

REPRESENTAÇÃO E VISIBILIDADE: a distribuição dos votos e a construção discursiva dos mandatos dos deputados federais da Zona da Mata mineira¹

REPRESENTATION AND VISIBILITY: votes distribution and discursive construction of congressmen on Zona da Mata mineira

Gustavo Fernandes Paravizo Mira²

Paulo Roberto Figueira Leal³

Resumo: *Este paper apresenta alguns resultados das análises eleitorais de 2014 e do conteúdo produzido em 2015 e 2016 a partir da trajetória política, do desempenho eleitoral e das postagens publicadas nas redes sociais pelos deputados federais com domicílio na cidade mineira de Juiz de Fora, na mesorregião da Zona da Mata. A partir da discussão epistêmica dos campos da comunicação e da política, desenvolve-se um aparato teórico-metodológico capaz verificar as especificidades dos mandatos. Confirmou-se a existência de diferentes padrões de acordo com as evidências geradas a partir da conjugação das variáveis.*

Palavras-chave: *Comportamento Político. Deputados Federais. Juiz de Fora.*

Abstract: *This paper presents some of the results of the 2014 electoral analysis and the content produced in 2015 and 2016 based on the political trajectory, electoral performance and Facebook posts published by congressmen domiciled in the city of Juiz de Fora, in the region of Zona da Mata, Minas Gerais. From the epistemic discussion of the fields of communication and politics, a theoretical-methodological apparatus were developed to verify the specificities of the mandates. We confirmed the existence of different patterns according to the evidence generated from the conjugation of the variables.*

Keywords: *Political Behavior. Congressmen. Juiz de Fora.*

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cultura Política, Comportamento e Opinião Pública do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), de 10 a 12 de maio de 2017.

² Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora – PPGCOM/UFJF. E-mail: gustavoparavizo@gmail.com.

³ Doutor em Ciência Política pelo IUPERJ, professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – PPGCOM/UFJF e do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. E-mail: pabeto.figueira@hotmail.com.

1. Introdução

Este artigo⁴ se propõe a investigar a zona de interface estabelecida entre a esfera da comunicação e o campo da política, com enfoque nos mandatos dos deputados federais com domicílio eleitoral em Juiz de Fora (Júlio Delgado – PSB, Marcus Pestana – PSDB e Margarida Salomão – PT)⁵ e suas estratégias de visibilidade midiática e de conexão política e eleitoral com o cidadão/eleitor nos dois primeiros anos do mandato iniciado em 2014. Diante da instabilidade política verificada no plano institucional em razão das denúncias de corrupção a congressistas e de convulsões políticas na sociedade civil, de que forma os deputados federais analisados se comportaram em relação às variáveis comunicativas e políticas?

Parte-se da hipótese de que as conexões com o eleitor/cidadão, as quais podem garantir a legitimidade do mandato bem como o capital político do deputado federal, ocorrem de formas variadas, dependendo do reduto eleitoral, do perfil do eleitor e das idiossincrasias do mandato, o que implica variáveis políticas (o elo estabelecido com as lideranças políticas, comunitárias, religiosas e de movimentos sociais que funcionam como líderes de opinião e mediadores, visitas a bairros de Juiz de Fora e cidades próximas, destinação de verbas para os municípios onde têm maior votação etc.) e as variáveis comunicacionais (boa visibilidade na mídia, canais de comunicação com o eleitor).

Supõe-se que variáveis políticas e comunicativas afetaram de maneiras distintas os parlamentares. Isto porque os políticos não atribuíam igual importância à construção de visibilidade midiática, ao contrário do que sustenta a maior parte da literatura sobre comunicação política, segundo a qual a questão comunicativa seria uma variável de primeira grandeza. Assim, a lógica de funcionamento dos mandatos estaria submetida a fatores sobredeterminados pelo campo político, especialmente no que se refere ao processo representativo.

⁴ Este trabalho é um dos resultados da dissertação intitulada “Visibilidade e representação: as conexões as conexões midiáticas e políticas dos deputados federais da zona da mata mineira”, a qual também engloba dados e discussões do projeto de pesquisa “Carreira parlamentar e poder simbólico: a relevância da comunicação para os deputados federais”.

⁵ Não foi incluída neste artigo a análise referente ao mandato do deputado federal suplente Wadson Ribeiro (PC do B). Os dados referentes ao parlamentar podem ser encontrados na versão integral da dissertação e em outros artigos relacionados a esta pesquisa.

