E a senhora acha também, até por isso, que houve um declínio da importância dos partidos hoje e uma maior exaltação da figura do político?

S: Eu acho que esse ranço do partido ficar interferindo no mandato das pessoas que foram eleitas ainda existe nos partidos maiores, a gente observa muito isso nos partidos maiores, mas em relação da popularidade dos partidos a gente observa sim esse declínio, as pessoas não estão mais confiando em ideologia partidária até porque eles falam uma coisa hoje e amanhã fazem outra, eles brigam hoje e amanhã estão aliados novamente, então cadê a ideologia, cadê a coerência? Então como falta muita coerência as pessoas acabam desacreditando de fato.

V: Como a senhora classifica a sua posição perante o Executivo?

S: A minha posição é totalmente de centro, eu não posso dizer que eu sou oposição, que sou base eu sou 100% até em outras questões políticas também, não interfere no meu mandato, tenho um bom relacionamento respeitoso, se eu perceber que é bom pra comunidade, é bom pras pessoas que moram em JF eu sou a favor, agora se eu perceber que não eu sou contra.

APÊNDICE LL – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR PARDAL

Vitor: **Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?**

Pardal: O mais tranquilo possível, estamos sempre a disposição para ter contato presencial, por telefone, rede social, mas eu gosto mais do presencial, olhar direto nos olhos das pessoas.

V: **Como é feito esse diálogo?**

P: É muito direto, me traz muita felicidade pra mim, estar sempre junto do cidadão ouvindo suas necessidades.

V: **Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?**

P: Fundamental né, como diria o ditado do velho guerreiro, quem não se comunica se trumbica. Acho que é importante sempre estar dialogando sempre em contato com as pessoas.

V: **Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?**

P: A relação tem que ser sincera. Eu tenho que fazer uma atividade e mostrar o que realmente está sendo feito, e o objetivo das ações.

V: **O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?**

P: Utilizo mais profissionalmente. Eu não tenho Whatsapp. Pra falar com o Pardal tem que ser por telefone ou presencialmente. Acho que é a melhor maneira, meu telefone de contato está disponível para todos que me procuram.

V: **As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?**

P: Acho que sim, dentro dessas manifestações existem muitas ferramentas que ajudam. Mas sempre prefiro passar meu telefone de contato para atender de uma maneira mais efetiva possível.

V: **De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?**

P: A agenda é construída de acordo com as demandas, a gente atende pessoas todos os dias, o tempo todo. As pessoas se manifestam e a gente faz o contato no gabinete e a gente faz o elo com o Executivo, porque esse é o papel do vereador. A divulgação nos bairros depende da localidade. Tem muitas lideranças que ajudam as comunidades, então a gente é muito procurado por essas pessoas para atender as demandas de forma conjunta e encaminhar para o Executivo dar prosseguimento.

V: **Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?**

P: Eu procuro fazer o meu dia a dia. Eu tive mais voto nessa eleição do que na ultima. Acho que a prestação de conta é o dia a dia, é o contato, é poder dar atenção. Não é o candidato fazer uso dos amigos para um objetivo eleitoral, e sim ter o compromisso do vereador em fiscalizar e ser o elo entre a população e o Executivo.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

P: Todos que compõem o meu gabinete tem as mesmas posturas e ideologias. Todos sabem que o político tem que estar próximo do eleitor. Esse é o papel dos assessores, é buscar, corrigir. Todos são meus amigos de trabalho.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

P: Sempre estou a par de tudo, sempre busco e acompanho. Há uma troca de ideias, há confiança, mas tudo é feito de forma clara e eficiente. A troca entre a comunicação e o resto do gabinete tem que ser feito para que todas as informações saiam de forma correta.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

P: As minhas ações são feitas de forma mais geral. Sou morador do bairro Nossa Senhora Aparecida, obtive 4387 votos em toda a cidade, mas agradeço os mais de 800 votos no meu bairro, mas tive votos em toda a cidade, então tenho que atender toda cidade, sempre buscando fazer o meu papel. Os votos aparecem naturalmente com o trabalho que é feito.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

P: Meu partido é muito light, é pouco conhecido. No âmbito nacional não tem muita interferência, em Juiz de Fora não há cobrança, a gente faz aquilo que entende que é melhor para a cidade e eu acho isso muito bom para o trabalho.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

P: Hoje o cenário em qualquer partido, essa podridão, não tem ninguém que quer saber de partido, está uma coisa degradante. Só com pessoas do bem, de compromisso é que esse quadro vai ser revertido.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

P: A minha posição é fazer o bem para Juiz de Fora, eu não tenho que criar situações adversas com o prefeito desde que eu não esqueça o meu papel, eu sempre fui mais da situação, mas desde o momento que a gente não esqueça o nosso papel principal. Mas acho que é um bom prefeito, sincero, sereno e que está fazendo muito bem para o nosso município.

APÊNDICE MM – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR RODRIGO MATTOS

Vitor: **Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?**

Rodrigo: Uso muito rede social e confio muito da comunicação da Câmara, e-mail, ouvidoria, TV e rádio Câmara.

V: **Como é feito esse diálogo?**

R: A gente tem tentado aumentar e melhorar os canais de dialogo entre a Câmara e a população da cidade. Desde que nós assumimos primeiro reforçamos a ouvidoria e também fazemos os eventos comemorativos junto à população para que a população venha utilizar esses serviços também no final de semana. Temos o JF Fiscaliza, que é um meio que a pessoa tem, por telefone, pedir à Câmara para fazer uma fiscalização e a Câmara oferece os técnicos para fazer essa visita.

V: **Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?**

R: Eu tenho uma experiência, até pelo numero de mandatos, e eu acho que mudou muito. Antes a gente entregava informativo pessoalmente para os eleitores, distribui. Isso na minha opinião não funciona mais. A gente tem que ter uma presença muito grande na mídia impressa, na TV, na participação do nosso mandato. É preciso que as pessoas vejam que o vereador está fazendo coisas importantes e isso sair nas mídias tradicionais. E a outra são as redes sociais, que é um meio muito bom para se divulgar as coisas, mas tem que tomar muito cuidado porque qualquer erro pode virar contra o político.

V: **Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?**

R: A nossa cidade tem uma característica diferente das outras porque nós porque temos dois jornais muito fortes, temos três canais de TV locais que cobrem a Câmara com frequência. Então essa comunicação aqui é feita muito através dos meios tradicionais.

V: **O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?**

R: Eu tento misturar mais hoje uso 90% das vezes para questões profissionais.

V: **As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?**

R: Ajuda demais, a rede social é uma oportunidade de o vereador ter contato com o cidadão. Eu por exemplo não tenho uma base, então pela rede social as pessoas tem a oportunidade de ter esse contato mais direto comigo, eu escuto as solicitações, respondo, marco um encontro pessoal mesmo, escuto as opiniões e a gente acaba enxergando a situação da prefeitura muito através desses comentários. Época que chega muito pedido de internação, você sabe que está com problema na saúde, e por aí vai.

V: De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?

R: Por demandas. A maioria das informações que eu passo pros pouco bairros onde eu tenho um maior número de votos eu passo para os líderes comunitários ou de associações de bairros. Então tento informar essas pessoas o que está acontecendo no meu mandato, na Câmara, na minha vida pública, as decisões que eu vou tomar, escuto o que eles tem a dizer e eles usam essa informação na comunidade deles. A minha estratégia é basicamente essa. Nos bairros em que esses líderes tem uma qualificação maior, são nesses que eu consigo uma votação mais expressiva, e isso facilita muito na comunicação.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

R: Isso é difícil da gente separar. Da maneira que você está prestando conta, está falando do que você está fazendo, você também acaba fazendo propaganda para os seus próximos passos. Pode ser reeleição de vereador, candidatura a deputado ou outras candidaturas. Mas encaro isso como uma maneira saudável de comunicação. A partir do momento que a gente presta conta a gente se aproxima da população. E nós temos também o controle social hoje que na cidade é forte, temos entidades que controlam e vigiam os vereadores, o papel de cada um, e eu acredito muito nesse controle para a divulgação dos mandatos.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

R: As coisas vão mudando. Eu sempre tive uma pessoa que desde a campanha fez essa parte e depois ficou comigo durante muito tempo. Agora como presidente eu acabo que abro mão do meu mandato pessoal em prol da Câmara. Hoje eu utilizo muito os canais de comunicação que a Câmara oferece. Hoje eu faço uso muito mais dos serviços institucionais que a Câmara oferece do que de um trabalho mais individual de alguém.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

R: Não. Tento nas escolhas dos profissionais colocar gente muito qualificada, e quanto menos interferência tiver do presidente e dos vereadores é melhor.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

R: Meu voto é 70% de voto de opinião, de gente que acompanha o dia a dia da Câmara, então tento ter um mandato produtivo. Me comunico muito com essa população e através dos líderes eu me comunico mais com a periferia.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

R: Muito pouca, hoje os partidos estão enfraquecidos. Você enquanto candidato, o partido contribui muito pouco com a sua eleição, é um esforço muito pessoal, e acaba que você não deve à estrutura partidária muito a sua eleição. São mandatos mais pessoais. Tenho uma raiz forte no meu partido e tenho o costume de fazer uma prestação de contas para os filiados do partido, escutando opinião, mas nunca houve interferência.

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

R: Pelo sistema eleitoral acho que sim, como já disse.

V: Como o senhor classifica sua posição perante o poder Executivo?

R: Já fui de oposição ao Bejani, da “Super Base” quando meu pai era prefeito. Com o Bruno tive a oportunidade de ver como ele estava se portando e depois dar o meu apoio. Como presidente acho que deve haver uma separação, uma independência entre os poderes, mas acho que há, da minha parte e da parte da prefeitura uma colaboração para os projetos bons para a cidade. A gente enxerga que é um prefeito ético, conhecemos ele a muito tempo, então a gente opina mais em coisas que a gente acha que pode melhorar. A Câmara funciona muito com questões de mediação, e isso funciona muito bem.

APÊNDICE NN – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM O VEREADOR ZÉ MARCIO GAROTINHO

Vitor: Qual o principal meio de comunicação entre o senhor e a população?

Zé Marcio: São as mídias digitais, além de rádio e da TV Câmara.

V: Como é feito esse diálogo?

Z: Ele tem que ser transparente, na política tem que ter transparência e seriedade. Com meus filhos, se eu não tiver essa transparência vai azedar minha relação. Então essas mídias digitais permitem que a gente tenha essa relação transparente e direta com o cidadão, e isso é muito legal pra gente e pro cidadão.

V: Qual é a importância da comunicação para o seu mandato?

Z: Quando entrei no primeiro mandato, só um vereador usava mídia digital. Todos os outros, inclusive eu, usávamos os tradicionais. E isso mudou. Todos tivemos que nos adaptar, a fila andou e isso foi ótimo. A gente só tem que ter o cuidado porque essas mídias as vezes trazem manifestações que não são as mais simpáticas, o que a gente chama um pouco da cultura do ódio. A pessoa expressa opiniões que as vezes não expressaria normalmente, e a gente tem que saber separar isso também e tirar o que é positivo para a sociedade.

V: Como o senhor vê a relação da comunicação com a política?

Z: Pois é. Quem pauta quem? Eu acho que isso é a mesma coisa de quem nasceu primeiro? O ovo ou a galinha? Depende. Eu já pautei várias vezes o meu mandato pela mídia, ao passo que eu já vi muitas vezes a mídia usar uma proposta minha para fazer a sua pauta. Isso é legal. Essa troca é muito legal.

V: O senhor utiliza as redes sociais de que maneira?

Z: A gente tem a página do mandato e tem um perfil pessoal. Instagram usa pouco e não tem Twitter. Uso meu particular para refletir as coisas da vida e a página do mandato reflete a pauta do mandato.

V: As redes sociais ajudam na construção do seu mandato?

Z: Também ajudam na construção, mas não são definidoras. A gente usa muito a observação do dia a dia da sociedade para pautar as atividades. As rede sociais ajudam, mas não podem ser definidoras de um mandato.

V: De que forma é construída sua agenda? E de que forma o senhor divulga suas ações nos bairros?

Z: As demandas constroem a agenda. Na questão da divulgação nos bairros, a gente não pode esquecer do papel dos agentes políticos, eles não têm como ser substituídos por mídia digital

nenhuma. São talentos que a gente tem, que têm sensibilidade para entender as demandas de cada bairro. Uma das bases do nosso mandato são os agentes políticos.

V: Para o senhor qual é a diferença da prestação de contas do que é feito no mandato e de uma campanha que é feita a partir dessas ações?

Z: Utilizando essas mídias a gente está prestando conta. É bom porque torna o mandato transparente. O cidadão aplaude ou reclama, e isso é muito bom para traçar o perfil do mandato. A vantagem das mídias é o retorno imediato que temos.

V: Como você formulou a estrutura da sua equipe de comunicação?

Z: No meu primeiro mandato a gente focou em um pessoal de comunicação voltado para o jornalismo mesmo, o impresso. Hoje nós focamos em profissionais que tratam das mídias digitais. Hoje quem opina nessa área não é somente o pessoal da comunicação. O advogado, por exemplo, ele opina, lideranças comunitárias também, acaba que se constrói pessoas que ficam inteiradas dessas mídias e não se pode delimitar a comunicação somente ao profissional da área.

V: Qual seu grau de interferência no trabalho dela?

Z: Total, a gente senta, discute, conversa, por vezes sai algo que não olhei, mas participo o tempo todo. Ajuda muito, só atrapalharia se fosse algo impositivo. Sendo democrático, quanto mais gente participar melhor.

V: O senhor tem direcionamento de informações ou procura focar ações em determinada região, por exemplo, uma região que teve mais voto, o reduto eleitoral?

Z: Tem, a gente tem isso sim. Depende do tema. Se for um tema mais técnico a gente direciona para um segmento mais técnico, se for um mais para determinada região também é direcionado.

V: Qual interferência que o partido do senhor tem no seu mandato?

Z: Total, porque eu sou o presidente do partido, a gente faz tudo comungado com o Partido Verde (PV).

V: O senhor acha que hoje houve um declínio na importância dos partidos e uma exaltação maior do político?

Z: Sim, antigamente a sigla partidária era quase que sanguínea. Mas isso pulverizou, hoje eu acho que o voto é mais no cidadão. Por isso é importante uma reforma política para diminuir essa reforma para diminuir o numero de partidos para que possamos progredir.

V: O senhor é o líder do governo na Câmara. Como isso interfere no seu mandato?

Z: Com muita lealdade e transparência. Quando há falha do Executivo a gente assume essa falha, quando é necessária alguma correção de rumo, ela é feita, a transparência e a lealdade ela tem que existir. Tem que ser dessa forma.

APÊNDICE OO – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM ZILVAN MARTINS,
ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR RODRIGO MATTOS

Vitor: **Quem que define as estratégias de comunicação do Rodrigo?**

Zilvan: Somos nós mesmos, a gente segue o mandato dele como presidente, e a gente vai postando as principais ações do mandato dele. Alguns assuntos mais polêmicos, como por exemplo, quando teve aquela questão do Aécio, que ele fez um discurso no plenário, falando que a situação dele era indefensável, aí a gente trocou uma ideia com ele antes, para ver se valeria a pena ou não colocar essa questão no Facebook. Mas quando é assunto não polêmicos, a gente publica por nossa conta mesmo.

V: **Qual que é o grau de interferência nesse processo todo?**

Z: Só se tiver uma crise, como nesta questão que eu te falei do Aécio. Igual no ano passado, uma das emendas parlamentares dele foi pro Miss Gay. Eu ia publicar no “Face”, ele pediu para eu não publicar, porque ele queria apoiar, mas ele teve muito apoio de igrejas evangélicas e isso poderia causar polêmica. Então todo tipo de polêmica a gente tenta evitar para não causar muito barulho.

V: **Você falou de crise, você tem algum tipo de trabalho para gerenciamento de crise?**

Z: Falar que tem um planejamento de crise, não. Mas quando tem crise envolve mais a Câmara. Igual teve aqui a invasão dos estudantes. Aí envolve a comunicação da Câmara, envolve o Ricardo, e a gente vai discutindo na hora. Só a única crise que teve foi essa questão do Aécio, que era uma crise nacional e acabou que o vídeo que a gente postou no Facebook repercutiu lá na Assembleia legislativa, alguns membros do PSDB apresentou para o Aécio, e pessoas de lá chegaram até a ligar para o Custódio para saber a posição do Rodrigo quanto ao Aécio. Única crise envolvendo ele como vereador, foi essa.

V: **Qual que é a importância da comunicação para o mandato dele?**

Z: Depois que ele virou presidente da Câmara, a importância cresceu muito. Porque a gente mostra ele como gestor, como gestor público. Não se limitando ao trabalho dele como vereador, mas como gestor da Câmara, o que ele pensa para a Câmara, qual o papel da Câmara para a cidade. O Rodrigo também é muito envolvido com cultura, ele gosta também da parte cultural. Ele criou o espaço cultural Ivan Barbosa, criou o Canta e Encanta, a questão do carnaval, a própria parceria com o mercado aberto...então esse viés da cultura ele sempre pediu para dar um destaque. Então a gente está sempre trabalhando essa questão.

V: As redes sociais, por exemplo, como é trabalhada por vocês ? Vocês tem que tipo de rede?

Z: A gente tem o Facebook, o Instagram e o Twitter. Tem um perfil e uma página no Facebook. A gente estava impulsionando muito, agora tem uns cinco, seis meses que a gente não tem impulsionado. Chegamos a 13 mil curtidas e agora vamos voltar de novo, porque ele deve ser candidato a deputado federal e a gente quer atingir 50 mil curtidas. Jornal impresso a gente não tem, porque a gente acha que não tem muita repercussão mais. E nem site. Uma pesquisa que nós fizemos durante a campanha, foi constatado que as pessoas entram pouco em site. É mais em rede social mesmo.

V: As estratégias de comunicação de vocês, tanto nas redes sociais quanto no geral mesmo... vocês tem algum tratamento diferenciado para determinado público ou localidade, ou não?

Z: Não, isso não. E eu acho até uma falha. A comunicação que a gente faz, a gente faz no geral. Não tem assim dedicado a zona norte, dedicado ao público que gosta de cultura. Fazemos uma comunicação que é feita para alcançar todo tipo de público. Não é segmentada. No ano que vem, a gente quer dar uma segmentada maior. Uma comunicação para a região da Zona da Mata, uma comunicação para quem se envolve com cultura e uma comunicação mais para a área social.

V: Como está o engajamento dele nas redes? Quando vocês faziam patrocínio e agora que vocês não estão mais? Como está o engajamento do público, as respostas?

Z: Quando tem impulsionamento tem muito pedido. Pedido para construir banheiro, pedido para construir casa, pedido para regularizar imóvel, para vaga em creche, vaga em escola... aí a gente parou de impulsionar mais por causa disso também. Porque a gente não conseguia atender a todos os pedidos e acaba que o eleitor dele, o público dele ficava sem essas respostas. Então a gente preferiu dar uma recuada.

V: Como está a receptividade quanto ao que é publicado?

Z: Impulsionado você pega um eleitor que não é dele e vem muita crítica, principalmente, pelo partido, por essa questão do Aécio, a conjuntura do partido nacional... a questão dele ser filho do Custódio, as pessoas acham que ele é só filho do Custódio, que não é um político que tem vida própria. Então vinha muita crítica. Ao mesmo tempo vinha um público feminino, de mulheres entre 24 anos a 45 anos que tem uma simpatia pelo Rodrigo, muito grande. Então a gente conseguia atingir a esse público de mulheres que estava agradando.

V: Até que ponto as estratégias de comunicação são voltadas para o partido?

Z: A estratégia não é voltada para o partido. A estratégia é voltada para o mandato do Rodrigo Mattos. A gente nem cita muito o nome do partido no Face, nas redes sociais dele. A única ação uma vez que nós fizemos foi quando o Aécio esteve aqui, e nós publicamos umas fotos com ele. E também quando teve eleição para o diretório municipal, fizemos duas publicações. Mas as publicações são voltadas para o mandato, sem citar partido.

V: Por que você acha que isso acontece?

Z: O Rodrigo, quando as pessoas conversam e conhecem ele, as pessoas criam uma empatia com ele. Mas o partido acaba atrapalhando um pouco, porque tem uma certa antipatia geral com o PSDB.

V: Hoje você acha que tem com qualquer partido ou só com o PSDB?

Zilvan: Com qualquer partido, eu acho. As pessoas pensam mais em votar na pessoa do que no partido.

APÊNDICE PP – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM VICTOR CARNEIRO,
ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR MARLON SIQUEIRA

Vitor: **Victor quem que define as estratégias de comunicação do Marlon?**

Victor: Na verdade o nosso papel como assessor, eu considero mais propositivo, sempre pondera qual seria o ponto forte e fraco de uma estratégia, uma ação pontual de comunicação. É uma discussão ampla. Nem só entre vereador e assessoria de comunicação, mas assessoria jurídica também, aqui a gente tem assessor especializado aqui em economia, o que ajuda bastante em algumas ações. Eu acho esse diálogo muito importante, em alguns casos práticos, teve uma vez que a gente divulgou uma informação que por nós a porcentagem estava correta, era aquilo mesmo, e ia aumentar uma multa em cerca de 330%. E quando a nossa economista veio, e analisou o release, a notícia veiculada para a imprensa, é que ela viu que a porcentagem que a gente fez, mesmo seguindo o que a gente achava que era correto, não era a porcentagem certa. Então, assim, aqui a gente procura fazer com que as estratégias de comunicação sejam de fato discutidas, de forma com que o gabinete todo possa participar disso.

Vitor: **Qual que é o grau de interferência do vereador nesse processo?**

Victor: Eu vou falar que é total, mas assim, de forma que acho que deva ser total mesmo. O cargo legislativo, o mandato é muito focado em uma pessoa, então a gente não pode... a comunicação como reflexo do mandato, fazer algo que não seja de alguma forma tutelado pelo vereador. A gente apoia nesse sentido da comunicação. Mas o mandato de fato é construído na imagem de uma pessoa, que é o vereador. Acho que a interferência em um bom sentido tem que ser total mesmo. Quanto mais o legislador participa deste tipo de comunicação, não só o legislador, o assessorado por alguma assessoria, participa deste tipo de comunicação, ela tem de ser mais fiel a mensagem. A informação que a gente passa, a mensagem que a gente passa tem que ser a mais fiel possível.

Vitor: **Então pelo o que eu entendi, não é uma interferência ruim, na verdade é uma participação dele dentro dessa estratégia. Não é uma interferência de imposição.**

Victor: Sim. Quando você pergunta o grau de interferência, quanto ele interfere em alguma coisa. Eu acredito que deve ser total mesmo. As vezes há tréplica ...não eu acho isso importante, por causa disso... o vereador e o assessorado tem que ter essa liberdade, vamos supor assim, de interferir e dizer.. não, esse não é o caminho, não acho que essa informação deva ser divulgada dessa forma. Acho importante nesse sentido.

Vitor: Qual que é a importância da comunicação para o mandato dele?

Victor: A gente costuma brincar, a gente não costuma chamar aqui de uma assessoria de comunicação, mas de uma transparência ativa. O que seria isso? Buscar o eleitor, buscar o cidadão, que de fato é o combustível de qualquer mandato representativo, de forma mais veemente e ativa. Não esperar que ele procure a gente ou que nós procuramos por ele só na época da eleição. A comunicação e a assessoria eu não vejo como algo separado, por isso que eu falo em integração sempre. Porque toda ação nossa, seja alguma reunião com uma liderança, seja na divulgação de um press release, seja em um atendimento jurídico aqui no gabinete, todos nós devemos preocupar em como a mensagem está sendo passada para o eleitor e cidadão. Dessa forma eu acho que a comunicação segue a importância dela para o mandato. Eu acho que não tem como fazer um bom mandato sem uma boa comunicação. E vice-versa. Até porque essa comunicação não deve ser algo só do vereador com a população. A gente tem que ficar sempre atento, que o principal é fazer canais para que a população procure o vereador. Ouvir mais do que ser ouvido de algumas formas.

Vitor: As redes sociais, por exemplo, qual que ele mais usa hoje?

Victor: A rede social é um manifesto bom nesse sentido, porque permite essa ligação direta entre o vereador e o cidadão que o elegeu. O Marlon hoje tem três perfis no Facebook, porque o primeiro já atingiu cinco mil amigos, e era uma estratégia de campanha também, ter os perfis fortes, para poder divulgar quando não se podia patrocinar os posts. Tem a página do Facebook também. A gente tem um Twitter, que embora funcionou durante a campanha, e até um pouco antes e um pouco depois também, visualizamos que a dificuldade de mantê-lo atualizado; o trabalho não atingiria o resultado; a eficiência da rede social não é tão boa nesse sentido, para esse fim. Mas a gente tem um programa que divulga todas as postagens da página no Twitter. Então pode-se dizer que a gente tem um Twitter que é atualizado de acordo com que a página no Facebook é atualizada.

Vitor: E site?

Victor: Nós temos um Instagram também, que a gente está também focando muito nisso. No Instagram a gente faz histórias, sempre quando possível. É preciso fazer uma rotina mais afiada nisso, mas gente acha que histórias também, que é a mensagem instantânea do Instagram é algo positivo. Temos um perfil rudimentar, mas existe no LinkedIn, que é uma rede social profissional. No Google Plus tem um perfil lá, mas é mais por conta do Gmail mesmo. A interação também não compensa a sua alimentação diária. E site... durante a campanha tivemos um site, temos os domínios do Marlon, mas optamos não fazer site nesse momento, porque geraria um custo grande. Apesar de poder descontar esse custo nas verbas

de mandato, a gente acreditou que é possível atingir o cidadão de forma mais eficiente e menos onerosa ao poder público, que é pelas redes sociais. Tem canal no Youtube também, mas é preciso ter mais frequente atualização. A gente tem um canal que replica alguns vídeos de matérias da Câmara, matérias antigas de quando ele era secretário de agropecuária e abastecimento, e depois diretor do Demlurb. Há esse arquivo de matérias televisivas no Youtube. E a proposta, justamente, é nesse segundo ano, ampliar a comunicação audiovisual dele e do gabinete, como forma de interação. O Youtube é muito bom nesse sentido.

Vitor: Vocês tem algum tipo de trabalho No sentido de estreitar a comunicação com o eleitor, de engajamento, tudo que envolve o Facebook na verdade. Como esse trabalho é feito?

Victor: Desde o início da comunicação a gente sempre deixou bem claro que responderia sempre ao cidadão, através do questionamento de comentários, seja positivo ou negativo. Existem critérios básicos, como por exemplo, a ofensa a alguém, a injúria, alguma conotação não plausível como debate, realmente esse comentário não vale a pena ser respondido. A gente tem esse sentido. Mas todo comentário a gente dá o direito ao contraditório, a gente responde. E a gente percebe, na época antes da campanha, eu fiz esse estudo que após uma resposta existe uma contra resposta, digamos assim uma réplica positiva, em mais de 70% dos casos. Ou seja, a pessoa quando quer, há um bom debate. A pessoa quando comenta alguma coisa, uma dúvida ou crítica, é respondida e no fim agradece e entende que aquilo faz parte do momento democrático. Acho que responder comentário é muito importante e é algo que a gente sempre tenta fazer. Lógico que na rotina produtiva intensa aqui, pode um comentário ou outro não ser respondido, isso acontece, mas a instrução é de que todos sejam respondidos.

Vitor: Tem alguma estratégia de engajamento, de trazer o eleitor e o cidadão para perto dessa ferramenta?

Victor: É ideal, postagens polêmicas é que rendem...pessoal tem esse mote na rede social. É legal quando há algo contraditório, fica mais rico o debate. A gente sempre procura atender o cidadão, se for alguma reclamação, as vezes tem até alguma postagem de um tema, é há o desvio completo da situação para a pessoa questionar outra coisa... costumo responder que, apesar de esse não ser o tema da postagem, a gente costuma ajudar nesse sentido, vamos fazer um requerimento para a Prefeitura atuar nessa outra questão. Mas a gente sempre responde. E o nível do debate costuma ser sempre em um nível alto, nível bacana.

Vitor: Sobre a dimensão que você estabelece com o eleitor. Há uma estratégia diferenciada para um determinado público do vereador se identifica ou não?

Victor: Naturalmente até pelas manifestações de reuniões, a gente acaba aproximando, tanto a comunicação se aproxima do mandato, digamos assim, pautas que a gente costuma trabalhar mais, aparecem mais, e dão um dimensionamento maior na comunicação. Porque são de fato mais tratadas no nosso mandato. Eu sinto, por exemplo, o meio ambiente, a proteção animal e a questão rural como as três mais que focamos neste ano. A questão da cidade também, infraestrutura, acredito também que o contrário acontece, o que é importante, o que eu falei no início da comunicação ser o mandato. A gente tem essa preocupação direta no mandato. Porque a comunicação quando você vê que uma postagem gera um engajamento legal, é possível fazer um paralelo com aquela postagem ter um interesse social maior. E de fato é preciso trabalhar mais nesse assunto. Então, assim como trabalho do mandato pauta a comunicação do mandato, a comunicação costuma pautar o mandato. E isso eu acho que acontece muito.

Vitor: **Então você a classificaria, como segmentada ou geral?**

Victor: Então, existem postagens segmentadas que até o uso de linguagem é preciso ser muito segmentada... vou citar um exemplo aqui da proteção animal, existem alguns termos que a gente usa, acho que é muito importante o uso de termos. Os termos são bem trabalhados nesse sentido. Existe uma preocupação grande também... posso falar por exemplo dos deficientes físicos, de se usar sempre o termo certo. Não adianta você querer falar com um público se você não sabe o que falar com ele. Então há essa segmentação. Acho que eu posso citar um exemplo também, que a gente faz essa pesquisa, recentemente o Marlon foi homenageado com a medalha Amigo da Marinha, pelas ações dele de meio ambiente na cidade, foi um evento bacana no Rio ... e para fazer a postagem a gente procurou e vimos que existe uma saudação dos fuzileiros navais, que foi onde o Marlon recebeu a medalha. Então a gente colocou no fim do texto essa saudação como forma de interação. A gente teve duas mensagens de pessoas dizendo que foi legal ele ter se lembrado, que você está participando do assunto. Então eu acho que as postagens que as vezes não são direcionadas acabam gerando, até talvez uma cisão. Você pega, por exemplo, uma postagem regional, estive no bairro tal, fazendo uma capina, friamente, digamos assim, através de um requerimento nosso, houve um trabalho do Demlurb. Talvez um outro bairro pode ficar chateado, que não foi no bairro dele. Então é preciso segmentar e a intenção para os próximos passos é conseguir segmentar até a questão de patrocínio dessas postagens. Segmentar o alcance delas. Existem dificuldades de interação nesse sentido, mas pensar em grupos, por exemplo, de bairros, que existem bem fortes, existe o Benfica bem forte, de começar a propor que esses grupos também sejam, e que

a gente possa segmentar as postagens de bairros nesses grupos. Assim como postagens de públicos segmentados como proteção animal, meio ambiente, zona rural.

Vitor: Até que ponto a estratégia de comunicação ela é voltada para o partido?

Victor: Eu acredito que... Como todos os vereadores... Não há, exceto pelos... Pela minha experiência, os vereadores do PT... Uma projeção partidária grande nas páginas pessoais. Até o viés do Facebook como rede social, precisa dar esse ar pessoal. Então ao se falar de partido... a gente vive uma crise partidária muito grande... eu avalio, que se crie uma barreira, que não se deva existir entre o candidato e o eleitor nesse momento. Lógico que durante a campanha há a menção do partido que é obrigatória nos materiais. Existe, por exemplo, quando há uma convenção partidária, há esse registro e há publicação, não há preocupação quanto a isso. Mas eu acho que usualmente, na rotina, não é realmente colocado a questão partidária, acho isso suplantado.

Vitor: Como é a comunicação de vocês com a mídia?

Victor: Eu acredito que seja boa e satisfatória. A gente tem, apesar da cidade contar com canais um pouco restrito de comunicação, a gente tem dois jornais de grande circulação, duas ou três TVs, digamos assim, que produzem materiais locais, contando também com a Record que também tem uma equipe aqui. Digamos assim, que não passam de sete veículos na cidade, de audiovisual e jornal. Lógico que a gente tem as rádios também, mas é um público restrito. E com esse público restrito, eu acredito que a gente tenha conseguido uma relação boa. Porque o trabalho de hoje, da comunicação, não se faz sem a assessoria e também acho que a assessoria não faz o trabalho sem o jornal e sem a imprensa. Lógico que é uma relação amistosa, mas não uma relação umbilical. Lógico que existem questionamentos sempre, a gente teve que responder questionamentos não legais, que não geravam uma imagem boa. Mas sempre foi pautado no respeito, na verdade e na clareza. Acho que uma relação boa, e a gente tem alcançado alguns resultados bons de clipping nesse sentido.

Vitor: A equipe de comunicação do vereador tem algum trabalho de gerenciamento de crise?

Victor: Sim, a gente sempre quando tem algum tipo de crise, a primeira solução é desde quando o Marlon foi diretor do Demlurb, é a gente pegar o máximo de informação sobre o assunto. É o primeiro passo de todo manual de crise. A gente sempre tenta dar uma resposta rápida também. É lógico que também existe a questão de ter seu tempo, cada pauta tem um tempo. Mas a crise que surge, e ao surgir a gente tenta dar um respaldo legal e de pesquisa de informações que nós precisamos primeiro, antes de nos manifestarmos e posicionar com a imprensa, com a comunidade, com alguma entidade, seja o que for.

Vitor: E o vereador age tranquilamente nesse sentido, tendo essa proteção por trás?

Victor: Também parte muito dele ter essa segurança em se manifestar. Eu acho que, como eu disse no início da entrevista, não adianta fazer uma comunicação para um vereador se o vereador não participa ativamente dela. Então, entendo que tem vereadores que partem de outros princípios, talvez de ignorar, outros princípios talvez de uma resposta de efeito, nesse sentido. Mas aqui a gente tenta levantar o máximo de informação possível para a gestão de crise, analisar as prospecções que isso pode causar e todos os cenários; isto está nos manuais de crise, mas existe também o feeling, a gente não pode deixar que o feeling do profissional e do próprio vereador nesse sentido, possa atrapalhar a resposta a uma crise.

APÊNDICE QQ – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM LAÍS CAMPOS RACHELO,
ASSESSORA DO VEREADOR PARDAL

Vitor: **Quem que define as estratégias de comunicação?**

Laís: Na realidade tudo que é produzido pelo vereador, as notícias, toda a forma de atuação dele, a gente não tem um plano, mas a gente publica tudo que é feito da forma que vai surgindo. Requerimento, projetos de lei, representações... toda a demanda que ele apresenta... é feito em conjunto, os assessores com ele.

Vitor: **Qual que é o grau de interferência dele nesse processo?**

Laís: Ele interfere bastante, ele gosta de ter o controle de tudo que sai. E, ainda assim, quando a gente vai publicar algo, ele pede que a gente monte o texto inicialmente, ele faz as alterações que ele acha que deve ser feito.

Vitor: **Qual a importância da comunicação para o mandato dele?**

Laís: Eu acho que é de suma importância, porque hoje em dia é como você vende a imagem... apesar da gente não ter uma estratégia traçada, a gente tenta priorizar bastante aqui dentro do gabinete essa questão de comunicação.

Vitor: **Quais são os meios de comunicação que ele tem hoje?**

Laís: Hoje a gente trabalha com os informativos que são feitos pelos assessores. Esse ano está sendo ainda produzido com o apanhado do que foi feito durante todo o ano. E vai ser distribuído em janeiro. A gente trabalha com Facebook e Instagram. Na realidade a gente tenta ter um movimento diário na página do Facebook dele, para que o vereador esteja sempre em voga. Só que a maior parte vai aparecendo e a gente vai colocando... as vezes no período de recesso, que é um período não tem reunião, não tem uma produção como nos períodos legislativos...a gente tenta pegar assuntos gerais, coisas genéricas e ir colocando.

Vitor: **Vocês utilizam de patrocínio no Facebook?**

Laís: Não, a gente não utiliza.

Vitor: **Qual o dimensionamento da comunicação dele? Tem uma estratégia ou um tratamento diferenciado para um público específico ou alguma região da cidade? Ou é só de acordo com o trabalho mesmo?**

Laís: O principal é de acordo com o trabalho, mas uma vez ou outra, surgindo um projeto de lei direcionado para uma determinada classe, questão de idade, essas coisas assim... a gente direciona. Mas em regra é mais geral.

Vitor: **Até que ponto a estratégia de comunicação é voltada para o partido?**

Laís: A gente tenta utilizar as cores, mas não é feito direcionado ao partido, não tem nada exaltando... Eu acho que por conta do número alto de partidos no país, você não tem mais aquela identificação. Então você mostra o que você faz no mandato, mas não tem aquela relação muito próxima com o partido.

Vitor: **Como que é a relação de vocês com a mídia?**

Laís: Quando sai algum projeto de lei ou requerimento que a gente nota que vai ter algum tipo de notoriedade, a gente conversa com a comunicação da Câmara e tenta também junto com os jornais locais ter um espaço para publicar. Há pouco tempo teve uma lei que repercutiu bastante que foi a questão de isenção do IPTU, nós montamos o release para os veículos, a Tribuna pautou, a Acessa pautou, a própria mídia da Casa também. Então sempre que a gente tem um projeto bacana a gente faz um release para facilitar o trabalho da imprensa. E assim, fica mais fácil vender a pauta, quando se facilita o trabalho da mídia.

Vitor: **Tem algum trabalho para gestão de crise?**

Laís: Nosso planejamento é inverso, a gente pensa muito antes para evitar qualquer tipo de problema futuro. Então antes de lançar um projeto, de conceder um título, alguma coisa, a gente estuda, reavalia, discute com o vereador, discute com a equipe para tentar evitar esse problema. Até hoje a gente não teve nenhum tipo de problema não, até porque a gente discute muito antes.

APÊNDICE RR – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM ELY MACHADO, ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR KENNEDY RIBEIRO

Vitor: Quem que define as estratégias de comunicação?

Ely: As ações são definidas em diálogo, a gente está sempre debatendo em conjunto, em equipe, para ver o que é melhor para o vereador, o que é viável, e o que pode ajudá-lo a crescer perante o público.

Vitor: Qual que é o grau de interferência do vereador nesse processo?

Ely: Nenhum. Ele não chega e pauta a gente nem pede para a gente retirar algo. A gente sempre trabalha na base do diálogo, entra em um consenso para definir um conjunto de ações para fazer o mandato crescer. Isso é bom porque a gente tem certo tipo de liberdade para poder criar, gerar novas ideias. Ele também traz muitas idéias, que a gente debate e chega numa solução que seja viável para todos.

Vitor: Qual que é a importância da comunicação para o mandato dele?

Ely: É fundamental. Comunicação e política são duas áreas que se interligam. Não existe comunicação sem política, nem política sem comunicação. Então, desse modo, a política precisa da comunicação para poder ter visibilidade, para poder crescer, para conseguir apoio. E a comunicação precisa da política para gerar as pautas que vão ser o debate do nosso dia-a-dia.

Vitor: Que tipo de ferramentas vocês utilizam? Rede Social, jornais?

Ely: A gente usa redes sociais e jornais. Nesse ano, até agora, nós fizemos dois jornais e vamos lançar o terceiro para fechar o ano. E a gente usa rede social também e temos um site. No jornal a gente trabalha a comunicação mais segmentada. A gente tem quase que uma tradição de distribuir sempre na feira de Benfica, que é o reduto do vereador. De lá a gente traz o jornal para a Câmara. Além disso, esse jornal fica disponível no site. E as redes sociais a gente utiliza como um verdadeiro diário do mandato. Ali a gente posta foto, informações de projeto de lei, de requerimento atendido, de reuniões que o vereador participa, de acontecimentos da Câmara.

Vitor: Vocês fazem publicações patrocinadas no Facebook? Ou não?

Ely: A maioria das publicações que nós fazemos no Facebook é de cunho orgânico, a gente não patrocina, deixa no orgânico para ver o alcance. Só quando a gente faz algum evento maior, como palestras que a gente já fez; moção de aplauso, aí a gente patrocina. A não ser também projeto de lei de grande alcance, aí a gente patrocina para poder atingir um público

maior. Até porque na página, os seguidores que nós temos, já é um público mais fiel, é um público que já conhece o vereador, já acompanha e sabe do trabalho dele. Então quando a gente segmenta o anúncio, patrocina o anúncio, a gente quer buscar novos seguidores.

Vitor: Existe alguma estratégia diferenciada para algum tipo de público? Ou é mais geral?

Ely: Não, a comunicação é geral. Como ele é da zona norte, nós temos muito mais demandas por parte da zona norte, por ele ser muito mais conhecido lá. Mas o tratamento não é diferenciado.

Vitor: Você classifica a comunicação segmentada ou geral?

Ely: É meio a meio. Quando a gente pega o jornal, eu acredito que o jornal seja segmentado por ter mais coisas, inclusive, a distribuição é feita exclusivamente, com a participação do vereador, em Benfica, voltadas para a zona norte. Então desse modo, pode-se dizer que o jornal é segmentado. Agora no Facebook, até porque a rede social é uma coisa mais geral, a comunicação também é.

Vitor: Até que ponto a estratégia de comunicação do vereador é voltada para o partido?

Ely: Nenhuma. Desde a campanha, até porque o momento atual de polarização muito acirrada, a gente não quis vincular a imagem do vereador ao partido. E a gente sempre tomou cuidado, para não vincular a imagem negativa de determinado partido ao vereador. Então a gente caminha com a imagem do vereador, não com a imagem do partido.

Vitor: Como é feito o trabalho com a mídia?

Ely: Quando a gente faz algo maior, que tem um peso para a mídia, a gente envia um release para chamar a atenção dos veículos.

Vitor: Algum trabalho em gestão de crise?

Ely: Até agora a gente não viveu nenhum tipo de crise. Tivemos debates polêmicos na Câmara este ano, como a moção de repúdio à UFJF, o plano municipal de educação. Essas duas ocasiões causaram alvoroço na cidade. No caso do plano municipal, como a gente votou contra, recebemos mensagem repudiando nossa posição... já na moção de repúdio, votamos contra... e recebemos mensagens agradecendo e elogiando a nossa posição. Mas crise efetiva não tivemos até agora.

APÊNDICE SS – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM FELIPE LIQUER, ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR BETÃO

Vitor: **Quem que define as estratégias de comunicação do Betão?**

Felipe: As estratégias de comunicação são definidas em equipe. De acordo com as demandas dos movimentos sociais, a luta da classe trabalhadora. Assim que definimos as estratégias de comunicação, não tem uma estratégia formada, sempre em prol das lutas populares e da classe trabalhadora.

Vitor: **Qual que é o grau de interferência do Betão neste processo?**

Felipe: No mandato a gente não tem uma hierarquia. O Betão participa de tudo, todo mundo participa também. Não tem um chefe, não tem isso. A gente define tudo em conjunto, junto com ele e os assessores.

Vitor: **Qual que é a importância da comunicação para o mandato dele?**

Felipe: É muito importante essa parte, porque a gente expõe, dá publicidade pelas ações que a gente defende aqui na Câmara, que são ações populares, voltadas para a classe trabalhadora, que a gente não vê muito na mídia convencional.

Vitor: **Como é o trabalho nas redes sociais? Vocês tem uma publicidade, vocês patrocinam postagens.. quais as principais redes sociais que ele está? Ou vocês deixam mesmo no orgânico? Como vocês fazem isso?**

Felipe: A gente está no Facebook, e agora a gente está com um blog que foi lançado no início do mês passado. Nesse blog a gente vai procurar ampliar mais a discussão, o Facebook a gente usa para divulgar todas as ações. Vou te dar um exemplo de como a gente atinge o nosso público, por exemplo, quando tem uma greve acontecendo, a gente faz uma filmagem, chega e coloca uma publicidade logo assim que acaba, e no mesmo dia, no mesmo momento, lançar essa informação e a gente gera muito alcance orgânico nessa parte. Em relação a publicidade de patrocínio na página, muito pouco. A gente só divulga mesmo projeto de lei, essa parte, para atingir mesmo o público para ele ficar sabendo da lei, dos direitos dele.

Vitor: **Como é a receptividade do pessoal? Tem uma resposta boa? O engajamento é bom?**

Felipe: O engajamento é muito bom. Tem postagens nossas que já chegou a atingir 30 mil pessoas de alcance orgânico, ou mais até. Tem certos compartilhamentos, tudo orgânico... isso é um reflexo de quem tem o Betão como referência nessas lutas.

Vitor: **Qual é a dimensão da comunicação que você estabelece com o eleitor? Tem uma estratégia para um público mais diferenciado, como no caso do Betão, os trabalhadores, os setores ligados ao mandato dele ou não? É mais geral?**

Felipe: A gente faz um mandato o mais amplo possível. Mas claro que a nossa linguagem é mais junto com o público da classe trabalhadora e das pautas populares.

Vitor: **Então você acha que ela é segmentada ou mais geral numa forma mais ampla?**

Felipe: Ela chega a ser um pouco segmentada nessa parte. A gente bota todos os assuntos, mas acaba sendo mais segmentada para a classe trabalhadora e de interesses populares.

Vitor: **Até que ponto a estratégia de comunicação do Betão é voltada para o partido?**

Felipe: É totalmente. Porque a gente acredita que a propaganda que tem ser voltada junto com o partido e tem que ter o alinhamento junto a atuação popular dele. Tanto partido quanto a atuação dele.

Vitor: **Como é a comunicação de vocês com a mídia? Vocês enviam releases, eles pedem? Como é que é de lá pra cá, daqui pra lá?**

Felipe: É mais de lá pra cá. A nossa relação é totalmente institucional, a gente não procura a mídia, a mídia que procura a gente de acordo com o alcance das redes sociais e dessas pautas.

Vitor: **Como é feito o trabalho de gerenciamento de crise?**

Felipe: A gente fica sempre ligado nas redes sociais, nos assuntos mais polêmicos que acontecem na Câmara. Fica monitorando isso, caso tenha alguma crise envolvendo o Betão.

APÊNDICE TT – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM LUIDGI MARTINS,
CONSULTOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR WANDERSON CASTELAR

Vitor: **Quem define as estratégias de comunicação do Castelar?**

Luidgi: A gente tem reuniões periódicas com o vereador, a respeito da comunicação. Ele mesmo gosta de tomar muito a frente no processo comunicacional do mandato. Tem algumas pessoas que ficam responsáveis pela parte de mídia social. E o alinhamento é feito nessas reuniões periódicas. Cada período a gente tem certos focos, as vezes é para aumentar a popularidade da página, por exemplo, mas as vezes é para fazer a divulgação de certas iniciativas do mandato... um evento, alguma atitude, tudo mais. Eu particularmente fico mais responsável pela parte de material gráfico, e também produção textual, edição... o próprio vereador produz muito texto, e eu faço a angulação das coisas que ele produz.

Vitor: **Qual que é a interferência do vereador na comunicação?**

Luidgi: É boa, mas particularmente nos outros lugares que eu trabalhei com assessoria e tudo mais, isso não existe muito. Os assessores que cuidam da comunicação tem uma autonomia maior. Especificamente no mandato do Castelar, não. Ele é bastante atuante no processo, tem um poder decisório muito grande, mas como ele é uma pessoa qualificada nesse sentido, não atrapalha tanto.

Vitor: **Qual a importância da comunicação para o mandato dele, na sua opinião?**

Luidgi: É bastante visceral. Tem muitas questões no mandato dele, nas produções legislativas que antes da nossa entrada, ele ficou sem equipe de comunicação. E esse trabalho não foi ventilado, houve uma queda na popularidade, que refletiu nas urnas, e tudo mais. O trabalho de comunicação é muito importante nesse sentido. E também para aproximar o eleitor, nesse caso nem tanto específico, mas aproximar a população do trabalho que vem sendo desenvolvido.

Vitor: **Há um direcionamento para um público diferenciado? Um público mais identificado, no caso ele é professor, é também do Partido dos Trabalhadores... tem alguma estratégia para algum determinado público ou é mais geral?**

Luidgi: Não, tem muitos materiais específicos segmentados. Quase 75% dos materiais que a gente produz ele tem um direcionamento de público. Algumas das nossas peças são direcionadas para a periferia juiz-forana, que a gente chama de lâminas, que são os jornais com textos mais leves, e que são distribuídos só em bairros lá da zona norte, nas cercanias do Monte Castelo, que é a sede do escritório regional. Ai a comunicação que é feita lá, tem uma preocupação com um texto mais simples, com uma densidade menor de informação, uma

comunicação mais imagética, e o impresso é mais leve. Por exemplo, tem materiais que são feitos para professores da rede estadual, ou sindicatos que tem aliança com o nosso mandato, que são mais focados tanto na atuação legislativa, que seja interessante para aquela classe, ou quanto a questões mais generalistas, mas com uma liberdade maior de rebuscamento, de profundidade de linguagem, por conta de esse público ser um pouco mais especializado. E assim sucessivamente.

Vitor: E nas redes sociais, como vocês trabalham essa questão? Tem a questão de publicação patrocinada, para esses públicos ou para públicos específicos? Ou vocês não utilizam esse tipo de artifício?

Luidgi: Utilizamos, mas é bem pouco. Em relação a outros mandatos que eu costumo acompanhar, de outros vereadores daqui da cidade, ou outras estratégias empresariais, não necessariamente no poder público. A questão é que a gente lança mão do post patrocinado só quando há a necessidade de fazer a divulgação ou publicidade de um evento. Porque a gente entende que há a necessidade de uma abrangência maior na visualização, mas nas iniciativas comuns do mandato, não costumamos patrocinar não.

Vitor: E como é a resposta do público, quando vocês patrocinam ou não? Como é o engajamento?

Luidgi: É muito sensível. A questão eu acho que é assim, a audiência do post patrocinado acaba sendo um pouco mais superficial do que a audiência que está sempre ligada em você, orgânica. E o pessoal do post patrocinado costuma ser superficial. Muito bom, legal ter essa, ou estaremos lá, mas não tem necessariamente o engajamento real que se traduz, por exemplo, no contato inbox, no contato real que vai ser provocado pela publicidade do post. Eu acho que quando usamos o post patrocinado, é mais no sentido de que saibam que estamos fazendo isso, não necessariamente; eu acho que é isso, mais no sentido de tornar público a iniciativa.

Vitor: Até que ponto a estratégia de comunicação de vocês é voltada para o partido?

Luidgi: Depende muito da época. Teve uma época que teve as prévias do partido, então a gente produziu bastante material intrapartidário, mas isso foi um período de dois meses nesse ano de 2017, só. O resto não teve comunicação intrapartidária não. A gente remeteu para o partido coisas que a gente já tinha feito para outros públicos ou para outras necessidades. E coisas que a gente já tinha feito para eles também, tanto para correligionários e filiados....

Vitor: Como que é a comunicação de vocês com a mídia? Como vocês se relacionam com a mídia? Vocês mandam releases, ou é mais de lá para cá?

Luidgi: Nós mandamos release, sobretudo, porque nosso mandato tem uma atuação bastante na área cultural, e promove eventos nesse sentido que a mídia até gosta de receber. No sentido

de que a recepção é positiva, isso que eu quis dizer. Ao contrário de quando a gente faz um release político, nem sempre a mídia recebe isso de maneira positiva. Entretanto, o nosso mandato, particularmente a gente teve que lidar, pontualmente esse ano com algumas agendas negativas... a gente foi, por exemplo, marcado como o mandato que teve o maior gasto com verba de gabinete na metade do ano, a gente teve que lidar com esses tipos de questões... Por conta disso, eu acho que a nossa relação com a mídia durante o mandato do Castelar é um pouco conturbada. As vezes tem que lidar com recepção negativa e momentos de crise.

Vitor: Vocês tem algum planejamento quanto a gestão de crise ou não?

Luidgi: É muito pontual. Cada vez que a gente teve que mexer com questão de crise, foi uma coisa diferente. Em geral a gente reúne antes de dar qualquer resposta, e depois lança qualquer que seja a ação. Discute a estratégia e lança a ação. Especificamente nesse caso da verba de gabinete...o Castelar quando foi entrevistado pela Integração, levou a documentação da verba de gabinete, até para demonstrar o que que era os gastos. Só que em uma cobertura de imprensa qualquer, o jornalista sabe que não tem muito espaço para isso, sobretudo na TV, a gente sabe que não tem como mostrar documento por documento... também por conta dos estudos de percepção. Ai nossa estratégia nesse caso, foi focar numa série de ações e intervenções nas mídias sociais, tanto Whatsapp quanto Facebook, e também fizemos um impresso para falar sobre isso... detalhando os gastos completos da nossa verba de gabinete, com gráficos, mostrando o que a gente tinha gasto e porquê. E, acreditamos que tenha surtido efeito, porque análise e coleta de evidência material... os comentários das pessoas foi sensivelmente menor depois da ação. O comentário, a recepção negativa de audiência do público juiz-forano, na nossa página e em páginas alheias... e a gente fez a coleta bem extensiva, foi sensivelmente menor.

APÊNDICE UU – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM MARILENE DE ALMEIDA RACHEL, ASSSSORA DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR SARGENTO MELLO “CASAL”

Vitor: **Marilene, quem define as estratégias de comunicação do Melo?**

Marilene: A gente tem um trabalho muito conjunto, quando eu entrei a gente verificou o perfil dele que é muito claro, ele é um militante de uma categoria profissional que é a Polícia Militar, e milita na área de segurança desde muito cedo dentro da própria polícia, então pela personalidade e os acessos que eles têm, a gente definiu trabalhar mais com as redes sociais, principalmente o WPP, que ele tem vários grupos. A gente sugere as linhas de trabalho, senta junto e estabelece o que a gente vai fazer.

V: **Qual é o grau de interferência do vereador nesse processo?**

M: Ele interfere muito pouco no trabalho, por eu já ter uma experiência política; tem 15 anos que eu trabalho com política, ele viu nisso uma oportunidade, porque ele acabou de entrar agora, não militava nessa área política, então ele me escuta bastante, a gente trabalha conjunto mesmo, é um trabalho de pingue pongue, eu sugiro as coisas ele vê se isso aplica ao público que ele já está acostumado; ele conhece mais o perfil do que eu apesar de ser filha de polícia; eu já conheço um pouco, acho que facilitou um pouco. A forma de pensar do policial militar, ela é diferente, ela é diferenciada, tem uma comunicação mais direta, eles são mais arraigados, então eu tento conversar com ele sobre como fazer as coisas, como eu vou abordar aquele assunto de uma forma que isso atraia a atenção dos militares e do pessoal da segurança.

V: **Qual é a importância da comunicação para o mandato dele?**

M: Hoje em dia a comunicação é fundamental em qualquer mandato, você não consegue fazer nada sem você ser transparente, tudo o que você faz é cobrado pela população, à população tá muito descrente dos políticos, mas existem políticos bons, bem intencionados que querem trabalhar. O Mello trabalha de sete da manhã até uma da manhã do outro dia; se tiver que ficar virando noite ele vira, ele quer saber das coisas certas das coisas feitas da forma correta pra melhorar as coisas pra população. Ele é esse perfil dele assim, é pra melhorar a situação da saúde, ele luta muito pela saúde do militar, a questão do Minha Casa Minha Vida ele quer que as coisas funcionem porque às vezes ele vê que falta esse diálogo entre os setores; então ele quer que isso ande. Então a comunicação ajuda nisso, de organizar essas reuniões também, tentar colocar cada lado dos pensamentos pra poder filtrar pra uma próxima reunião filtrando isso também, vai numa reunião vê quais são os pontos que estão pegando mais numa

discussão e ele direciona esses pontos pra tentar arrumar uma solução então é muito unido, não é só a comunicação, a assessoria trabalha muito com a imprensa, não é só comunicação com a imprensa, e internamente no gabinete também, e com ele né, pra ele se expor melhor pra ele colocar as ideias dele mais em ordem.

V: Que tipo de rede social ele usa? Tem o Facebook, ele tem outro tipo de rede social? Site, canal no Youtube, algum tipo de coisa além do Facebook?

M: A gente trabalhou nesse primeiro ano agora com organização de cadastro porque não tinha um programa pra isso, então eu criei um programa pra gente ter a noção de quem a gente atende com o que a gente atende, onde a gente quer melhorar, onde tem de piorar; esse primeiro ano foi isso. Agora no início desse próximo ano vai entrar o site; já tem um site, mas a gente vai melhorar esse site com melhorias de acesso à população vinculando o facebook; mas a principal rede dele é o WPP.

V: E no Facebook vocês tem algum tipo de estratégia tipo algum tipo de publicação, de patrocínio, de engajamento com determinadas áreas, vocês tem essa preocupação?

M: Não tenho muita não porque o público dele é muito definido, o público dele é área de segurança militar e esse público estava desassistido, tinha 26 anos que a polícia militar não tinha um representante dentro da Câmara Municipal, e quando ele começou a entrar ele começou a ampliar por boa vontade mesmo, por saber que é um outro irmão de farda né, que é Policia Civil, agente penitenciário, tinha essa deficiência então ele começou a fazer algumas coisas que atraíram esse público. O Facebook que você estava perguntando, então, a gente não tem muito porque eles mesmos entram e eles mesmos fazem a replicagem dessa informação, então a gente não impulsiona, é muito difícil impulsionar alguma coisa eu até agora não fiz nenhum impulsionamento e as visualizações foram entorno de 300 por postagem que é o mínimo que eu tenho de postagem importantes, a gente faz transmissões ao vivo aqui da Câmara algumas situações na área de segurança também, é um público muito específico, é muito mais fácil de trabalhar que se eu tivesse um vereador que tivesse votos de tudo quanto é lado da cidade e uma atuação, mas ampla né, a dele é a área de segurança e até porque a área de segurança tem sido apontada no país inteiro quando não é o primeiro problema fica em segundo atrás da saúde.

V: E a resposta lá no Facebook, como vocês trabalham isso? Vocês preferem responder direto no facebook, tem um retorno rápido ou vocês preferem pelo WPP?

M: Eu monitoro o Facebook todo dia, então chegou alguma demanda a gente retorna, por exemplo, às vezes a pessoa quer que resolva um problema na casa dela a gente pede: “manda

uma foto pra gente ver a extensão do problema ou agenda dependendo da extensão do problema” ou vai lá ver, ele gosta muito dessa coisa de ir ao local, atender a pessoa, ver qual é o problema real e direciona. Tem problemas que são atendidos por vários setores da prefeitura e isso ajuda também porque eu trabalhei na prefeitura também, então a gente filtra pra onde manda, vê a gravidade do problema pra poder resolver esse problema da população. No Facebook eu monitoro, os WPP dele ele monitora sozinho, alguns grupos eu estou também, mas grupos específicos dos militares ele me repassa, ele e os meninos que são da polícia estão nesses grupos, então a gente já filtra quando pede e eu auxilio na coordenação.

V: A comunicação você classifica ela como segmentada ou geral?

M: São as duas coisas, as atuações que são em prol da população em assuntos macro a comunicação é geral, as situações que são voltadas pra um público específico dele, que ele tem nos grupos da rede social é voltada até a linguagem para o público específico; eu trabalho com uma linguagem geral no facebook que atinge todo mundo e uma linguagem específica pros grupos do WPP entendeu?

V: Até que ponto que a estratégia de comunicação que você utiliza com o Melo é voltada para o partido?

M: Ponto nenhum

V: Por quê?

M: Tenho muita liberdade, tenho essa afinação com o partido né, então nunca fui solicitada. A gente coloca normalmente que é o que todo jornalista faz, o nome do vereador e o nome do partido agora coisas que o partido tá fazendo eu nem sei, nunca me foi solicitado.

V: Como é a comunicação de vocês com a mídia?

M: Muito tranquila até porque metade da mídia foi meu estagiário né, tenho profissionais que hoje estão na cidade que a maioria passou na minha mão, são minhas crias, eles mesmos falam isso e assim, graças a Deus eu tenho 22 anos de profissão e nesses 22 anos de profissão eu sempre trabalhei com muita ética; a gente faz um juramento quando a gente forma, a gente tem que trabalhar com ética levando pra população o que é importante, as coisas que valorizam né uma sociedade melhor, eu fui editora de um jornal durante um tempo e gente da faculdade também, que eu fui madrinha de várias turmas da faculdade que vieram depois de mim; eu sempre tive um respeito muito grande dessas pessoas que vinham depois de mim e eu conquistei respeito de pessoas que já estavam na mídia antes de mim, graças a Deus; aí eu tenho um relacionamento muito tranquilo, um relacionamento muito bom e se eu falar assim: “ó fulano tenho uma matéria aqui que eu queria um pouco de mais tempo porque eu queria pegar mais dados pra você”, o cara sabe que eu não estou enrolando, que eu realmente quero

demonstrar melhor o trabalho, quero colocar melhor a informação pra população, então é muito tranquilo esse trabalho e tem gerado bastante resultado.

V: Vocês fazem algum trabalho em termos de gestão de crise de um modo geral?

M: Eu não vejo os assuntos que ele trata como muito polêmicos, são assuntos que são de interesse da população mesmo.

V: Mas tem alguma preparação nesse sentido?

M: Se tiver uma crise vai ter que ter, a gente trabalha nesse sentido, mas eu acho que os assuntos quando são lidados com transparência não tem que ter essa preocupação.

APÊNDICE VV – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM TACIANE REZENDE DE CASTRO, ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR FIORILO

Vitor: **Quem que define as estratégias de comunicação do Fiorilo?**

Taciane: Na publicação do Facebook sou eu que faço, eu vou pegando os projetos os requerimentos, os pedidos de informações, as proposições dele, estabelecer mais ou menos uma data que a gente vai publicar uma coisa ou outra, pra gente manter o facebook atualizado. Então sou eu mesmo que decido, a não ser que ele tenha alguma que ele queira colocar que seja mais importante ou que ele acha que está melhor, ou ele mesmo publica, ou ele me pede pra publicar pra ele, em geral sou eu que defino.

V: **Qual é o grau de interferência dele nesse processo?**

T: O Fiorilo ele é bem centralizador, ele gosta de saber o que está sendo publicado e às vezes ele interfere muito, na verdade no Facebook ele interfere bem pouco, na rede social ele interfere bem pouco, mas no informativo ele interfere mais, tanto que às vezes a gente programa pra fazer um informativo que seja trimestral, e a gente consegue fazer um único em um ano.

V: **E vocês fizeram?**

T: Ainda não, porque a gente se programa, se propõe eu defino as pautas, apresento as pautas pra ele, peço pra ele aprovar, ele aprova, a gente faz o jornal e ai depois ele quer mudar um monte de coisa.

V: **O que você acha dessa interferência?**

T: Não me importo, porque eu já estou acostumada com ele, o único problema da interferência é que a gente não acaba cumprindo o período que a gente gostaria que cumprisse. Porque eu acho que seria interessante pelo menos dois jornais no ano pra gente fazer aquela produção né, e as pessoas saberem que ele tem informativo, até pra divulgar o trabalho dele a quem não tem rede social, porque apesar da rede social estar ai em evidência e ter muita gente por conta de smartfone enfim, ainda tem aqueles que ainda são bem relutantes com isso; então o informativo seria uma forma de você alcançar essas pessoas, mas ele tem pouco mais de resistência se ele gosta de olhar e ai ele troca matéria ele troca, ele muda foto que a gente já colocou, mas enfim a interferência incomoda, não sei se é a palavra mas, ela incomoda um pouquinho na questão da periodicidade, você não consegue cumprir ela de forma que você pensou e aí isso atrapalha, mas de resto eu não vejo problema porque eu já estou acostumada com ele nesse sentido.

V: **Qual é a importância da comunicação para o mandato?**

T: Ah eu acho que é fundamental.

V: **Por que?**

T: Principalmente porque as pessoas tem uma ideia muito distorcida do que é a função do vereador e eu acho que a propaganda política ela fortalece muito essa impressão errada da função do vereador, que em geral o que é a função do vereador faz colocar o vereador lá na frente falando, vou fazer isso, prometo isso, faço aquilo e etc. Não é ele que faz né, ele pode pedir pra fazer mas não é ele que faz; então de alguma maneira é a gente que consegue, não vou dizer mudar a visão, a gente consegue explicar melhor. Teve uma campanha, foi a anterior a essa no outro mandato, no segundo mandato dele, que a gente fez muitas reuniões de chamar as pessoas, fazer reunião na casa dele mesmo, convidar pessoas do bairro, ali de Santa Luzia, da região sul, pra ir nessas reuniões e ele explicar o que é a função de um vereador, qual o papel dele aqui na Câmara, o que ele está aqui pra fazer e pra mostrar que não é ele que tampa buraco, como tinha te falado, que não é ele que põe água na casa né, instala rede enfim. Então a gente usa muito isso, a importância da comunicação é pra isso. Pra gente meio que explicar pras pessoas mesmo qual é o papel do vereador e de que forma ele trabalha. E o Fiorilo é muito claro no trabalho dele, ele não é diferente do que ele é lá dentro do plenário não, aqui dentro ele é com a gente da mesma maneira que ele é lá dentro do plenário ele faz questão que a gente também seja assim tanto é que quando a gente entra aqui pra trabalhar com ele, a primeira coisa que ele fala é: “não gosto de tititi lá embaixo, não gosto dessa coisa de ficar na corriola”, isso sempre foi muito bem esclarecido pra gente, porque a gente tem que cumprir nosso mandato da maneira que a gente trabalha, não pensando como o outro trabalha.

V: **Qual que é a dimensão da comunicação que você estabelece com o eleitor, há uma estratégia diferente para determinado público, ele é mais identificado para determinada região?**

T: Não, a gente tenta fazer a comunicação da maneira mais fácil né, traduzir o que as pessoas às vezes não entendem, e tenta colocar o projeto explicando o que o projeto vai fazer, tenta fazer com que a pessoa entenda o que ele tá fazendo aqui dentro mesmo, então a gente tenta só, não tem essa coisa de “ah vou falar só pro médico , vou falar pra povão né” digamos assim, a gente tenta fazer uma comunicação igual, o objetivo é fazer as pessoas entenderem o que está sendo feito aqui dentro, então a gente fala de maneira geral até porque o Facebook atinge pessoas de todos os perfis né, ela é geral não é segmentada até porque a gente faz divulgação de tudo, das proposições então não tem porque ela ser segmentada.

V: A questão do Facebook. Há uma preocupação nessa questão de engajamento, de dar alguns tipos de publicação, como é que vocês trabalham esse tipo de situação que é inerente às redes sociais, o Facebook que hoje é muito comercial e focar em determinadas políticas, como é feito esse trabalho?

T: A gente já até trabalhou com outras rede, com outras mídias, a gente tinha Twitter, tinha um blog, mas a gente percebeu que não tinha o acesso que o Facebook estava alcançando, e aí a gente começou a trabalhar só com o Facebook que até então era só no perfil dele. E aí ficava aquela confusão porque tinha vez que eu publicava, tinha vez que ele publicava, mas a gente também sempre cuidou de mostrar quando era eu que estava publicando e quando era ele que estava publicando então, quando era ele que estava publicando era uma linguagem muito mais pessoal quando sou eu, dá pra pessoa perceber que eu falo na terceira pessoa, então dá pra pessoa identificar que não é ele que tá postando aquilo. Aí depois a gente começou a ver que não estava atingindo o número todo porque o Facebook no perfil tem um limite de pessoas e ele tinha pra ser amigo e ele não conseguia atingir essas pessoas, e aí a gente criou a página. Ela inicialmente foi criada na época da campanha, nessa época eu não estava aqui porque eu estava de licença maternidade então foram os outros assessores que meio que meteram as caras e pelo conhecimento que tinham do Facebook fizeram; e aí depois quando eu retornei a gente começou a atuar um pouco mais nessa página, na verdade ela ficou meio parada e aí a gente agora recentemente a pouco tempo a gente convenceu o Fiorilo da importância de impulsionar a página; aí a gente separa um valor e impulsiona a página pra poder alcançar um público maior e ter um acesso maior a pagina, e isso está atendendo bem o que a gente tá querendo.

V: De acordo com a publicação, vocês fazem algum trabalho específico?

T: Não, na verdade a gente começou com essa coisa de impulsionar, mas a gente na verdade publica e ele que escolhe o que vai impulsionar ou não, e de que maneira ele faz; então nesse ponto acaba sendo um trabalho conjunto né, eu tenho um papel de assessora de comunicação, mas assim, mais como ajudante, como auxiliar dele porque ele gosta de fazer, ele gosta de controlar, de ter um contato, tanto que os comentários são quase todos respondidos por ele, a gente vê o que tá sendo olhado, falado comenta com ele algumas vezes, mas é ele que responde a todos os comentários.

V: Até que ponto que a estratégia de comunicação de vocês é voltada para o partido?

T: Eu acho que ela nunca foi voltada para o partido.

V: Por que você acha que isso acontece?

T: Porque o Fiorilo gosta de divulgar o trabalho dele, o trabalho dele não é inerente ao partido acaba sendo porque ele tá vinculado né, pra ele ter a cadeira, a cadeira é do partido mas a gente nunca se preocupou muito em voltar pro partido, até porque o não tem uma influência assim, a não ser em períodos de campanha, que aí pede um auxílio pra alguém, mas de resto a gente não tem muito essa coisa do partido não.

V: Como é a comunicação, a relação de vocês com a mídia da cidade?

T: O Fiorilo ele tem uma resistência muito grande em falar com a mídia, ele não é aquele vereador que fica mandando release, ele não fica pedindo pra publicar coisas, ele não fica mandando matéria, em geral a gente é procurado pela mídia e nesse caso muitas vezes eu tenho que fazer todo um trabalho de convencimento pra ele querer responder.

V: Você tem algum trabalho em termos de gestão de crise?

T: Não, porque assim nunca aconteceu um projeto que gerasse uma crise, talvez a maior seja essa da infância sem pornografia agora. Mas na verdade tá mais uma questão de desentendimento. E antes de propor o projeto a gente pesquisa se ele já existe a gente pesquisa se tem lei que vai aparar ele naquela proposição, se ele não tá fazendo uma coisa que fere de alguma maneira algum estatuto, alguma coisa então assim, nunca foi necessário fazer esse gerenciamento de crise até porque o Fiorilo é uma pessoa muito tranquila.

APÊNDICE WW – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM RENATA BRUM, QUE TRABALHA COM A COMUNICAÇÃO DA VEREADORA DELEGADA SHEILA

Vitor: **Quem define as estratégias de comunicação da Delegada Sheila?**

Renata: É um grupo de comunicação que integra pessoas do marketing e jornalistas de comunicação, eu faço parte desse grupo e a gente senta e conversa, a gente tem um grupo no WPP também, e por ali a gente vai se falando e definindo as estratégias. Já foram traçadas antes, durante a campanha e depois a gente manteve uma linha bem semelhante.

V: **Qual é o grau de interferência da vereadora no processo?**

R: Ela participa ativamente dos grupos, das escolhas, a gente bate papo com ela; se ela acha que vale a pena postar, porque às vezes a gente tem uma linguagem ou tem uma visão de um fato e ela tem outro, por ela ser policial, por ela ser delegada e agora vereadora, então ela sempre acaba interferindo mas não no conteúdo e sim no assunto.

V: **Ajuda ou atrapalha?**

R: Ah difícil, tem hora que ajuda e tem hora que atrapalha.

V: **Qual é a importância da comunicação pro mandato dela?**

R: Foi fundamental, eu acho que ela só foi eleita porque foi uma comunicação como um todo muito bem feita, além do trabalho de rua ter sido fechado, enxuto, primordial. Teve muita gente voluntária na campanha que abraçou ela, abraçou a pessoa dela, que é uma figura muito cativante, mas a comunicação teve um papel fundamental principalmente dentro das redes sociais.

V: **Como você vê a dimensão da comunicação de vocês, tem estratégia de algum determinado grupo, um público que ela mais se identificava, por exemplo, a polícia ou não, é segmentada pra determinados públicos?**

R: Ela tem um perfil variado, se fora parar pra pensar ela é uma mulher, ela é mãe, ela é delegada agora vereadora, então assim, estudantes de direito, muitos se espelham nela, mulheres de uma forma geral, então a gente tenta buscar esse público fazer as postagens, as ações de comunicação muito voltada pra esses públicos que são diversos.

V: **E essas ações são voltadas mais pras redes sociais ou tenho outro tipo de ferramentas também?**

R: Tem, a gente usa muito a rede social, o primordial pra gente é o facebook, o Instagram, mas a gente também tem outras estratégias, questão de release a gente envia, a gente tem um contato muito próximo com a imprensa, até por eu já ter trabalhado e outras pessoas que integram também a equipe terem trabalhado na imprensa da cidade, então a gente tem acesso

muito facilitado. Às vezes nem é uma coisa formal, mas é uma coisa que a gente manda um WPP e avisa que vai ter tal coisa. E outra questão, por ela ser da polícia eu acho que também ajuda muito a aproximação dela com a mídia, já existia antes e agora as pessoas tem interesse, já teve episódio de a gente nem mandar release, nem avisar, mas o pessoal da imprensa tá sabendo e tá cobrando, tá querendo entrevista dela, então assim foi bom ela ter essa experiência anterior com a mídia na polícia. Entendeu?

V: Nas redes sociais como funciona o trabalho, há patrocínio ou a maioria é orgânica como funciona isso e como é o engajamento das pessoas nesse sentido, nas respostas das coisas que vocês colocam lá de determinados assuntos?

R: Há coisa sim patrocinada, muitas coisas a gente patrocina, mas também dependendo do conteúdo a gente nem patrocina porque o trabalho como foi feito antes da eleição, já começou um trabalho bem anterior à eleição pra vereadora, de movimento na rede social; então isso foi cativando o público gradativamente e gerou uma relação de afeto de amizade, as pessoas ali acham que são amigas da Dr. Sheila, acham que é ela que responde até hoje, então isso gera uma proximidade muito grande; tem coisa que é da vida pessoal dela, por exemplo, uma foto com a família, uma foto com o cachorro, uma foto do dia a dia dela na polícia que dá uma repercussão que a gente nem precisa patrocinar; a interação é muito grande das pessoas com ela, até num bom dia e num boa noite, que é a coisa que se bobear dá mais curtida, mais dá comentário, a gente parou um pouco de responder, a gente responde só as questões mais polêmicas, a gente tem mais só curtido até porque é muita gente e não dá tempo.

V: A que você atribui esse número elevado de curtidas da página dela desde lá da época da campanha e até hoje é esse perfil variado que ela abrange?

R: Eu acho que sim, é o grande segredo dela né. Assim, ela é jovem, ela é mãe de quatro filhos, é mulher, tem uma posição de destaque no mercado de trabalho né, ocupa um cargo de chefia numa corporação que maioria de homens na polícia que não é fácil, e ela aparecer na eleição pra vereador como uma figura feminina com todas essas características e sendo uma figura não-política, nova, eu acho que isso tudo somou pra que ela fosse a mais bem votada na cidade; as redes sociais dela são bem atuantes bem movimentadas, muitas pessoas ali buscando referências; ela, por exemplo, é evangélica, então aí outra questão que mexe muito, as pessoas que são evangélicas são muito ligadas a ela, ela faz palestras em escolas, em igrejas, então tem esse feedback, tem o retorno das pessoas, então a gente “aproveita”, não no sentido pejorativo, mas a gente aproveita no bom sentido pra tá alimentando essas pessoas, por exemplo com mensagens de fé, de otimismo; então eu acho que esse vínculo que foi criado que fez esse sucesso da rede social.

V: Depois disso tudo que você falou da comunicação você classifica ela como segmentada ou mais geral?

R: Geral, ela tem segmentos, mas ela abrange um público bem geral.

V: Até que ponto a estratégia de comunicação é voltada para o partido dela?

R: Foi uma escolha na época de campanha ainda, de não ser isso repassado pro chefe de partido, pra quem convidou ela pro partido, de que ela não faria uma campanha voltada pro partido, ela faria uma campanha voltada pra figura dela, “quem sou eu? Sheila Oliveira, delegada Sheila” o menos possível ligada ao partido.

V: Eu queria saber um pouco da mais da relação de vocês com a mídia, você falou que várias pessoas já trabalharam, mas como é esse trabalho, tem release, é mais procurado ou vocês procuram? Como funciona isso na prática?

R: Na prática mesmo pra eu te ser muito sincera, nas ações maiores a gente envia release, nas outras não; então se ela apresenta um projeto de lei ou tá com outro assunto, tipo comissão de pedofilia que foi criada, a CPI das gangues, a demanda vem espontânea entendeu?

V: Vocês já tiveram preocupação ou tem algum trabalho de planejamento de gestão de crise?

R: A gente tem sim, até na época da campanha a gente teve esse cuidado porque foram mais pessoas que trabalharam no finalzinho da campanha, nos 45 dias com as redes sociais; então eu como coordenadora na época, estava coordenando as redes sociais dela, eu tinha algumas repostas padrão, algumas questões prontas pra momentos de crise, pra dar uma resposta rápida. Atualmente a gente pensa, sempre discute principalmente no grupo, com a presença dela, pra discutir coisas que a gente acredita que possa vir a se tornar uma coisa negativa, então a gente tá sempre conversando e discutindo mesmo pelo WPP ou pessoalmente pra tentar minimizar os efeitos disso.

APÊNDICE XX – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM WESLEY DE ARAÚJO PEREIRA, ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR JULIO OBAMA JR.

Vitor: Quem que define as estratégias de comunicação do Júlio?

Wesley: 70% é o Júlio e os outros 30%, no caso sou eu, como assessor de comunicação dele, e a gente tem aqui no gabinete também a Elaine que fica fazendo uma consultoria externa e basicamente a gente define. Nós temos reuniões periodicamente, em média três juntos. Em média de 15 em 15 dias e semanalmente... Diariamente, sou eu aqui com ele mesmo... Acompanhando em mídias, até mesmo o processo que ele vai lançando, que vai saindo que a gente já sabe mais ou menos. Dependendo do projeto de lei a gente já sabe; esse aqui vai dar uma repercussão maior, isso aqui não vai, a gente já vai tendo uma noção.

V: O grau de interferência dele qual que é, é grande, é benéfico... como é?

W: Sim, é grande e é benéfico. Até porque, no caso dele, ele já trabalhava com isso, ele já tem uma história aí em média de uns 15 anos na política. Então ele já tem muita noção do que é bom e do que não é. Ele já sabe já de certa forma, para gente é até fácil de trabalhar com ele, porque ele já tem uma experiência, ele não é uma pessoa crua.

V: Qual é a importância da comunicação no mandato dele?

W: Na minha opinião, a importância é tudo, é máxima. Porque através da comunicação é que a gente consegue mostrar o trabalho do vereador. Porque o vereador aqui dentro do gabinete, ele fazendo aqui os projetos de lei dele e não mostrando para a população, para comunidade... ele não tem serventia. Não tem o porquê, não adianta nada. Tudo o que ele fizer... os projetos de lei, requerimento, tudo que ele faça, se ele não conseguir mostrar isso para população de certa forma, ele está fazendo em vão. E o que a gente tem aqui hoje é um mandato. Esse mandato ele tem data pra acabar, então de certa forma a gente tem que mostrar o serviço para gente poder continuar. A gente quer garantir mais 4 anos.

V: A questão das redes sociais da utilização delas, ela é constante? Quais redes o vereador tem, o site também, como que é?

W: É importantíssimo isso aí também. Porque no caso do Júlio, ele preparou o Facebook dele por 8 anos. Ele ficou 8 anos gerenciando ele mesmo os próprios perfis. Eu comecei a trabalhar com ele na campanha. Na campanha ele já tinha 4 perfis, então ele é muito forte no Facebook. A gente tem o Instagram, tem um site também e temos a página no facebook, mas o forte mesmo nosso hoje são os perfis. Nós temos hoje uma média de curtidas orgânicas... Uma média aí de 13 mil curtidas, isso ao longo desse ano de 2017. Desde julho a novembro de 2017. Então isso para gente é uma coisa muito boa porque é orgânico, é uma média bacana, a

nossa página foi criada a mais ou menos uns 4 meses junho/julho . De lá pra cá a gente fez alguns impulsionamentos que não passa assim, acho que a gente fez uma média de 5 ou 6 impulsionamentos de 30 reais cada um. E por essa média de curtidas que a gente já tem nos perfis e como o mandato é de vereador e ele não tem intenção nenhum de vim candidato a nada ano que vem. Então a gente ainda tá com o pé no freio, a gente tá segurando mesmo os perfis e administrando os perfis mesmo e os seguidores que realmente são os seguidores dele são amigos dele, que acredita fielmente. A gente fez a campanha pelos perfis também, então a gente acredita que esse seria a nossa base. Então é muito importante.

V: Então em outro tipo de rede social ele tem Twitter, Instagram...?

W: Não, tem Instagram, o Twitter não, aí são 4 perfis no facebook , o perfil no Instagram, a página no facebook e o site.

V: Como é o engajamento nessas redes?

W: O único que a gente sempre patrocina é o Facebook. De junho/julho para cá que a gente fez uma média de 6 patrocínios de 30 reais.

V: E o engajamento tem sido bom?

W: Sim, quando você patrocina, você já sugere um público alvo e é um alcance muito alto, gera uma média de 2500 a 3500 pessoas alcançadas.

V: E qual é a dimensão da comunicação que você estabelece com o leitor? É uma estratégia diferenciada, pra um público assim que ele já tem uma relação maior, melhor ou uma localidade ou ela é diversificada?

W: É bem diversificado, porque a gente vai adotando a estratégia de acordo com a publicação. De acordo com que a gente vai acompanhando o que está acontecendo na cidade, através dos próprios meios de comunicação oficiais. Seja ele através de jornal, mídia impressa, TV... A gente vai acompanhando e vamos direcionando de acordo. Porque a gente vai vendo também as demandas e as próprias solicitações que chegam também da comunidade, ou através de assessores ou através das redes sociais também que chega muita coisa.

V: Então a comunicação ela é mais geral do que segmentada?

W: Sim, é mais geral.

V: E até que ponto a estratégia de comunicação ela é voltada para o partido?

W: Então, hoje como a gente não tem a intenção de vir candidato a nada ano que vem... hoje ela é voltada para o partido... É bem básica, não está voltando muito para o partido, ela é 100% focada no vereador.

V: Como é a relação de vocês com a mídia da cidade?

W: É uma relação boa, manda release. Mês passado a gente deu uma moção de aplausos pra TVE para o programa Mesa de Debates... Então a gente tem uma relação muito boa com eles, sim.

V: Algum trabalho em termos de gestão de crise?

W: Olha, a gente graças a Deus até hoje a gente não vivenciou nenhum, mas a gente tem. Nós temos uma estratégia... é igual eu te falei, a gente tem a Elaine, que trabalha aqui com a gente numa consultoria externa. Hoje nós dividimos essa parte de comunicação em 3 processos que é comunicação, geração de conteúdo e gerenciamento, porque hoje a nossa base seria esses 3 pilares. A partir daí que a gente vai tomando todas as decisões, e em caso de crise, a melhor opção é correr, correr juntar as mãozinhas para o céu, mas graças a Deus até hoje não teve nenhuma crise não... Tirando o JF da Depressão, que as vezes tenta gerar uma crise.