Desta maneira, o principal objetivo é compreender as ênfases de mandato a partir das concentrações dos votos na Zona da Mata e dos processos comunicativos desenvolvidos pelos parlamentares, considerando-se elementos como a trajetória política, sua importância na estrutura partidária e suas redes de apoiadores em um momento de fragilização dos vínculos democráticos entre mandatos e mandatários. Afinal, quais são estratégias de conexões políticas e eleitorais dos deputados federais com os seus interlocutores? Dada a amplitude do objeto, a pesquisa empírica examina especificamente a distribuição espacial dos votos dos deputados na Zona da Mata Mineira em 2014 e a construção de sentido dos mandatos nas redes sociais nas 296 postagens publicadas entre dezembro de 2015 e janeiro de 2016.

2. Discussão teórico-metodológica

Para analisar as variáveis comunicativas e políticas dos mandatos dos deputados federais com domicílio eleitoral em Juiz de Fora foi necessário estabelecer como ponto de partida a teoria de campo proposta por Bourdieu (1999). Segundo ele, o campo social deve ser entendido como um universo que obedece a suas próprias regras, o que evidencia a independência pretendida pelos campos sociais. Relativamente autônomos, com lógicas, princípios, ideais e objetivos próprios, os campos da mídia e da política estariam em constante interpenetração e influência mútua.

A atuação da mídia como ator político e espaço de articulação e construção de sentidos sociais ganha destaque a partir de debates a respeito do funcionamento das democracias e do avanço nos estudos em comunicação, com efeitos na política (Tocqueville, 1998; Berelson, Lazarsfeld e Mcphee, 1954; Dahl, 1997; Lima, 2009). A interface entre a comunicação e a política abre espaço para estudos voltados a compreensão dos incentivos produzidos nas práticas eleitorais e políticas.

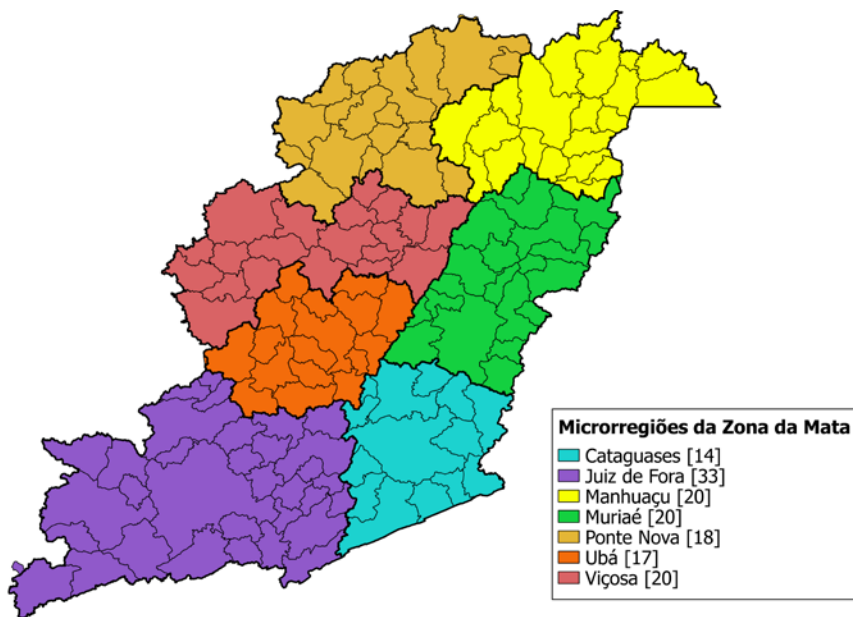
Neste sentido, pesquisas ligadas aos estudos congressuais, especialmente ao distributivismo (Limongi, 2004; Lemos, 2011) sugerem que a percepção de que as tomadas de decisão no relevo político são profundamente influenciadas pela racionalidade da classe política e pelo funcionamento dos sistemas político e eleitoral (Nicolau, 2006; Rojas de Carvalho, 2009; Ames, 2012; Carvalho Júnior, 2013).