V: Mas como é que você lida com isso?

W: A gente lida com bom humor. Tem coisa que não tem nexo nessa conclusão. A gente já chegou, as vezes, as pessoas elas gostam mesmo é de falar. Às vezes, um projeto de lei é uma coisa bacana, as pessoas confundem muito. As pessoas tem muita preguiça de ler porque às vezes coloca lá igual... a gente teve uma aqui que foi engraçada que foi o que quase deu uma crise para gente ...o dia do evangélico, que o vereador é evangélico, então ele cria projetos de leis as vezes pensando na classe evangélica. O dia do evangélico a gente estava analisando e tinha gente que estar nos perfis nossos, o cara é evangélico e está metendo o pau e o dia não é um feriado. O dia é um dia como outro qualquer, é apenas pra ser lembrado, para ficar na memória da população, mas a pessoa ela quer meter o pau, ela vê lá o dia e “ah não que absurdo, vai ficar sem trabalhar, cambada de vagabundo, vai caçar um serviço“ ...e não é, a pessoa tem preguiça ou não lê, a pessoa ela quer meter o pau, ela quer falar as vezes é uma coisa boa, mas a pessoa está lá, vê o de cima está falando mal e faz o mesmo.

APÊNDICE YY – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM RÔMULO KRAUSE,
ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR CHARLLES EVANGELISTA

Vitor: Quem que define as estratégias de comunicação do Charles?

Rômulo: A grande maioria delas é definida por ele mesmo. Ele que vem com as ideias e joga para a gente dar o prosseguimento com elas. Algumas surgem da gente da comunicação ou até de algum assessor mesmo, que não é diretamente envolvido com comunicação, que acha alguma coisa interessante e a gente faz a réplica. Copia a estratégia.

V: Então como você vê essa interferência dele... Ela é boa, ela é ruim ou ela ajuda no seu trabalho... ou atrapalha, como você vê esse grau de interferência?

R: Ele mais ou menos guiou a gente até hoje com as ideias dele. Ele gosta muito de ter o controle sobre a comunicação dele, então a interferência dele seria quase que total. Quando não vem dele, quando parte da gente, tem que passar por ele de qualquer forma. Então ele que controla isso também.

V: Qual a importância da comunicação então para o mandato dele?

R: Eu diria muito assim. A importância é muito grande, porque é o nosso principal meio de contato com o público dele, além das visitas que ele faz... As redes sociais são onde a gente mesmo entra em contato com o público.

V: E a questão das redes sociais, ele tem um perfil, página, Twitter? Quais são as redes sociais que ele tem? Ele tem site também? Quais que ele tem e como é trabalhado isso?

R: A gente tem 2 perfis no facebook e uma página. A gente acaba usando mais os perfis porque a gente tem mais resultado, por causa do impulsionamento. Na eleição passada, a gente não pode usar a página nem impulsionamento... na página porque a legislação proibiu... então a gente focou muito no perfil porque era aonde a gente conseguia um resultado mais direto. A gente tem o Twitter, mas o Twitter não avançou muito e agora a gente começou o Instagram que tem dado bastante resultado de volta.

V: Site não?

R: Site a gente está em construção ainda, a gente vai ter um site, mas ainda não está pronto.

V: Como é feito esse impulsionamento? De acordo com quais assuntos e como tem sido o engajamento?

R: O impulsionamento, principalmente por envolver verba, dinheiro... é diretamente com o Charles. Eu mesmo da comunicação não tenho envolvimento nenhum com isso.

V: Ele que escolhe?

R: Ele que escolhe o que ele vai impulsionar diretamente, mas geralmente é algum projeto de lei importante que ele quer divulgar, basicamente isso.

V: E o engajamento é bom, como é?

R: O engajamento nos perfis mesmo sem impulsionar é muito bom. Existe o compartilhamento e a coisa vai crescendo organicamente, quando impulsiona também tem muito resultado na página.

V: Qual você acha que é a dimensão da comunicação que ele estabelece com o eleitor? Ela é diferenciada, por exemplo, para determinado público, localidade ou ela é mais geral? Como você acha que é? Ela é mais focada em determinado grupo ou não?

R: A gente tem um determinado público, a gente tinha um determinado público até muito pouco tempo, que era mais o público da zona norte. Acho que hoje em dia, a gente está tentando expandir para a cidade toda. Agora falar que a gente tem um determinado público, eu acho que é um pouco difícil. Talvez um público mais voltado para a direita, que é o segmento que ele defende, mas isso interfere na nossa linguagem... não sei te responder. Acho que sim, acho que a gente tenta, por também a gente ter um público as vezes ... não sei como dizer isso, mais carente, um público mais simples mesmo, a gente tenta deixar tudo o mais simples possível para que as pessoas não só se identifiquem, mas também entendam o que está acontecendo.

V: Então para você a comunicação ela é mais segmentada ou geral?

R: Eu acho que a gente está tentando generalizar o máximo possível, porque o que a gente faz não atinge só um determinado grupo. Hoje em dia atinge a cidade inteira como a lei do Uber, a lei dos hospitais... Enfim, todas as leis atingem Juiz de Fora inteira, então acho que a gente tenta generalizar por causa disso, pra chegar em todo mundo. O que ele está fazendo, que na grande maioria, é para cidade toda e não um determinado grupo só.

V: Até que ponto a estratégia de vocês é voltada para o partido?

R: Olha, de partido para te falar a verdade, eu que sou da comunicação... a gente não tem muito envolvimento não. De todas as publicações, pós-campanha, desde que ele assumiu, alguma que envolvesse partido não teve, não teve nenhum engajamento em defesa do partido não.

V: Como funciona a questão da comunicação de vocês com a mídia, como é essa relação?

R: A gente tem os releases que a gente sempre está mandando. E a gente tem um retorno muito bom de todos os releases, que normalmente são coisas que a gente acha importante, que atingem diretamente não só os eleitores, mas todos os cidadãos. E muitas coisas a gente nem manda o release e a imprensa vem procurar a gente, nessa correria as vezes a gente esquece

de mandar um ou outro, e aí a gente recebe uma ligação do G1, da Integração ou de qualquer outro meio, porque a pauta é interessante. Então a nossa relação com a imprensa em geral é boa. A gente recebe o resumo da comunicação se foi positiva, se foi negativa, um relatório e a maioria sempre foi de notícias positivas, então eu acho que é uma relação positiva até hoje.

V: Há algum trabalho de vocês em termo de gestão de crise?

R: Assim crise, não. A gente nunca teve nenhum trabalho de gestão de crise não. Para falar a verdade, a gente nunca teve que ter nenhuma reunião para gerir uma crise, mas qualquer coisa que se aproximou disso veio dele, a gente gravou um vídeo, um vídeo resposta ou alguma coisa nesse sentido, mas falar que a gente teve alguma gestão de crise, a gente nunca teve.

APÊNDICE ZZ – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM WARLEY BUENO, ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR ZÉ MÁRCIO GAROTINHO

Vitor: Quem que define as estratégias de comunicação do Zé Márcio?

Warley: Normalmente as estratégias de comunicação são definidas comigo, o vereador, o assessor Elton e o advogado, o Vitor. Normalmente surge dessas 4 pessoas.

V: Qual é o grau de interferência do vereador nesse processo e se tiver ele é bom ou ruim, é bom para o trabalho de vocês?

W: O grau de interferência é bem grande, ele gosta de acompanhar. É o perfil dele de acompanhar tudo que vai ser publicado, todos os releases ele gosta de ver porque até ele tem umas matérias mais complexas, de difícil entendimento. Então é importante a fiscalização dele pra que nada saia errado, porque como são matérias de engenharia, muitas vezes de uso e ocupação do solo são algumas coisas bem complexas.

V: Qual é a importância que você vê da comunicação para o mandato dele então?

W: A comunicação é total, porque é através dela que a gente comunica com o eleitor. Naquela época há uns 2, 3 anos atrás... onde não se tinha mídia social e os veículos de comunicação eram caros, a gente precisava de político na rua para gente fazer essa comunicação. Então era assessor, líderes políticos e comunidade, esse era o processo pra atingir as pessoas. Hoje com essas mídias sociais, que é um acesso mais barato e todo mundo tem, a gente comunica direto com os nossos eleitores. Então a gente perde aquele miolo, aquela interferência do líder comunitário, ela muitas vezes é necessária, acontece ainda hoje, mas a gente tem esse outro canal que a gente fala direto com o nosso eleitor.

V: E nas redes sociais e sites, quais são os canais que ele tem?

W: Hoje a gente trabalha com Instagram e com Facebook. Na época da campanha, a gente utilizou o site, mas foi um processo que caiu. A gente parece que não teve um grande número de acesso, então a gente preferiu terminar com o site, não deu continuidade.

V: E perfil, ele tem também?

W: Ele tem um perfil pessoal dele, onde ele faz uso da maneira que ele achar conveniente. Ele compartilha o que ele gosta, jogo de flamengo... essas coisas... é bem pessoal mesmo, e a gente controla. O que eu controlo é a página dele, onde a gente evita trabalhar com coisas pessoais, que é uma orientação dele, ele não gosta muita e a gente trabalha só efetivamente com ações dele.

V: Na página, como é essa questão do patrocínio? Essa questão da área do profissional de comunicação ...como que é o engajamento com essas publicações, explica pra gente.

W: A gente traçou no início um perfil do eleitor do Zé Márcio e a publicação ela é patrocinada em cima desse perfil.

V: **Como é o engajamento? Como tem sido?**

W: O engajamento nosso ele é bom com os patrocínios... com certeza é bom, um público mais feminino em média de 35 a 45 anos.

V: **Por quê?**

W: É porque é um eleitor que já é de classe média, que o Zé Márcio já tem características de ter um perfil mais de classe média, onde uma pessoa tem mais entendimento sobre as pautas dele. Como eu te falei, algumas vezes, as pautas são mais complexas, então essa pessoa consegue discernir e identificar a qualidade do projeto, que é um projeto pra cidade e não só pra uma classe específica.

V: **Você falou do perfil, qual é a dimensão da comunicação que vocês têm com o eleitor, é desse público mais definido por localidades ou pelo próprio perfil do eleitor um público mais identificado com ele ou é mais geral? Na questão do direcionamento que vocês dão pra comunicação dele.**

W: A gente faz sempre para o público geral, porque ele teve uma votação muito expressiva. Mas nenhum lugar específico, foi muito plural, foi muito pulverizado. A eleição dele então a gente não consegue chegar e falar assim “ah o Zé Márcio ele teve maior votação no Marumbi”... isso é mentira, nossa maior votação foi Centro e São Matheus. Então a gente tem que trabalhar para a cidade inteira. Agora assim, tem casos específicos quando você faz muito pontualmente... um exemplo é uma ação social que ele tem lá no Marumbi com crianças, uma escola de futebol. Então sempre o patrocínio é feito especificamente para aquela região, para aquela área. Fora essas coisas pontuais, os projetos de lei... A gente sempre trabalha para cidade inteira.

V: **Então você vê a comunicação dele como segmentada ou geral?**

W: Eu acho, Vitor, que ela é mais plural, mas há casos que ela é mais específica...depende, não posso falar que é generalizada.

V: **Até que ponto a comunicação de vocês é voltada para o partido?**

W: A gente sempre que pode traz a bandeira do partido verde, mas o PV tem uma página própria, onde são tratadas coisas de engajamento para quem quer ser candidato, quem gosta das ações do PV. Mas sempre que é possível a gente dá uma puxadinha para o partido, por exemplo, na época de dia do meio ambiente como é um partido muito ligado a sustentabilidade, sempre fazemos ações e colocamos o partido nessas ações.

V: E a questão da relação com a mídia, como ela é, como o trabalho é feito pra trazer a mídia para perto do vereador?

W: Basicamente o contato com a mídia é feito através do release, mas sempre que há um release de mais interesse, a gente faz um follow up, que é pra tentar sempre explicar melhor e atrair mais a mídia local.

V: Vocês têm ou já fizeram algum trabalho de gestão de crise?

W: Bom, espero nunca colocar em ação a gestão de crise, mas a gente não tem nada específico. A orientação que a gente tem, é... deu crise, primeiro a gente procura saber o que é realmente, procura o advogado para ele orientar a gente e a palavra nossa é transparência, sempre falar a verdade.

APÊNDICE AAA – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM LUCAS SALZER, ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR DOUTOR ANTÔNIO AGUIAR

Vitor: Quem define as estratégias de comunicação do Dr. Antônio Aguiar?

Lucas: O Antônio está no segundo mandato. No primeiro, ele tinha uma pessoa que cuidava dessa parte, mas a gente sentiu que para o segundo mandato tinha que haver uma modificação. Então o Antônio me convidou, e a gente definiu que a comunicação dele tinha que basicamente melhorar, pois o Antônio tinha um trabalho muito bom, um trabalho que todo dia ele está empenhado. Seja de médico ou de vereador, e a gente precisava mostrar pra população o que de fato o Antônio fazia pela cidade. Ele passou pelo primeiro mandato bem, mas achei que ficou faltando um pouco de prestação de contas do que ele fez, porque ele fez muita coisa e muita coisa passava despercebida... e a gente conversou, ele me convidou para trabalhar com ele e a gente fechou uma ideia e combinou que ia moldar a página no dia a dia dele... mostrando para a população o que ele vinha fazendo.

V: E qual o grau de interferência dele nesse processo todo que você me falou?

L: O Antônio sempre me deu muita liberdade para fazer as publicações, num primeiro momento, o Facebook, por exemplo, é uma rede que envolve alcance e engajamento... a página ficou 3 meses parada. Pode-se dizer que a página estava morta tecnicamente, então o que a gente precisou fazer foi um trabalho diário de duas ou três postagens por dia, o que não é recomendável fazer, não gostava de fazer isso, mas era pra despertar o público que tinha a página e mostrar que a gente estava ali. Esse primeiro processo foi muito cansativo e desgastante porque a gente tinha que postar 3 vezes ao dia. Passando esse processo, que durou dois meses, a gente assentou as ideias, conseguiu trazer o público de volta e começou a focar só no dia a dia dele, das ideias políticas, parou de postar bom dia, boa tarde, boa noite que o pessoal faz isso pra gerar interação. Mas chegou num momento que a gente conseguiu trazer o pessoal, então a gente parou isso e passou a prestar contas do mandato, do dia a dia dele como vereador, visitar bairro, emendas que ele fez, leis antigas que a gente trouxe de volta. Até para dar ao cidadão direito de conhecer as leis que ele fez aqui, porque muitas vezes a lei passa aqui na Câmara, o Prefeito sanciona e muita gente não sabe que tem direito a essa lei. E eu acredito que a rede social por estar na palma da mão de todo mundo, a gente conseguiu aumentar o grau de conhecimento do mandato e do trabalho do Antônio, que é fazer leis, dar suporte a parte do setor público, como a parte de saúde, a parte de educação que é onde ele procura colocar mais recurso e uma série de outras coisas. A interferência do Antônio é zero,

ele dá bastante liberdade, e, claro, a gente tem uma sintonia, mas ele me dá total liberdade para trabalhar a rede dele.

V: Você acredita que é importante? E como que é funciona com as redes sociais, quais ele tem?

L: Eu acredito que é muito importante o Antônio mostrar o trabalho dele. Até porque, lhe foi confiado uma missão de ser vereador por Juiz de Fora, e é importante ele dá um retorno ao eleitor que confiou o voto nele. A gente só trabalha o facebook, o Instagram ele trabalha por conta própria, ele mesmo gosta de postar, é algo dele, pessoal. E os perfis Antônio Aguiar 1 e 2 é dele. Eu cuido da página Dr. Antônio Aguiar, que é uma página que tinha 1300 seguidores quando eu assumi ela em março desse ano, e hoje a gente vai fechar o ano com 3000, que foi um avanço muito bom para a gente em termos de número e em termos de alcance também, que a gente conseguiu alcançar mais o eleitorado do Antônio.

V: Site, essas outras redes, não?

L: Por enquanto não. A gente tem a ideia de mexer com isso mais pra frente, sim, mas por enquanto a gente não desenvolveu o site, não.

V: Essas atividades que você falou do facebook, como elas são trabalhadas, patrocínios, esse tipo de coisa, por determinados assuntos e como está o engajamento?

L: O engajamento triplicou. A gente tem hoje os eleitores do Antônio bem mais atento ao trabalho dele. A gente conseguiu reativar esse pessoal que a grande parte já estava ali, nós conseguimos também aumentar o número de seguidores. A questão de impulsionar a publicação, no começo a gente não queria fazer isso, mas a gente sentiu que o Facebook. Muitas pessoas não sabem disso, mas quando você tem uma página você não consegue atingir todo mundo, o facebook tem uma política de corte de alcance, eu posso ter 3mil seguidores, mas se eu publicar algo agora ela alcança 900/1000 pessoas. Então isso te obriga a investir, não chega a casa de 3 dezenas não, é coisa de 15, 20 reais que você coloca no impulsionamento e alcança 3, 4 mil pessoas... e isso é importante, não é um gasto pra levar o nome do Antônio, é um gasto que a gente procura fazer pra levar informação as pessoas que, infelizmente, o Facebook, ele corta esse nosso alcance. Então a gente tem um investimento muito pequeno, e a gente aqui do gabinete junta e faz, o Antônio faz, mas é coisa mínima.

V: Qual a dimensão que você estabelece com o eleitor? Há uma estratégia diferenciada para determinado público ou região ou ela é mais geral?

L: Assim, o Antônio, o mandato dele é pra Juiz de Fora. A gente foca em Juiz de Fora, mas diferenciar pessoas jamais. Isso é uma característica do Antônio. Ele é médico no SUS, tem o consultório particular dele, ele tem eleitorado em todos os bairros. Se você pegar a votação

dele tem voto de todo bairro, da classe A, classe C, e é uma coisa que a gente não tem diferença nenhuma. A gente busca atender todos os pedidos, busca interagir com todas as mensagens que chegam, o nosso índice de resposta é 100% e é uma coisa que o Antônio pede para gente fazer, atender todo mundo.

V: Então ela não é segmentada, ela é geral?

L: É geral.

V: Até que ponto a estratégia de comunicação de vocês é voltada para o partido?

L: Eu acho que o partido fica no foco durante a eleição, que é quando tem eventos no partido, convenções. Durante o mandato é muito pouco a participação do partido dentro da rede social, mas o Antônio tem mais de 40 anos de partido, e isso eu acho que é uma identificação que ele tem e que está identificado já com o partido, mas a rede social em si não cobra muito a participação do partido.

V: Como é a relação de vocês com a mídia, como vocês trabalham isso?

L: A gente tem conseguido bastante entrada com os projetos de lei do Antônio, que são projetos de lei inteligentes, que chamam atenção, como projetos de altas habilidades, que é voltado pra educação do município, com projetos como o do passe livre que chama a atenção da cidade e por consequência chama a atenção da imprensa. A gente tem uma relação boa com todas as emissoras, a gente consegue desenvolver um bom trabalho com eles. A gente não faz nenhum chamamento pra eles não, a gente deixa trabalhar ao natural, as vezes eles acessam o site aqui da câmara, vê que algo do Antônio foi aprovado e nos procuram, mas a gente não faz nenhum contato em busca da chamada cavada, atrás de matéria não.

V: Tem algum trabalho de vocês em termos de gerenciamento de crise, se não algum planejamento pra se houver?

L: O Antônio, politicamente falando, ele é muito leve porque não tem problema nenhum que cola nele. E, geralmente, quem entra na página dele não trás nenhum conflito para a página. Houve no plano municipal de educação, que a gente sabia que ia sofrer algum tipo de ataque da oposição, mas sabia que a gente votou tranquilamente, porque a gente sabia que a votação era inconstitucional. Se a gente votasse a favor, a gente podia estragar o plano municipal de educação todo, então a gente criou naquele dia um padrão de resposta porque a gente sabia que poderia ter algum problema, mas foi 1 ou 2 casos isolados... no mais o ano todo foi só isso ...então a gente não tem uma gestão de crise certa não, é muito pontual e em 1 ano foi uma vez que a gente teve que preparar alguma coisa.

V: Você falou em resposta, a questão da resposta nas redes sociais, o que o eleitor fala, pergunta ou comenta lá nas redes? Como esse trabalho é feito aqui?

L: Na verdade, muita das vezes quem responde as perguntas é o Antônio. Ele gosta de responder, mas como o dia dele é muito corrido, a gente não consegue dar conta de tudo. Às vezes, a gente se reserva nesse trabalho, eu estou muito perto do Antônio no dia a dia, e eu conheço mais ou menos as pessoas que são pessoas próximas. Então a gente tem uma entrada fácil para responder a pessoa e acaba desenvolvendo isso com tranquilidade.

APÊNDICE BBB – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM RICARDO RIBEIRO,
ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR DOUTOR ADRIANO MIRANDA

Vitor: **Quem define as estratégias de comunicação?**

R: Nós sempre discutimos a questão da formação de um gabinete técnico. Estão nós temos lá um administrador, a comunicação, outro que lida mais na área da saúde. Então a gente dividiu os setores para que cada um tivesse a sua área de atuação, mas isso não exclui a participação de todos, principalmente quando se diz respeito à comunicação. Na equipe de comunicação cada um fica responsável também por uma área. A gente acaba fazendo uma subdivisão desse trabalho dentro do gabinete

Qual o grau de interferência do vereador nesse processo?

R: Eu me sinto muito a vontade para falar sobre isso, porque eu trabalhei em assessoria política com três políticos: na prefeitura com o Tarcísio (delgado), na campanha da Margarida (Salomão), e por um tempo muito curto com o Noraldino. Com todos que eu já lidei, o Adriano é disparado o mais democrático. Ele aceita as sugestões, participa, discute, em nenhum momento há imposição. É muito fácil lidar com isso. O resultado é quase sempre muito positivo, justamente por causa dessa discussão que é feita com a participação de todos, inclusive dele.

Qual a importância da comunicação para o mandato?

R: É fundamental. Quando a gente começou o trabalho do Adriano, a gente falou com ele que estava construindo uma casa, a partir de agora, porque é o primeiro mandato, então a gente não pegou uma casa pronta. Tudo a gente está partindo até de uma coisa que a gente nunca fez e que a gente nunca viu. Então a política hoje vive um outro cenário, as pessoas estão com outra cabeça, aquelas práticas velhas, parece que elas estão sendo deixadas de lado, isso facilita demais esse trabalho. A gente vai criando ideias, vamos criando modelos de comunicação para ele, e a parte médica, a área de saúde que ele está ligado como médico e também professor (da Faculdade de Medicina da UFJF), isso ajuda muito porque a saúde e educação estão no topo da demanda das pessoas. E quando você tem alguém que já milita nessa área, isso facilita demais a comunicação, até na linguagem.

Quais redes sociais vocês mais utilizam? Há alguma estratégia de engajamento, de trazer o cidadão para perto da página do Facebook?

R: Hoje ele está em praticamente todas as plataformas. Então a primeira coisa que a gente fez foi criar um site pra ele. A gente parte do princípio que o site é a moradia do mandato né, a pessoa tem no site um porto seguro das informações que ele vai precisar. Do site a gente parte

para outras plataformas, o Twitter, o Facebook, Instagram, Youtube, e outras mais. Confesso pra você que nessa área eu sou quase um analfabeto, até porque eu não gosto, até por isso tem gente na equipe que cuida dessa parte. Mais o pouco que eu conheço dessa área, eu acho que é uma área que precisa ser mais estudada. Quando você acha que encontrou um caminho, você acha um resultado inversamente proporcional do que você imaginava. Acho que essas novidades que vão aparecendo pra gente no dia a dia são novidades pra gente na área de comunicação, de mídias sociais. Além disso, ele tem uma facilidade muito grande na área de comunicação. Ele fala bem, é bem articulado, usa uma linguagem que as pessoas entendem, e isso também facilita pra gente na hora de se comunicar.

Qual a dimensão da comunicação que vocês estabelecem com o eleitor? Há uma estratégia ou tratamento diferenciado com um público que ele é mais identificado?

R: Não tem jeito, o Adriano vai virar um vereador que vai acabar trabalhando muito ligado a área de saúde. É uma área que ele está a mais de vinte anos, e a demanda do gabinete é uma demanda muito de saúde, e não tem como a gente fugir disso. É claro que a gente tenta trabalhar outros temas também. Mas sempre volta até a área de saúde pra gente discutir. Então a gente usa esse artifício porque a gente nunca deve chegar a um problema se você não tem uma solução. A gente sabe que falta médico, remédios, que a saúde está um caos, então não adianta você sentar e se lamentar, tem que buscar alternativas. Então uma das alternativas que a gente tem, e começou a usar no mês retrasado, é criar mecanismos de tentar ajudar o município a diminuir a demanda dos serviços de assistência de saúde. Por exemplo, você faz um evento como o que a gente fez em Santa Luzia e oferece serviços como aferição de pressão, teste de glicemia que não tem em nenhuma UBS (Unidade Básica de Saúde) da prefeitura. Então com ajuda da iniciativa privada, a gente compra a fita de glicemia e acaba sendo como o nosso principal chamariz a fita de glicemia porque como não tem na UBS acaba se formando uma fila enorme pra receber esse tipo de serviço. Então acaba refletindo também na nossa comunicação. Essas alternativas que a gente busca é trazer a iniciativa privada e mostrar que uma faculdade, por exemplo, é muito mais que uma estrutura para as pessoas estudarem. Ela pode ser uma ferramenta de responsabilidade social. A gente trabalha muito com esse conceito de responsabilidade social dentro da nossa comunicação e acaba refletindo muito na área de saúde por causa disso.

A comunicação é segmentada ou geral?

R: Tentamos fazer geral, apesar dela cair um pouco na segmentação. A questão do caminhão do chorume (postagem mais curtida no período analisado), ela não deixa de ser uma questão de saúde pública. Mas temos ações em várias áreas e em questões ligadas aos vereadores. Mas

como a área de saúde é tão carente, acaba aparecendo mais demandas dessa parte e isso reflete na comunicação.

Até que ponto sua estratégia de comunicação é voltada para o partido?

R: A gente trabalha muito pouco o partido, mas não é nada contra o PHS, mas não trabalhamos porque a gente trabalha com o nome Adriano Miranda. A gente acredita que o partido é importante, mas fazemos o trabalho voltado para o vereador. Raramente fazemos algo ligado ao partido. Nada contra o partido, mas as pessoas hoje buscam mais uma solução mais da pessoa e menos do partido. As pessoas estão saturadas, é um corporativismo que as pessoas não acreditam mais.

Como é a comunicação de vocês com a mídia?

R: É uma relação bacana que a gente tem. Eu tenho uma facilidade maior porque passei boa parte da minha vida profissional aqui em Juiz de Fora, e aí eu conheço as pessoas e isso acaba facilitando, pela credibilidade que a gente criou.

Há algum trabalho em termos de gestão de crise?

R: Sim, tanto é que quando a gente lança alguma ideia a gente pensa que ela pode dar errado e a gente pensa alternativas para solucionar. Antes de qualquer ideia a gente vê os prós e contras. Eu as vezes questiono o Adriano, faço até o papel do opositor, porque a gente vai encontrar pessoas que vão criticar. Então a gente tem que estar pronto para responder coisas que vão criticar.

APÊNDICE CCC – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM ALINE NEVES, ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR JOÃO COTECA

V: Quem define as estratégias de comunicação?

A: Bem, aqui no gabinete do Coteca, fazemos uma reunião com vereador, eu traço as estratégias de comunicação, mês á mês, conforme os eventos já agendados. Tudo é repassado a ele, para que seja aprovado, e ai seguimos com tudo que foi combinado.

V: Qual o grau de interferência do vereador nesse processo?

A: Ele tem total interferência, nada é feito sem a aprovação dele. Ele tem ideias próprias, algo que queira seguir, vamos alinhando tudo juntamente.

V: Qual a importância da comunicação para o mandato?

A: A comunicação no mandato tem total importância, o Coteca não tinha uma comunicação muito abrangente por conta da sua simplicidade, tanto que muitos não sabem que ele é vereador. Mas percebeu que ela é muito importante, e temos trabalhado em cima disso, até para que todo o trabalho dele seja conhecido, Coteca tem um trabalho social muito forte, então precisamos divulgar mais isso.

V: Quais redes sociais vocês mais utilizam? Há alguma estratégia de engajamento, de trazer o cidadão para perto da página do Facebook?

A: Só o Facebook. Tentamos usar uma linguagem mais simples, direta, de fácil entendimento. Seguindo a linha do perfil do nosso vereador.

V: A comunicação é segmentada ou geral?

A: Agora de inicio estamos seguindo as linhas da comunicação segmentada, mas aos poucos a ideia é ir migrando pra geral. Os meios de mídia do Coteca estão muitos no inicio.

V: Até que ponto sua estratégia de comunicação é voltada para o partido?

A: Por enquanto nada está voltado ao partido.

V: Como é a comunicação de vocês com a mídia?

A: Ainda não tive a oportunidade de ter esse contato, visto que estou há pouco tempo no gabinete, mas de acordo com a equipe, ele possui uma boa relação.

V: Há algum trabalho em termos de gestão de crise?

A: Ainda não temos alguma gestão de crise traçada.

APÊNDICE DDD – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM RHAMSÉS TRINDADE,
ASSESSOR DO VEREADOR ANDRÉ MARIANO

Vitor: **Quem define as estratégias de Comunicação?**

Rhamsés: Basicamente é decidida pelo próprio vereador, junto com o responsável pelo meio que será utilizado, seja o responsável pela arte gráfica de um eventual informativo, assim como o responsável pelas redes sociais. Porém, todo o norte das informações é traçado pelo próprio vereador.

V: **Qual o grau de interferência do vereador nesse processo?**

R: Interferência total. Indica quais matérias podem ou não fazer parte de um informativo e em sua rede social. Porém, faz-se necessário um maior feedback e relacionamento do próprio vereador com o cidadão, em alguns momentos, a assessoria não consegue sanar os anseios do cidadão, com a mesma sensibilidade do próprio vereador.

V: **Qual a importância da comunicação para o mandato?**

R: Toda importância! Estamos na era da transparência. Existe lei de acesso à informação. Além de ser legal, a população está cada vez mais politizada e interessada em participar das tramitações do Legislativo. É fundamental um relacionamento transparente com o cidadão para a sobrevivência de todo e qualquer mandato. A população está ciente de que os legisladores são meros administradores da "coisa pública" e desejam cada vez mais fazer parte, ou, no mínimo, serem informados dos fatos.

V: **Qual a dimensão da comunicação que vocês estabelecem com o eleitor? Há uma estratégia ou tratamento diferenciado com um público que ele é mais identificado?**

R: Diante dos 5 anos de mandato, a dimensão poderia ser maior. Além de diversificar os meios utilizados, também poderia ser criada uma estratégia de rotina de comunicação. Um maior planejamento de comunicação, com certeza, traria grande eficiência. Não há tratamento diferenciado que eu saiba.

V: **A comunicação é segmentada ou geral?**

R: Por ter se colocado como representante de um determinado público (evangélicos), acaba que determinadas informações são segmentadas. Assim como ocorre com sindicalistas, representantes de classes diversas, ocorre, também, no mandato do vereador e no seu relacionamento com seus eleitores.

V: **Até que ponto sua estratégia de comunicação é voltada para o partido?**

R: A comunicação é independente de vontade partidária.

V: **Como é a comunicação de vocês com a mídia?**

R: Faz-se necessário maior relacionamento.

V: Há algum trabalho em termos de gestão de crise?

R: Penso que é incipiente. Contratar um profissional específico para gerenciamento de crise seria fundamental. Além de reconhecer e prestigiar o profissional, seja um Relações Públicas ou um Assessor de Imprensa que estejam à disposição dos meios de comunicação é, ao meu ver, a melhor solução para qualquer empresa, seja pública ou privada. A própria Casa Legislativa, pelo patamar em que chegou, deveria ter em seu quadro, mesmo que contratado, um Assessor de Imprensa e um Relações Públicas, justamente para gerenciar esses momentos de crise.

APÊNDICE EEE – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA COM CINTHIA BLANCH,
ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO DO VEREADOR CIDO REIS

Vitor: **Quem define as estratégias de comunicação?**

Cinthia: Atualmente reunimos a equipe composta por um jornalista, advogado e assessores de ruas com experiência para definir as estratégias que iremos utilizar no decorrer do trimestre.

V: **Qual o grau de interferência do vereador nesse processo?**

C: Geralmente, definimos as metas e após todas elas definidas passamos as informações para o vereador, que algumas vezes sempre dá o aval para darmos continuidade no processo. A liberdade que o vereador nos dá em desenvolver os trabalhos, acaba nos motivando ainda mais, pois demonstra a confiança dele na equipe.

V: **Qual importância da comunicação para o mandato?**

C: Toda. Justamente porque a comunicação com o cidadão é de suma importância para o mandato dele. A comunicação em geral, seja ela por meio de redes sociais, por impresso e até mesmo o boca a boca que faz com que a credibilidade dele aumente perante a população. Nos atentamos, ao máximo, para passar, por meio da comunicação, uma linguagem de fácil e popular.

V: **No Facebook, como é feita a questão do impulsionamento das postagens? há um bom engajamento?**

C: Começamos a impulsionar nossas postagens há dois anos, pois visualizamos que está é uma das formas mais acertadas em atingir um maior número de pessoas. Confesso que no início, não foi fácil, pois tivemos que aprender a manusear de forma correta o facebook. Fazemos semanalmente umas duas postagens e impulsionamos elas para ter maior engajamento. E estamos obtendo sucesso com o nosso público alvo.

V: **Qual a dimensão da comunicação que vocês estabelecem com o eleitor? Há uma estratégia ou tratamento diferenciado com um público que ele é mais identificado?**

C: Não. Por questões éticas resolvemos adotar o mesmo tratamento a todos os eleitores, não podemos fazer diferenciação em tratamento. Tentamos tratar todos de forma igual, ajudar a todos de forma igual, para que ninguém seja privilegiado.

V: **A comunicação é segmentada ou geral?**

C: Adotamos a comunicação segmentada, pois conseguimos atingir grupos específicos.

V: **Até que ponto sua estratégia de comunicação é voltada para o partido?**

C: Não utilizamos ela para o partido, geralmente direcionamos nossa comunicação apenas para o vereador.

V: Como é a comunicação de vocês com a mídia?

C: Temos um bom contato com a mídia local. Conseguimos bons êxitos, quando queremos alavancar alguns projetos e propostas do vereador que venham beneficiar a população.

V: Há algum trabalho em termos de gestão de crise?

C: Ainda não trabalhamos tal questão.

ANEXOS

ANEXO A – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR ADRIANO MIRANDA (PHS) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	393
153	244
154	274
155	302
315	293
349	448
	1.954

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
349	0221	9
349	0043	9
349	0266	8
315	0160	8
315	0153	8
315	0009	8
155	0212	8
155	0165	8
349	0187	7

Fonte: TSE

ANEXO B – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELA VEREADORA ANA ROSSIGNOLI (PMDB) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	377
153	387
154	3.332
155	459
315	2.198
349	547
	7.300

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
154	0157	99
154	0160	88
154	0149	87
154	0156	86
154	0159	85
154	0154	85
154	0158	79
154	0161	78
154	0271	77

Fonte: TSE

ANEXO C – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR ANDRÉ MARIANO (PSC) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	238
153	878
154	742
155	345
315	566
349	523
	3.292

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
154	0255	14
154	0140	14
153	0114	14
349	0138	12
154	0049	12
153	0340	12
153	0292	12
153	0274	12
349	0113	11

Fonte: TSE

ANEXO D – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR DR. ANTÔNIO AGUIAR (PMDB) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	1.256
153	288
154	279
155	693
315	448
349	567
	3.531

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
152	0410	22
155	0078	21
152	0047	20
349	0027	19
152	0411	19
152	0407	19
349	0233	18
152	0392	18
349	0029	16

Fonte: TSE

ANEXO E – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR BETÃO (PT) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	1.726
153	507
154	700
155	1.265
315	628
349	1.177
	6.003

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
155	0207	25
155	0216	23
155	0211	23
155	0208	22
349	0102	20
349	0102	20
155	0215	20
155	0213	20
155	0210	20

Fonte: TSE

ANEXO F – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR
WANDERSON CASTELAR (PT) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	362
153	862
154	224
155	669
315	134
349	294
	2.545

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
155	0115	59
153	0146	52
155	0112	50
155	0114	48
153	0143	45
153	0144	44
153	0147	43
155	0110	42
155	0113	41

Fonte: TSE

ANEXO G – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR CHARLLES EVANGELISTA (PP) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	234
153	888
154	450
155	412
315	278
349	363

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
153	0219	68
155	0102	25
155	0108	22
155	0104	22
155	0107	20
155	0103	20
154	0361	18
349	0064	17
155	0109	16

Fonte: TSE

ANEXO H – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR CIDO REIS (PSB) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	381
153	2.719
154	684
155	273
315	329
349	600
	4.986

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
153	0341	55
153	0309	49
153	0271	47
153	0207	47
153	0270	46
153	0209	44
153	0208	42
153	0201	37
153	0287	36

Fonte: TSE

ANEXO I – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELA VEREADORA DELEGADA SHEILA (PTC) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	1.785
153	1.464
154	1.653
155	1.537
315	1.613
349	1.869
	9.921

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
349	0257	27
154	0355	27
349	0015	25
349	0013	25
154	0363	25
349	0014	23
154	0257	23
154	0045	23
152	0552	23

Fonte: TSE

ANEXO J – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR FIORILO (PTC) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	488
153	189
154	244
155	311
315	332
349	2.052
	3.616

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
349	0089	56
349	0088	53
349	0080	52
349	0087	49
349	0090	48
349	0083	48
349	0082	48
349	0081	48
349	0242	44

Fonte: TSE

ANEXO K – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR JOÃO COTECA (PR) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	80
153	3.573
154	107
155	83
315	126
349	99
	4.068

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
153	0275	148
153	0349	147
153	0263	135
153	0320	134
153	0234	127
153	0382	126
153	0276	125
153	0246	123
153	0308	121

Fonte: TSE

ANEXO L – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR JULIO OBAMA JR (PHS) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	179
153	445
154	1.020
155	227
315	335
349	328
	2.534

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
154	0337	38
154	0017	30
154	0280	29
154	0311	27
154	0019	27
154	0015	27
154	0014	27
154	0022	25
154	0020	25

Fonte: TSE

ANEXO M – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR
KENNEDY RIBEIRO (PMDB) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	167
153	2.241
154	326
155	176
315	227
349	304
	3.441

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
153	0223	60
153	0222	60
153	0371	51
153	0337	50
153	0211	50
153	0292	45
153	0358	37
153	0306	37
153	0225	35

Fonte: TSE

ANEXO N – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR
MARLON SIQUEIRA (PMDB) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	1.397
153	722
154	671
155	715
315	1.129
349	1.158
	5.792

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
349	0261	53
315	0180	40
153	0345	40
153	0220	37
153	0221	36
315	0240	25
315	0201	25
315	0196	21
349	0196	20

Fonte: TSE

ANEXO O – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR
 PARDAL (PTC) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	508
153	290
154	880
155	622
315	1.419
349	668
	4.387

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
315	0081	68
315	0079	65
315	0075	65
315	0078	64
315	0082	61
315	0165	60
315	0074	60
315	0076	57
315	0077	55

Fonte: TSE

ANEXO P – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR
RODRIGO MATTOS (PMDB) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	688
153	1.039
154	547
155	493
315	857
349	777
	4.401

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
153	0367	71
153	0217	56
153	0216	55
153	0218	52
153	0334	50
153	0313	50
153	0363	25
315	0183	20
153	0376	20

Fonte: TSE

ANEXO Q – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR
SARGENTO MELLO CASAL (PTB) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	211
153	561
154	583
155	417
315	336
349	198
	2.306

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
154	0137	18
153	0095	17
154	0309	16
154	0292	16
154	0139	16
154	0138	15
154	0344	14
155	0148	13
155	0131	13

Fonte: TSE

ANEXO R – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR
VAGNER DE OLIVEIRA (PSC) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	330
153	439
154	1.021
155	364
315	556
349	442
	3.152

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
154	0306	64
154	0308	61
154	0317	59
154	0307	50
154	0327	43
154	0364	38
154	0346	37
154	0299	36
349	0064	26

Fonte: TSE

ANEXO S – DETALHAMENTO DOS VOTOS RECEBIDOS PELO VEREADOR ZÉ MARCIO GAROTINHO (PV) NAS ELEIÇÕES 2016

Votos por zona

Zona Eleitoral	Quantidade de votos
152	733
153	433
154	598
155	360
315	683
349	623
	3.430

Fonte: TSE

Seções que recebeu mais votos

Zona Eleitoral	Seção Eleitoral	Quantidade de votos
154	0331	35
152	0335	19
154	0008	18
152	0383	18
152	0348	17
349	0023	16
152	0250	16
154	0007	15
315	0182	14

Fonte: TSE

ANEXO T – RELAÇÃO DAS SEÇÕES DA 152ª ZONA ELEITORAL DE JUIZ DE FORA
NAS ELEIÇÕES 2016

QTD	Seção	Local de Votação	Endereço	Bairro
1.	392	CARTÓRIO DISTRIBUIDOR - FORUM	R. MARECHAL DEODORO,662	CENTRO
2.	393	CARTÓRIO DISTRIBUIDOR - FORUM	R. MARECHAL DEODORO,662	CENTRO
3.	395	CARTÓRIO DISTRIBUIDOR - FORUM	R. MARECHAL DEODORO,662	CENTRO
4.	44	COLÉGIO CRISTO REDENTOR - ACADEMIA	R. HALFELD,1179	CENTRO
5.	45	COLÉGIO CRISTO REDENTOR - ACADEMIA	R. HALFELD,1179	CENTRO
6.	171	COLÉGIO CRISTO REDENTOR - ACADEMIA	R. HALFELD,1179	CENTRO
7.	172	COLÉGIO CRISTO REDENTOR - ACADEMIA	R. HALFELD,1179	CENTRO
8.	270	COLÉGIO CRISTO REDENTOR - ACADEMIA	R. HALFELD,1179	CENTRO
9.	522	COLÉGIO CRISTO REDENTOR - ACADEMIA	R. HALFELD,1179	CENTRO
10.	552	COLÉGIO CRISTO REDENTOR - ACADEMIA	R. HALFELD,1179	CENTRO
11.	121	COLÉGIO EQUIPE	R. SÃO MATEUS, 331	SÃO MATEUS
12.	122	COLÉGIO EQUIPE	R. SÃO MATEUS, 331	SÃO MATEUS
13.	133	COLÉGIO EQUIPE	R. SÃO MATEUS, 331	SÃO MATEUS
14.	261	COLÉGIO EQUIPE	R. SÃO MATEUS, 331	SÃO MATEUS
15.	286	COLÉGIO EQUIPE	R. SÃO MATEUS, 331	SÃO MATEUS
16.	353	COLÉGIO EQUIPE	R. SÃO MATEUS, 331	SÃO MATEUS
17.	381	COLÉGIO EQUIPE	R. SÃO MATEUS, 331	SÃO MATEUS
18.	545	COLÉGIO EQUIPE	R. SÃO MATEUS, 331	SÃO MATEUS
19.	42	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
20.	46	COLÉGIO JESUÍTAS	AV.	SÃO MATEUS

			INDEPENDENCIA,1600	
21.	47	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
22.	48	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
23.	49	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
24.	66	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
25.	123	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
26.	124	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
27.	125	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
28.	126	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
29.	127	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
30.	134	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
31.	135	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
32.	136	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
33.	142	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
34.	143	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
35.	144	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
36.	145	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
37.	257	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
38.	281	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
39.	289	COLÉGIO JESUÍTAS	AV.	SÃO MATEUS

			INDEPENDENCIA,1600	
40.	293	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
41.	326	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
42.	355	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
43.	370	COLÉGIO JESUÍTAS	AV. INDEPENDENCIA,1600	SÃO MATEUS
44.	396	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
45.	397	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
46.	398	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
47.	399	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
48.	400	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
49.	401	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
50.	402	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
51.	403	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
52.	404	COLÉGIO MACHADO SOBRINHO	R. DR. CONSTANTINO PALETA, 203	CENTRO
53.	405	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA, 112	STA HELENA
54.	406	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA, 112	STA HELENA
55.	407	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA, 112	STA HELENA
56.	408	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA, 112	STA HELENA
57.	409	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA, 112	STA HELENA
58.	410	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA,	STA HELENA

			112	
59.	411	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA, 112	STA HELENA
60.	412	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA, 112	STA HELENA
61.	551	COLÉGIO NOSSA SENHORA DO CARMO	R. D. MARIA HELENA, 112	STA HELENA
62.	51	COLÉGIO PIO XII	R. ESPÍRITO SANTO, 1301	CENTRO
63.	52	COLÉGIO PIO XII	R. ESPÍRITO SANTO, 1301	CENTRO
64.	321	COLÉGIO PIO XII	R. ESPÍRITO SANTO, 1301	CENTRO
65.	01	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
66.	11	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
67.	12	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
68.	13	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
69.	29	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
70.	31	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
71.	41	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
72.	53	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
73.	54	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
74.	61	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
75.	328	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
76.	351	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV INDEPENDÊNCIA,905	CENTRO
77.	523 –	COLÉGIO STELLA MATUTINA	AV	CENTRO

	30		INDEPENDÊNCIA,905	
78.	423	CONSERVATORIO EST. DE MUSICA H F AMERICANO	R. BATISTA DE OLIVEIRA, 377	CENTRO
79.	424	CONSERVATORIO EST. DE MUSICA H F AMERICANO	R. BATISTA DE OLIVEIRA, 377	CENTRO
80.	425	CONSERVATORIO EST. DE MUSICA H F AMERICANO	R. BATISTA DE OLIVEIRA, 377	CENTRO
81.	426	CONSERVATORIO EST. DE MUSICA H F AMERICANO	R. BATISTA DE OLIVEIRA, 377	CENTRO
82.	427	CONSERVATORIO EST. DE MUSICA H F AMERICANO	R. BATISTA DE OLIVEIRA, 377	CENTRO
83.	428	CONSERVATORIO EST. DE MUSICA H F AMERICANO	R. BATISTA DE OLIVEIRA, 377	CENTRO
84.	429	CONSERVATORIO EST. DE MUSICA H F AMERICANO	R. BATISTA DE OLIVEIRA, 377	CENTRO
85.	430	CONSERVATORIO EST. DE MUSICA H F AMERICANO	R. BATISTA DE OLIVEIRA, 377	CENTRO
86.	57	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
87.	60	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
88.	67	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
89.	68	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
90.	272	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
91.	43	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
92.	2 - 4	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
93.	32 - 3	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
94.	34 - 21	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
95.	35 - 33	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
96.	36- 19	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS	R. SANTO ANTONIO,	CENTRO

		CENTRAIS	1130	
97.	50 – 40	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
98.	55 - 56	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
99.	58 – 59	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
100.	62 – 6	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
101.	69 – 37	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
102.	71 - 248	E. E. DELFIM MOREIRA/GRUPOS CENTRAIS	R. SANTO ANTONIO, 1130	CENTRO
103.	137	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
104.	138	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
105.	139	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
106.	140	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
107.	141	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
108.	146	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
109.	147	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
110.	148	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
111.	149	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
112.	150	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
113.	151	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
114.	152	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
115.	153	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
116.	154	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
117.	155	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
118.	156	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
119.	271	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS
120.	301	ESCOLA ESTADUAL FERNANDO LOBO	R. SÃO MATEUS, 704	SÃO MATEUS

121.	437	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
122.	438	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
123.	439	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
124.	440	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
125.	441	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
126.	442	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
127.	443	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
128.	444	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
129.	446	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
130.	447	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
131.	448	ESCOLA ESTADUAL SÃO VICENTE DE PAULA	R. MARGARIDA DE LIMA, 200	BORBOLETA
132.	250	ESCOLA MUNICIPAL ÁLVARO BRAGA	R. ARAGUARI,100	DOM BOSCO
133.	263	ESCOLA MUNICIPAL ÁLVARO BRAGA	R. ARAGUARI,100	DOM BOSCO
134.	298	ESCOLA MUNICIPAL ÁLVARO BRAGA	R. ARAGUARI,100	DOM BOSCO
135.	335	ESCOLA MUNICIPAL ÁLVARO BRAGA	R. ARAGUARI,100	DOM BOSCO
136.	348	ESCOLA MUNICIPAL ÁLVARO BRAGA	R. ARAGUARI,100	DOM BOSCO
137.	383	ESCOLA MUNICIPAL ÁLVARO BRAGA	R. ARAGUARI,100	DOM BOSCO
138.	451	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
139.	452	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
140.	453	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
141.	454	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO

142.	455	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
143.	456	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
144.	457	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
145.	458	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
146.	459	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
147.	460	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
148.	461	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
149.	521	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
150.	546	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
151.	548	ESCOLA MUNICIPAL DR. ADEMAR R. DE ANDRADE	AV. SENHOR DOS PASSOS, 1596	SÃO PEDRO
152.	215	ESCOLA MUNICIPAL JOSÉ CALIL AHOUGI	R. DAS MARCASSITAS, 231	MARILANDIA
153.	216	ESCOLA MUNICIPAL JOSÉ CALIL AHOUGI	R. DAS MARCASSITAS, 231	MARILANDIA
154.	356	ESCOLA MUNICIPAL JOSÉ CALIL AHOUGI	R. DAS MARCASSITAS, 231	MARILANDIA
155.	520	ESCOLA MUNICIPAL JOSÉ CALIL AHOUGI	R. DAS MARCASSITAS, 231	MARILANDIA
156.	167	ESCOLA MUNICIPAL NILO AYUPE	R. ALMIRANTE BARROSO, 151	PAINEIRAS
157.	168	ESCOLA MUNICIPAL NILO AYUPE	R. ALMIRANTE BARROSO, 151	PAINEIRAS
158.	169	ESCOLA MUNICIPAL NILO AYUPE	R. ALMIRANTE BARROSO, 151	PAINEIRAS
159.	170	ESCOLA MUNICIPAL NILO AYUPE	R. ALMIRANTE BARROSO, 151	PAINEIRAS
160.	294	ESCOLA MUNICIPAL NILO AYUPE	R. ALMIRANTE BARROSO, 151	PAINEIRAS

161.	322	ESCOLA MUNICIPAL NILO AYUPE	R. ALMIRANTE BARROSO, 151	PAINEIRAS
162.	368	ESCOLA MUNICIPAL NILO AYUPE	R. ALMIRANTE BARROSO, 151	PAINEIRAS
163.	462	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
164.	463	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
165.	464	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
166.	465	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
167.	466	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
168.	467	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
169.	468	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
170.	469	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
171.	470	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
172.	471	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
173.	472	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
174.	473	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
175.	474	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
176.	475	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
177.	476	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
178.	477	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
179.	478	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO

180.	479	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
181.	519	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
182.	544	ESCOLA MUNICIPAL PRESIDENTE TANCREDO NEVES	R. JOÃO LOURENÇO KELMER, 1433	SÃO PEDRO
183.	480	ESCOLA MUNICIPAL S. DUMONT	R. JOSÉ DE SOUZA BRAGA, 151	S. DUMONT
184.	481	ESCOLA MUNICIPAL S. DUMONT	R. JOSÉ DE SOUZA BRAGA, 151	S. DUMONT
185.	482	ESCOLA MUNICIPAL S. DUMONT	R. JOSÉ DE SOUZA BRAGA, 151	S. DUMONT
186.	483	ESCOLA MUNICIPAL S. DUMONT	R. JOSÉ DE SOUZA BRAGA, 151	S. DUMONT
187.	547	ESCOLA MUNICIPAL S. DUMONT	R. JOSÉ DE SOUZA BRAGA, 151	S. DUMONT
188.	549	ESPAÇO EDUCACIONAL LÁPIS DE COR	AV PRESID COSTA E SILVA 1740	SÃO PEDRO
189.	555	ESPAÇO EDUCACIONAL LÁPIS DE COR	AV PRESID COSTA E SILVA 1740	SÃO PEDRO
190.	491	IGREJA DE SÃO VICENTE DE PAULA	R. TENENTE PAULO M DELAGE, S/N	BORBOLETA
191.	492	IGREJA DE SÃO VICENTE DE PAULA	R. TENENTE PAULO M DELAGE, S/N	BORBOLETA
192.	550	IGREJA MATRIZ DE SÃO PEDRO – SALÃO AO LADO	AV SENHOR DOS PASSOS 1592	SÃO PEDRO
193.	556	IGREJA MATRIZ DE SÃO PEDRO – SALÃO AO LADO	AV SENHOR DOS PASSOS 1592	SÃO PEDRO
194.	557	IGREJA MATRIZ DE SÃO PEDRO – SALÃO AO LADO	AV SENHOR DOS PASSOS 1592	SÃO PEDRO
195.	128	PRÓ- MÚSICA	R. CORONEL PACHECO, 28	SÃO MATEUS
196.	129	PRÓ- MÚSICA	R. CORONEL PACHECO, 28	SÃO MATEUS
197.	130	PRÓ- MÚSICA	R. CORONEL PACHECO, 28	SÃO MATEUS
198.	131	PRÓ- MÚSICA	R. CORONEL PACHECO, 28	SÃO MATEUS

199.	132	PRÓ- MÚSICA	R. CORONEL PACHECO, 28	SÃO MATEUS
200.	05	SOCIEDADE DE MEDICINA E CIRURGIA	R. BRAZ BERNARDINO, 59	CENTRO
201.	7-9-8	SOCIEDADE DE MEDICINA E CIRURGIA	R. BRAZ BERNARDINO, 59	CENTRO
202.	25 – 39	SOCIEDADE DE MEDICINA E CIRURGIA	R. BRAZ BERNARDINO, 59	CENTRO
203.	27 – 26 – 28	SOCIEDADE DE MEDICINA E CIRURGIA	R. BRAZ BERNARDINO, 59	CENTRO
204.	70 – 18	SOCIEDADE DE MEDICINA E CIRURGIA	R. BRAZ BERNARDINO, 59	CENTRO

Fonte: TRE/MG

ANEXO U – RELAÇÃO DAS SEÇÕES DA 315ª ZONA ELEITORAL DE JUIZ DE FORA
 NAS ELEIÇÕES 2016

Zona: 315		Município: 47333-JUIZ DE FORA							
Seção(ões)/Aptos :	6/258	132/259	133/260	134/261	135/261	164/258	174/267	183/255	193/260
Local :	1066-ESCOLA ESTADUAL LINDOLFO GOMES								
Endereço :	RUA JOSE ZACARIAS DOS SANTOS, 205								
Bairro :	SAO BENEDITO				Seções: 9 Eleitores: 2.337		Seções Previstas: 9		
Seção(ões)/Aptos :	7/359	180/355	186/351	201/357	240/357				
Local :	1074-ESCOLA MUNICIPAL BELMIRA DUARTE DIAS								
Endereço :	RUA ADAILTON GARCIA, 110								
Bairro :	JK				Seções: 5 Eleitores: 1.779		Seções Previstas: 5		
Seção(ões)/Aptos :	8/362	9/361	10/361	11/361	12/358	13/358	175/355	194/359	232/358
Local :	1082-ESCOLA ESTADUAL PADRE FREDERICO VIENKEN								
Endereço :	RUA CARLOS ALVES, 133								
Bairro :	BONFIM				Seções: 9 Eleitores: 3.231		Seções Previstas: 9		
Seção(ões)/Aptos :	21/342	22/349	23/337	247/304					
Local :	1104-PARÓQUIA SÃO JOSÉ								
Endereço :	AV. SETE DE SETEMBRO, 288								
Bairro :	COSTA CARVALHO				Seções: 4 Eleitores: 1.332		Seções Previstas: 4		
Seção(ões)/Aptos :	26/321	27/323	182/318						
Local :	1120-ESCOLA MUNICIPAL DE ENSINO INFANTIL HELENA DE ALMEIDA FERNANDES								
Endereço :	RUA AUGUSTO ALVES , 16								
Bairro :	ALTO GRAJAU				Seções: 3 Eleitores: 962		Seções Previstas: 3		
Seção(ões)/Aptos :	28/245	29/246	30/244	31/244	32/243	33/245	34/243	35/246	36/245
Local :	1139-ESCOLA MUNICIPAL MURILO MENDES								
Endereço :	RUA DOUTOR LEONEL JAGUARIBE, 240								
Bairro :	ALTO GRAJAU				Seções: 10 Eleitores: 2.447		Seções Previstas: 10		
Seção(ões)/Aptos :	38/323	39/335	40/332	41/329	42/334	167/323	177/315	191/326	204/316
Local :	209/325	236/185	239/204						
Local :	1147-ESCOLA MUNICIPAL AUREA BICALHO								
Endereço :	RUA ODILON BRAGA, 119								
Bairro :	LINHARES				Seções: 12 Eleitores: 3.647		Seções Previstas: 12		
Seção(ões)/Aptos :	50/376	51/381	52/377	53/380	54/384	55/385	190/377	199/375	249/243
Local :	1155-ESCOLA ESTADUAL DILERMANDO COSTA CRUZ								
Endereço :	RUA DIVA GARCIA , 2171								
Bairro :	LINHARES				Seções: 9 Eleitores: 3.278		Seções Previstas: 9		
Seção(ões)/Aptos :	56/372	57/367	58/371	59/370	60/369	61/372	62/369	63/373	166/364
Local :	181/367	233/364							
Local :	1163-ESCOLA ESTADUAL ALI HALFELD								
Endereço :	RUA DOUTOR JAIR GARCIA, 35								
Bairro :	NOSSA SENHORA DE LOURDES				Seções: 11 Eleitores: 4.058		Seções Previstas: 11		
Seção(ões)/Aptos :	64/360	65/400	66/398	67/399					
Local :	1171-INSTITUTO JESUS								
Endereço :	RUA INACIO DA GAMA, 813								
Bairro :	NOSSA SENHORA DE LOURDES				Seções: 4 Eleitores: 1.557		Seções Previstas: 4		
Seção(ões)/Aptos :	72/298	73/300	165/311	215/142					
Local :	1180-ESCOLA MUNICIPAL E I PROFESSOR TARCISO GLANZMANN								
Endereço :	RUA CARMELA DUTRA, 420								
Bairro :	NOSSA SENHORA APARECIDA				Seções: 4 Eleitores: 1.051		Seções Previstas: 4		
Seção(ões)/Aptos :	74/353	75/359	76/349	77/357	78/359	79/355	80/348	81/348	82/369
Local :	83/360	84/365							
Local :	1198-ESCOLA MUNICIPAL MANOEL BANDEIRA								
Endereço :	RUA ANTONIO MEURER , 127								
Bairro :	NOSSA SENHORA APARECIDA				Seções: 11 Eleitores: 3.922		Seções Previstas: 11		

Zona: 315**Município: 47333-JUIZ DE FORA**

Seção(ões)/Aptos : 213/171
 Local : 1392-ESCOLA MUNICIPAL ANTONIO FAUSTINO DA SILVA
 Endereço : RUA DIVA GARCIA , 226
 Bairro : TRÊS MOINHOS Seções: 1 Eleitores: 171 Seções Previstas: 1
 Seção(ões)/Aptos : 43/375 44/376 45/376 46/376 47/375 48/376 49/373 206/367
 Local : 1406-CAIC PROF. HELYON DE OLIVEIRA
 Endereço : RUA DIVA GARCIA , S/N
 Bairro : LINHARES Seções: 8 Eleitores: 2.094 Seções Previstas: 8
 Seção(ões)/Aptos : 237/58
 Local : 1457-ASSOCIAÇÃO DOS MORADORES DO BAIRRO GRANJAS BETHEL
 Endereço : RUA EUZÉBIO ANTÔNIO ESTEVES, 19
 Bairro : GRANJAS BETHEL Seções: 1 Eleitores: 58 Seções Previstas: 1
 Seção(ões)/Aptos : 5/332 244/153
 Local : 1465-MONTESINAS CLUBE RECREATIVO
 Endereço : RUA AMÉRICO LOBO, 2005
 Bairro : BONFIM Seções: 2 Eleitores: 485 Seções Previstas: 2
 Seção(ões)/Aptos : 248/218
 Local : 1473-CRECHE E AÇÃO COMUNITÁRIA SOL NASCENTE
 Endereço : RUA LUIZ CRESOL, 163
 Bairro : NOSSA SENHORA APARECIDA Seções: 1 Eleitores: 218 Seções Previstas: 1
 Seção(ões)/Aptos : 250/338 251/335 252/336 254/336
 Local : 1481-EMEI ILVA MELO REIS
 Endereço : RUA BARÃO DO RETIRO 1452
 Bairro : MARUMBI Seções: 4 Eleitores: 1.343 Seções Previstas: 8
 Seção(ões)/Aptos : 255/342 256/343 257/348 258/345 259/343 260/342 261/342 262/342 263/340
 264/343
 Local : 1490-ESCOLA MODELO MONTEIRO LOBATO
 Endereço : RUA SEVERINO BELFORT, S/N
 Bairro : BAIRU Seções: 10 Eleitores: 3.430 Seções Previstas: 14
 Seção(ões)/Aptos : 265/260 266/254 267/259
 Local : 1503-PRE-ESCOLAR BONFIM
 Endereço : RUA AMERICO LOBO ,1621
 Bairro : BAIRU Seções: 3 Eleitores: 773 Seções Previstas: 3
 Seção(ões)/Aptos : 268/312 269/250
 Local : 1511-CENTRO EDUCACIONAL SANTA CLARA
 Endereço : RUA MARUMBI, 79
 Bairro : MARUMBI Seções: 2 Eleitores: 562 Seções Previstas: 3
 Seção(ões)/Aptos : 270/240 271/237 272/240 273/241 274/237
 Local : 1520-CRECHE DA IGREJA DO DIVINO ESPÍRITO SANTO
 Endereço : RUA JOSE ANTONIO BENHAME , 159
 Bairro : PROGRESSO Seções: 5 Eleitores: 1.195 Seções Previstas: 5
 Seção(ões)/Aptos : 275/394 276/15
 Local : 1538-SPORT CLUBE ACADÊMICOS
 Endereço : RUA CÉSAR TURATTI, 237
 Bairro : BAIRU Seções: 2 Eleitores: 409 Seções Previstas: 3
 Seção(ões)/Aptos : 277/364 278/364 279/366 280/363 281/361
 Local : 1546-ESCOLA MUNICIPAL PROFESSORA MARLENE BARROS
 Endereço : PROLONGAMENTO DA RUA MARUMBI , 56
 Bairro : MARUMBI Seções: 5 Eleitores: 1.818 Seções Previstas: 8

Zona: 315		Município: 47333-JUIZ DE FORA							
Seção(ões)/Aptos :	282/321	283/320	284/323	285/323	286/320	287/320	288/321	289/323	
Local :	1554-COLEGIO SANTOS ANJOS								
Endereço :	AV. GARIBALDI, 170								
Bairro :	SANTOS ANJOS				Seções: 8 Eleitores: 2.571 Seções Previstas: 11				
Seção(ões)/Aptos :	290/266								
Local :	1562-POSTO DE SAÚDE MUNICIPAL DE SARANDIRA								
Endereço :	RUA SANTANA, S/N								
Bairro :	SARANDIRA				Seções: 1 Eleitores: 266 Seções Previstas: 1				
Seção(ões)/Aptos :	292/354	293/357							
Local :	1570-SALÃO DA IGREJA DE SANTA CLARA								
Endereço :	R. MARIA LUÍZA ALVES, 305								
Bairro :	SANTA PAULA				Seções: 2 Eleitores: 711 Seções Previstas: 5				
Seção(ões)/Aptos :	294*/240	295/236	296/224	297*/384	298*/385				
Local :	1589-CRECHE COMUNITARIA MONTEIRO LOBATO								
Endereço :	RUA CAROLINA DE ASSIS, 435								
Bairro :	MANOEL HONORIO				Seções: 5 Eleitores: 1.469 Seções Previstas: 5				
Seção(ões)/Aptos :	299*/322	300/322	301/322	302/321	303/4				
Local :	1597-SALÃO PAROQUIAL DA IGREJA DO DIVINO ESPÍRITO SANTO								
Endereço :	RUA JOSE ANTÔNIO BENHAME, 159								
Bairro :	PROGRESSO				Seções: 5 Eleitores: 1.291 Seções Previstas: 7				
Seção(ões)/Aptos :	304/336	305/337	306/338	307/338	308/337				
Local :	1600-SALÃO DA IGREJA DO SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS								
Endereço :	RUA DR. ALBERTO VIEIRA LIMA, 50								
Bairro :	BAIRU				Seções: 5 Eleitores: 1.666 Seções Previstas: 7				
Seção(ões)/Aptos :	309/343	310/347	311/347	312/347	313/348				
Local :	1619-PAROQUIA NOSSA SENHORA DO LIBANO								
Endereço :	RUA RAULINA MAGALHAES , 40								
Bairro :	GRAJAU				Seções: 5 Eleitores: 1.732 Seções Previstas: 5				
Seção(ões)/Aptos :	314/354	315/350	316/354	317/353	318/351	319/351	320/350	321/351	322/353
	323/349	324/352							
Local :	1627-ESCOLA ESTADUAL FRANCISCO BERNARDINO								
Endereço :	RUA SERGIPE, S/ N								
Bairro :	MANOEL HONORIO				Seções: 11 Eleitores: 3.868 Seções Previstas: 18				
Seção(ões)/Aptos :	325/349	326/343	327/346	328/345	329/342	330/344	331/342	332/344	333/347
	334/346	335/345	336/343						
Local :	1635-ESCOLA ESTADUAL CEL. ANTÔNIO ALVES TEIXEIRA								
Endereço :	RUA JOSE ANTÔNIO BENHAME, 135								
Bairro :	PROGRESSO				Seções: 12 Eleitores: 4.136 Seções Previstas: 13				
Seção(ões)/Aptos :	337/315	338/316							
Local :	1643-ESCOLA MUNICIPAL DR. PEDRO MARQUES								
Endereço :	RUA PRINCIPAL , S/N								
Bairro :	POVOADO DE CAETE				Seções: 2 Eleitores: 631 Seções Previstas: 2				
Seção(ões)/Aptos :	339/362	340/357	341/364	342/361	343/356				
Local :	1651-EMEI PROFESSOR JOÃO PANISSET								
Endereço :	RUA JORGE KNOPP, 97								
Bairro :	PROGRESSO				Seções: 5 Eleitores: 1.800 Seções Previstas: 9				
Totais da zona/município					Seções : 295		Eleitores : 96813		

Fonte: TRE/MG

ANEXO V – RELAÇÃO DAS SEÇÕES DA 154ª ZONA ELEITORAL DE JUIZ DE FORA NAS ELEIÇÕES 2016

Zona: 154		Município: 47333-JUIZ DE FORA							
Seção(ões)/Aptos :	1/358	2/360	3/361	4/360	5/356	6/356	7/357	8/358	9/357
	345/359								
Local :	1015-ESCOLA MODELO MONTEIRO LOBATO								
Endereço :	RUA SEVERINO BELFORT, S/N								
Bairro :	BAIRU								
	Seções: 10 Eleitores: 3.582 Seções Previstas: 14								
Seção(ões)/Aptos :	300/386	332/388							
Local :	1023-ESCOLA MUNICIPAL CÁSSIO VIEIRA MARQUES								
Endereço :	RUA AMAZONAS, 1240								
Bairro :	VILA MONTANHESA								
	Seções: 2 Eleitores: 774 Seções Previstas: 4								
Seção(ões)/Aptos :	11/270	12/271	274/266						
Local :	1031-PRE-ESCOLAR BONFIM								
Endereço :	RUA AMERICO LOBO, 1621								
Bairro :	BAIRU								
	Seções: 3 Eleitores: 807 Seções Previstas: 3								
Seção(ões)/Aptos :	13/397	14/397	15/396	16/397	17/397	18/396	19/396	20/393	21/395
	22/393 280/396 311/396 337/396								
Local :	1090-ESCOLA MUNICIPAL FERNÃO DIAS PAES								
Endereço :	R. GUSTAVO FERNANDES BARBOSA, 155								
Bairro :	BANDEIRANTES								
	Seções: 13 Eleitores: 5.145 Seções Previstas: 16								
Seção(ões)/Aptos :	254/372	265/370	298/367	318/368	359/241				
Local :	1104-SALÃO PAROQUIAL DA IGREJA DE SANTA CRUZ								
Endereço :	PÇA. ARTHUR BERNARDES, S/N								
Bairro :	BANDEIRANTES								
	Seções: 5 Eleitores: 1.718 Seções Previstas: 6								
Seção(ões)/Aptos :	23/341	24/341	25/343	26/341	324/342	333/338	351*/2		
Local :	1155-ESCOLA MUNICIPAL CARLOS AUGUSTO DE ASSIS								
Endereço :	AVENIDA JK, 10467								
Bairro :	BARREIRA DO TRIUNFO								
	Seções: 7 Eleitores: 2.048 Seções Previstas: 10								
Seção(ões)/Aptos :	271/334	295/339	316/344	347/276	353*/0				
Local :	1163-SALÃO PAROQUIAL DA IGREJA DO DIVINO ESPÍRITO SANTO								
Endereço :	RUA JOSE ANTÔNIO BENHAME, 159								
Bairro :	PROGRESSO								
	Seções: 5 Eleitores: 1.293 Seções Previstas: 7								
Seção(ões)/Aptos :	252/375	264/372	290/371	312/371	320/369				
Local :	1180-ESCOLA MUNICIPAL PROFESSORA MARLENE BARROS								
Endereço :	PROLONGAMENTO DA RUA MARUMBI, 56								
Bairro :	MARUMBI								
	Seções: 5 Eleitores: 1.858 Seções Previstas: 8								
Seção(ões)/Aptos :	43/372	44/383	45/378	46/381	47/372	48/369	49/372	50/379	257/374
	292/367 361/271								
Local :	1368-ESCOLA MUNICIPAL VEREADOR MARCOS FREESZ								
Endereço :	RUA PROFESSOR PELINO DE OLIVEIRA 399								
Bairro :	ELDORADO								
	Seções: 11 Eleitores: 4.018 Seções Previstas: 14								
Seção(ões)/Aptos :	63/371	64/380	259/376	277/377	305/371	352*/1	358/160		
Local :	1503-ALDEIAS INFANTIS SOS								
Endereço :	AV. JUIZ DE FORA, 1279								
Bairro :	GRAMA								
	Seções: 7 Eleitores: 2.036 Seções Previstas: 8								
Seção(ões)/Aptos :	65/393	66/392	67/393	68/389	69/390	70/387	71/388	336/387	356/390
Local :	1511-ESCOLA ESTADUAL HERMENEGILDO VILAÇA								
Endereço :	RUA RIO DE JANEIRO, 120								
Bairro :	GRAMA								
	Seções: 9 Eleitores: 3.509 Seções Previstas: 11								
Seção(ões)/Aptos :	72/379	73/380	287/378	315/376	334/377	350/382			
Local :	1520-ESCOLA MUNICIPAL UNIÃO DE BETÂNIA								
Endereço :	RUA NOVE DE JULHO, 144								
Bairro :	GRANJAS BETÂNIA								
	Seções: 6 Eleitores: 2.272 Seções Previstas: 8								

Zona: 154**Município: 47333-JUIZ DE FORA**

Seção(ões)/Aptos :	105/374	106/376	107/378	108/376	109/374	110/375	111/375	261/376	278/376
	297/370	326/373							
Local :	1724-ESCOLA ESTADUAL FRANCISCO BERNARDINO								
Endereço :	RUA SERGIPE, S/ N								
Bairro :	MANOEL HONORIO				Seções: 11 Eleitores: 4.123 Seções Previstas: 18				
Seção(ões)/Aptos :	104/350	112/352	113/350	114/350	115/349				
Local :	1732-SALÃO DA IGREJA DO SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS								
Endereço :	RUA DR. ALBERTO VIEIRA LIMA, 50								
Bairro :	BAIRU				Seções: 5 Eleitores: 1.751 Seções Previstas: 7				
Seção(ões)/Aptos :	116/365	117/357	118/355	357/226					
Local :	1783-EMEI ILVA MELO REIS								
Endereço :	RUA BARÃO DO RETIRO 1452								
Bairro :	MARUMBI				Seções: 4 Eleitores: 1.303 Seções Previstas: 8				
Seção(ões)/Aptos :	119/262	120/261	121/262	122/264	123/261				
Local :	1791-CRECHE DA IGREJA DO DIVINO ESPÍRITO SANTO								
Endereço :	RUA JOSE ANTONIO BENHAME , 159								
Bairro :	PROGRESSO				Seções: 5 Eleitores: 1.310 Seções Previstas: 5				
Seção(ões)/Aptos :	137/365	138/368	139/363	140/366	255/367	296/363	309/366	344/367	
Local :	1929-ESCOLA MUNICIPAL TEODORO FREDERICO MUSSEL								
Endereço :	RUA QUELUZ , S/ N								
Bairro :	NOSSA SENHORA DAS GRAÇAS				Seções: 8 Eleitores: 2.925 Seções Previstas: 10				
Seção(ões)/Aptos :	141/371	142/373	143/368	288/373	319/374	342/362	360/174		
Local :	1996-ESCOLA MUNICIPAL DR. PAULO JAPYASSU								
Endereço :	RUA SOPHIA RAPHAEL ZACARIAS S/N								
Bairro :	PARQUE GUARANI				Seções: 7 Eleitores: 2.395 Seções Previstas: 9				
Seção(ões)/Aptos :	144/327	145/325	310/324						
Local :	2070-ESCOLA ESTADUAL CEL. MANOEL CARNEIRO DAS NEVES								
Endereço :	RUA SEBASTIAO RIBEIRO DE NOVAES,S/N								
Bairro :	PAULA LIMA				Seções: 3 Eleitores: 976 Seções Previstas: 6				
Seção(ões)/Aptos :	146/365								
Local :	2089-ESCOLA MUNICIPAL ALMERINDA DE OLIVEIRA TAVARES								
Endereço :	CHAPEU D'UVAS								
Bairro :	CHAPÉU D'UVAS				Seções: 1 Eleitores: 365 Seções Previstas: 4				
Seção(ões)/Aptos :	147/218	299/217							
Local :	2097-ESCOLA MUNICIPAL JERÔNIMO VIEIRA TAVARES								
Endereço :	DIAS TAVARES								
Bairro :	DIAS TAVARES				Seções: 2 Eleitores: 435 Seções Previstas: 6				
Seção(ões)/Aptos :	148/360	149/355	150/360	151/356	152/356	153/356	154/358	155/356	156/358
	157/360	158/357	159/354						
Local :	2135-ESCOLA ESTADUAL CEL. ANTÔNIO ALVES TEIXEIRA								
Endereço :	RUA JOSE ANTÔNIO BENHAME, 135								
Bairro :	PROGRESSO				Seções: 12 Eleitores: 4.286 Seções Previstas: 13				
Seção(ões)/Aptos :	160/364	161/360	272/362	289/359	335/358				
Local :	2143-EMEI PROFESSOR JOÃO PANISSET								
Endereço :	RUA JORGE KNOPP, 97								
Bairro :	PROGRESSO				Seções: 5 Eleitores: 1.803 Seções Previstas: 9				
Seção(ões)/Aptos :	162/158								
Local :	2208-CAPELA DA SEDE CAMPESTRE DO CÍRCULO MILITAR								
Endereço :	ESTRADA DA REMONTA								
Bairro :	REMONTA				Seções: 1 Eleitores: 158 Seções Previstas: 1				

Zona: 154**Município: 47333-JUIZ DE FORA**

Seção(ões)/Aptos :	184/394	185/392	301/392	355/397	363/112	
Local :	2429-CENTRO APOIO ESPORTIVO					
Endereço :	RUA CUSTODIO TRISTAO, 11					
Bairro :	SANTA TEREZINHA			Seções: 5 Eleitores: 1.687 Seções Previstas: 8		
Seção(ões)/Aptos :	306/390	307/392	308/391	317/395	327/392	346/392 364/56
Local :	2801-ESCOLA MUNICIPAL MARÍLIA DE DIRCEU					
Endereço :	RUA ORLANDO RIANI, 2918					
Bairro :	FILGUEIRAS			Seções: 7 Eleitores: 2.408 Seções Previstas: 10		
Seção(ões)/Aptos :	313/334	340/331				
Local :	2810-SALÃO DA IGREJA DE SANTA CLARA					
Endereço :	R. MARIA LUÍZA ALVES, 305					
Bairro :	SANTA PAULA			Seções: 2 Eleitores: 665 Seções Previstas: 5		
Seção(ões)/Aptos :	314/393	328/392	343/393	349/391		
Local :	2828-ESCOLA MUNICIPAL ARLETE DE BASTOS MAGALHÃES					
Endereço :	RUA WAGNER GIANCOLLI, 220					
Bairro :	PARQUE INDEPENDÊNCIA			Seções: 4 Eleitores: 1.569 Seções Previstas: 7		
Seção(ões)/Aptos :	322/350	354/155				
Local :	2836-CENTRO EDUCACIONAL SANTA CLARA					
Endereço :	RUA MARUMBI, 79					
Bairro :	MARUMBI			Seções: 2 Eleitores: 505 Seções Previstas: 3		
Seção(ões)/Aptos :	323/330	329/335				
Local :	2852-CRECHE COMUNITÁRIA DO BANDEIRANTES					
Endereço :	RUA ANTONIO DE PAULA MENDES , S/N					
Bairro :	BANDEIRANTES			Seções: 2 Eleitores: 665 Seções Previstas: 5		
Seção(ões)/Aptos :	330/389	362/32				
Local :	2860-PRÉ-ESCOLAR EMEI CENTENÁRIO					
Endereço :	RUA DR. LÍVIO DE OLIVEIRA MOTA, 217					
Bairro :	CENTENÁRIO			Seções: 2 Eleitores: 421 Seções Previstas: 2		
Seção(ões)/Aptos :	331/359					
Local :	2879-SPORT CLUBE ACADÊMICOS					
Endereço :	RUA CÉSAR TURATTI, 237					
Bairro :	BAIRU			Seções: 1 Eleitores: 359 Seções Previstas: 3		
Seção(ões)/Aptos :	341/127					
Local :	2895-ESCOLA MUNICIPAL GILBERTO DE ALENCAR					
Endereço :	ESTRADA JOSÉ ELIAS MOKDECI, 3272					
Bairro :	NAUTICO			Seções: 1 Eleitores: 127 Seções Previstas: 5		
Seção(ões)/Aptos :	348/142					
Local :	2909-CLUBE NÁUTICO					
Endereço :	ESTRADA ELIAS JOSÉ MOCKDECI, 8888					
Bairro :	NAUTICO			Seções: 1 Eleitores: 142 Seções Previstas: 3		
Totais da zona/município				Seções : 174 Eleitores : 59438		

ANEXO W – RELAÇÃO DAS SEÇÕES DA 349ª ZONA ELEITORAL DE JUIZ DE FORA
NAS ELEIÇÕES 2016

LOCAIS DE VOTAÇÃO DA 349ª ZONA ELEITORAL

Local de Votação	Endereço	Bairro	Seções
ANTIGO CINE SAO MATEUS	RUA MORAES E CASTRO, 845	SAO MATEUS	1,2,3,4
ASSOCIACAO DOS HEMOFILICOS	RUA PEDRO BOTTI, 575	SANTA CECILIA	5,6,254,268
CASA AVE MARIA	RUA Bady Geara, 1065	SANTA EFIGENIA	7,8,9,10,11
CASCATINHA COUNTRY CLUB	Ladeira Alexandre Leonel	CASCATINHA	12,13,14,15,16
CEI	RUA PORTO DAS FLORES, 205	SANTA LUZIA	18,19,20
CFESU - ESCOLA MUNICIPAL DR DILERMANDO MARTINS	RUA PANTALEONE ARCURI, 314	TEIXEIRAS	21,22,23,24,25,26
CLUB BOM PASTOR	RUA SENADOR SALGADO FILHO	BOM PASTOR	27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37
CRECHE CLERIA GERVASIO SCAFFUTTO	RUA ALTIVO HALFELD	VILA IDEAL	38,39
CRECHE COMUN. PROF. MARIA LOURDES REZENDE	RUA IBITIGUAIA, 1240	SANTA LUZIA	40,41,42,43,44,45
CRECHE IPIRANGA	RUA DARCY VARGAS, 940	IPIRANGA	46,47,48,49
ESCOLA DA COMUNIDADE OSWALDO VELOSO	RUA CHACARA, 281	SANTA LUZIA	50,51,52,53,54,55,56,57,58,59,60
ESCOLA ESTADUAL DUQUE DE CAXIAS	AV. RIO BRANCO, 3310	PASSOS	66,67,68,69,70,71,72
ESCOLA ESTADUAL MARIA DE MAGALHAES PINTO	RUA DR. JOSE NUNES LEAL, 70	SANTA LUZIA	80,81,82,83,84,85,86,87,88,89,90
ESCOLA ESTADUAL MARIA ILLYDIA RESENDE ANDRADE	RUA FURTADO DE MENEZES, 16A	FURTADO DE MENEZES	91,92,93,94,95,96,97,98
ESCOLA ESTADUAL MARIANO PROCOPIO	RUA MORAES E CASTRO, 530	PASSOS	99,100,101,102,103,104,105,106
ESCOLA ESTADUAL TEODORICO RIBEIRO DE ASSIS	RUA FURTADO DE MENEZES, 5	FURTADO DE MENEZES	107,108,109
ESCOLA GABRIEL GONCALVES	RUA GABRIEL COIMBRA, S/N	IPIRANGA	110,111,270
ESCOLA INFANTIL JOSÉ HOMEM DE CARVALHO	R. CLÓVIS JAGUARIBE SANTOS, 81	SANTA EFIGENIA	112,113,114,115
ESCOLA MUNICIPAL BELA AURORA	R. FRANCISCO G. DOS SANTOS, 195	BELA AURORA	116,117,118
ESCOLA MUNICIPAL DR. ANTONINO LESSA	RUA HEITOR IGNACIO, 10	SANTA EFIGENIA	122,123,124,125,126,127,128,129,130,131
ESCOLA MUNICIPAL JESUS DE OLIVEIRA	RUA Bady Geara, 203	IPIRANGA	133,134,135,136,137,138,139,265
ESCOLA MUN. PREFEITO DILERMANDO CRUZ FILHO	RUA ALTIVO HALFELD, S/N	VILA IDEAL	144,145,146,147,148,149,150,151,152,153
ESCOLA MUNICIPAL QUILOMBO DOS PALMARES	RUA ANTONIO FRANCISCO LISBOA, 30	SAGRADO CORACAO	154,155,156,157,158,159,160,271
FACULDADE MACHADO SOBRINHO	RUA PEDRO CELESTE, S/N	CRUZEIRO DO SUL	186,187,188
FUPAC	RUA DR. JOSE CESARIO, 175	PASSOS	189,190,191,192,193,194,195,196
POLIVALENTE- E.E. MAL MASCARENHAS DE MORAES	RUA PROFª NOEMIA MENDONÇA, S/N	TEIXEIRAS	215,216,217,218,219,220,221,222
PROJETO CURUMIM – SANTA LUZIA	RUA IBITIGUAIA, 1240	SANTA LUZIA	223,224,225,226,227
PROJETO CURUMIM – OLAVO COSTA	RUA ESPERANÇA, 69	VILA OLAVO COSTA	228,229,230,267
SALÃO DA IGREJA DE SÃO GERALDO	RUA NAIR FURTAD DE SOUZA, 10	CASCATINHA	17,257,266
SALAO DA IGREJA NOSSA SENHORA AUXILIADORA	RUA ONOFRE MENDES, 320	MUNDO NOVO	231,255
SALAO PAROQUIAL DA IGREJA BOM PASTOR	PRACA DR. JOAO TOSTES	BOM PASTOR	232,233,234,235,236
SALAO PAROQUIAL DA IGREJA SANTA LUZIA	RUA AURORA TORRES, S/N	SANTA LUZIA	237,238,239,240,241,242,243
SEDE CAMPESTRE DOS COMERCIARIOS	RUA CLOVIS SERROA DA MOTA, 159	SAO GERALDO	244,245,269
SENAC	AV. RIO BRANCO, 3330	PASSOS	246,247,248,249,250,251,252,253
ESCOLA MUNICIPAL CEL EMILIO ESTEVES DOS REIS	R PRUDENTE JOSE DE OLIVEIRA, 41	HUMAITA	63/61,65/62/64
ESCOLA MUNICIPAL D. JUSTINO	R. SAO FRANCISCO DE PAULA, S/N	TORREOES	119,120,121
ESCOLA MUNICIPAL DR. PEDRO MARQUES	RUA PRINCIPA, S/N	CAETÉ	263,264
ESCOLA MUNICIPAL PADRE CAETANO NAVAZIO	RUA PRINCIPAL, S/N	MONTE VERDE	140,141,143
GALPAO COMUNITARIO - IGREJA DE PIRAPETINGA	PIRAPETINGA	PIRAPETINGA	197/198
POSTO DE SAÚDE MUNICIPAL DE SARANDIRA	RUA SANTANA, S/N	SARANDIRA	261