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

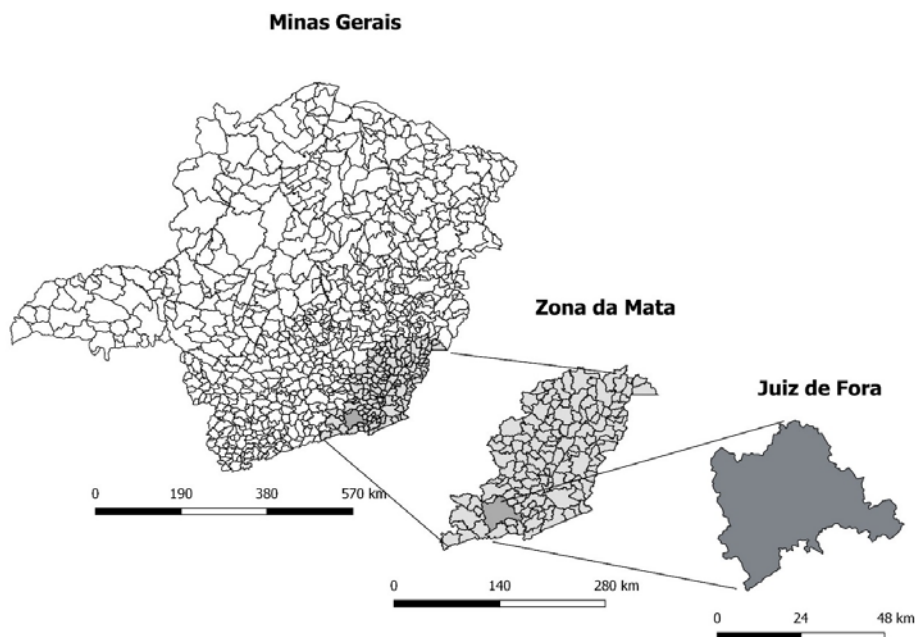
Tendo em vista as propriedades da comunicação e da política – especificamente, a visibilidade (Miguel e Biroli, 2010; Gomes, 2004, Carvalho Júnior, 2013) e a representação (Bobbio, Matteuci e Pasquino, 1998; Pitikin, 2006) –, a *práxis* política demandaria uma íntima relação entre as variáveis para a manutenção do vínculo democrático, amplamente dependente do accountability (ou simplesmente prestação de contas). Segundo Veiga e De Paula (2007) esta relação quando os eleitores são percebidos como consumidores que utilizam as informações disponíveis na mídia para avaliar, fazer julgamentos, comparações, e se posicionar, de forma positiva ou não, diante dos seus candidatos/representantes.

Por meio da combinação multimetodológica entre as técnicas de pesquisa, buscou-se entender de que forma as variáveis comunicativas e políticas estabeleceram uma relação dialógica no âmbito dos mandatos de deputados federais.

A delimitação das variáveis possibilitou a análise e a sistematização dos dados, em primeiro lugar, como uma investigação específica sobre as estratégias de conexão dos deputados e, em segundo lugar, permitiu a compreensão de um grande volume de informações relevantes à atividade política na mesorregião da Zona da Mata. A partir dos dados disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a respeito do desempenho dos deputados federais nas urnas, buscamos entender a distribuição dos votos de cada um deles no âmbito do estado de Minas Gerais e, na sequência, enfocamos os 142 municípios da mesorregião da Zona da Mata Mineira (MAPA 1) e a subsequente votação em Juiz de Fora (MAPA 2).



MAPA 1 – Detalhe do município de Juiz de Fora na mesorregião da Zona da Mata
 FONTE – Elaboração própria



MAPA 2 – Detalhe do município de Juiz de Fora na mesorregião da Zona da Mata
 FONTE – Elaboração própria

Dado a importância crescente da internet como ferramenta de comunicação na vida do brasileiro⁶ e a gradual utilização de plataformas digitais pela classe política, optou-se por analisar as *fanpages* a partir das postagens publicadas nos meses de dezembro de 2015 e janeiro de 2016, os quais compreendem o fim do primeiro ano de mandato e início do segundo, estabeleceu-se um ponto de coleta partindo-se do pressuposto de que neste período a prestação de contas do mandato e suas perspectivas de ação tendem a ficar mais evidentes com o fim do ano fiscal e os balanços produzidos a respeito do ano anterior.

3. Marcus Pestana

3.1. Distribuição dos votos

Deputado federal eleito por quociente partidário em 2014, Marcus Vinicius Caetano Pestana da Silva é um dos principais quadros do PSDB no estado de Minas Gerais⁷. Fundador do partido em Juiz de Fora e filho do ex-prefeito Agostinho Pestana (1971-1973), iniciou sua atividade política no final da década de 1970 como militante de movimentos sociais ligados à educação, à anistia e às comunidades eclesiais de base da igreja católica.

O percurso institucional de Marcus Pestana, no entanto, é iniciado nas eleições municipais de 1982, na qual foi eleito vereador pelo PMDB – o mais jovem parlamentar da Câmara juiz-forana até aquele momento. Com formação em Economia pela UFJF, Pestana finalizou seu primeiro mandato como vereador em 1988.