Fonte: TRE/MG

ANEXO X – RELAÇÃO DAS SEÇÕES DA 153ª ZONA ELEITORAL DE JUIZ DE FORA NAS ELEIÇÕES 2016



Justiça Eleitoral - 153ª Zona/MG
ELO - Cadastro Eleitoral
Endereço das Seções

10/11/2017 14:48

1

Zona: 153**Município: 47333-JUIZ DE FORA**

Seção(ões)/Aptos :	234/386	246/386	249/387	263/386	275/384	276/386	308/382	320/383	349/383
	382/386								
Local :	1171-CAIC PROF. NUBIA P. DE M. GOMES								
Endereço :	R. DOUTOR ANTONIO MOURAO GUIMARAES, 620								
Bairro :	SANTA CRUZ								
Seções: 10	Eleitores: 3.849								Seções Previstas: 15
Seção(ões)/Aptos :	364/341	377/331							
Local :	1287-ESCOLA MUNICIPAL ROCHA POMBO - CAIC								
Endereço :	RUA AÇAI, 80								
Bairro :	AMAZONIA								
Seções: 2	Eleitores: 672								Seções Previstas: 5
Seção(ões)/Aptos :	271/376	309/369	341/379	386/106					
Local :	1309-ESCOLA ESTADUAL ANA SALLES								
Endereço :	R. MARTINS BARBOSA ,1250								
Bairro :	NOVA BENFICA								
Seções: 4	Eleitores: 1.230								Seções Previstas: 7
Seção(ões)/Aptos :	94/354	95/356	96/352	300/355					
Local :	1554-ESCOLA ESTADUAL CLEMENTE MARIANI								
Endereço :	RUA EUNICE WEAVER S/N								
Bairro :	CARLOS CHAGAS								
Seções: 4	Eleitores: 1.417								Seções Previstas: 8
Seção(ões)/Aptos :	97/345	112/352	114/359	381/345					
Local :	1562-CASA PAROQUIAL DA IGREJA N.S. DE LOURDES								
Endereço :	AV. PRES. JUSCELINO KUBITSCHEK, 790								
Bairro :	FRANCISCO BERNARDINO								
Seções: 4	Eleitores: 1.401								Seções Previstas: 4
Seção(ões)/Aptos :	98/384	99/386	100/387	101/386	102/385	228/388	250/385	277/385	305/383
	323/384	330/380	352/382	366/384					
Local :	1570-ESCOLA MUNICIPAL ANTONIO CARLOS FAGUNDES								
Endereço :	RUA ANTONIO LOPES JUNIOR S/N								
Bairro :	FRANCISCO BERNARDINO								
Seções: 13	Eleitores: 4.999								Seções Previstas: 14
Seção(ões)/Aptos :	103/379	104/376	105/381	106/379	107/378	108/378	109/380	110/378	111/381
	298/379								
Local :	1589-ESCOLA ESTADUAL PROFESSOR JOSE FREIRE								
Endereço :	RUA NUNES LIMA 250								
Bairro :	INDUSTRIAL								
Seções: 10	Eleitores: 3.789								Seções Previstas: 11
Seção(ões)/Aptos :	115/349	116/354	242/353	258/349	268/353	374/351			
Local :	1627-ESCOLA ESTADUAL BERNARDO MASCARENHAS								
Endereço :	RUA ANTONIO WEITZEL , S/N								
Bairro :	BARBOSA LAGE								
Seções: 6	Eleitores: 2.109								Seções Previstas: 6
Seção(ões)/Aptos :	117/367	118/370	119/368	120/368	121/369	122/369	123/368	124/369	125/367
	126/366								
Local :	1635-ESCOLA ESTADUAL CLORINDO BURNIER								
Endereço :	RUA CABO RAUL JOSE MARIA ,154								
Bairro :	BARBOSA LAGE								
Seções: 10	Eleitores: 3.681								Seções Previstas: 15
Seção(ões)/Aptos :	132/387	133/384	134/383	135/384	136/384	137/386	138/387	139/388	140/386
	226/387								
Local :	1651-ESCOLA ESTADUAL PROF. TEODORO COELHO								
Endereço :	RUA ANTONIO ARMANDO PEREIRA 51								
Bairro :	JOQUEI CLUBE								
Seções: 10	Eleitores: 3.856								Seções Previstas: 12
Seção(ões)/Aptos :	141/382	142/376	143/380	144/383	145/376	146/368	147/383	148/378	296/379
	375/362	387/333							
Local :	1660-ESCOLA ESTADUAL DEPUTADO OLAVO COSTA								
Endereço :	RUA MARIA GERALDA DE FREITAS,S/N								
Bairro :	MONTE CASTELO								
Seções: 11	Eleitores: 4.100								Seções Previstas: 11
Seção(ões)/Aptos :	256/302	264/301	302/290						
Local :	1686-CLUBE DO CAVALO DE JUIZ DE FORA								
Endereço :	AV. PRES. JUSCELINO KUBITSCHEK, 2400								
Bairro :	JOQUEI CLUBE								
Seções: 3	Eleitores: 893								Seções Previstas: 3

* Seção especial - ** Transferência Temporária, portanto sem eleitores/aptos fora de um determinado pleito (Consulte: Aptos por Seção)



Justiça Eleitoral - 153ª Zona/MG

10/11/2017 14:48

ELO - Cadastro Eleitoral

2

Endereço das Seções

Zona: 153

Município: 47333-JUIZ DE FORA

Seção(ões)/Aptos :	176/368	177/362	178/367	179/363	180/362	236/364	257/368	259/360	282/361
	310/360	325/361	343/359	348/355	354/358	368/318			
Local :	1759-ESCOLA MUNICIPAL CECILIA MEIRELLES								
Endereço :	RUA JOÃO EVANGELISTA DOS SANTOS, 21								
Bairro :	NOVA ERA								
Seção(ões)/Aptos :	181/381	182/378	183*/300	261/383	288/375	324/379	335/378	357/375	372/365
	385/269								
Local :	1767-ESCOLA MUNICIPAL ALVARO LINS								
Endereço :	RUA DR. ANTONIO JOSE CORSO, 100								
Bairro :	SAO JUDAS TADEU								
Seção(ões)/Aptos :	184/376	185/376	186/378	187/376	188/376	189/374	190/372	191/376	192/380
	193/377	194/379	356/376	369/377					
Local :	1775-ESCOLA MUNICIPAL PROFESSOR AFONSO MARIA DE PAIVA								
Endereço :	RUA DOUTOR ANTONIO MOURAO GUIMARAES, 60								
Bairro :	SANTA CRUZ								
Seção(ões)/Aptos :	197/268	198/270	199/268	200/269					
Local :	1805-ESCOLA ESTADUAL PROFESSOR FRANCISCO DE FARIA								
Endereço :	PRACA DUQUE DE CAXIAS, S/NO.								
Bairro :	BENFICA								
Seção(ões)/Aptos :	201*/372	202/388	203/387	204/384	205/387	206/385	225/385	380/384	
Local :	1813-ESCOLA ESTADUAL ALMIRANTE BARROSO								
Endereço :	PRACA DUQUE DE CAXIAS								
Bairro :	BENFICA								
Seção(ões)/Aptos :	207/391	208/388	209/390	224/386	270/388	285/386	307/390	326/389	358/389
	379/388								
Local :	1821-ESCOLA ESTADUAL PRESIDENTE COSTA E SILVA (POLIVALENTE)								
Endereço :	RUA ADOLFO GARCIA ,S/N								
Bairro :	BENFICA								
Seção(ões)/Aptos :	195/328	196/338	210/354	211/333	215/342	248/342	267/350	287/336	339/327
	361/325	365*/1							
Local :	1830-ESCOLA ESTADUAL PROF. LOPES								
Endereço :	RUA EVARISTO DA VEIGA 730								
Bairro :	BENFICA								
Seção(ões)/Aptos :	212/307	213/308	214/309	306/306					
Local :	1848-ESCOLA ESTADUAL PROF. M. DAS DORES D. LIZARDO FERREIRA LEITE								
Endereço :	RUA PAULO GARCIA, 627								
Bairro :	BENFICA								
Seção(ões)/Aptos :	314/388	336/388							
Local :	1864-SALAO PAROQUIAL DA IGREJA DO VERBO DIVINO								
Endereço :	AV. ANTONIO GUIMARAES PERALVA, 14.345								
Bairro :	JOQUEI CLUBE II								
Seção(ões)/Aptos :	216/390	217/391	218/385	313/382	334/384	367/386			
Local :	1872-ESCOLA MUNICIPAL PADRE WILSON								
Endereço :	PROLONGAMENTO DA RUA ARNS KRAMBECK DUQUE								
Bairro :	IGREJINHA								
Seção(ões)/Aptos :	219/314								
Local :	1880-ESCOLA MUNICIPAL NAGIB F. CURI								
Endereço :	RUA PRINCIPAL, S/ N								
Bairro :	PENIDO								
Seção(ões)/Aptos :	222/356	223/353	378/119						
Local :	1902-ESCOLA PUBLICA MUNICIPAL CAMILO GUEDES								
Endereço :	RUA PRINCIPAL, S/N								
Bairro :	VALADARES								

* Seção especial - ** Transferência Temporária, portanto sem eleitores/aptos fora de um determinado pleito (Consulte: Aptos por Seção)



Justiça Eleitoral - 153ª Zona/MG
ELO - Cadastro Eleitoral
Endereço das Seções

10/11/2017 14:48

3

Zona: 153**Município: 47333-JUIZ DE FORA**

Seção(ões)/Aptos :	233/364	245/367	255/366	280/365	311/362	331/362	360/362	383/365	
Local :	1910-ESCOLA MUNICIPAL HENRIQUE JOSE DE SOUZA								
Endereço :	RUA CIDADE DO SOL, 1200								
Bairro :	CIDADE DO SOL								
						Seções: 8	Eleitores: 2.913	Seções Previstas: 12	
Seção(ões)/Aptos :	220/284	221/287	345/261						
Local :	1937-ESCOLA MUNICIPAL PROFESSORA HELENA ANTIPOFF								
Endereço :	RUA PRINCIPAL, S/N								
Bairro :	ROSARIO DE MINAS								
						Seções: 3	Eleitores: 832	Seções Previstas: 5	
Seção(ões)/Aptos :	241/374	252/379	274/374	289/372	301/374	319/372	329/368	340/369	351/372
	362/369	384/373							
Local :	1970-ESCOLA MUNICIPAL ENGENHEIRO ANDRE REBOUCAS								
Endereço :	RUA NICOLAU SCHUERY, S/N								
Bairro :	MILHO BRANCO								
						Seções: 11	Eleitores: 4.096	Seções Previstas: 11	
Seção(ões)/Aptos :	321/378	344/387	363/375	376/374	388/236				
Local :	1996-ESCOLA MUNICIPAL CARLOS DRUMOND DE ANDRADE								
Endereço :	RUA COR. JESUS SIMAO TEIXEIRA, 83								
Bairro :	NOVA ERA								
						Seções: 5	Eleitores: 1.750	Seções Previstas: 8	
Seção(ões)/Aptos :	292/372	337/370	371/374						
Local :	2038-ESCOLA MUNICIPAL MARIA CATARINA BARBOSA								
Endereço :	AV. MARGINAL, 27								
Bairro :	PONTE PRETA								
						Seções: 3	Eleitores: 1.116	Seções Previstas: 5	
Seção(ões)/Aptos :	322/355	342/349	370/352						
Local :	2062-ESCOLA MUNICIPAL PROF. AUREA NARDELLI								
Endereço :	RUA CUSTODIO LOPES DE MATTOS ,190								
Bairro :	VILA ESPERANCA II								
						Seções: 3	Eleitores: 1.056	Seções Previstas: 12	
Seção(ões)/Aptos :	373/394	389/25							
Local :	2097-IGREJA NOSSA SENHORA DO CARMO								
Endereço :	RUA ANTÔNIO BERNARDO, 259								
Bairro :	JARDIM NATAL								
						Seções: 2	Eleitores: 419	Seções Previstas: 2	
Seção(ões)/Aptos :	390/178	391/153	392/154	393/155	394/155	395/150			
Local :	2100-ESCOLA ESTADUAL MARIA DAS DORES DE SOUZA								
Endereço :	RUA BARAO DE CATAGUASES, 444								
Bairro :	CENTRO								
						Seções: 6	Eleitores: 945	Seções Previstas: 6	
Seção(ões)/Aptos :	396/309	397/309	398/307	399/309	400*/238	401/307	402/309	403/309	404/308
	405/309	406/307	407/311	408/308					
Local :	2119-CENTRO TECNICO UNIVERSITARIO								
Endereço :	RUA BERNARDO MASCARENHAS, 1283								
Bairro :	FABRICA								
						Seções: 13	Eleitores: 3.940	Seções Previstas: 35	
Seção(ões)/Aptos :	409/135								
Local :	2127-ESCOLA MUNICIPAL GILBERTO DE ALENCAR								
Endereço :	ESTRADA JOSÉ ELIAS MOKDECI, 3272								
Bairro :	NAUTICO								
						Seções: 1	Eleitores: 135	Seções Previstas: 5	
Seção(ões)/Aptos :	410/232	411/244	412/245	413/50					
Local :	2135-COMUNIDADE EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA								
Endereço :	RUA DOM PEDRO II, N. 46								
Bairro :	MARIANO PROCOPIO								
						Seções: 4	Eleitores: 771	Seções Previstas: 4	
Seção(ões)/Aptos :	414/251								
Local :	2143-UNIVERSO - UNIVERSIDADE SALGADO DE OLIVEIRA								
Endereço :	AV. DOS ANDRADAS, 731								
Bairro :	MORRO DA GLORIA								
						Seções: 1	Eleitores: 251	Seções Previstas: 2	

* Seção especial - ** Transferência Temporária, portanto sem eleitores/aptos fora de um determinado pleito (Consulte: Aptos por Seção)



Justiça Eleitoral - 153ª Zona/MG
ELO - Cadastro Eleitoral
Endereço das Seções

10/11/2017 14:48

4

Zona: 153	Município: 47333-JUIZ DE FORA
Seção(ões)/Aptos : 415/159	
Local : 2151-CAPELA DA SEDE CAMPESTRE DO CÍRCULO MILITAR	
Endereço : ESTRADA DA REMONTA	
Bairro : REMONTA	Seções: 1 Eleitores: 159 Seções Previstas: 1
Seção(ões)/Aptos : 416/324 417/324	
Local : 2160-SALAO PAROQUIAL DA IGREJA N. S. DA GLORIA	
Endereço : AV. DOS ANDRADAS, 854	
Bairro : MORRO DA GLORIA	Seções: 2 Eleitores: 648 Seções Previstas: 2
Seção(ões)/Aptos : 418/350 419/351 420/348 421/348	422/349 423/348 424/348
Local : 2178-GINASIO DE APLICACAO JOAO XXIII	
Endereço : RUA VISCONDE DE MAUA, 300	
Bairro : SANTA CATARINA	Seções: 7 Eleitores: 2.442 Seções Previstas: 7
Seção(ões)/Aptos : 425/303 426/300 427/305 428/304	429/304 430/301 431/302 432/302 433/303
Local : 2186-COLEGIO SANTA CATARINA	
Endereço : AV. DOS ANDRADAS, 1036	
Bairro : MORRO DA GLORIA	Seções: 10 Eleitores: 3.027 Seções Previstas: 10
Seção(ões)/Aptos : 435/159	
Local : 2194-CLUBE NÁUTICO	
Endereço : ESTRADA ELIAS JOSÉ MOCKDECI, 8888	
Bairro : NAUTICO	Seções: 1 Eleitores: 159 Seções Previstas: 3
Seção(ões)/Aptos : 436/260 437/258 438/258 439/256	441/259 442/257 443/257
Local : 2208-ESCOLA ESTADUAL MARIA ELBA BRAGA	
Endereço : RUA EDGARD DE PAIVA AGUIAR, S/N	
Bairro : CERAMICA	Seções: 7 Eleitores: 1.805 Seções Previstas: 12
Seção(ões)/Aptos : 444/370 445/375 446/370 447/371	448/371 449/367 450/371 452/373 453/371
Local : 2216-ESCOLA ESTADUAL ANTONIO CARLOS	
Endereço : RUA CEL. VIDAL, S/ N	
Bairro : MARIANO PROCOPIO	Seções: 9 Eleitores: 3.339 Seções Previstas: 16
Seção(ões)/Aptos : 454/357 456/358 457/359 458/355	459/355
Local : 2224-ESCOLA MUNICIPAL AMELIA PIRES	
Endereço : RUA ITATIAIA,580	
Bairro : MONTE CASTELO	Seções: 5 Eleitores: 1.784 Seções Previstas: 6
Seção(ões)/Aptos : 460/346 461/346 462/348 463/349	464/346 466/345 467*/6
Local : 2232-ESCOLA MUNICIPAL CARLOS AUGUSTO DE ASSIS	
Endereço : AVENIDA JK, 10467	
Bairro : BARREIRA DO TRIUNFO	Seções: 7 Eleitores: 2.086 Seções Previstas: 10
Seção(ões)/Aptos : 468/303 469/302 470/304	
Local : 2240-ESCOLA MUNICIPAL COSETTE DE ALENCAR	
Endereço : RUA CICERO TRISTAO, S/N	
Bairro : SANTA CATARINA	Seções: 3 Eleitores: 909 Seções Previstas: 3
Totais da zona/município	Seções : 286 Eleitores : 97314

* Seção especial - ** Transferência Temporária, portanto sem eleitores/aptos fora de um determinado pleito (Consulte: Aptos por Seção)

ANEXO Y – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR ADRIANO MIRANDA (PHS) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
44/2017	Institui no Calendário Oficial do Município de Juiz de Fora o "Dia Municipal de Informação e Conscientização sobre o Transtorno do Déficit de Atenção com Hiperatividade (TDAH)" e a "Semana Municipal de Informação e Conscientização sobre o Transtorno do Déficit de Atenção com Hiperatividade (TDAH)".	Transformado em Norma Jurídica
25/2017	Institui no Município de Juiz de Fora a Política de Arrecadação e Distribuição Gratuita de Medicamentos a pessoas carentes (Farmácia Compartilhada), e dá outras providências	Retirado Prov. pelo Autor
12/2017	Fica incluído no Calendário Oficial do Município: "Janeiro Branco" dedicado a realização de ações educativas para a difusão da saúde mental.	Transformado em Norma Jurídica
230/2017	Dispõe sobre a isenção do pagamento dos honorários advocatícios resultantes da cobrança extrajudicial da Dívida Ativa do Município	Em Tramitação
227/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade da instalação de coletores de chorume nos veículos coletores de lixo do Município de Juiz de Fora.	Em Tramitação
179/2017	Dispõe sobre o horário para início das apresentações artísticas no Município de Juiz De Fora, e dá outras providências.	Em Tramitação
174/2017	Dispõe sobre a transparência dos contratos de locação de imóveis, celebrados pela Administração Pública	Em Tramitação
165/2017	Ficam incluídos no Calendário Oficial do Município o "Dia Municipal de Combate à Alienação Parental e a "Semana Municipal de Combate à Alienação Parental".	Em Tramitação
152/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade das farmácias e drogarias privadas do Município de Juiz de Fora, de afixar cartaz sobre a possibilidade de substituição do medicamento prescrito por médico.	Em Tramitação

106/2017	Dispõe sobre a instalação de suporte para o transporte e carga de bicicleta nos veículos do serviço público de transporte individual de passageiros — táxi" — "Taxista Amigo do Ciclista".	Em Tramitação
99/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Arthur Antunes Coimbra).	Transformado em Norma Jurídica
86/2017	Fica incluída no Calendário Oficial do Município a "Semana Municipal de Prevenção e Combate ao Acidente Ferroviário"	Transformado em Norma Jurídica
76/2017	Institui no Município de Juiz de Fora a Política de Arrecadação e Distribuição Gratuita de Medicamentos a' pessoas carentes (Farmácia compartilhada), e dá outras providências.	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO Z – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELA VEREADORA ANA ROSSIGNOLI (PMDB) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
262/2017	Dispõe sobre as cobranças das instituições de ensino privado a cerca das taxas para aplicação de provas de segunda chamada	Em Tramitação
245/2017	Dispõe sobre a entrada de consumidores em eventos, portando produtos de outros estabelecimentos e/ou fornecedores	Em Tramitação
244/2017	Dispõe sobre a fixação de cartazes, nas dependências dos hospitais, postos de saúde, no âmbito do Município de Juiz de Fora acerca das vacinas infantis obrigatórias	Em Tramitação
241/2017	Dispõe sobre a proibição de incentivos fiscais a empresas que tenham envolvimento em corrupção de qualquer espécie ou ato de improbidade administrativa no município	Em Tramitação
238/2017	Dispõe sobre a disponibilização de espaço reservado para adoção de animais domésticos nos estabelecimentos que comercializam animais e dá outras providências	Em Tramitação
235/2017	Institui no Município de Juiz de Fora o evento 'Circuito de Corridas JF	Em Tramitação

	mais Saudável	
211/2017	Dispõe sobre a vedação da cobrança pelas instituições educacionais de taxas de emissão e registro de diplomas e outros documentos comprobatórios acadêmicos e escolares, no âmbito do Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
210/2017	Institui a Homenagem Rui Barbosa a ser conferida aos alunos destaque do 6º ao 9º ano da rede pública municipal de ensino.	Em Tramitação
157/2017	Institui as Olimpíadas Estudantis na Rede Municipal de Ensino do âmbito do Município de Juiz de Fora	Em Tramitação
116/2017	Dispõe sobre a limpeza da área externa das casas noturnas do município de Juiz de Fora e dá outras providências	Em Tramitação
110/2017	Cria Procuradoria Especial da Mulher, no âmbito da Câmara Municipal de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
96/2017	Dispõe sobre a Concessão de Título Benemérito. "Alessandro Franco de Oliveira"	Transformado em Norma Jurídica
87/2017	Dispõe sobre a Concessão de Título Benemérito (Luiz	Transformado em Norma Jurídica

	José Bento Filho).	
87/2017	Dispõe sobre a Concessão de Título Benemérito (Luiz José Bento Filho).	Transformado em Norma Jurídica
63/2017	Institui a Semana de Conscientização e Proteção dos Direitos dos Animais na Cidade de Juiz de Fora e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
59/2017	Disponibiliza cadeira de rodas em todos os cemitérios localizados no Município de Juiz de Fora e dá outras providências	Em Tramitação
57/2017	Disponibiliza equipamentos especialmente adaptados ao atendimento de obesos Móbidos em hospitais, clínicas, laboratórios e demais estabelecimentos de saúde, e dá outras providências.	Em Tramitação
48/2017	Dispõe sobre a criação do Programa “REFLETINDO SOBRE MEU FUTURO” na Rede Municipal de Ensino da cidade de Juiz de Fora e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
47/2017	Dispõe sobre o Programa saúde vocal e auditiva dos professores da Rede Municipal de Ensino e dá outras providências	Em Tramitação
46/2017	Dispõe sobre ações socioeducativas na rede pública e privada de	Transformado em Norma Jurídica

	ensino, visando à prevenção de violência contra pessoa idosa, nos termos da Lei Municipal nº 13.391, de 29 de junho de 2016	
26/2017	Dispõe sobre a disponibilização de todos os hospitais, clínicas, laboratórios e demais estabelecimentos de saúde possuírem equipamentos especialmente adaptados ao atendimento de obesos mórbidos, e dá outras providências	Retirado pelo Autor
10/2017	Dispõe sobre a assistência religiosa no âmbito das instituições de saúde da rede pública e privada do Município de Juiz de Fora e dá outras providências	Transformado em Norma Jurídica
9/2017	Dispõe sobre a disponibilização de cadeira de rodas em todos os cemitérios públicos ou privados localizados no Município de Juiz de Fora e dá outras providências	Retirado pelo Autor
8/2017	Institui o sistema de informações sobre violência nas escolas da Rede Municipal de Ensino, e dá outras providências.	Retirado pelo Autor
5/2017	Inserir nos Planos de Estudos do Ensino Fundamental das escolas públicas e privadas do município de Juiz de Fora, conteúdos sobre a Lei	Em Tramitação

	nº11.340, de 07 de agosto de 2006 (Lei Maria da Penha), que dispõe sobre mecanismos para coibir a violência doméstica contra a mulher	
2/2017	Dispõe sobre o Programa Municipal de saúde vocal e auditiva dos professores da Rede Municipal de Ensino e dá outras providências.	Retirado pelo Autor

Fonte: CMJF

ANEXO AA – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR ANDRÉ MARIANO (PSC) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
237/2017	Dispõe sobre a Concessão de Título de Entidade Benemerita.(FUTRICA ASSOCIAÇÃO DE FUTEBOL DE MESA	Em Tramitação
221/2017	Institui a "SEMANA MUNICIPAL DA JUVENTUDE" e dá outras providências.	Em Tramitação
183/2017	Institui no Município de Juiz de Fora o "DIA MUNICIPAL DA MARCHA PARA JESUS", A SER REALIZADA ANUALMENTE NO SEGUNDO DOMINGO DO MÊS DE JUNHO.	Retirado pelo Autor
170/2017	Concede isenção de cobrança na área azul, a idosos e deficientes no Município de Juiz de Fora.	Em Tramitação
166/2017	Institui o primeiro domingo do mês de novembro de cada ano, o dia QUADRANGULAR.	Transformado em Norma Jurídica

Fonte: CMJF

ANEXO BB – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR ANTÔNIO AGUIAR (PMDB) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
222/2017	Autoriza o estacionamento por prazo máximo de dez minutos com pisca alerta ligado em frente às farmácias, drogarias e farmácias de manipulação no município de Juiz de Fora.	Retirado pelo Autor
209/2017	Dispõe sobre concessão de Título Benemérito (Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais - Campus Juiz de Fora).	Em Tramitação
206/2017	Altera a Redação do inciso I, do Art. 25 da Lei nº 11.197 de 03 de agosto de 2006, que institui o Código de Posturas no Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
204/2017	Dispõe sobre o registro e a comunicação do nascimento de crianças com deficiência e/ou síndrome de Dow pelos estabelecimentos de saúde junto ao Poder Público Municipal.	Em Tramitação
178/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Deputado Federal Rodrigo Otávio Soares Pacheco).	Em Tramitação
167/2017	Dispõe sobre a criação do "Aplicativo JF +	Em Tramitação

	Acessibilidade" para Smartphones e Tablets, de consulta de vagas para veículos de pessoas com deficiência e idosos em estacionamentos públicos preferencial nos logradouros do Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	
164/2017	Dispõe sobre o atendimento aos educandos com altas habilidades ou superdotação, na rede municipal de ensino e dá outras providências.	Em Tramitação
142/2017	Dispõe sobre a criação do Dia Municipal de Ênfase Contra o Abuso e a Violência — "Quebrando o Silêncio", e dá outras providências.	Em Tramitação
108/2017	Dispõe sobre o atendimento aos educandos com altas habilidades ou superdotação, na rede municipal de ensino e dá outras providências.	Retirado pelo Autor
97/2017	Dispõe sobre concessão de Título de Cidadão Honorário (Gerardo Cabada Castro).	Transformado em Norma Jurídica
95/2017	Dispõe sobre concessão de Título de Cidadão Benemérito (Alexandre Nocelli).	Transformado em Norma Jurídica
92/2017	Dispõe sobre recomposição de vencimentos e remunerações dos	Transformado em Norma Jurídica

	servidores efetivos e em comissão da Câmara Municipal de Juiz de Fora e os valores das gratificações legislativas, e dá outras providências.	
85/2017	Institui no âmbito do Município de Juiz de Fora, o Dia Municipal da Redução de Danos e dá outras providências. A Redução de Danos é uma estratégia de saúde pública e um paradigma que norteia ações destinadas aos cuidados de usuários de drogas	Transformado em Norma Jurídica
42/2017	Dispõe sobre a garantia da criança com deficiência de acesso aos espaços de recreação existentes em locais públicos ou privado de uso coletivo, tais como praças, shoppings center's, supermercados, restaurantes, clubes, parques, situados no Município de Juiz de Fora.	Transformado em Norma Jurídica
32/2017	Declara de Utilidade Pública Municipal a entidade que menciona, "Centro Cultural de Capoeira Artes Populares e Esportes".	Transformado em Norma Jurídica
14/2017	Dispõe sobre passe livre no transporte coletivo urbano para pessoas com deficiência no Município	Transformado em Norma Jurídica

	de Juiz de Fora.	
3/2017	Dispõe sobre concessão de Honorífico ao Doutor Antônio Carlos Ferreira Botti.	Transformado em Norma Jurídica

Fonte: CMJF

ANEXO CC – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR BETÃO (PT) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
4/2017	Dispõe sobre a inclusão do inciso V no § 2º do artigo 3º da lei 9555, de 20 de julho de 1999, determinando a inclusão no Quadro de Informações Obrigatórias sobre a data de colocação das caçambas estacionárias e a previsão de sua retirada da via pública municipal, bem como o tipo de entulho a que se destina a coleta	Retirado Provisoriamente Pelo Autor
20/2017	Dispõe sobre a divulgação do monitoramento da qualidade da água consumida pela população de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
21/2017	Dispõe sobre o acesso gratuito para menor de 12 (doze) anos, acompanhado dos pais ou responsável legal, em eventos esportivos no Município de Juiz de Fora - MG	Em Tramitação
27/2017	Torna obrigatória a afixação de placa e ou cartaz nos Cartórios de Registro de Juiz de Fora informando sobre os atos de sua competência que são sujeitos à gratuidade.	Em Tramitação
33/2017	Dispõe sobre a instituição no Calendário Oficial do Município de Juiz de Fora, o evento "Bloco Meu	Transformado em Norma Jurídica

	Concreto Tá Armado".	
39/2017	Dispõe sobre a instituição no calendário oficial do Município da 'Semana Municipal do Brincar' a ser comemorada na última semana do mês de maio	Transformado em Norma Jurídica
79/2017	Dispõe sobre a Concessão de Título Honorífico (JOSÉ FRANCISCO NERES)	Transformado em Norma Jurídica
140/2017	Dispõe sobre a Concessão de Título Honorífico. (Roger Resende)	Transformado em Norma Jurídica
148/2017	Dispõe sobre Concessão de Título Honorífico (Mc XuXú)	Em Tramitação
182/2017	Estabelece medidas e procedimentos para os casos de violência contra profissionais da educação ocorridos no âmbito das escolas públicas municipais.	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO DD – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR CASTELAR (PT) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
6/2017	Dispõe sobre a denominação de logradouro público (Rua Geralda Toledo de Melo).	Transformado em Norma Jurídica
15/2017	Dispõe sobre a instalação de torneiras temporizadas e vasos sanitários econômicos em prédios sob a responsabilidade da Administração Pública.	Em Tramitação
16/2017	Permite o acesso gratuito ao sinal de internet (Wi-Fi livre) nos órgãos e repartições públicas no município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Em Tramitação
30/2017	Dispõe sobre a denominação de logradouros públicos.	Transformado em Norma Jurídica
49/2017	Veda o acúmulo de funções aos motoristas e cobradores de transporte de coletivos urbanos no Município de Juiz de Fora	Retirado pelo Autor
52/2017	Dispõe sobre a proibição de empresas condenadas em processos criminais de participarem de licitações, ou celebrarem contratos administrativos de obras, serviços, compras, alienações e locações, no Município de Juiz de Fora, e dá outras providências	Retirado pelo Autor
54/2017	Assegura aos profissionais	Em Tramitação

	da educação básica, no exercício da profissão, o pagamento da meia-entrada em estabelecimentos culturais e de lazer e dá outras providências	
56/2017	Veda a cobrança, em academias de ginástica e estabelecimentos similares, de valores adicionais de alunos ou professores particulares de educação física ("personal trainers") nas hipóteses que especifica.	Retirado pelo Autor
66/2017	Dispõe sobre a denominação de "Próprio Municipal" (Centro de Referência de Assistência Social Regiane Aparecida Silva Caetano)	Transformado em Norma Jurídica
72/2017	Dispõe sobre a denominação de "Próprio Municipal" (Quadra Poliesportiva Reginaldo Fernandes Coelho).	Transformado em Norma Jurídica
78/2017	Dispõe sobre denominação de "Próprio Municipal".	Transformado em Norma Jurídica
90/2017	Torna obrigatória a publicação no Portal da Transparência Municipal de dados relativos à evolução patrimonial de agentes públicos.	Rejeitado
93/2017	Institui no município de Juiz de Fora a política de incentivo e reconhecimento ao compositor, intérprete e musicista com atuação local ("Lei Ministrinho"), e	Em Tramitação

	dá outras providências.	
111/2017	Dispõe sobre a adoção do conceito de Praça Viva como política para constituição e gestão participativa das praças e parques do Município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Retirado pelo Autor
124/2017	Dispõe sobre a concessão de Título Honorífico (Adenilde Petrina Bispo).	Transformado em Norma Jurídica
141/2017	Dispõe sobre a política, intitulada "Praça Viva", para constituição e gestão participativa das praças e parques do município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Em Tramitação
144/2017	Dispõe sobre denominação de Próprio Municipal (Quadra Poliesportiva Monsenhor Antônio Cornélio Viana)	Transformado em Norma Jurídica
145/2017	Dispõe sobre denominação de Próprio Municipal.".(Quadra Poliesportiva Marcelo Augusto Mathias da Silva)	Em Tramitação
147/2017	Dispõe sobre logradouro público" (RUA MARISA LETÍCIA LULA DA SILVA).	Retirado Provisoriamente Pelo Autor
171/2017	Institui a Política Municipal de Captação, Armazenamento e Aproveitamento de Águas Pluviais, e dá outras	Em Tramitação

	providências.	
187/2017	Institui a Semana Municipal de Combate à Intolerância nas Escolas Municipais.	Em Tramitação
226/2017	Dispõe sobre a denominação de "Próprio Municipal" (Passarela do Samba Nancy de Carvalho).	Em Tramitação
254/2017	Institui o uso de "bengala verde" para pessoas diagnosticadas com baixa visão no município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Em Tramitação
260/2017	Dispõe sobre os requisitos para exercício de atividades inerentes aos tecnólogos, técnicos e auxiliares em radiologia no município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Em Tramitação
267/2017	Institui a 'Semana Aparecido Pedro da Silva de Prevenção à Deficiência Visual e à Cegueira' no município de Juiz de Fora.	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO EE – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR CHARLLES EVANGELISTA (PP) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
18/2017	Dispõe sobre obrigatoriedade da existência do "banheiro família" em estabelecimentos comerciais de acesso ao público e bens de uso comum, no âmbito do Município de Juiz de Fora.	Transformado em Norma Jurídica
28/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico "Herberet José Almeida Carneiro"	Transformado em Norma Jurídica
34/2017	Institui a política social de cessão gratuita em estacionamentos por tempo determinado, nos hospitais, centros de saúde, clínicas médicas e congêneres para atendimento de urgência e emergência.	Em Tramitação
41/2017	Institui o Programa Educacional Pé na Faixa no Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
51/2017	Institui a semana Municipal do ciclismo no calendário do Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
63/2017	Institui a Semana de Conscientização e Proteção dos Direitos dos Animais na Cidade de Juiz de Fora e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
73/2017	Instalação de lixeiras seletivas para reciclagem nas escolas públicas e privadas.	Em Tramitação

77/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de o fornecedor de gás para cozinha (GLP) disponibilizar balança aferida pelo INMETRO para verificação do peso do produto pelo consumidor.	Em Tramitação
103/2017	Dispõe sobre denominação de logradouro público (Rua Jornalista Théo Sobrinho).	Transformado em Norma Jurídica
104/2017	Dispõe sobre denominação de logradouro público. Rua Ana Vera da Silva	Transformado em Norma Jurídica
113/2017	Institui no Calendário Oficial do Município o "Dia Municipal do Empreendedorismo" e a "Semana Municipal do Empreendedorismo" e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
139/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico, Paulo Sergio Morse	Transformado em Norma Jurídica
188/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de exibição de mídias audiovisuais sobre prevenção às drogas, álcool e seus malefícios nas aberturas de shows, eventos artísticos, culturais e educacionais realizados em locais privados no âmbito do Município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Em Tramitação
203/2017	Autoriza o transporte privado individual de passageiros e dá outras providências.	Em Tramitação
220/2017	Declara de Utilidade Pública Municipal a entidade que menciona.(Associação de Produtores Rurais de Penido – APRUR PENIDO)	Em Tramitação
229/2017	Dispõe sobre a vedação de homenagens a pessoas que tenham sido condenadas por	Em Tramitação

ANEXO FF – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR CIDO REIS (PSB) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
252/2017	Acrescenta o art 15-a à lei nº 10.410 - de 20 de março de 2003 a fim de assegurar aos usuários com mobilidade reduzida do transporte público municipal o direito a ter facilitado o embarque e desembarque dos ônibus.	Em Tramitação
243/2017	Dispõe sobre o dia municipal de combate à violência contra os professores e educadores nas escolas.	Em Tramitação
153/2017	Dispõe sobre vagas em creches e escolas municipais e conveniadas para crianças vítimas ou filhas de vítimas de violência domésticas.	Em Tramitação
120/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de hipermercados, supermercados e shoppings centers, com área construída igualou superior a 1.000 (mil) metros quadrados, instalados no âmbito do município de Juiz de Fora, disponibilizarem cabines destinadas ao Estacionamento de Cães, Gatos e demais animais domésticos, e dá outras providências.	Retirado Provisoriamente Pelo Autor

119/2017	Institui no município de Juiz de Fora, o "corredor da saúde", a ser realizado, anualmente, no período de sete dias, com início em todo dia 07 de abril - Dia mundial da saúde.	Em Tramitação
112/2017	Dispõe sobre a informatização do cartão de vacinação.	Em Tramitação
75/2017	Fica incluída no Calendário Oficial do Município a Campanha de Conscientização para a Vacinação de Cães Contra a Doença Cinomose.	Transformado em Norma Jurídica
62/2017	Institui o Programa Bolsa Creche que apoia mensalmente com recursos financeiros, as mães que tenham filhos em idade de Educação Infantil, nas despesas com creche e prestação de serviço similar.	Retirado Provisoriamente Pelo Autor
58/2017	Obriga a divulgação de número de telefone para denúncia de irregularidades, na parte traseira dos veículos de transporte coletivo de passageiros.	Transformado em Norma Jurídica
50/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de pessoal treinados em Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) em órgãos especificados, no Município de Juiz de Fora,	Em Tramitação

	e dá outras providências.	
45/2017	Dispõe sobre a divulgação da relação de viagens realizadas pelos veículos de transporte público urbano do município e dá outras providências.	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO GG – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELA VEREADORA DELEGADA SHEILA (PTC) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
11/2017	Dispõe sobre a criação do Gabinete Interinstitucional das Forças de Segurança — GIFORSEG.	Em Tramitação
55/2017	Dispõe sobre políticas públicas de combate à pedofilia e a violência contra crianças e adolescentes no âmbito do município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
80/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Rogério de Melo Franco Assis Araújo)	Transformado em Norma Jurídica
92/2017	Dispõe sobre recomposição de vencimentos e remunerações dos servidores efetivos e em comissão da Câmara Municipal de Juiz de Fora e os valores das gratificações legislativas, e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
138/2017	Dispõe sobre a criação do Selo Municipal - Empresa Amiga da Família.	Em Tramitação
169/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade das Instituições de Ensino Públicas e Privadas instaladas no Município de Juiz de Fora de comunicarem aos pais e/ou	Em Tramitação

	responsáveis as ausências injustificadas dos alunos, às atividades escolares.	
189/2017	Institui o "Setembro Amarelo" - de prevenção ao suicídio, em Juiz de Fora.	Em Tramitação
205/2017	Dispõe sobre o acesso de carrinhos de bebê, pessoas obesas e pessoas com mobilidade reduzida no transporte público de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
242/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade do Licenciamento e Emplacamento no Município de Juiz de Fora dos veículos automotores utilizados pelas empresas que prestam serviços à Administração Pública Municipal ou locados pelo Poder Público no âmbito do Município de Juiz de Fora.	Em Tramitação
266/2017	Dispõe sobre a realização de festas e outros eventos no Município de Juiz de Fora, institui medidas de combate à poluição sonora e à perturbação da ordem e do sossego	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO HH – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR FIORILO (PTC) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
160/2016	Dispõe sobre o respeito dos serviços públicos municipais à dignidade especial de crianças e adolescentes, pessoas em desenvolvimento e em condição de especial fragilidade psicológica, com a denominação "Infância sem Pornografia" no âmbito do Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Retirado pelo Autor
1/2017	Dispõe sobre o respeito dos serviços públicos municipais à dignidade especial de crianças e adolescentes, com a denominação "Infância sem Pornografia" no âmbito do Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
19/2017	Obriga as empresas concessionárias do serviço público de transporte coletivo urbano do Município de Juiz de Fora a instalar no letreiro luminoso dos coletivos a frase "SOCORRO ASSALTO", para que a população e autoridades policiais tomem as providências cabíveis em caso de assalto no interior do veículo, e dá outras	Em Tramitação

	providências.	
71/2017	Dispõe sobre a concessão de Título de Entidade Benemerita. (Colégio dos Jesuítas)	Transformado em Norma Jurídica
102/2017	Dispõe sobre denominação de Logradouro Público (Rua Wilton Coutinho Coimbra).	Transformado em Norma Jurídica
107/2017	Dispõe sobre a fixação de aviso contendo advertência sobre tratamento ao público nas repartições e locais de atendimento no âmbito da administração pública do Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
118/2017	Acrescenta o inciso IV no art. 1º e altera a redação do art. 2º da Lei nº 12.871, de 12 de novembro de 2013 que dispõe sobre a vedação à alteração de denominação de logradouros públicos, e dá outras providências.	Em Tramitação
168/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de disponibilizar fraldário em estabelecimentos privados do Município de Juiz de Fora, que recebam fluxo intenso de pessoas, independente de sexo e dá outras Providências.	Em Tramitação
212/2017	Assegura aos usuários do transporte público municipal com deficiência ou mobilidade reduzida o direito de embarque e desembarque por qualquer	Em Tramitação

	porta do coletivo e dá outras providências.	
216/2017	Institui no Município de Juiz de Fora a "Semana Municipal de Conscientização e Defesa dos Direitos dos Portadores de Doenças Inflamatórias Intestinais Crônicas" criando o "Dia Municipal das Doenças Inflamatórias Intestinais Crônicas", e dá outras providências.	Em Tramitação
225/2017	Dispõe sobre denominação de logradouro público (Rua Maria José Pires de Freitas).	Em Tramitação
257/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de supermercados, hipermercados e estabelecimentos similares do Município de Juiz de Fora de disponibilizarem carrinhos de compras adaptados às pessoas com deficiência.	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO II – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO
VEREADOR JOÃO COTECA (PR) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
89/2017	Dispõe sobre denominação de próprio municipal (Estádio Geraldo Luiz Pereira, Geraldão).	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO JJ – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR JULIO “OBAMA JR” (PHS) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
41/2017	Institui o Programa Educacional Pé na Faixa no Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
64/2017	Institui o Dia municipal do conselheiro tutelar em Juiz Fora.	Transformado em Norma Jurídica
67/2017	Obriga os estabelecimentos públicos e privados no município a inserir nas placas de atendimento prioritário o símbolo mundial do autismo e dá outras providências.	Retirado pelo Autor
68/2017	Considera de utilidade pública a Entidade que menciona (Associação Wesleyana de Ação Social-AWAS.)	Transformado em Norma Jurídica
70/2017	Institui o Dia Municipal das Merendeiras Escolares e dá Outras Providências.	Transformado em Norma Jurídica
81/2017	Autoriza a recarga dos cartões área azul e vale transporte em farmácias, drogarias, casas lotéricas, bancas de jornal, bares e restaurantes.	Transformado em Norma Jurídica
84/2017	Institui, no Calendário Oficial da Cidade de Juiz de Fora, o Dia Municipal de Combate ao Assédio Sexual no Trabalho, a ser comemorado anualmente	Em Tramitação

	no dia 8 de maio, e dá outras providências.	
109/2017	Institui a Semana Municipal para Conscientização e Prevenção ao HPV e dá outras providências.	Em Tramitação
121/2017	Institui, no Calendário Oficial da Cidade de Juiz de Fora, o DIA DO EVANGÉLICO, a ser comemorado anualmente no dia 31 de outubro, e dá outras providências.	Em Tramitação
122/2017	Regulamenta os serviços de carga e descarga de mercadorias na área central do município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
127/2017	Dispõe sobre a inclusão de quesitos sobre o estatuto da criança e do adolescente e legislação correlata nos concursos públicos para investidura em cargos públicos do município de Juiz de Fora, conforme específica.	Retirado pelo Autor
130/2017	Considera de Utilidade Pública a entidade que menciona.	Em Tramitação
132/2017	Proíbe a vinculação de dispositivo sonoro nos equipamentos de acionamento de abertura e fechamento de portões de garagens e similares no município, e dá outras providências.	Em Tramitação

133/2017	Dispõe sobre a exigibilidade de Carteira de Identidade no ato da matrícula para alunos da Rede Pública de Ensino Municipal e dá outras providências.	Em Tramitação
134/2017	Dispõe sobre realização de ginástica laboral em empresas de administração pública e privada e, dá outras providências.	Retirado pelo Autor
135/2017	Dispõe sobre Caixa Rápido em agências bancárias do Município de Juiz de Fora.	Em Tramitação
137/2017	Dispõe sobre concessão de título Benemérito (Marcellus de Castro Machado).	Transformado em Norma Jurídica
149/2017	Obriga as Farmácias e Drogarias instaladas no Município de Juiz de Fora a Fornecerem Orçamentos Gratuitos	Em Tramitação
150/2017	Cria o PROGRAMA EMPRESA AMIGA DA ESCOLA no âmbito do município de Juiz de Fora.	Em Tramitação
151/2017	Institui o "BOLETIM ESCOLAR ELETRÔNICO" nas escolas da Rede Pública de Ensino do Município de Juiz de Fora.	Em Tramitação

154/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade dos proprietários de terrenos baldios, sem construção, afixar placa do número do imóvel.	Em Tramitação
156/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade das empresas, Industrial, Comércio e Serviços, enviarem para Câmara Municipal relatório sobre o Trabalho de aprendiz com deficiência.	Em Tramitação
160/2017	Dispõe sobre a isenção do pagamento de taxa de inscrição de concursos públicos promovidos pelo município de juiz de fora, aos doadores de medula óssea.	Em Tramitação
161/2017	Estabelece como ilícito administrativo a coação exercida por guardadores de carros ("flanelinhas").	Em Tramitação
162/2017	Dispõe sobre a INTERNET MÓVEL "WI-FI" NAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS.	Em Tramitação
172/2017	Institui os espaços destinados à cultura denominados "ecopontos culturais" na cidade de juiz de fora e dá outras providências.	Em Tramitação
175/2017	Institui o Festival de Música dos alunos da Rede Pública e Privada de Juiz	Em Tramitação

	Fora, dá outras providências.	
176/2017	Dispõe sobre a implementação de atividades com fins educativos para reparar danos causados no ambiente escolar na rede pública municipal de Juiz de Fora.	Em Tramitação
183/2017	Institui no Município de Juiz de Fora o "Dia municipal da marcha para Jesus", a ser realizada anualmente no segundo domingo do mês de junho.	Retirado pelo Autor
184/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de expedição de receitas médicas e odontológicas digitadas, datilografadas ou manuscritas em letra de forma legível e dá outras providências.	Em Tramitação
185/2017	Assegura matrícula para estudante com deficiência na escola mais próxima de sua residência na rede municipal de ensino.	Em Tramitação
186/2017	Altera o Inciso II do art. 4º da Lei nº 12.980/2014	Em Tramitação
191/2017	Dispõe sobre a IMPLANTAÇÃO DE PONTOS DE ENERGIA ELÉTRICA NOS ÔNIBUS, e dá outras providências.	Em Tramitação

192/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade dos hospitais, pronto atendimentos e estabelecimentos congêneres a notificarem ocorrências de uso de bebida alcóolica e/ ou entorpecentes por crianças a adolescentes.	Em Tramitação
193/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade da presença de intérprete da língua brasileira de sinais - libras, em aulas teóricas nos centros de formação dos condutores.	Em Tramitação
194/2017	Dispõe sobre a PUBLICAÇÃO PRÉVIA DAS ALTERAÇÕES DE LINHAS DE ÔNIBUS, e dá outras providências	Em Tramitação
195/2017	Dispõe sobre a criação do programa "disque solidariedade" e dá outras providências.	Em Tramitação
196/2017	Determina que as empresas que prestam serviços terceirizados a câmara municipal e a prefeitura de juiz de fora, contratem jovens do ensino público para ocupação do primeiro emprego.	Em Tramitação
197/2017	Dispõe sobre a PROIBIÇÃO AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO PRIVADO A NÃO COBRAREM TAXAS PARA	Em Tramitação

	APLICAÇÃO DE PROVAS DE SEGUNDA CHAMADA e dá outras providencias.	
198/2017	Dispõe sobre restringir instruções de Veículos de Autoescola em áreas centrais e dá outras providências.	Em Tramitação
199/2017	Torna obrigatória a instalação de um sistema de som no interior dos ônibus circulares, para informar aos passageiros os locais de cada parada na região central, e dá outras providências.	Em Tramitação
200/2017	Dispõe sobre afixação de cartazes nos estacionamentos públicos e privados, alertando sobre o abandono involuntário de menores no interior dos veículos.	Em Tramitação
201/2017	Dispõe sobre hora certa e o tempo máximo de espera para o recebimento de produtos e execução de serviços, previamente agendados.	Em Tramitação
207/2017	Dispõe sobre a criação de Faixas Exclusivas de Retenção e Proteção para Motociclistas nas vias dotadas de semáforos do Município de Juiz de Fora e dá outras providências	Em Tramitação

208/2017	Dispõe sobre a realização de testes vocacionais gratuitos para todos os alunos do último ano do ensino fundamental e médio matriculados na rede pública de ensino.	Em Tramitação
214/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Joana D'arc da Silva).	Em Tramitação
215/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Unijuf).	Em Tramitação
221/2017	Institui a "SEMANA MUNICIPAL DA JUVENTUDE" e dá outras providências.	Em Tramitação
223/2017	Institui no Município de Juiz de Fora "Dia do Fusca" e dá outras providências.	Em Tramitação
249/2017	Altera os §2º, §4º e §5º além de exclui o §3º DO ART. 1º DA LEI 10415/2003.	Em Tramitação
250/2017	Dispõe sobre a regulamentação do uniforme das motoristas de táxi no Município de Juiz de Fora.	Em Tramitação
251/2017	Altera o ART. 2º e o INCISO II DO ART. 3º DA LEI 11755/2009.	Em Tramitação
255/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de manutenção de exemplares da Bíblia Sagrada e literaturas religiosas nos acervos das bibliotecas.	Em Tramitação

256/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de inserção, nas placas de atendimento prioritário, do símbolo mundial da conscientização do Transtorno do Espectro Autista (TEA), no Município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Em Tramitação
-----------------	---	---------------

Fonte: CMJF

ANEXO KK – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR KENNEDY RIBEIRO (PMDB) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
113/2017	Institui no Calendário Oficial do Município o "Dia Municipal do Empreendedorismo" e a "Semana Municipal do Empreendedorismo" e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
118/2017	Acrescenta o inciso IV no art. 1º e altera a redação do art. 2º da Lei nº 12.871, de 12 de novembro de 2013 que dispõe sobre a vedação à alteração de denominação de logradouros públicos, e dá outras providências.	Em Tramitação
163/2017	DISPÕE SOBRE DENOMINAÇÃO DE PRÓPRIO MUNICIPAL (Escola Municipal Professora Dilamar Carvalho dos Santos).	Em Tramitação
202/2017	Dispõe sobre a divulgação do diário de obras e apontamentos dos serviços realizados pela EMPAV, CESAMA e Secretaria de Obras em seus respectivos endereços eletrônicos.	Em Tramitação
204/2017	Dispõe sobre o registro e a comunicação do nascimento de crianças com deficiência e/ou síndrome de Dow pelos estabelecimentos de saúde junto ao Poder Público Municipal.	Em Tramitação

220/2017	Declara de Utilidade Pública Municipal a entidade que menciona.(Associação de Produtores Rurais de Penido – APRUR PENIDO)	Em Tramitação
221/2017	Institui a "SEMANA MUNICIPAL DA JUVENTUDE" e dá outras providências.	Em Tramitação
222/2017	Autoriza o estacionamento por prazo máximo de dez minutos com pisca alerta ligado em frente às farmácias, drogarias e farmácias de manipulação no município de Juiz de Fora.	Retirado pelo Autor
224/2017	Dispõe sobre denominação de logradouro público (Rua Marina de Oliveira Dias).	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO LL – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR MARLON SIQUEIRA (PMDB) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
13/2017	Autoriza o Poder Executivo a destinar área de recreação para cães, denominada "Parcão", em parques, praças municipais e próprios públicos e dá outras providências.	Retirado pelo Autor
38/2017	Dispõe sobre a criação do Disque-Pichação, como ferramenta estratégica de promoção ao combate da pichação, vandalismo e depredação no Município de Juiz de Fora; altera o caput e inclui o § 3º do art. 7º da Lei n.º 13.321, de 14 de março de 2016, e dá outras providências.	Retirado pelo Autor
60/2017	Acrescenta incisos na Lei n.º 13.305, de 03 de fevereiro de 2016, que "Dispõe sobre a obrigatoriedade de afixação de cartazes em açougues e comércios do ramo, informando a procedência dos produtos que estão sendo comercializados e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
63/2017	Institui a Semana de Conscientização e Proteção dos Direitos dos Animais na Cidade de Juiz de Fora e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
100/2017	Dispõe sobre a instituição	Transformado em Norma

	no Calendário Oficial do Município de Juiz de Fora o evento "Arraiá da Fundação Ricardo Moysés Jr."	Jurídica
101/2017	Altera e acrescenta os dispositivos que menciona, e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
113/2017	Institui no Calendário Oficial do Município o "Dia Municipal do Empreendedorismo" e a "Semana Municipal do Empreendedorismo" e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
123/2017	Dispõe sobre a instituição no Calendário Oficial do Município de Juiz de Fora o evento "Arraiá Beneficente da Ascomcer".	Em Tramitação
126/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Cesar Romero Giovanini Corrêa).	Transformado em Norma Jurídica
129/2017	Dispõe sobre o Disque-Pichação como ferramenta estratégica de promoção ao combate da pichação, vandalismo e depredação no Município de Juiz de Fora; altera o caput e inclui o § 3º do art. 7º da Lei n.º 13.321, de 14 de março de 2016, e dá outras providências.	Em Tramitação
131/2017	Acrescenta o dispositivo que menciona, e dá outras providências.	Em Tramitação

143/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico. (Antônio Carlos Guedes Almas)	Transformado em Norma Jurídica
155/2017	Dispõe sobre o Disque Adoção de Animais, pertencentes ao Canil e Gatil do Município de Juiz de Fora	Em Tramitação
158/2017	Dispõe sobre a área de recreação para cães denominada "Parcão", em parques, praças municipais e próprios públicos e dá outras providências.	Em Tramitação
180/2017	Dispõe sobre denominação de logradouro público e dá outras providências.(Rua Mario Elias Ibrahim e Rua Alípio Deoti)	Em Tramitação
202/2017	Dispõe sobre a divulgação do diário de obras e apontamentos dos serviços realizados pela EMPAV, CESAMA e Secretaria de Obras em seus respectivos endereços eletrônicos.	Em Tramitação
220/2017	Declara de Utilidade Pública Municipal a entidade que menciona.(Associação de Produtores Rurais de Penido – APRUR PENIDO)	Em Tramitação
228/2017	Dispõe sobre o Disque "Plante uma Árvore" no Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação

232/2017	Dispõe sobre a instituição da "Área de Proteção ao Ciclista de Competição APCC" no Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
236/2017	Dispõe sobre a concessão de Título de Utilidade Pública a entidade que menciona (Lions Club de Juiz de Fora).	Em Tramitação
247/2017	Institui o Dia da Cerveja Artesanal Mineira, no âmbito do Município de Juiz de Fora, e a inclusão no Calendário Oficial do evento que menciona.	Em Tramitação
248/2017	Dispõe sobre a rota turística e cultural das cervejas artesanais, no âmbito do Município de Juiz de Fora e dá outras providências.	Em Tramitação
256/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de inserção, nas placas de atendimento prioritário, do símbolo mundial da conscientização do Transtorno do Espectro Autista (TEA), no Município de Juiz de Fora, e dá outras providências.	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO MM – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR PARDAL (PTC) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
35/2017	Dispõe sobre vaga em creche para criança filho ou filha de pais com relação de trabalho, e dá outras providências.	Em Tramitação
36/2017	Dispõe sobre a inserção de texto informativo nos carnês de IPTU, sobre o direito de isenção desse imposto nos casos previsto em lei, e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
37/2017	Dispõe sobre o direito do cidadão de receber as notificações de multas de trânsito, aplicadas pelo Município, na forma que menciona.	Retirado pelo Autor
63/2017	Institui a Semana de Conscientização e Proteção dos Direitos dos Animais na Cidade de Juiz de Fora e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
65/2017	Dispõe sobre denominação de Logradouro Público (Rua Maria Dobiasche Schaller).	Transformado em Norma Jurídica
74/2017	Altera dispositivos da Lei nº 10.318, de 16 de outubro de 2002.	Transformado em Norma Jurídica
83/2017	Institui no Calendário Oficial do Município de Juiz de Fora o "Dia Municipal de Prevenção ao Acidente Vascular	Transformado em Norma Jurídica

	Cerebral (AVC)".	
92/2017	Dispõe sobre recomposição de vencimentos e remunerações dos servidores efetivos e em comissão da Câmara Municipal de Juiz de Fora e os valores das gratificações legislativas, e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
98/2017	Altera dispositivo da Lei nº 9.675, de 16 de dezembro de 1999.	Transformado em Norma Jurídica
190/2017	Dispõe sobre denominação de Logradouro Público.(Rua Sylvio Ribeiro Aragão)	Transformado em Norma Jurídica
231/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Neylson Almeida).	Transformado em Norma Jurídica

Fonte: CMJF

ANEXO NN – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR RODRIGO MATTOS (PSDB) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
92/2017	Dispõe sobre recomposição de vencimentos e remunerações dos servidores efetivos e em comissão da Câmara Municipal de Juiz de Fora e os valores das gratificações legislativas, e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
214/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Joana D'arc da Silva).	Transformado em Norma Jurídica
215/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico (Unijuf)	Transformado em Norma Jurídica
261/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico.(Guilherme Moreira Duarte)	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO NN – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR SARGENTO MELLO CASAL (PTB) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
17/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de prestação de contas das pessoas jurídicas de direito privado que recebam verba pública e dá outras providências	Retirado Provisoriamente Pelo Autor
23/2017	Dispõe sobre a cobrança de estacionamento de veículos em imóveis cuja a atividade principal seja atividade comercial ou prestação de serviços.	Em Tramitação
24/2017	Dispõe sobre autorização para as instituições filantrópicas sem fins lucrativos celebrar contrato de parceria com empresas públicas e sociedades de economia mista domunicípio para captação de doações de particulares.	Retirado Provisoriamente Pelo Autor
40/2017	Acrescenta dispositivos à Lei nº 3060 de 12 de outubro de 1968 e dá outras providências.	Retirado pelo Autor
61/2017	Dispõe sobre a adequação do serviço de segurança e vigilância em instituições financeiras e estabelecimentos congêneres, e dá outras providências	Retirado
117/2017	Acrescenta dispositivos à Lei nº 3060 de 12 de	Retirado

	outubro de 1968 e dá outras providências.	
173/2017	Dispõe sobre a adequação do serviço de segurança e vigilância em instituições bancárias do município de Juiz de Fora.	Em Tramitação
181/2017	Institui o dia 11 de agosto como o Dia Municipal Bombeiro Militar.	Transformado em Norma Jurídica
213/2017	Dispõe sobre Concessão de Título Honorífico (Rodrigo Machado de Andrade).	Transformado em Norma Jurídica
217/2017	Institui o dia 16 de outubro como o Dia Municipal do Agente de Segurança Penitenciária.	Em Tramitação
218/2017	Institui o dia Dia 25 de junho como o Dia Municipal do Policial Militar.	Em Tramitação
233/2017	Acrescenta dispositivos à Lei nº 3060 de 12 de outubro de 1968 e dá outras providências.	Em Tramitação
239/2017	Institui o dia 26 de junho como o Dia do Guarda Municipal	Em Tramitação
240/2017	Institui o dia 16 de fevereiro como o Dia Municipal do Vigilante.	Em Tramitação
246/2017	Institui o dia 27 de março como o Dia Municipal do Agente de Segurança socioeducativo.	Em Tramitação
253/2017	Acrescenta dispositivos à Lei nº 6.908 de 31 de maio	Em Tramitação

	de 1986 e dá outras providências.	
258/2017	Altera o art. 30 da Lei nº 6.612 de 16 de outubro de 1984 e dá outras providências	Em Tramitação
268/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade de prestação de contas das pessoas jurídicas de direito privado que recebam verba pública e dá outras providências.	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO OO – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR VAGNER DE OLIVEIRA (PSC) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
43/2017	Dispõe sobre a dedução dos créditos dos valores do Cartão Passe Fácil, na modalidade Comum, na emissão da segunda via, junto à Associação Profissional das Empresas de Transporte de Passageiros de Juiz de Fora – ASTRANSP.	Mantido o Veto
69/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico. (Isauro José de Calais Filho)	Transformado em Norma Jurídica
113/2017	Institui no Calendário Oficial do Município o "Dia Municipal do Empreendedorismo" e a "Semana Municipal do Empreendedorismo" e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
125/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico, Luiz Guilherme de Campos	Transformado em Norma Jurídica
177/2017	Declara de Utilidade Pública Municipal a entidade que menciona (Associação Desportiva, Cultural e Artística de Capoeira Angola São Bento).	Transformado em Norma Jurídica
220/2017	Declara de Utilidade Pública Municipal a entidade que menciona.(Associação de Produtores Rurais de Penido – APRUR	Em Tramitação

	PENIDO)	
264/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico. (André Luiz Barbosa Machado)	Em Tramitação
265/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico. (Roberto Braga Gomes)	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO PP – RELAÇÃO DOS PROJETOS DE LEI (PL) APRESENTADOS PELO VEREADOR ZÉ MARCIO GAROTINHO (PV) ATÉ 27 DE OUTUBRO DE 2017

PROJETO	EMENTA	SITUAÇÃO
7/2017	Dispõe sobre fixação, em parque de diversões, nos brinquedos e atrações, de placa informativa sobre manutenção, vistoria e risco na sua utilização.	Em Tramitação
29/2017	Dispõe sobre denominação de logradouros públicos a Rua Maria Isabel Gomes, Rua Maria Motta de Souza, Rua Crispim Amâncio, Rua Maria dos Santos Venâncio, Rua Milton de Paula Araujo, Rua Léa Mattos de Castro e Rua Olegário de Oliveira.	Transformado em Norma Jurídica
88/2017	Dispõe sobre concessão de Título Honorífico ao Excelentíssimo Senhor Doutor Desembargador Geraldo Augusto de Almeida.	Transformado em Norma Jurídica
92/2017	Dispõe sobre recomposição de vencimentos e remunerações dos servidores efetivos e em comissão da Câmara Municipal de Juiz de Fora e os valores das gratificações legislativas, e dá outras providências.	Transformado em Norma Jurídica
94/2017	Dispõe sobre a obrigatoriedade dos postos de combustíveis, lava jatos e outros estabelecimentos, instalarem equipamentos de tratamento e reutilização	Em Tramitação

	da água	
105/2017	Institui o mês 'Junho Verde' no Calendário Oficial do Município	Em Tramitação
114/2017	Dispõe sobre denominação de logradouro público. (Rua Anna Gonçalves Barreiros)	Em Tramitação
115/2017	Dispõe sobre denominação de logradouros públicos (Rua Paulo Cesar Otaviano, Rua Joaquim Guimarães de Barros Sobrinho, Rua Sebastião Francisco Calixto, Rua Sônia Maria Barbosa da Silva)	Em Tramitação
136/2017	Altera o artigo 2º da Lei nº 12.924, de 06 de fevereiro de 2014.	Em Tramitação
137/2017	Dispõe sobre concessão de título Benemérito (Marcellus de Castro Machado).	Transformado em Norma Jurídica
146/2017	Institui a Medalha Bernardo Mascarenhas	Transformado em Norma Jurídica
159/2017	Dispõe sobre denominação de logradouros públicos (Rua Milão, Rua Turim, Rua Veneza, Rua Roma, Rua Florença).	Em Tramitação

Fonte: CMJF

ANEXO QQ – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR ADRIANO MIRANDA (PHS) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2958/2017 Período: 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita providências no sentido de providenciar estudos para mudança da linha 524 - São Mateus, para atender de fato ao bairro ESTRELA SUL.	Encaminhado
2734/2017 Período: 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a limpeza de boca de lobo na rua Fernando Lamarca, bairro Distrito Industrial	Encaminhado
2733/2017 Período: 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita redutor de velocidade próximo a Escola Municipal Maria Catarina Barbosa, bairro Ponte Preta.	Encaminhado
2732/2017 Período: 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita redutor de velocidade nas ruas Melo Franco, Gabriel Rodrigues e João Francisco Monteiro, bairro Santa Cecília.	Encaminhado
2541/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a poda de árvores no bairro Santa Cecília	Encaminhado
2458/2017 Período: 18/06/2017 a 18/06/2017	Solicita a iluminação na passarela do bairro Francisco Bernardino com bairro Industrial	Encaminhado
2457/2017 Período: 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a limpeza e manutenção da galeria mista, paralela a linha férrea, no fundo da rua Bernardo Mascarenhas, bairro Fábrica.	Encaminhado

Fonte: CMJF

ANEXO RR – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELA VEREADORA ANA ROSSIGNOLI (PMDB) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2647/2017 Período: 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita junto ao órgão competente a iluminação na quadra dos canários, no Bairro Caeté.	Encaminhada
2649/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita limpeza do terreno e fazer o passeio na Rua José Teixeira Lopes, em frente ao nº 60 no Bairro Bairú.	Encaminhada
2650/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita junto ao órgão competente operação tapa buraco em todas as ruas asfaltadas do Bairro Caeté	Encaminhada
2685/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua Antônio Bento Vasconcelos, bairro Previdenciários	Encaminhada
2686/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita a fiscalização de um terreno na rua Irmã Emerenciana, bairro Retiro	Encaminhada
2687/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita patrolamento na rua Paulo de Lima, bairro Caeté	Encaminhada
2688/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita vistoria em um caixa de servidão da CESAMA, na rua Ouro Fino, bairro Bonfim	Encaminhada
2689/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita patrolamento na rua do Desengano, bairro Caeté	Encaminhada

2690/2017 Período: 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita a capina e limpeza no campo Santo Oraida, bairro Retiro	Encaminhada
2834/2017 Período: 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita junto ao órgão competente a construção de uma boca de lobo na Av. Juiz de Fora, nº 2012 no Bairro Grama.	Encaminhada
3147/2017 Período: 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita a revitalização da quadra na Rua Fausto Machado, em frente ao nº 588, no bairro São Sebastião.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO SS – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR ANDRÉ MARIANO (PSC) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2877/2017 Período: 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita operação tapa buracos, na Rua Danilo Breviglieri, no bairro Bonfim.	Encaminhada
2765/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita operação tapa buraco na Av. Antônio Simão Firjan, bairro Industrial.	Encaminhada
2764/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita operação tapa buraco na Av. Brasil, bairro Industrial.	Encaminhada
2763/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita capina e limpeza na rua Amambaí, bairro Monte Castelo.	Encaminhada
2731/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita operação tapa buracos na rua Marechal Setembrino de Carvalho, no bairro Ladeira.	Encaminhada
2730/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita operação tapa buracos na rua Vicente Beghelli, no bairro Dom Bosco.	Encaminhada
2729/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a capina e limpeza na Rua Joaquim Marques Coimbra, no Bairro Marumbi.	Encaminhada
2684/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita capina e limpeza, na Rua Franklim de Paula Marques, no Bairro Cidade do Sol.	Encaminhada
2683/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita substituição da caixa de esgoto, no escadão, na rua Santa Luiza de Marilac, ao lado	Encaminhada

	do nº 90.	
2682/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita capina e limpeza, na Rua Cidade do Sol, no Bairro Cidade do Sol.	Encaminhada
2591/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a capina e limpeza na Rua Alípio de Almeida, no Bairro Grajaú.	Encaminhada
2590/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a operação tapa buracos na Av. Duardino Longo, no Bairro Barbosa Laje.	Encaminhada
2589/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a capina e limpeza na Av. Duardino Longo, no Bairro Barbosa Laje.	Encaminhada
2523/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita operação tapa buracos na Rua Alípio de Almeida, no Bairro Grajaú.	Encaminhada
2522/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita a revitalização da pintura de sinalização horizontal na Rua Vitar Maria de Oliveira, no bairro Progresso.	Encaminhada
2463/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a instalação de redutor de velocidade na Rua Vitar Maria de Oliveira, bairro Progresso	Encaminhada
2462/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a instalação de um semáforo na Av. Presidente JK, bairro Barbosa Lage.	Encaminhada
2461/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a capina e limpeza na Rua Sebastião José da Silva, bairro N.S. Aparecida.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO TT – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR ANTÔNIO AGUIAR (PMDB) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2455/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que seja atendidas as propostas feitas pelos participantes da Câmara Mirim	Encaminhada
2464/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita implantação de uma feira, aos sábados, na praça da igreja Melquita	Encaminhada
2465/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita poda de árvores em frente ao Colégio Sta. Catarina.	Encaminhada
2466/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita operação tapa buraco na esquina das ruas: Santo Antônio e Silva Jardim	Encaminhada
2467/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Braz Bernardino, bairro Centro	Encaminhada
2468/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita operação tapa buracos em toda a extensão da Rua Major Olímpio Duarte	Encaminhada
2469/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita capina na Rua Moraes e Castro entre os números 409 e 439	Encaminhada
2470/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita limpeza e capina na Rua Luiz Perry	Encaminhada
2471/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Pedido de operação tapa buracos em toda a extensão da Rua Áurea Medeiros	Encaminhada
2472/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita limpeza e capina na Rua José de Araújo	Encaminhada

2473/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita limpeza e capina na Rua Luiza Colsera, bairro Centro	Encaminhada
2474/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita colocação de ESCÓRIA na Rua Hildo Pinto - Sagrado Coração	Encaminhada
2475/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita limpeza e capina na Rua Professor Joaquim Queiroz	Encaminhada
2524/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita operação tapa buraco no cruzamento das ruas Araxá com Agilberto Costa, bairro São Benedito.	Encaminhada
2525/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita pedido de operação tapa buraco na Rua Humberto Berzoine, bairro Santa Luzia.	Encaminhada
2526/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita limpeza, capina e retirada de entulho da Rua Francisca Bechllufft, número 751, Bairro de Lourdes.	Encaminhada
2527/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita limpeza, capina e retirada de entulho da Rua Professor Luiz Viana, 485, Bairro de Lourdes	Encaminhada
2528/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita pedido de poda de árvore na Rua Humberto Berzoine, próximo ao nº 76, bairro Santa Luzia.	Encaminhada
2529/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Agilberto Costa, próximo ao número 220, bairro São Benedito.	Encaminhada
2530/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita limpeza e capina na Rua José de Araújo Braga, próximo ao número	Encaminhada

	126, bairro Industrial.	
2545/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita capina e limpeza na rua Luiz Reiter, bairro Santa Rita	Encaminhada
2546/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita melhoria na iluminação da rua José de Araújo Braga, bairro Industrial	Encaminhada
2629/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita colocação de uma placa "EMBARQUE E DESEMBARQUE" na Rua Barão De Santa Helena	Encaminhada
2693/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita recapeamento asfáltico na rua Benjamin Constant, centro	Encaminhada
2694/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua José Lourenço, bairro São Pedro	Encaminhada
2721/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita pedido de estudo para colocação de rampa de acesso (para deficientes) na calçada da Rua Carlota Malta, esquina com Rua Santo Antônio, bairro Centro.	Encaminhada
2783/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita um estudo e solução para problemas na rede de esgoto, na Rua José Lourenço no Bairro São Pedro.	Encaminhada
2784/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita pedido de estudos fiscalização na Rua Leonora Goretti, no bairro Linhares.	Encaminhada
2839/2017	Solicita ao órgão competente, (DEMLURB),	Encaminhada

03/07/2017 a 03/07/2017	pedido de retirada de entulho na Rua Itatiaia, nº 185, bairro Monte Castelo.	
2840/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita reparo da tampa de boca de lobo na Rua Mariano Procópio, próximo ao número 185, bairro Mariano Procópio.	Encaminhada
2841/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita poda de árvore na Avenida dos Andradas, em frente a Faculdade Universo e o Colégio Santa Catarina.	Encaminhada
3032/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua João Salvi, nº 351, bairro Santa Cândida.	Encaminhada
3033/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Pedro Paulo Vieira, nº 70, bairro Santa Cândida.	Encaminhada
3034/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Paula Lima, entre a Rua Santo Antônio e Avenida dos Andradas, bairro Centro.	Encaminhada
3071/2017 11/07/2017 a 11/07/2017	Solicita aquisição de quatro escadas de dois degraus para que os pacientes possam ter acesso às macas nos consultórios, uma cadeira de rodas para receber pacientes sem condições de locomoção e uma cama hospitalar para a sala de repouso, tudo para	Encaminhada

	a UAPS do Bairro São Judas Tadeu.	
3072/2017 11/07/2017 a 11/07/2017	Solicita colocação de um portão de ferro na UAPS do Bairro São Judas Tadeu, para melhor segurança do patrimônio público contra furtos.	Encaminhada
3073/2017 11/07/2017 a 11/07/2017	Solicita reparo do bebedouro na UAPS do Bairro São Judas Tadeu, haja vista não estar saindo água para o consumo dos usuários da mesma.	Encaminhada
3087/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita retirada de infiltrações em vários locais da UAPS do Bairro São Judas Tadeu.	Encaminhada
3117/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita o fornecimento da relação dos logradouros onde se encontram implantado os estacionamentos preferenciais em área azul ou não para pessoas com deficiência e idosos no Município de Juiz de Fora.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO UU – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR BETÃO (PT) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2571/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita junto a EMPAV, para asfaltar a Rua Geraldo Cardoso de Mello, localizada no Bairro Sagrado Coração de Jesus.	Encaminhada
2572/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita capina e limpeza da Praça Olavo Bilac Pinto, localizada à Rua Aristóteles Evaristo do nascimento no Bairro Jardim Esperança.	Encaminhada
2573/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a EMPAV, para realizar novo asfaltamento, em toda a extensão, da Rua Eurico Viana, localizada do Bairro Vila Alpina.	Encaminhada
2574/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita junto ao DEMLURB, para realizar capina e limpeza na Praça Principal do Bairro Jardim Esperança, localizada na Rua Padre Acacio Duarte.	Encaminhada
2575/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita realizar posteamento. e iluminação do escadão situado à Rua "A" com Alberto Guedes no Bairro Jardim Esperança.	Encaminhada
2577/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita junto a Secretaria de Obras, para fechar um buraco na Rua Aristóteles Evaristo do Nascimento, próximo ao escadão, no Bairro Jardim Esperança.	Encaminhada

2578/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita junto ao DEML URB, para realizar impeza ao longo das margens do córrego que passa pelo Bairro Jardim Esperança.	Encaminhada
2579/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita Secretaria de Obras, para retirada da areia e substituição por piso (cimento ou asfalto), na Praça Principal da Rua Padre Acacio Duarte, localizada no Bairro Jardim Esperança	Encaminhada
2580/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita junto a EMPAV, para asfaltar a R a Afonso José Teixeira, localizada no Bairro Sagrado Coração de Jesus.	Encaminhada
2581/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a Secretaria de Obras, para realizar a troca do piso da quadra poliesportiva do Bairro Jardim Esperança	Encaminhada
2582/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita Secretaria de Obras, para fazer reparos no escadão localizado à Rua Antônio Francisco Lisboa, localizada no Bairro Sagrado Coração de Jesus.	Encaminhada
2583/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita junto a Secretaria de Agricultura e Abastecimento, para estudar a possibilidade de	Encaminhada

	viabilizar e implantar, feiras livres noturnas de agricultura familiar orgânica no município.	
2584/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita junto ao DEMLURB, para instalar lixeiras, a partir do número 800 até o final, na Rua Carangola, localizada no Bairro Democrata.	Encaminhada
2619/2017 23/06/2017 a 23/06/2017	Solicita asfaltamento da rua Américo Mozzato, bairro Recanto dos Lagos.	Encaminhada
2620/2017 23/06/2017 a 23/06/2017	Solicita recapeamento asfáltico na rua José Lourenço, bairro Vale do Ipê.	Encaminhada
2621/2017 23/06/2017 a 23/06/2017	Solicita asfaltamento da rua Maria de Barros Fiscaldi Neves, bairro Recanto dos Lagos	Encaminhada
2955/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto a SETTRA, para retirar placas de sinalização de "Área de Segurança", localizadas nas Ruas Barão de Santa Helena	Encaminhada
3097/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita junto à Secretaria de Obras, para estudar a viabilidade de colocar redutores de velocidade, bem como intervalos de passagem para pedestres, no trecho da Avenida Barão Rio Branco	Encaminhada

ANEXO VV – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR CASTELAR (PT) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2454/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita o arquivamento do Projeto de Lei nº 111/2017, Processo 7715-00/2016.	Encaminhada
2592/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a retirada de entulho e lixo que vem sendo depositado na Rua Luiz André Hagem, no bairro Monte Castelo e a colocação de placa de Proibição de descarte de lixo e entulho no local.	Encaminhada
2593/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a retirada do entulho depositado na Rua Itatiaia, em frente ao Nº 185, no bairro Monte Castelo.	Encaminhada
2761/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua Geraldo Gomes Ribeiro, bairro Monte Castelo	Encaminhada
2982/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita capina e limpeza do córrego localizado no bairro Carlos Chagas, na Rua Eunice Weaver.	Encaminhada
2983/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita a capina e limpeza das Ruas Amambaí e Capitão Arão, no bairro Monte Castelo.	Encaminhada
2984/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita capina e limpeza da Rua Antônio Costa Pacheco Filho, bairro Esplanada.	Encaminhada
3132/2017	Solicita a manutenção e o recapeamento da	Encaminhada

13/07/2017 a 13/07/2017	pavimentação asfáltica — operação tapa buracos na Rua Eunice Weaver, bairro Carlos Chagas.	
3133/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a manutenção e o recapeamento da pavimentação asfáltica — operação tapa buracos, na Avenida Francisco Valadares, entre os bairros Poço Rico e Vila Ideal.	Encaminhada
3134/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita capina e limpeza das seguintes ruas do bairro Santa Tereza: José Ladeira, Edgard Carlos Pereira e rua Coronel Delfino Nonato de Faria.	Encaminhada
3135/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a manutenção e o recapeamento da pavimentação asfáltica — operação tapa buracos, na rua da Bahia, sentido bairro Vila Ideal, Poço Rico.	Encaminhada
3136/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a manutenção e o recapeamento da pavimentação asfáltica — operação tapa buracos, na rua Edgard Carlos Pereira, no bairro Santa Tereza.	Encaminhada
3137/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a poda das árvores localizadas nas ruas Pinto de Moura, Herculano Pena e rua Doutor Vilaça, no bairro Poço Rico.	Encaminhada
3138/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita que seja feito um estudo de colocação de redutores de velocidade ou traffic calming nas Ruas Expedicionário Antônio	Encaminhada

	Novaes e Coronel Quintão.	
3139/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a poda das árvores localizadas na Avenida Brasil na extensão dos bairros Poço Rico e Vila Ideal.	Encaminhada
3140/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a limpeza e detetização das bocas de lobo do bairro Parque das Águas.	Encaminhada
3141/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita o conserto de bueiro na Rua Geraldo Gomes Ribeiro, próximo ao Esporte Clube Vila Branca, bairro Monte Castelo.	Encaminhada
3142/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a capina, limpeza e a poda das árvores localizadas em toda a extensão do muro de contenção de encostas, no bairro Santa Tereza.	Encaminhada
3143/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a colocação de placas com os dizeres "PROIBIDO JOGA LIXO — DESCARTE IRREGULAR", na Rua Coronel Delfino Nonato de Faria, em frente ao campo do clube Tupinambás, no bairro Santa Tereza.	Encaminhada
3144/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita capina e limpeza no campo do Ferroviário (Central), localizado no bairro Santa Tereza.	Encaminhada
3145/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita capina e limpeza na Praça da República, localizada no bairro Poço	Encaminhada

	Rico.	
3146/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita capina e limpeza da Rua da Bahia, no bairro Poço Rico.	Encaminhada
3156/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita capina e limpeza na rua Enéas Mascarenhas, bairro Monte Castelo.	Encaminhada
3157/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita a poda da árvore, localizada na rua Iguaçu, em frente ao N° 190, no bairro Monte Castelo.	Encaminhada
3158/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita estudo visando a instalação de duas rotatórias, ambas destinadas a melhorar o acesso ao bairro Democrata, região central da cidade.	Encaminhada
3159/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita a manutenção e o recapeamento da pavimentação asfáltica — operação tapa buracos, na rua Amambaí, bairro Monte Castelo.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO WW – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR CHARLLES EVANGELISTA (PP) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2481/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a EMPAV, para que seja realizado uma operação tapa buracos na Rua Antônio da Silva	Encaminhado
2482/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a EMPAV, para que seja realizado uma operação tapa buracos na Rua Eng. Hugo Vocurca Filho	Encaminhado
2483/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a EMPAV, para que seja realizado uma operação tapa buracos na Rua Romeu Pasteuri no Bairro Bom Jardim.	Encaminhado
2485/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita um estudo para a construção de uma boca de lobo rebaixada na Rua Fanny Fortini Sampaio em frente o número 55 no Bairro Fontes Ville.	Encaminhado
2486/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que que seja realizado um nivelamento asfáltico na Av. Brasil em frente o número 2608 no Bairro Poço Rico.	Encaminhado
2487/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a EMPAV, para que seja realizado uma operação tapa buracos na Av. Doardino Longo em toda sua extensão no bairro Barbosa Lage.	Encaminhado
2488/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a Demlurb, a implantação de lixeiras em vários pontos do Bairro Jóquei Clube II.	Encaminhado
2489/2017	Solicita a EMPAV, para que seja realizado uma operação	Encaminhado

	Alfeneiros.	
2707/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita que seja realizada a troca do sistema de captação de água pluvial no Bairro Jardim dos Alfeneiros.	Encaminhado
2708/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita a pintura da sinalização na ponte da Estrada da Remonta.	Encaminhado
2709/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita que seja realizado a construção de 3 (três) mesas com seus respectivos bancos num espaço na Rua José Rodrigues de Oliveira Ribeiro, em frente o número 54, no Bairro Barbosa Lage.	Encaminhado
2710/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita o recapeamento no asfalto da Rua José Teixeira, em toda sua extensão, no Bairro Cidade do Sol.	Encaminhado
2711/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita que seja providenciada melhoria no sistema de iluminação pública em todo bairro Nova Era II.	Encaminhado
2712/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita capina e limpeza em toda a extensão da Rua José Manoel de Oliveira, no Bairro Cerâmica.	Encaminhado
2713/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita capina e limpeza em toda a extensão da beira do rio no Acesso Norte.	Encaminhado
2714/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita capina e limpeza do Campo de Futebol no Bairro Nova Era II.	Encaminhado
2715/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita capina e limpeza em toda a extensão da Rua Sueny Sacconi, no Bairro Monte Castelo.	Encaminhado

2716/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita capina e limpeza em toda a extensão da Rua Francisco de Almeida, no Bairro Cerâmica.	Encaminhado
2735/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a construção de uma UAPS, no bairro Furtado de Menezes	Encaminhado
2736/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a revitalização da quadra da praça do bairro Santa Luzia	Encaminhado
2737/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita asfaltamento na estrada do Maracujá, distrito de Penido	Encaminhado
2738/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a construção de uma creche no bairro Nova Era	Encaminhado
2739/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a poda de árvore na rua Dr. Dirceu de Andrade, bairro Teixeiras	Encaminhado
2740/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a melhoria da iluminação pública na praça Dr. Dirceu de Andrade no bairro Teixeiras	Encaminhado
2881/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (EMPAV), para que seja realizado uma operação tapa buracos em toda sua extensão do Bairro Previdenciários.	Encaminhado
2882/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (Demlurb), para que seja realizado o trabalho de capina e limpeza em toda a extensão da Rua José Cláudio de Souza no Bairro Bela Aurora.	Encaminhado
2883/2017	Solicita trabalho de capina e limpeza em toda a extensão do	Encaminhado

04/07/2017 a 04/07/2017	escadão entre as Ruas Francisco Gonçalves Mariano e Oliveira Moreira no Bairro Bela Aurora.	
2884/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a EMPAV, o recapeamento no asfalto em toda extensão da Rua Francisco Gonçalves Mariano no Bairro Bela Aurora	Encaminhado
2885/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto aos órgãos competentes, para que seja realizado a pavimentação asfáltica na Rua A em toda sua extensão no Bairro Previdenciários.	Encaminhado
2886/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita substituição do sistema de iluminação pública por lâmpadas mais fortes em todo Bairro Industrial.	Encaminhado
2887/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto aos órgãos competentes, para que seja providenciada a instalação do sistema de iluminação no Bairro Granjas Triunfo.	Encaminhado
2888/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (Demlurb), para que seja realizado o trabalho de capina e limpeza em toda a extensão do Bairro Grama.	Encaminhado
2889/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (Demlurb), para que seja realizado o trabalho de capina e limpeza em toda a extensão do Bairro Santa Cecília.	Encaminhado
2890/2017	Solicita junto a Empresa	Encaminhado

04/07/2017 a 04/07/2017	Municipal de Pavimentação e Urbanização - EMPAV, o recapeamento no asfalto em toda extensão da Rua José Cláudio de Souza no Bairro Bela Aurora.	
2891/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (Demlurb), para que seja realizado o trabalho de capina e limpeza em toda a extensão do Bairro Grama.	Encaminhado
2892/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita para que seja providenciada substituição do sistema de iluminação pública por lâmpadas mais fortes na Rua Dr. Acácio Teixeira em toda sua extensão no Bairro Grajaú.	Encaminhado
2893/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita para que seja realizado um estudo para implantação da rede de esgoto no Bairro Granjas Triunfo.	Encaminhado
2894/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a Empresa Municipal de Pavimentação e Urbanização - EMPAV, o recapeamento no asfalto em toda extensão do Bairro Granjas Triunfo.	Encaminhado
2895/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita para que seja realizado um estudo para instalação de redutor de velocidade na Rua Professor Mauricio acedo próximo o número 100 no Bairro Jardim Santa Isabel.	Encaminhado
2896/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita para que seja realizado o trabalho de capina e limpeza em toda a extensão da rua Rua	Encaminhado

	Carolina Furtado Dutra no Bairro Nova Era.	
2897/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto aos órgãos competentes, para que verifique a possibilidade de fechar a guarita abandonada em frente o arco da entrada do Bairro Jardim Santa Isabel	Encaminhado
2898/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita para que seja realizado a pavimentação asfáltica na Rua Francisco de Paula Gomes em toda sua extensão no Bairro Nova Era.	Encaminhado
2899/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a Empresa Municipal de Pavimentação e Urbanização - EMPAV, a pavimentação asfáltica no Bairro Granjas Triúnfo em toda sua extensão.	Encaminhado
2960/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto a Secretaria de Obras, que providencia colocação de um poste de iluminação pública na Rua Carlos Alves esquina com Rua Otávio Pereira Torres	Encaminhado
2961/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto ao órgão competente, neste caso a Secretaria de Comunicação Social (SCS) a realização do Projeto "Bem Comum Bairros" no Bairro Jardim Natal.	Encaminhado
2962/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita EMPAV, o recapeamento ou melhoria no asfalto da Rua Antonio Chimico	Encaminhado

	Corrêa no Bairro Bom Clima em toda sua extensão.	
2963/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita (EMPAV), para que seja realizado uma operação tapa buracos na Rua José Teixeira da Silva em toda sua extensão no bairro Cidade do Sol.	Encaminhado
2964/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto a EMPAV, a pavimentação asfáltica na Rua Francisco de Paula Gomes, no bairro Nova Era	Encaminhado
2965/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (Demlurb), para que seja realizado o trabalho de capina e limpeza em toda a extensão da Rua Diomar Monteiro no Bairro Grama.	Encaminhado
2966/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto aos órgãos competentes (Demlurb), para que seja realizado trabalho de capina e limpeza em todo o bairro Santa Cecília.	Encaminhado
2967/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita através dos órgãos competentes, serviços de revitalização para a ponte de pedestre que dá acesso aos bairros, Jôquei Clube 11 a Jôquei Clube III e Parque Das Torres.	Encaminhado
2968/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto a EMPAV, para que seja realizado uma operação tapa buracos na Rua Dr. João Penido em toda sua extensão no	Encaminhado

	bairro Jóquei Clube III.	
2969/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto aos órgãos competentes (Demlurb), para que seja realizado trabalho de capina e limpeza em todo o bairro Cidade do Sol.	Encaminhado
2970/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita para que seja feita a Poda da árvore na Rua Luiz Baltazar Éberle no Bairro Monte Castelo.	Encaminhado
3024/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que seja feita a poda da árvore na Av. Santa Luzia, 1011, no Bairro Santa Luzia.	Encaminhado
3025/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que seja realizado um estudo da possibilidade de ampliação dos horários e quantidade de carros do Transporte Coletivo Urbano da linha 137, no Bairro Sagrado Coração.	Encaminhado
3088/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita limpeza das bocas de lobo da esquina da Rua General Almerindo Silva Gomes com a Rua Doutor Dias	Encaminhado
3089/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita junto à SECRETARIA DE OBRAS (PRÓ-ENERGIA) a colocação de poste de iluminação pública no Túnel do Bairro Retiro.	Encaminhado
3090/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita junto aos órgãos competentes, para que seja recolocados os postes de iluminação pública que foram arrancados em vários pontos da Av. JK.	Encaminhado

3091/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita limpeza da praça do Bairro Barbosa Lage.	Encaminhado
3092/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita Professor Crisóstomos Ferreira no Bairro Granjas Triunfo.	Encaminhado
3125/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita que seja fornecido junto a autorização de estacionamento para idosos, uma relação das vagas disponíveis nas ruas no município de Juiz de Fora.	Encaminhado
3126/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita que seja realizado trabalho de retirada de raiz de arvore que foi retirada na Rua Eucheris Rodrigues, em frente o número 300, no Bairro Industrial.	Encaminhado
3127/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita que seja realizado trabalho de retirada de entulho e limpeza da Rua Eucheris Rodrigues, em toda sua extensão no Bairro Industrial.	Encaminhado

Fonte: CMJF

ANEXO XX – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR CIDO REIS (PSB) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2456/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que parte desses recursos arrecadados do Imposto Sobre Serviços (ISS) sejam destinados à Secretária de Saúde	Encaminhada
2608/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita redutor de velocidade na rua João Ribeiro de Novaes, bairro Vila Esperança I	Encaminhada
2609/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita desentupir canaleta em frente a galeria Dr. João Beraldo, Centro	Encaminhada
2610/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita o manilhamento do córrego da rua Padre Guilherme Goossens, bairro Sagrado Coração de Jesus	Encaminhada
2611/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a colocação de meio fio na rua "C", bairro Niteroi/Retiro	Encaminhada
2612/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a limpeza de boca de lobo na rua João Ribeiro de Novaes, bairro Vila Esperança I	Encaminhada
2613/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a colocação de cascalho na estrada do bairro Niterói/Retiro	Encaminhada
2614/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a troca de lâmpadas na galeria Dr. João Beraldo, Centro	Encaminhada
2615/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a capina na estrada do bairro Niterói/Retiro	Encaminhada

2651/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a retirada dos Projetos de Lei n°s 062/2017 e 120/2017.	Encaminhada
2652/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a revitalização da praça do bairro Miguel Marinho	Encaminhada
2653/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a limpeza de boca de lobo na rua Padre Gabriel Wanvick	Encaminhada
2654/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a colocação de redutor de velocidade na rua JK, bairro Miguel Marinho	Encaminhada
2655/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita recapeamento asfáltico na rua Martins Barbosa, bairro Benfica	Encaminhada
2656/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a realização de feiras-livres, na praça Cel. Jeremias Garcia, bairro Benfica	Encaminhada
2657/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a renovação do convênio com os Correios	Encaminhada
2658/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita asfaltamento nas ruas do bairro Miguel Marinho	Encaminhada
2659/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita capina e limpeza no bairro Miguel Marinho	Encaminhada
2660/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita reparo na boca de lobo da rua Coronel Sebastião Alves, bairro Miguel Marinho	Encaminhada
2661/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua Martins Barbosa, bairro Benfica	Encaminhada

2662/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina e limpeza no córrego do bairro Santa Cruz/ Jardim dos Alfeneiros	Encaminhada
2663/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina e limpeza nas ruas do bairro Santa Clara	Encaminhada
2664/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a colocação de um abrigo de ônibus na rua Professor José Maurício Macedo, bairro Santa Isabel	Encaminhada
2665/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a troca de lâmpadas na rua Luiz Halfeld, bairro Miguel Marinho	Encaminhada
2831/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a troca de lâmpadas da iluminação pública na rua Dr. João Vieira, bairro Vila Ideal	Encaminhada
2832/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a colocação de placa de ônibus na rua Dr. João Vieira, bairro Vila Ideal	Encaminhada
2833/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita asfaltamento da estrada do bairro Rosário de Minas	Encaminhada
3016/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita capina e limpeza em todas as Ruas do Bairro São Judas Tadeu.	Encaminhada
3017/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita capina e limpeza em todas as Ruas do Bairro Miguel Marinho.	Encaminhada
3018/2017	Solicita capina e limpeza em todas as Ruas do Bairro	Encaminhada

07/07/2017 a 07/07/2017	Sagrado Coração de Jesus.	
3019/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita competente capina e limpeza em todas as Ruas Geraldo de Almeida, João Lourenço Marcelino, Bairro Nova Benfica — Residencial Nova Benfica.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO YY – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELA VEREADORA DELEGADA SHEILA (PTC) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2455/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que seja atendidas as propostas feitas pelos participantes da Câmara Mirim	Encaminhada
2514/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita uma autorização para Carolina Martins Gonçalves fazer o uso do elevador dos ônibus, principalmente das linhas 511 e 512, devido a dificuldade deambular.	Encaminhada
2515/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita com a possível urgência a colocação da Placa de Transporte Escolar na Rua Henrique de Novaes, em frente ao nº 131; Bairro N. Sra. de Lourdes.	Encaminhada
2516/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita com a possível urgência a troca da Placa de sinalização de "Proibido Parar" para colocação da "Placa de máximo de 10 minutos com pisca alerta ligado ou Placa de Carga e Descarga na Rua Antonio Lopes Junior, em frente ao nº 15; Bairro Francisco Bernardino.	Encaminhada
2550/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita alteração no sentido da rua Roberto Hagreaves, bairro Linhares	Encaminhada
2551/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita operação tapa buraco na rua José Sobreira, bairro Linhares	Encaminhada

2552/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua Antônio Carlos da Silva, bairro Jardim Natal	Encaminhada
2595/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Otávio Schettino, Bairro Jardim Natal.	Encaminhada
2596/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Miguel Cirilo da Silva, Bairro Jardim Natal.	Encaminhada
2622/2017 23/06/2017 a 23/06/2017	Solicita revitalização da Praça Leonora Stirling Armstrong; Bairro Encosta do Sol.	Encaminhada
2623/2017 23/06/2017 a 23/06/2017	Solicita limpeza e capina na Praça Leonora Stirling Armstrong; Bairro Encosta do Sol.	Encaminhada
2632/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão do córrego que fica localizado na Rua Dr. Augusto Eckmann; Bairro Jardim Natal.	Encaminhada
2633/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita operação tapa buraco em toda extensão da Rua Dr. Augusto Eckmann; Bairro Jardim Natal	Encaminhada
2634/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita limpeza, capina e retirada de entulhos em toda extensão da Rua José Nunes Pereira; Jardim Natal.	Encaminhada
2806/2017	Solicita um automóvel para visitas da Comissão da	Encaminhada

29/06/2017 a 29/06/2017	Pedofilia na Deam e Delegacia Regional, no dia 03 de julho de 2017 às 9h.	
2807/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita o uso do Plenário para a realização de uma palestra sobre a CPI das Gangues, a ser ministrada pelo Dr. José Armando da Silveira.	Encaminhada
2808/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Jerônimo Fernandes de Almeida; Bairro Benfica.	Encaminhada
2809/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Dr. Augusto Eckmann; Bairro Jardim Natal	Encaminhada
2810/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita operação Tapa buraco em toda extensão da Rua Jerônimo Fernandes de Almeida; Bairro Benfica.	Encaminhada
2956/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita providências no sentido de solucionar operação tapa buraco em toda extensão da Rua João Diniz Pipa; Bairro Benfica.	Encaminhada
3035/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita urgência limpeza e capina em toda extensão do córrego que fica localizado na Rua Vereador Laudelino Schettino; Bairro Democrata.	Encaminhada
3036/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita operação tapa buraco em toda extensão da Rua Antonio Carlos da Silva; Bairro Jardim Natal.	Encaminhada

3037/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita solucionar os constantes vazamentos na rede de esgoto da servidão que liga a Rua Jerônimo Norberto Fernandes à Rua João Lourenço Marcelino, próximo ao nº 69; Bairro Benfica.	Encaminhada
3038/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Eduardo Weiss; Bairro Fábrica.	Encaminhada
3039/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita operação tapa buraco em toda extensão da Rua Geraldo Gerhein; Bairro Cidade do Sol.	Encaminhada
3040/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita solucionar os constantes vazamentos na rede de esgoto da Rua Guilardo Xavier Furtado, próximo ao nº 630; Bairro Carlos Chagas.	Encaminhada
3041/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita limpeza e capina na Rua João Lourenço Marcelino, Bairro Benfica.	Encaminhada
3079/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Antonio Chimico Corrêa; Bairro Bom Clima.	Encaminhada
3080/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita operação tapa buraco no cruzamento da Rua Major Maximiano Campos com Rua Luis Rocha; Bairro Eldorado.	Encaminhada
3081/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita operação tapa buraco em toda extensão da Rua Arcanjo de Campos Miranda; Bairro Eldorado.	Encaminhada

3082/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita operação Tapa buraco em toda extensão da Rua Geraldo Scaldine Machado; Bairro Jardim Natal.	Encaminhada
3083/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	solucionar operação tapa buraco em toda extensão da Rua João Garcia Couri; Bairro Eldorado.	Encaminhada
3084/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita operação tapa buraco em toda extensão da Av. Juiz de Fora; Bairro Grama.	Encaminhada
3085/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua da Passagem; Bairro Linhares.	Encaminhada
3098/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita operação tapa buraco em toda extensão na Rua Antonio Dias Tostes, em frente ao nº 691; Bairro Granbery.	Encaminhada
3099/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita limpeza, capina e retirada de entulhos na área de servidão que liga a Rua Poeta Daltemar Lima à Av. Nicolau Ibrahim Arbex, próximo ao nº 305; Bairro Encosta do Sol.	Encaminhada
3100/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Waldir Machado Filho; Bairro Borboleta.	Encaminhada
3101/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita limpeza e capina em um terreno localizado à Rua Jaime Schimitz, esquina com a Rua João Leite de Oliveira; Bairro Encosta do Sol.	Encaminhada

3102/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Tenente Lucas Drumont; Bairro Jardim Natal.	Encaminhada
3103/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita limpeza e capina em toda extensão da Rua Pedro Moreira Cavalcanti; Bairro Jardim Natal.	Encaminhada
3104/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita redutor de velocidades entre as Ruas Mariano Procópio e Senador Feliciano, próximo ao nº 1452; Bairro Mariano Procópio.	Encaminhada
3105/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita com a possível urgência, iluminação na Praça que fica localizada no final da Rua Vieira Pena; Bairro Mundo Novo.	Encaminhada
3106/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita urgência limpeza e capina em toda extensão da Rua Pedro Paulo da Silva; Bairro Jardim Natal.	Encaminhada
3108/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua João Lourenço Marcelino; Bairro Benfica.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO ZZ – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR FIORILO (PTC) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2509/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita sinalização de cor amarela balizando a entrada da Loja Comercial situada nesta cidade, à Rua Deusdedith Salgado, nº 1.563, Bairro Teixeira	Encaminhada
2510/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita instalação de rede de esgoto na Rua Joaquim Vicente Guedes, à partir do nº 4.400, Bairro Graminha.	Encaminhada
2511/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita a CESAMA providências a fim de examinar e corrigir um entupimento de esgoto na Rua Mário Crispim	Encaminhada
2617/2017 23/06/2017 a 23/06/2017	Solicita a instalação de semáforo na rua Comendador Pantaleone Arcuri, bairro Teixeira	Encaminhada
2618/2017 23/06/2017 a 23/06/2017	Solicita para que seja feito um acesso pela internet informações a respeito do Cartão Passe Fácil da ASTRANSP	Encaminhada
2691/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita reparos no escadão da rua Argemiro José Machado, bairro Jardim de Alá	Encaminhada
2692/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita asfaltamento na rua Marcassitas, bairro Marilândia	Encaminhada
2722/2017	Solicita desobstrução de boca de lobo na rua José Ribeiro de Mattos, bairro	Encaminhada

28/06/2017 a 28/06/2017	Benfica	
2762/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita a poda de árvore na rua São Mateus, bairro São Mateus	Encaminhada
2824/2017 30/06/2017 a 30/06/2017	Solicita desentupimento de boca de lobo na rua Antônio José de Souza Sobrinho, bairro Caiçaras	Encaminhada
2971/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita URGENTEMENTE, pela Secretaria de Obras (SO) obra de alargamento do leito do Córrego que vem do Bairro São Geraldo e Previdenciários, no sentido Bairro-Centro, na Rua Darcy Vargas, para permitir o fluxo melhor das águas.	Encaminhada
2972/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita em caráter URGENTE, faça novos estudos sobre a possibilidade de instalar sinalização semafórica no local, ou seja, na Rua Ibitiguaia	Encaminhada
2973/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto à Secretaria de Obras (SO) implantação de meio fio na Rua: "H", Bairro São Geraldo.	Encaminhada
2974/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita que seja acionado o DEMLURB para capina, corte da vegetação e limpeza na Av. Darcy Vargas, Bairro: São Geraldo.	Encaminhada

<p>2975/2017 05/07/2017 a 05/07/2017</p>	<p>Solicita junto à Secretaria de Obras (S O) a instalação da rede de captação de águas pluviais em toda a extensão da Rua "H", no Bairro São Geraldo.</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2976/2017 05/07/2017 a 05/07/2017</p>	<p>Solicita junto à CESAMA estudo para implantação de rede de captação de esgoto da Rua Antônio Bento de Vasconcellos e Rua Darcy Vargas - sentido Bairro São Geraldo e Previdenciários -</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2977/2017 05/07/2017 a 05/07/2017</p>	<p>Solicita adoção de medidas, URGENTES, no sentido de adotar como APA (Área de Proteção Ambiental) o local em questão, visando a proteger e conservar a qualidade ambiental e os sistemas naturais do Parque Ecológico - a exemplo do da Lajinha e da Mata do Krambeck - sendo de grande proveito para o Município.</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>3020/2017 07/07/2017 a 07/07/2017</p>	<p>Solicita atendimento ao Pedido de Informação 0005-2017, cumprindo o que determina a Lei Orgânica Municipal.</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>3064/2017 11/07/2017 a 11/07/2017</p>	<p>Solicita um estudo no sentido de estender o horário de funcionamento do banheiro público do Parque Halfeld, aos sábados, das 8:00 às 14:00</p>	<p>Encaminhada</p>

	h.	
3065/2017 11/07/2017 a 11/07/2017	Solicita substituição da tampa de um bueiro na Rua Luiz Antônio Vieira Pena, ao lado do nº 941 ou em frente ao nº 954, Bairro Mundo Novo.	Encaminhada
3119/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita o desentupimento de uma boca de lobo entupida localizada na Rua Alameda Pássaros da Polônia, em frente ao nº 160, Bairro Estrela Sul.	Encaminhada
3120/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita o desentupimento de duas bocas de lobo entupidas localizadas na Rua Alameda Pássaros da Polônia, em frente ao nº 54, Bairro Estrela Sul.	Encaminhada
3121/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita o desentupimento de duas bocas de lobo entupidas localizada na Rua Alameda Pássaros da Polônia, em frente ao nº 134, Bairro Estrela Sul.	Encaminhada
3122/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita o desentupimento de uma boca de lobo entupida localizada na Rua Alameda Pássaros da Polônia, em frente ao nº 148, Bairro Estrela Sul.	Encaminhada
3123/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita o desentupimento de duas bocas de lobo entupidas localizada na Rua Alameda Pássaros da Polônia, em frente ao nº 132, Bairro Estrela Sul.	Encaminhada
3124/2017	Solicita o desentupimento de duas bocas de lobo	Encaminhada

13/07/2017 a 13/07/2017	entupidas localizada na Rua Alameda Pássaros da Polônia, em frente ao nº 154, Bairro Estrela Sul.	
3154/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita , providências no sentido de asfaltar a Travessa "F" próximo à Rua Robson da Costa Magalhães, Bairro Bela Aurora.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO AAA – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR JOÃO COTECA (PR) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2542/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita o recapeamento asfáltico na rua da Fé, na Vila Mello Reis, bairro Santa Cruz	Encaminhado
2543/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a colocação de placa de trânsito na rua José Gustavo do Nascimento, bairro Nova Era.	Encaminhado
2544/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita pavimentação asfáltica na rua Martins Barbosa, bairro São Damião II	Encaminhado
2695/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita operação "tapa buracos" em toda a extensão da rua Felício Manoel de Oliveira.	Encaminhado
2696/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita limpeza em 03 (três) "bocas de lobo" na Rua Luiz Vicentin próximo ao numero 37, no bairro ova Benfica.	Encaminhado
2697/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita sinalização horizontal (Faixa de Pedestres) na Avenida Dr. Simeão de Farias, na altura do numero 1047, bairro Santa Cruz.	Encaminhado
2698/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita manutenção e revisão total das Câmeras "Olho Vivo" no Bairro Santa Cruz.	Encaminhado
2699/2017	Solicita capina e Limpeza na rua Justino Gomes	Encaminhado

27/06/2017 a 27/06/2017	Monteiro no bairro Santa Cruz.	
2700/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita operação "tapa buracos" em toda a extensão das ruas Maria da Conceição Marinho e Antonio Mourão Guimarães no bairro Santa Cruz.	Encaminhado
2726/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a retirada de um tronco na calçada em frente a praça CÉU, no bairro Benfica.	Encaminhado
2727/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita recolocação da tampa da boca de lobo na Rua Álvaro Cruz, esquina com a rua João de Oliveira, no bairro Santa Cruz.	Encaminhado
2728/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita verificar a possibilidade de substituir um poste na rua Maria Cândida de Jesus, nas proximidades do número 54, no bairro Santa Cruz.	Encaminhado
2780/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita providências à SETTRA no sentido de analisar e verificar a possibilidade de colocação de redutores de velocidade ou traffic calming na rua Antonio Joaquim da Silva no Bairro Santa Cruz.	Encaminhado
2781/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita ao órgão competente quanto a reforma total do escadão que liga a rua Maria Cândida de Jesus com Antonio Joaquim da Silva, bairro Santa Cruz.	Encaminhado

2782/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita medida necessária à resguardar a segurança no trânsito na Rua Abilio Gomes esquina com Geraldo Scaldinc Machado	Encaminhado
2876/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a construção de uma rampa de acessibilidade para cadeirantes na UAPS de Santa Cruz	Encaminhado
2941/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita providências junto ao órgão competente a realização de capina e limpeza em toda extensão do córrego situado entre Santa Cruz e Jardim dos Alfineiros	Encaminhado
2942/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita providências junto ao órgão competente a realização de recolocação dos meios fios no viradouro da Rua Engenheiro João Brasil	Encaminhado
2943/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto providências junto ao Órgão Competente quanto ao desentupimento e limpeza em 03 (três) "bocas de lobo" na Ernesto Pancini	Encaminhado
2944/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto ao Órgão Competente quanto desentupimento e limpeza em 02 (duas) "bocas de lobo" na Toscano Bosco	Encaminhado
2945/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto a EMPAV, solicitando providências no sentido de proceder a operação tapa buracos em	Encaminhado

	toda a extensão da rua Ernesto Pancini	
2946/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita sinalização horizontal em frente ao Conservatório Estadual de Música Haidée	Encaminhado
2947/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto ao órgão competentes (SETTRA), no sentido de verificar a possibilidade de sinalização vertical e horizontal para a criação de (02) duas vagas para estacionar para desembarque de cadeirantes, em frente a UAPS Santa Cruz	Encaminhado
2948/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita capina e limpeza na rua Nelson Soares da Costa no bairro Santa Cruz Rua Engenheiro João Brasil, no bairro São Damião II.	Encaminhado
3021/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita Audiência Pública para discutirmos a situação das pessoas com necessidades especiais e a iminente necessidade de adequação e acessibilidade em nosso município.	Encaminhado
3022/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita capina e limpeza em toda extensão da rua Dr. Augusto Eckmam, no bairro Francisco Bernardino.	Encaminhado
3066/2017 11/07/2017 a 11/07/2017	Solicita manutenção das câmeras do sistema de monitoramento do Olho Vivo bem como o reparo	Encaminhado

	dos equipamentos (Joysticks) internos que estão desativados	
3068/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita desentupimento e limpeza nas bocas de lobo na rua José Rubens Moreira, no bairro Santa Cruz.	Encaminhado
3069/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita operação "tapa buracos" na rua Miguel Marinho, no bairro Santa Cruz.	Encaminhado
3070/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita a realização de capina e limpeza em toda extensão da rua José Rubens Moreira, no bairro Santa Cruz.	Encaminhado
3110/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita capina e limpeza em toda extensão da rua José Teixeira da Silva, no bairro Cidade do Sol.	Encaminhado
3111/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a realização de desentupimento da rede de captação de esgoto na Rua Das Margaridas, no bairro Santa Cruz.	Encaminhado
3112/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita operação "tapa buracos" na rua Vicente Hauck, no bairro Paula Lima.	Encaminhado
3113/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita capina e limpeza em toda extensão da rua Cidade do Sol, no bairro Cidade do Sol.	Encaminhado

Fonte: CMJF

ANEXO BBB – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR JULIO “OBAMA JR” (PHS) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2459/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a reativação das atividade do Conselho Municipal de Políticas Públicas de Juventude	Encaminhada
2460/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a instalação de um ecoponto na região Nordeste de Juiz de Fora	Encaminhada
2531/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita rampas de acesso com corrimão nas três entradas da Escola Municipal Fernão Dias Paes - Rua Gustavo Fernandes Barbosa, nº155, bairro Bandeirantes.	Encaminhada
2532/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita reparos nas calhas do sistema de coleta de águas pluviais oriundas dos telhados da Escola Municipal Fernão Dias Paes - Rua Gustavo Fernandes Barbosa, nº155, bairro Bandeirantes.	Encaminhada
2533/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita reparos nos pisos e forros das salas de aula da Escola Municipal Fernão Dias Paes - Rua Gustavo Fernandes Barbosa, nº155, bairro Bandeirantes.	Encaminhada
2534/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita reforma da área de lazer da Praça Arthur Bernardes, no Bairro Bandeirantes.	Encaminhada
2535/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita a manutenção da rede elétrica da Escola Municipal Fernão Dias	Encaminhada

	Paes - Rua Gustavo Fernandes Barbosa, nº155, bairro Bandeirantes.	
2536/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita reparo da boca de lobo na Rua Monte Líbano, próximo ao nº 294, no Bairro Bandeirantes.	Encaminhada
2537/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita operação tapa buracos para a Rua Guaçuí, próximo ao nº 427, no Bairro São Mateus.	Encaminhada
2538/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita construção de um vestiário para os funcionários na Escola Municipal Fernão Dias Paes - Rua Gustavo Fernandes Barbosa, nº 155, bairro Bandeirantes.	Encaminhada
2539/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita a instalação da coleta seletiva de lixo na Escola Municipal Fernão Dias Paes - Rua Gustavo Fernandes Barbosa, nº 155, bairro Bandeirantes.	Encaminhada
2540/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita rampas com corrimão no acesso a quadras de esportes da Escola Municipal Fernão Dias Paes - Rua Gustavo Fernandes Barbosa, nº 155, bairro Bandeirantes.	Encaminhada
2599/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita LIMPEZA DO BUEIRO da Rua Benjamim Constant, próximo ao nº 340, esquina com a Rua Oswaldo Veloso no Centro.	Encaminhada

<p>2600/2017 22/06/2017 a 22/06/2017</p>	<p>Solicita a SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL a ABORDAGEM A MORADORES DE RUA que se instalaram na Rua Sabino Francisco de Barros</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2601/2017 22/06/2017 a 22/06/2017</p>	<p>Solicita a SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL a ABORDAGEM A MORADORES DE RUA que se instalaram na Avenida Governador Valadares.</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2666/2017 26/06/2017 a 26/06/2017</p>	<p>Solicita a recomposição da pintura da sinalização horizontal na Rua Monte Líbano com Av. Juiz de Fora, no Bairro Bandeirantes.</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2667/2017 26/06/2017 a 26/06/2017</p>	<p>Solicita cobertura da quadra da Escola Municipal Marina de Dirceu na Rua Orlando Riani, 2198, no bairro Filgueiras.</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2668/2017 26/06/2017 a 26/06/2017</p>	<p>Solicita a capina na Rua A, no Bairro Santa Amélia.</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2669/2017 26/06/2017 a 26/06/2017</p>	<p>Solicita um novo bebedouro para a Creche Municipal Virgínia Fávero Noceli - Rua Antônio de Paula Mendes, 650, bairro</p>	<p>Encaminhada</p>

	Bandeirantes	
2670/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a revitalização do passeio localizado na Avenida Brasil, em frente ao número 5550, no bairro Mariano Procópio.	Encaminhada
2671/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a recomposição da pintura do quebra-molas, sinalização horizontal na Av. Juiz de Fora, em frente ao número 415, no Bairro Parque Guarani.	Encaminhada
2672/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita recomposição da pintura da sinalização horizontal da Rua Paulo Afonso Tristão, no Bairro Vivendas da Serra.	Encaminhada
2673/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a reforma Rua Major Vicente de Moura, em frente ao número 750, no Bairro Parque Guarani.	Encaminhada
2674/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a recomposição da pintura da sinalização horizontal da Rua Domingos Tavares de Souza, esquina com a Rua Paulo Afonso Tristão, no Bairro Vivendas da Serra.	Encaminhada
2675/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a recomposição da pintura do quebra-molas na Av. Juiz de Fora, entre os números 786 e 848, no Bairro Parque Guarani.	Encaminhada
2676/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a recolocação adequada da placa "pare" na Rua Monte Líbano com Av. Juiz de Fora, no Bairro	Encaminhada

	Bandeirantes, que por motivos desconhecidos dos moradores encontra-se no sentido invertido.	
2677/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a recomposição de "placa" na Rua São João Batista, em frente ao nº 48, no Bairro Parque Guarani	Encaminhada
2678/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita uma rotatória e uma faixa de pedestres entre as ruas Nossa Senhora do Líbano, nº 450, esquina com a Rua Dona Belarmina, nº 455 no Bairro Grajaú.	Encaminhada
2679/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita operação tapa-buraco para a Rua José Teixeira da Silva, em todo o seu trecho, no Bairro Cidade do Sol.	Encaminhada
2680/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina na escadaria que dá acesso à Rua Eurico da Silva Pacheco e à Avenida Juiz de Fora, no Bairro Granjas Bethânia.	Encaminhada
2741/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a construção de uma calçada na Av. JK, bairro Barbosa Lage	Encaminhada
2742/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a capina e limpeza no trevo da Av. Juiz de Fora, bairro Parque Garani	Encaminhada
2743/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a capina e limpeza na Av. Otávio Dias Moreira, bairro Bom Clima	Encaminhada
2744/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua Otávio Flores, bairro Santa Rita e Bonfim	Encaminhada

2745/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a capina e limpeza no escadão da rua Otávio Pereira Torres, bairro Bonfim	Encaminhada
2746/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita recapeamento asfáltico na rua Major Vicente de Moura, bairro Parque Guarani	Encaminhada
2747/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita operação tapa buraco na rua Mario Ferreira Siqueira, bairro Bonfim	Encaminhada
2748/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita operação tapa buraco na rua Américo Luz, bairro Bairu	Encaminhada
2749/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a pintura de quebra mola na rua Vereador José Raimundo Hargreaves, bairro Fontesville	Encaminhada
2750/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a capina e limpeza na Unidade Básica de Saúde do bairro Granjas Betânia	Encaminhada
2751/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a instalação de quebra-molas na rua Abílio Gomes, bairro Jardim Natal	Encaminhada
2752/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita operação tapa buraco na rua José dos Anjos, bairro Igrejinha	Encaminhada
2753/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita reposicionamento da placa de ponto de ônibus na rua Mario Ferreira de Siqueira, bairro Marumbi	Encaminhada
2754/2017	Solicita a retirada de entulho e colocação de uma placa na rua	Encaminhada

28/06/2017 a 28/06/2017	Liberalina Gaspar, bairro Marumbi	
2755/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a recomposição da pintura a da sinalização horizontal da rua São João Batista, bairro Parque Guarani	Encaminhada
2756/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a sinalização horizontal de travessia de pedestre na Av. JK, bairro Barbosa Lage	Encaminhada
2757/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a poda de árvores na rua Sargento Cunha, bairro Bandeirantes	Encaminhada
2758/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a capina e limpeza na Av. Octávio Dias Moreira, bairro Bom Clima	Encaminhada
2759/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a capina e limpeza do escadão da rua Octávio Pereira Torres, bairro Bonfim	Encaminhada
2760/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a melhoria da iluminação pública do escadão da rua Otávio Pereira Torres, bairro Bonfim	Encaminhada
2785/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a EMPAV, a OPERAÇÃO "TAPA BURACO" na Avenida Doardino Longo, no Bairro Barbosa Lage, próximo aos nº 100 e 320, para melhor mobilidade e maior segurança dos veículos que circulam nessa rua.	Encaminhada
2786/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA	Encaminhada

	FAIXA "PARE" na Rua Prado Manso, nº 7 no bairro Barbosa Lage, para maior segurança de motoristas e pedestres que estão circulando sem a disciplina imposta por uma boa sinalização.	
2787/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita OPERAÇÃO "TAPA BURACO" na Rua Alves Júnior do número 12 ao 70, no bairro Centenário, para melhor mobilidade e maior segurança dos veículos que circulam nessa rua	Encaminhada
2788/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA FAIXA "PARE" na Rua Sílvio Romero esquina com avenida Rio Branco no bairro Manoel Honório	Encaminhada
2789/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita a pintura de sinalização horizontal na rua Solano Braga e Carlota Malta, Centro	Encaminhada
2790/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO E LIMPEZA DA BOCA DE LOBO da Rua Henrique Burnier	Encaminhada
2791/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA	Encaminhada

	FAIXA DE PEDESTRE, na Rua Alves Júnior	
2792/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO E LIMPEZA DA BOCA DE LOBO Na Rua Paissandú	Encaminhada
2793/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA PINTURA DO QUEBRA- MOLAS na Av. Juiz de Fora em frente ao número 660	Encaminhada
2796/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA FAIXA DE PEDESTRE, na Avenida Juiz de Fora	Encaminhada
2797/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA DA BOCA DE LOBO da Rua Alves Júnior	Encaminhada
2798/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA DA BOCA DE LOBO da Rua Professor Caetano Evangelista	Encaminhada
2799/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto ao DEMLURB, a LIMPEZA E CAPINA do Monumento aos Operários das Obras de Abertura da Garganta do Oilermando no bairro	Encaminhada

	Manoel Honório	
2800/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO E LIMPEZA DA BOCA DE LOBO da Rua Henrique Burnier	Encaminhada
2801/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO E LIMPEZA DA BOCA DE LOBO da Avenida Doardino de Abreu	Encaminhada
2802/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO VERTICAL em uma importante rotatória do bairro São Dimas	Encaminhada
2803/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL, na Rua Henrique Burnier esquina com Rua Professor Godinho	Encaminhada
2804/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a EMPAV a OPERAÇÃO TAPA BURACO na rua Max Sthephani próximo aos n ^{os} 02 e 15, no bairro Bairu	Encaminhada
2805/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita junto a EMPAV, a OPERAÇÃO "TAPA BURACO" na Rua Francisco Romaneli Jr, próximo ao n ^o 07, no bairro	Encaminhada

	Mariano Procópio	
2842/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da boca de lobo na Rua Aurélio Ferreira Salgado com Avenida Paracatu, no bairro Bom Clima.	Encaminhada
2843/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita repintar "pare" na Rua João Rosa de Araújo com Av. Juiz de Fora na entrada do Granjas Betânia.	Encaminhada
2844/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita operação tapa buraco para a rua Humberto Luigi Lovini, em frente ao nº 69, no bairro Vivendas da Serra.	Encaminhada
2845/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita asfalto para a Rua das Marcassitas no Bairro Marilândia.	Encaminhada
2846/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da boca de lobo da Rua Santo Antônio, em frente ao nº 1180, no Centro.	Encaminhada
2847/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a limpeza do canteiro central da Rio Branco, no bairro Manoel Honório, em frente a Receita Federal.	Encaminhada
2848/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição e limpeza da boca de lobo da Rua Tenente Guimarães, nº 735 no bairro Santa Lúcia.	Encaminhada
2849/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização vertical na Rua Professora Carolina Coelho, próximo ao nº 94, no bairro Grambery.	Encaminhada

2850/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição do asfalto em intervenção feita pela Cesama, em frente ao número 1028, Avenida Juiz de Fora, no bairro Grama.	Encaminhada
2851/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a reforma da boca de lobo na Av. Juscelino Kubitschek, próximo ao nº 3000, no Bairro Joguei Clube II	Encaminhada
2852/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da faixa de pedestre na Avenida Rui Barbosa, esquina com a Rua Santa Terezinha, no bairro Santa Terezinha.	Encaminhada
2853/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da faixa de pedestre na Avenida Juiz de Fora, próximo ao nº 1220, no bairro Grama.	Encaminhada
2854/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização horizontal entre a Avenida Guimarães Peralva, em toda sua extensão principal e Avenida Barbosa Lage do nº 15 ao 370, no Bairro Barbosa Lage.	Encaminhada
2855/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da boca de lobo na Av. Paracatu, em frente ao nº 205, no bairro Santa Terezinha	Encaminhada
2856/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização horizontal da faixa "Pare" na Rua Alencar Tristão, nº 35, no bairro Vivendas da Serra.	Encaminhada

2857/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização horizontal na rua Joaquim de Castro, N° 346, no Bairro Granjas Betânia.	Encaminhada
2858/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a limpeza e capina na Rua Jacob Valério, próximo ao n° 470, no bairro Santa Cruz.	Encaminhada
2859/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da faixa de pedestre na Avenida Juscelino Kubitschek, em frente ao número 514, no Bairro Francisco Bernardino.	Encaminhada
2860/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização horizontal da faixa "Pare" na Rua José Irineu dos Reis, n° 20 com a rua João Rosa de Araújo, bairro Granjas Betânia.	Encaminhada
2861/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização da faixa "Pare" na Alameda Sr Winston Churchil com a Rua Santo Antônio, no Centro.	Encaminhada
2862/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recolocação adequada da placa de sinalização no trevo da Avenida Juiz de Fora, em frente ao n° 786, no bairro Parque Guarani.	Encaminhada
2863/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a operação tapa buraco para a rua José Beneteli, em frente ao n° 41, Bairro Granjas Betânia.	Encaminhada
2864/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita o recapeamento ao longo da Rua Professora Carolina Coelho, no bairro	Encaminhada

	Grambery.	
2865/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recolocação de placa início de "carga e descarga" na Rua Ribeiro de Abreu nº 1387, bairro Progresso.	Encaminhada
2866/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da faixa de pedestre na Avenida Juiz de Fora, próximo ao nº 1269, no bairro Grama.	Encaminhada
2867/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização horizontal da faixa "Pare" na Rua José Irineu dos Reis, nº 20, com a rua João Rosa de Araújo, no bairro Granjas Betânia.	Encaminhada
2868/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização vertical na Avenida Juscelino Kubitschek, faixa de pedestres, em frente aos Correios e à Açotel nº 2900, bairro Cidade do Sol.	Encaminhada
2869/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização horizontal da faixa "Pare" entre as Ruas Solano Braga e Espírito Santo, no Centro.	Encaminhada
2870/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da pintura do quebra-molas na Av. Juiz de Fora, em frente ao número 712, no bairro Grama.	Encaminhada
2871/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita reparos no Monumento aos Operários das Obras de Abertura da Garganta do Dilermando,	Encaminhada

	no bairro Manoel Honório.	
2872/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização horizontal do quebra-molas na Avenida Juiz de Fora, em frente ao número 1171, no bairro Granjas Betânia.	Encaminhada
2873/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da faixa de pedestre na Rua Mariano Procópio, nº 231, em frente ao posto de gasolina, no bairro Mariano Procópio.	Encaminhada
2874/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da boca de lobo na Rua João Rosa de Araújo com Avenida Juiz de Fora, entrada para o Bairro Granjas Betânia.	Encaminhada
2875/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a recomposição da faixa de pedestre na Rua Benjamin Constant, próximo ao nº 598, no Centro.	Encaminhada
2900/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição e limpeza da boca de lobo na Rua Eugênio Fontainha, próximo ao nº 266, no bairro Manoel Honório.	Encaminhada
2901/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Sergipe, no bairro Bairu, próximo ao nº 250.	Encaminhada
2902/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição da faixa de pedestre na rua Sergipe, em frente ao colégio Monteiro Lobato, nº 456, no bairro Bairu.	Encaminhada

2903/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição da sinalização horizontal da faixa "Pare" na Rua Tenente Guimarães com Bezerra de Menezes, no Bairro Nova Era.	Encaminhada
2904/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Alberto Vieira Lima, no bairro Bairu, próximo ao nº 14.	Encaminhada
2905/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita recomposição da sinalização horizontal da faixa "Pare" na Rua Danilo Brevegliere com Barão do Retiro, no bairro Bonfim.	Encaminhada
2906/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Danilo Breveglieri, nº 70 ao nº 155, no bairro Bonfim.	Encaminhada
2907/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição da pintura da faixa de pedestre na Rua Américo Lobo, próximo ao nº 1411, no bairro Bairu.	Encaminhada
2908/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição da pintura da faixa de pedestre em frente a escola Quintal Mágico na Rua Américo Lobo, nº 14, no bairro Bonfim.	Encaminhada
2909/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição da faixa de pedestre rua Barão do Retiro com Múcio Vieira, no bairro Bonfim.	Encaminhada
2910/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita limpeza e capina do Córrego Marumbi localizado na Rua Danilo Brevegliere, no bairro	Encaminhada

	Bonfim.	
2911/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição da boca de lobo na Rua João do Rio, próximo ao nº 70, no bairro Manoel Honório.	Encaminhada
2912/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Alberto Vieira Lima, no bairro Bairu, próximo ao nº 455.	Encaminhada
2913/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição e limpeza da boca de lobo na Rua Afonso Pena, próximo ao nº 52, no bairro Manoel Honório.	Encaminhada
2914/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição e limpeza da boca de lobo na esquina da Rua Eugênio Fontainha com João do Rio, no bairro Manoel Honório.	Encaminhada
2915/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição da pintura da faixa de pedestre na Rua João do Rio com Américo Lobo, no bairro Manoel Honório.	Encaminhada
2916/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição e limpeza da boca de lobo na Rua Eugênio Fontainha, próximo ao nº 52, no bairro Manoel Honório.	Encaminhada
2917/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita recomposição da rotatória na Rua Tenente Guimarães com Bezerra de Menezes, no Bairro Nova Era.	Encaminhada
2918/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita operação tapa buraco na Rua Sergipe, no bairro Bairu, próximo ao nº	Encaminhada

	233.	
2919/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita a recomposição da pintura da faixa de pedestre na Rua Barão do Retiro com Américo Lobo, no bairro Bonfim.	Encaminhada
2921/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Avenida Brasil.	Encaminhada
2922/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Avenida Brasil	Encaminhada
2923/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Henrique Burnier	Encaminhada
2924/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Avenida Brasil	Encaminhada
2925/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Avenida Brasil	Encaminhada
2926/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E	Encaminhada

	RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Octávio Dias Moreira	
2927/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Avenida Brasil	Encaminhada
2928/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA PINTURA DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL na Rua Jorge Raimundo	Encaminhada
2929/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a EMPAV, a OPERAÇÃO TAPA BURACO na Av. Olavo Bilac esquina com a Rua Dr. Norberto Gerheim	Encaminhada
2930/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA FAIXA "PARE" na Av. Olavo Bilac	Encaminhada
2931/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Henrique Burnier	Encaminhada

<p>2932/2017 04/07/2017 a 04/07/2017</p>	<p>Solicita junto a SETTRA, O ESTUDO DE VIABILIDADE DE INSTALAÇÃO DE PLACA "CARGA E DESCARGA" na Rua Vitorino Braga</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2933/2017 04/07/2017 a 04/07/2017</p>	<p>Solicita junto a EMPAV, a OPERAÇÃO TAPA BURACO ao longo da Rua Octávio Dias Moreira, no bairro Bom Clima</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2934/2017 04/07/2017 a 04/07/2017</p>	<p>Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Avenida Brasil</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2935/2017 04/07/2017 a 04/07/2017</p>	<p>Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Avenida Brasil</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2936/2017 04/07/2017 a 04/07/2017</p>	<p>Solicita junto a EMPAV, a OPERAÇÃO TAPA BURACO na Avenida Getúlio Vargas esquina com a Rua Floriano Peixoto</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2937/2017 04/07/2017 a 04/07/2017</p>	<p>Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA FAIXA "PARE" na Rua Maria do Carmo Alves</p>	<p>Encaminhada</p>

2938/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Clorindo Bunier, próximo ao nº 24	Encaminhada
2939/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA FAIXA "PARE" na Rua Clorindo Bunier	Encaminhada
2940/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a INSTALAÇÃO DE FAIXA DE PEDESTRE, na Rua Coronel Dantei Bellei	Encaminhada
2957/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita providências no sentido de solucionar com a possível urgência limpeza e capina em toda extensão da Rua João Diniz Pipa; Bairro Benfica.	Encaminhada
2985/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA ROTATÓRIA na Rua Marechal Setembrino de	Encaminhada

	Carvalho	
2986/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA FAIXA "PARE" na Rua Onze de Junho	Encaminhada
2987/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua São Domingos Sávio	Encaminhada Encaminhada
2988/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Oscar Ribeiro	Encaminhada
2989/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA FAIXA DE PEDESTRE, na Rua Santana	Encaminhada
2990/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Tupi	Encaminhada
2991/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE	Encaminhada

06/07/2017 a 06/07/2017	OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua São Domingos Sávio	
2992/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA FAIXA "PARE" na Alves Júnior	Encaminhada
2993/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA FAIXA "PARE" na Alves Júnior	Encaminhada
2994/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto ao DEMLURB, a LIMPEZA E CAPINA ao longo da Avenida Lúcio Bittencourt	Encaminhada
2995/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Oscar Ribeiro	Encaminhada
2996/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO E LIMPEZA DA BOCA DE LOBO da Rua São José	Encaminhada

<p>2997/2017 06/07/2017 a 06/07/2017</p>	<p>Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO HORIZONTAL DA FAIXA "PARE" na Rua Marechal Setembrino de Carvalho</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2998/2017 06/07/2017 a 06/07/2017</p>	<p>Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO E LIMPEZA DA BOCA DE LOBO na Rua Domingos Lopes</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>2999/2017 06/07/2017 a 06/07/2017</p>	<p>Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO VERTICAL DO PONTO DE "ÔNIBUS" na Rua Humberto Berzoini</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>3000/2017 06/07/2017 a 06/07/2017</p>	<p>Solicita junto a SECRETARIA DE TRANSPORTE E TRÂNSITO, a RECOMPOSIÇÃO DA PINTURA DA FAIXA DE PEDESTRE, na Rua diva Garcia</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>3001/2017 06/07/2017 a 06/07/2017</p>	<p>Solicita junto a EMPAV, OPERAÇÃO TAPA BURACO na Rua Guararapes, nº 842 no bairro Benfica</p>	<p>Encaminhada</p>
<p>3002/2017</p>	<p>Solicita junto a SECRETARIA DE</p>	<p>Encaminhada</p>

06/07/2017 a 06/07/2017	OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO E LIMPEZA DA BOCA DE LOBO da Rua Vitorino Braga	
3003/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO E LIMPEZA DA BOCA DE LOBO da Rua Francisco Altomar	Encaminhada
3004/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita junto ao DEMLURB, a LIMPEZA E CAPINA do Córrego Humaitá no Bairro Industrial, localizado na Rua Lúcio Bittencourt	Encaminhada
3053/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita DEMLURB, a LIMPEZA da Praça Paulo de Souza Lamarca (Praça do Milho Branco) na Rua Argemira de Jesus Flores	Encaminhada
3054/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita junto a DEMLURB, a RETIRADA DE TERRA ACUMULADA na Praça Paulo de Souza Lamarca (Praça do Milho Branco)	Encaminhada
3055/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a RECOMPOSIÇÃO DA PINTURA da Praça Paulo de Souza Lamarca (Praça do Milho Branco)	Encaminhada
3056/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE	Encaminhada

10/07/2017 a 10/07/2017	OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Nicolau Ferreira Mendes esquina	
3057/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua José Libânio Rodrigues	Encaminhada
3058/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua José Simpliciano Alves	Encaminhada
3059/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita junto a SETTRA, a RECOMPOSIÇÃO DA SINALIZAÇÃO VERTICAL DO PONTO DE "ÔNIBUS" na Rua Darcy Vargas	Encaminhada
3060/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita junto a SECRETARIA DE OBRAS, a LIMPEZA E RECOMPOSIÇÃO DA BOCA DE LOBO na Rua Aurora Tristão	Encaminhada
3061/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita Audiência Pública para discutir a falta de insulina e fitas glicêmicas no SUS.	Encaminhada
3128/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita instalação de grades de seguranças no parque infantil da Praça Paulo de Souza Lamarca (Praça do Milho Branco), na Rua Argemira de Jesus Flores, no Bairro Milho	Encaminhada

	Branco.	
3129/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a recomposição do parque infantil da Praça Paulo de Souza Lamarca (Praça do Milho Branco), na Rua Argemira de Jesus Flores, no Bairro Milho Branco.	Encaminhada
3130/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a reparo e manutenção das quadras da Praça Paulo de Souza Lamarca (Praça do Milho Branco), na Rua Argemira de Jesus Flores, no Bairro Milho Branco.	Encaminhada
3131/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita reparo e manutenção dos bancos da Praça Paulo de Souza Lamarca (Praça do Milho Branco) na Rua Argemira de Jesus Flores, no Bairro Milho Branco.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO CCC – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR KENNEDY RIBEIRO (PMDB) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2553/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita um estudo sobre o aumento dos horários da linha 757 — Benfica / Jardim Bom Jesus.	Encaminhada
2554/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita providenciar o nivelamento das tampas do P.V. do esgoto entre a Avenida Juscelino Kubitschek, próximo ao 4ºGAC, até a Rua Martins Barbosa.	Encaminhada
2555/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita inserção das localidades Jardim Liú e Jardim Laranjeiras na placa de sinalização vertical da Avenida Deusdedit Salgado, próximo ao posto Policial, no bairro Teixeira.	Encaminhada
2655/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita recapeamento asfáltico na rua Martins Barbosa, bairro Benfica	Encaminhada
2771/2017 29/06/2017 a 28/06/2017	Solicita intensificação de ronda da guarda municipal no Parque Halfeld, principalmente nos finais de semana.	Encaminhada
2772/2017 29/06/2017 a 28/06/2017	Solicita providenciar a troca da tampa do bueiro na Rua Guararapes	Encaminhada
2773/2017 29/06/2017 a 28/06/2017	Solicita nivelamento das tampas do P.V. do esgoto na Rua dos Guararapes, próximo ao número 439, no bairro de Benfica.	Encaminhada

2825/2017 30/06/2017 a 30/06/2017	Solicita a capina e limpeza na estrada do Campo Grande	Encaminhada
2826/2017 30/06/2017 a 30/06/2017	Solicita a pintura da sinalização horizontal no bairro Benfica	Encaminhada
2771/2017 29/06/2017 a 28/06/2017	Solicita intensificação de ronda da guarda municipal no Parque Halfeld, principalmente nos finais de semana.	Encaminhada
2949/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (EMPAV), providenciar serviço de "tapa buraco" na Rua Maria Verônica os Reis, no bairro Ponte Preta.	Encaminhada
2950/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (EMPAV), providenciar serviço de "tapa buraco" na Rua Gabriel Sobreira, no bairro Ponte Preta.	Encaminhada
2951/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (EMPAV), providenciar serviço de "tapa buraco" na Avenida Marginal, no bairro Ponte Preta.	Encaminhada
2952/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto ao órgão competente (DEMLURB), providenciar serviço de capina e limpeza em toda extensão do bairro Ponte Preta.	Encaminhada

2953/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita providenciar serviço de capina e limpeza em toda extensão do bairro Ponte Preta.	Encaminhada
2954/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto a Secretaria de Obras, solicitar a execução de patrolamento no acostamento na Avenida Juscelino Kubitschek	Encaminhada
3011/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita recuperação da boca de lobo na Rua Múcio Vieira, bairro Bonfim.	Encaminhada
3012/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita verificar a viabilidade de se instalar um semáforo na Rua Osório de Almeida, próximo ao Supermercado Bahamas, no bairro Poço Rico.	Encaminhada
3013/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita providenciar recuperação da boca de lobo na Rua Alan Kardec, esquina com a Avenida Brasil, no bairro Juscelino Kubitschek.	Encaminhada
3026/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita serviço de "tapa buraco" na Rua Martins Barbosa, em frente a Escola Estadual Ana Salles, no bairro de Benfica.	Encaminhada
3027/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita serviço de "tapa buraco" na esquina da Rua Henrique Dias com a Rua Vidal de Negreiros, no bairro Benfica.	Encaminhada
3078/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita DEMLURB, providenciar serviço de capina e limpeza na Praça	Encaminhada

	Joaquim Felício Ribeiro, na localidade de Paula Lima.	
3160/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita afim de que seja feito o asfaltamento na Rua Benício de Souza Rocha, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3160/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita afim de que seja feito o asfaltamento na Rua Benício de Souza Rocha, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3161/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja realizada a apreensão de cães no bairro Novo Triunfo, que estão na Rua Madre Tereza de Calcutá, próximo a Padaria do Dil.	Encaminhada
3162/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita a colocação de uma nova placa indicativa na Rua Eurides de Souza Rocha, no bairro de Santa Luzia.	Encaminhada
3163/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na Rua Manoel Ribeiro, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3164/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita a colocação de uma nova placa indicativa na Rua Deli Dazini dos Santos, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3165/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na Rua Eurides de Souza Rocha, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3166/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita a colocação de uma nova placa indicativa na Rua Professor	Encaminhada

	Thompson Palhares, no bairro Santa Luzia.	
3167/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na Rua Geraldo de Carvalho, no bairro Graminha.	Encaminhada
3168/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na Rua Eugênio de Souza Lima, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3169/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na rua Valdomiro Eloi do Amaral, no bairro do Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3170/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na Rua João Cruz Carvalho, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3171/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na Rua José Geraldo da Silva, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3172/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na Rua Laura Ribeiro de Oliveira, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3173/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita providenciar a retirada de terras que está ocupando metade da pista da Rua Joaquim Vicente Guedes, esquina com a Rua Benício de Souza Rocha, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada
3174/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o asfaltamento na Rua Deli Dazini dos Santos, no bairro Cruzeiro do Sul.	Encaminhada

ANEXO DDD – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR MARLON SIQUEIRA (PMDB) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2490/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a poda das árvores na Rua Gabriel Gonçalves da Silva, no Bairro Parque Independência.	Encaminhada
2491/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita o patrolamento na Estrada que passa o linha de ônibus 415, no Vale dos Peões, no Bairro Linhares.	Encaminhada
2492/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita solicitamos a troca das lâmpadas que estão queimadas na subida da Rua Principal do Parque Independência.	Encaminhada
2493/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita "operação tapa buraco" na Rua Paulo Rodrigues, no Bairro Milho Branco.	Encaminhada
2494/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que seja verificada a viabilidade técnica de se elevar o muro da Escola Municipal União da Bethânia, pois com a altura atual a escola vem sofrendo constantes assaltos.	Encaminhada
2495/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a construção de meio fio na Rua Adolfo Jenevai Filho, no Bairro Jardim Casablanca.	Encaminhada
2496/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que seja feito o revestimento ou recapeamento asfáltico no prolongamento da Rua	Encaminhada

	Carneiro da Silva, no Bairro Vila Ozanam.	
2497/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que o município verifique a viabilidade técnica de se reativar o campo de futebol situado na Rua Trevisani, no Bairro Parque Independência, para que a prática de esportes volte a fazer parte do cotidiano das crianças da região, retirando-as assim da rua.	Encaminhada
2498/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a sinalização de trânsito horizontal e vertical na Rua Diomar Monteiro, que liga o Bairro Grama a Filgueiras, pois no horário noturno a via fica muito perigosa devido a falta destas sinalizações.	Encaminhada
2507/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita a retirada do Projeto de Lei nº 38/2017	Encaminhada
2635/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita capina e a limpeza nas Ruas do Bairro Sarandira.	Encaminhada
2636/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita capina e limpeza no loteamento São Carlos no Bairro Nossa Senhora de Lourdes	Encaminhada
2637/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita que seja colocado mais um braço nos postes da Rua Adailton Garcia até o cruzamento com a Rua Cristiano Beck, no Bairro JK	Encaminhada
2681/2017	Solicita que seja verificada a viabilidade técnica de se	Encaminhada

26/06/2017 a 26/06/2017	construir uma praça na esquina da Rua Adelaide Campos de Rezende com a Rua Natalino José de Paula	
2720/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que sejam instalados banheiros químicos na feira livre noturna, localizada na Praça Antônio Carlos, beneficiando feirantes e frequentadores.	Encaminhada
2774/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que seja construída uma rede de esgoto na Rua Natalino José de Paula	Encaminhada
2775/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que seja reconstruído um Escadão da travessa da Rua Natalino José de Paula. no Bairro JK	Encaminhada
2776/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que seja reconstruído o escadão da travessa da Adelaide Campos de Rezende, no Bairro JK	Encaminhada
2777/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que seja verificada a viabilidade técnica de se construir um muro de contenção na Travessa Adão Vilaço de Queiroz	Encaminhada
2778/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que seja colocado poste de iluminação na Travessa Jalim Beligolli, na Rua Natalino José de Paula, no Bairro JK	Encaminhada
2779/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que seja feita manutenção nas bocas de lobo da Rua Gabriel Gonçalves da Silva	Encaminhada

2827/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a Audiência Pública com a finalidade de promover uma transparente e ampla discussão entre setores da sociedade juiz-forana com as autoridades públicas, acerca da situação em que se encontra a reforma do Palacete Santa Mafalda.	Encaminhada
2828/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a colocação de um poste de iluminação pública na travessa da rua Adelaide Campos de Rezende, bairro JK	Encaminhada
2829/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a colocação de um poste de iluminação pública na rua Santana, distrito de Sarandira	Encaminhada
2830/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita a colocação de um poste de iluminação pública na rua Mildo Pinto, bairro Sagrado Coração de Jesus	Encaminhada
3005/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita que seja feita a extensão da rede de iluminação pública na Rua Professor Crisóstomos Ferreira com a Rua Arlindo Ávila, no Bairro Granjas Triunfo.	Encaminhada
3006/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita a limpeza no córrego da Rua Verônica Freguglia, do Bairro Granjas Triunfo.	Encaminhada
3007/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita que seja colocado escória na Rua Antônio Barezi (Porto Seguro), no Bairro Linhares.	Encaminhada

3008/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita a limpeza na Rua Marechal Carombert Pereira da Costa, ao lado do Hospital Militar, no Bairro Fábrica.	Encaminhada
3009/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita que seja realizada a troca da iluminação pública, por braços e lâmpadas mais eficientes, na Rua Luiz Fávero, no Bairro Linhares.	Encaminhada
3010/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita a capina e limpeza nas ruas do Loteamento São Carlos, no Bairro Nossa Senhora de Lourdes.	Encaminhada
3042/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita limpeza em um imóvel em situação de abandono, localizado na Rua Major Delfino	Encaminhada
3043/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita recapeamento da Rua Diva Garcia, no Bairro Linhares, entre a Rua São José até a Praça do Bairro Três Moinhos	Encaminhada
3044/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita realizada a capina e limpeza na Rua Padre Arnaldo Jansem , em frente ao número 430, no Bairro Santos Anjos.	Encaminhada
3045/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que verifique a possibilidade de realizar a capina e a limpeza no Loteamento Belo Vale II, localizado na Rua José Estevão, no Bairro Barbosa Lage.	Encaminhada
3046/2017	Solicita troca da tampa do bueiro localizado no ponto	Encaminhada

10/07/2017 a 10/07/2017	de ônibus da Rua Gabriel Gonçalves, próximo ao nº 186, no Bairro Parque Independência.	
3047/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que seja realizado o asfaltamento da Rua Alexandre Ahouagi, no Bairro Jardim Europa.	Encaminhada
3048/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que seja verificada a viabilidade técnica de se construir um muro de contenção na Rua Maria Augusta, no Bairro Linhares.	Encaminhada
3049/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que seja realizado a varrição e retirada de resíduos sólidos na Travessa Clério Pereira de Souza, no Bairro Santa Luzia.	Encaminhada
3050/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita troca da iluminação pública por lâmpadas mais eficientes, na Rua Antônio Ribeiro de Almeida, entre os números 965 e 1013, no Bairro Linhares.	Encaminhada
3051/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que seja realizada a limpeza na Rua Veterano Marcolino Jerônimo Alves, no bairro Fábrica.	Encaminhada
3063/2017 11/07/2017 a 11/07/2017	Solicita a retirada definitiva do Projeto de Lei nº 13/2017.	Encaminhada
3093/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita seja verificada a viabilidade técnica de construir um viradouro na Rua E da comunidade do	Encaminhada

	Boto.	
3094/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita seja feita a rede de captação de esgoto na Rua Verônica Freguglia entre os números 17 e 92 no Bairro Granjas Triunfo.	Encaminhada
3095/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita que seja colocada placa indicando que é proibido jogar lixo no campo de futebol situado na Rua Trevisani, no Bairro Parque Independência	Encaminhada
3114/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita a poda das árvores da Rua Gabriel Gonçalves da Silva, no Bairro Parque Independência.	Encaminhada
3115/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita que seja feita a troca das lâmpadas da Rua Gabriel Gonçalves da Silva, no Bairro Parque Independência, por lâmpadas mais eficientes.	Encaminhada
3116/2017 13/07/2017 a 13/07/2017	Solicita que seja verificada a viabilidade técnica de se implantar um quebra-molas ou sinalização nas imediações do portão de entrada da Escola Estadual Maria das Dores Souza, no Bairro Santa Helena.	Encaminhada
3148/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feita uma melhoria na Praça, do loteamento Chácaras Paço DeL Rey, na BR040	Encaminhada
3150/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feita a limpeza do córrego no loteamento Chácaras Paço DeI Rey, na BR 040,	Encaminhada

	próximo a saída do Km 793.	
3151/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja feito o patrolamento da Rua Pedro Gouveia Horta no loteamento Chácaras Paço Del Rey, na BR 040	Encaminhada
3152/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja verificada a rede de esgoto que passa pela área ambiental situada em frente à Rua Nicolau Lammoglia, no Bairro Terras Altas	Encaminhada
3153/2017 14/07/2017 a 14/07/2017	Solicita que seja colocado poste de iluminação no escadão que liga a Rua Engenheiro Elas Abraão Halack a Rua Alberto Guedes	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO EEE – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR PARDAL (PTC) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2455/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que seja atendidas as propostas feitas pelos participantes da Câmara Mirim	Encaminhada
2517/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita a troca/revitalização do abrigo de ônibus localizado na Rua Cândido Portinari, próximo ao nº 131, localizada no Bairro Nossa Senhora Aparecida.	Encaminhada

2518/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita um estudo para a instalação de olho vivo na Rua Dom Viçoso, situada no Bairro Alto dos Passos.	Encaminhada
2519/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita um estudo para a instalação de olho vivo na Rua Machado Sobrinho, situada no Bairro Alto dos Passos.	Encaminhada
2520/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita as medidas necessárias para que o buraco existente na Rua Ewbank da Câmara, em frente ao nº 414, no Bairro Mariano Procópio, sejam tampados.	Encaminhada
2521/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita capina e limpeza em todo o Bairro Amazonas.	Encaminhada
2562/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza em todo o Bairro Caeté.	Encaminhada
2563/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza em todo o Bairro Sagrado Coração de Jesus.	Encaminhada
2564/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita capina e limpeza em todo o Bairro Grama.	Encaminhada
2565/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita capina e limpeza em todo o Bairro Santa Catarina.	Encaminhada
2566/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita capina e limpeza em todo o Bairro Granjas Betânia.	Encaminhada
2567/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza em todo o Bairro Ponte Preta.	Encaminhada

2568/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza em todo o Bairro Poço Rico.	Encaminhada
2569/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza em todo o Bairro Granbery.	Encaminhada
2570/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza em todo o Bairro Alto Grajaú.	Encaminhada
2644/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina e limpeza no bairro Parque Guarani	Encaminhada
2645/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina e limpeza no bairro Nova Era	Encaminhada
2646/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina e limpeza no bairro Parque Independência	Encaminhada
2811/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Milho Branco.	Encaminhada
2812/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Mariano Procópio.	Encaminhada
2813/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Marilândia.	Encaminhada

2814/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Marilândia.	Encaminhada
2815/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Morro da Glória.	Encaminhada
2816/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Nossa Senhora de Lourdes.	Encaminhada
2817/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Mundo Novo.	Encaminhada
2818/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Nossa Senhora das Graças.	Encaminhada
2819/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e	Encaminhada

	limpeza em todo o Bairro Nova Benfica.	
2820/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Jóquei clube.	Encaminhada
2821/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Monte Castelo.	Encaminhada
2822/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana - DEMLURB, a capina e limpeza em todo o Bairro Monte Verde.	Encaminhada
2823/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto a Secretaria de Transporte e Transito - SETTRA, a pintura de toda a sinalização horizontal de todo o Bairro Olavo Costa.	Encaminhada
2978/2017 06/07/2017 a 06/07/2017	Solicita medidas no sentido de identificar, cadastrar e regularizar as atividade dos trabalhadores ambulantes que atuam na Av. Brasil, do lado ímpar (ao lado do terreirão do samba) e imediações, aos domingos	Encaminhada

ANEXO FFF – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR RODRIGO MATTOS (PSDB) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2455/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que seja atendidas as propostas feitas pelos participantes da Câmara Mirim	Encaminhada
3014/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita procedimento de recomposição do asfalto na rua José Sobreira, bairro Linhares.	Encaminhada
3015/2017 07/07/2017 a 07/07/2017	Solicita capina e limpeza na rua José Sobreira, bairro Linhares.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO GGG – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR SARGENTO MELLO CASAL (PTB) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2499/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita colocação das luminárias nos postes da rua Y e rua Z no bairro Caiçaras 2.	Encaminhada
2500/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita ao DEMLURB que realize o recolhimento do capim referente a capina efetuada em todo o bairro Centenário	
2501/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita (Defesa Civil) disponibilize um laudo técnico visando a proteção da Igreja Católica situada na rua Coronel Miranda bairro Santa Terezinha.	Encaminhada
2502/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita preparação da praça localizada na rua Dr. Lívio Oliveira MoUa no bairro Centenário para colocação de academia ao ar livre.	Encaminhada
2503/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita Poda de Árvore na rua Hamelet Felet próximo ao nº 140 bairro Vale do Ipê.	Encaminhada
2504/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita Capina na rua Diomar Monteiro entre o bairro Grama e Filgueiras.	Encaminhada
2505/2017	Solicita ao DEMLURB colocação de caçamba na	Encaminhada

19/06/2017 a 19/06/2017	rua Amazona com rua Wanda no Bairro Grama.	
2506/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita Demlurb disponibilize caminhão para a campanha contra dengue nos bairros Alto Eldorado, Eldorado e Nossa Senhora das Graças.	Encaminhada
2512/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita Operação Tapa Buraco na rua Nossa senhora do Líbano próximo ao nº 561 á 765 bairro Grajaú.	Encaminhada
2513/2017 20/06/2017 a 20/06/2017	Solicita a Cesama que realize extensão de rede de esgoto nas ruas Nestor Mageste Netto e rua José Benetelli bairro Granjas Betânia.	Encaminhada
2556/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita Poda de Árvore na rua Gélon Marciano da Silva próximo ao nº25 bairro Fontesville.	Encaminhada
2557/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita Operação Tapa buraco na rua Dr. Vieira pena próximo ao nº 1135 bairro Mundo Novo.	Encaminhada
2558/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita ao responsável (Pró Energia) realize revitalização das luminárias dos postes na rua Guimarães Junior bairro Nova era 11 em toda sua extensão	Encaminhada

2559/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Responsável (Sau) realize fiscalização na Av. Senhor dos Passos nº1075 bairro São Pedro onde estaria ocorrendo a criação de suínos.	Encaminhada
2560/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita ao responsável (Demlurb) realize Capina na rua Guimarães Junior bairro Nova era 11 em toda sua extensão.	Encaminhada
2602/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita Operação Tapa Buraco na rua Guaçuí bairro São Mateus próximo ao nº204 e 427.	Encaminhada
2603/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita poda de arvore rua Pantaleone Arcuri no bairro Teixeiras.	Encaminhada
2604/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita o órgão responsável (Settra) disponibilize um técnico para avaliar a situação da escola Centro Recreativo Pintando o Sete que fica na rua Nossa Senhora do Líbano nº 450 bairro Grajaú	Encaminhada
2605/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita ao órgão responsável (Settra) disponibilize placa de indicação e localização do bairro Três Moinho na Av. Diva Garcia.	Encaminhada
2606/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita tapa buraco em passeio na travessa Amauri Cavalcante Albuquerque próximo ao nº 40 no bairro	Encaminhada

	Jardim Glória.	
2607/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita Operação Tapa Buraco na rua Luiz Gualberto Junior, bairro Progresso.	Encaminhada
2624/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a avaliação do esgoto a céu aberto na rua Domingo Del Duca, bairro Nossa Senhora de Lourdes	Encaminhada
262452017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a limpeza na rua João Bensermer, bairro São Pedro	Encaminhada
2626/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua Sebastião Ferreira no bairro São Pedro	Encaminhada
2627/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita a capina na rua Padre Arnaldo Jansen, bairro Santos Anjos	Encaminhada
2638/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita encaminhamento da representação nº 56/2017 para Secretaria de Atividades Urbanos	Encaminhada
2639/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita operação tapa buraco na rua Marechal Cordeiro de Faria, bairro Carlos Chagas	Encaminhada
2640/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita asfaltamento na rua Ibitiguaia, bairro Santa Luzia	Encaminhada
2641/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita poda de árvore na rua Iguassu, bairro Monte Castelo	Encaminhada
2642/2017	Solicita capina na Creche Jardim Esperança, bairro	Encaminhada

26/06/2017 a 26/06/2017	Jardim Esperança	
2643/2017 26/06/2017 a 26/06/2017	Solicita limpeza do córrego do bairro Grama	Encaminhada
2717/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita a poda de árvore na rua Josué Queiroz, bairro Santa Terezinha	Encaminhada
2718/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita a troca de lâmpadas na Av. dos Andradas	Encaminhada
2719/2017 27/06/2017 a 27/06/2017	Solicita a poda de árvores na Av. dos Andradas	Encaminhada
2768/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao responsável (Obras) realize tapa buraco em passeio na Av. Olegário Maciel	Encaminhada
2769/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita junto ao órgão responsável (Obras) realize a reconstrução da ponte na Álvaro Jair Pereira	Encaminhada
2770/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita a utilização do plenário da Câmara para oficializar a instalação de um filial da Cruz Vermelha no município de Juiz de Fora	Encaminhada
2878/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita junto ao Pró Energia realize a retirada do poste de iluminação localizado na rua Jair de Oliveira Pires nº265 bairro São Judas Tadeu, pois está impedindo acesso a garagem.	Encaminhada
2879/2017	Solicita junto ao Pró Energia providencie iluminação do escadão na	Encaminhada

04/07/2017 a 04/07/2017	rua João Cardoso bairro Centenário.	
2880/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita Pró Energia realize a retirada do poste de iluminação localizado na rua Constança Vidal nº76 bairro Jóquei Clube, pois está impedindo acesso a garagem.	Encaminhada
2881/2017 04/07/2017 a 04/07/2017	Solicita capina da rua Capitão Mauricio Sávio, bairro Linhares em toda sua extensão.	Encaminhada
3067/2017 11/07/2017 a 11/07/2017	Solicita manutenção das câmeras do sistema de monitoramento do Olho Vivo bem como o reparo dos equipamentos (Joysticks) internos que estão desativados prejudicando o serviço de monitoramento.	Encaminhada

Fonte: CMJF

ANEXO HHH – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR VAGNER DE OLIVEIRA (PSC) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2586/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita que seja feita uma rampa de acesso a cadeirantes na rua Moraes e Castro, bairro Alto dos Passos	Encaminhado
2587/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita concretar o escadão da Av. Orlando Riani, bairro Filgueiras	Encaminhado
2588/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a colocação de tampa de boca de lobo na rua Porfírio Barbosa de Albuquerque, bairro Teixeira	Encaminhado
2835/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita junto à Defesa Civil, vistoria num barranco localizado no final da Rua João Dede com a Rua Maria Madalena, Bairro Vila dos Sonhos.	Encaminhado
2836/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita junto à secretaria responsável, asfaltamento de uma servidão que tem início na Rua Diva Garcia entre os números 2443 e 2459, no Bairro Unhares.	Encaminhado
2837/2017 03/07/2017 a 03/07/2017	Solicita junto à secretaria responsável, limpeza com máquina retro escavadeira no córrego Ribeirão das Rosas, dentro do Bairro Vila dos Sonhos.	Encaminhado
2838/2017	Solicita junto à secretaria responsável, recapeamento asfáltico nas ruas João	Encaminhado

03/07/2017 a 03/07/2017	Déde, Maria Madalena e Geraldo Martins no Bairro Vila dos Sonhos.	
3023/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita recapeamento em toda a extensão da Avenida Santa Luzia, nos dois sentidos da pista, no Bairro Santa Luzia.	Encaminhado

Fonte: CMJF

ANEXO III – RELAÇÃO DOS REQUERIMENTOS APRESENTADOS PELO VEREADOR ZÉ MARCIO GAROTINHO (PV) ENTRE OS DIAS 19/06/2017 E 14/07/2017

REQUERIMENTO	EMENTA	SITUAÇÃO
2455/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que seja atendidas as propostas feitas pelos participantes da Câmara Mirim	Encaminhada
2476/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita a instalação de um braço de iluminação no escadão da Rua Porfirio Barbosa de Albuquerque, número 375, em frente ao bar do Expedito, no Bairro Teixeiras.	Encaminhada
2477/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que seja feita uma contenção nas manilhas do escadão da Rua Bady Geara, próximo ao número 604, no bairro Ipiranga.	Encaminhada
2478/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita limpeza e capina em toda a extensão da Avenida Pantaleone Arcuri, no Bairro Teixeiras.	Encaminhada
2479/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita que faça o fechamento de um buraco que surgiu na praça Tenente-Aviador Mauro Miranda, localizada na Rua Dr. João Pinheiro, 390 - Travessa Marques Sobrinho, no Bairro Jardim Glória.	Encaminhada
2480/2017 19/06/2017 a 19/06/2017	Solicita feita a instalação da tampa da boca de lobo existente na Rua Porfirio Barbosa de Albuquerque, esquina com a Rua Maria	Encaminhada

	Silva, no Bairro Teixeira.	
2547/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza no bairro Vila Almeida/Linhares	Encaminhada
2548/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua Engenheiro Hugo Vocurco Filho, bairro Barbosa Lage	Encaminhada
2549/2017 21/06/2017 a 21/06/2017	Solicita a capina e limpeza na rua Monsenhor Gustavo Freire, bairro São Mateus	Encaminhada
2597/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita o recapeamento da rua Imaculada Conceição e rua Silvério da Silveira, bairro Dom Bosco	Encaminhada
2598/2017 22/06/2017 a 22/06/2017	Solicita a reparo na boca de lobo da rua Grão Mogol, bairro Nossa Senhora das Graças.	Encaminhada
2723/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que faça uma operação tapa buraco na Rua Elvira Belei, em frente ao número 508, no Bairro Jardim de Alá.	Encaminhada
2724/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que seja feita a instalação de lixeiras às margens do Rio Paraibuna.	Encaminhada
2725/2017 28/06/2017 a 28/06/2017	Solicita que seja feita a limpeza em toda extensão do córrego do Bairro Parque Independência.	Encaminhada
2766/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita a limpeza na boca de lobo das ruas Carlos Martins e Nazira Matar de Freitas, bairro Jardim Cachoeira	Encaminhada

2767/2017 29/06/2017 a 29/06/2017	Solicita a instalação de placas de sinalização vertical na rua Agilberto Costa, bairro São Benedito	Encaminhada
2959/2017 05/07/2017 a 05/07/2017	Solicita junto a Secretaria de Obras, que providencie colocação de um poste de iluminação pública na Rua Carlos Alves.	Encaminhada
3029/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que seja refeita a campanha informativa de como fazer o descarte do lixo, horários e dias, nas Ruas do Centro da cidade.	Encaminhada
3030/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita inclusão de um micro-ônibus para atender os moradores do bairro Progresso, contemplando, em seu itinerário, as ruas Joaquim Marques Coimbra, Sebastião	Encaminhada
3031/2017 10/07/2017 a 10/07/2017	Solicita que seja refeito um estudo para implantação de mais lixeiras nas ruas centrais da cidade.	Encaminhada
3075/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita junto a SETTRA, que seja feito um estudo para extensão da linha de ônibus urbano número 103.	Encaminhada
3076/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita junto a Secretaria de Obras, que agilize o projeto arquitetônico da nova UAPS do Bairro Santa Efigênia.	Encaminhada
3077/2017 12/07/2017 a 12/07/2017	Solicita junto a Secretaria De Obras, que faça uma limpeza na boca de lobo da	Encaminhada

	Rua Luiz Fávero.	
--	------------------	--

Fonte: CMJF