Em 1992, exerceu pela primeira vez um cargo executivo. Por indicação do companheiro tucano, Pestana foi secretário de governo nos anos de 1993 e 1994 e, nos três anos seguintes, ocupou a cadeira de secretário-adjunto da Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral, na qual foi efetivado como secretário em 1998 pelo governador Eduardo Azeredo. Também ocupou, ainda em 2002, o cargo de Secretário

⁶ A Pesquisa Brasileira de Mídia realizada em 2014 revelou que a internet está presente no cotidiano de 48% dos indivíduos. O percentual de pessoas que a utilizam todos os dias cresceu de 26% para 37% em um ano. A atenção exclusiva a esta plataforma, ou seja, não realização de nenhuma outra tarefa no momento da conexão, foi verificada em 32% dos usuários (BRASIL, 2015).

⁷ As informações a respeito da trajetória política de Marcus Pestana foram coletadas no endereço eletrônico do parlamentar, na seção biografia, no portal do Câmara dos Deputados e na entrevista em profundidade disponível na versão final da dissertação.

Executivo do Ministério do Meio Ambiente. Em ambos os Ministérios, o político mineiro exerceu o cargo de ministro interino.

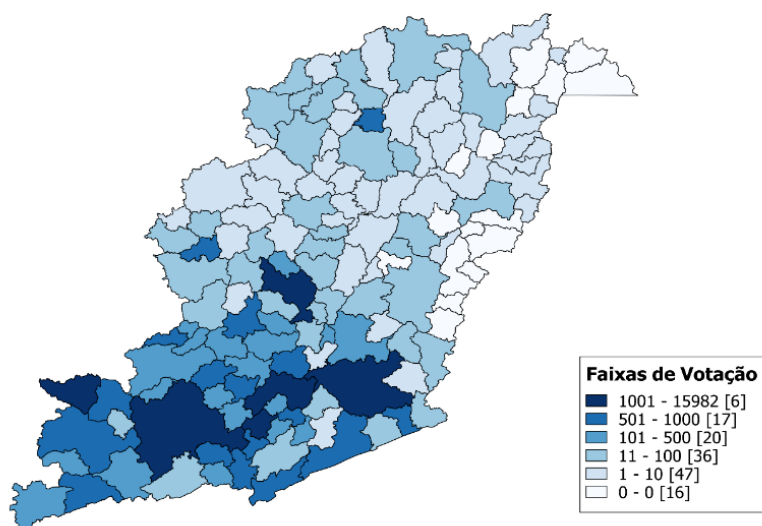
O regresso de Marcus Pestana a Minas Gerais ocorreu a convite de Aécio Neves, na campanha do então postulante a governador em 2002. Com a vitória de Aécio, Pestana assumiu o cargo de secretário de Estado da Saúde de Minas Gerais, onde iniciou um ciclo de oito anos ininterruptos no executivo estadual em congruência com os dois mandatos consecutivos de Aécio Neves.

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

Na Zona da Mata, o tucano recebeu o voto de 32.856 eleitores, o que representa 68,93% de seu total na Zona da Mata. A cidade de Juiz de Fora, como maior colégio eleitoral da região (392.619 votantes) e quarto maior do estado de Minas Gerais, tem um peso significativo neste aspecto, embora os votos provenientes do município representem apenas 12.982, 12,98% de toda a região. O desempenho do tucano cai de maneira significativa na medida em que os votos vão se distanciando da cidade em que Marcus Pestana iniciou sua carreira política.

Nas microrregiões de Cataguases e Ubá, o deputado federal obteve, respectivamente, 6367 (13,36%) e 6562 (13,77%) votos. A tendência de queda também se efetivou na microrregião de Muriaé, 104 (0,22%); teve ligeiro aumento em Viçosa, 812 (1,70%); nova queda em Manhuaçu, 63 (0,13%), e novo crescimento registrado em Ponte Nova, 900 (1,89%).

Com o objetivo de evidenciar as cidades que registraram maiores votações na Zona da Mata, estabelecemos seis faixas de votação nas quais é possível identificar onde estão concentradas as maiores votações do tucano. Este detalhamento microrregional das 142 cidades da mesorregião pode ser visto a seguir (MAPA 3).



MAPA 3 – Detalhamento das votações de Marcus Pestana nas cidades da mesorregião da Zona da Mata
FONTE – Elaboração própria

Ao observar o Mapa 3, é possível inferir que os municípios com maiores votações se concentram na microrregião de Juiz de Fora e nas vizinhas Cataguases e Ubá, onde se localizam as votações das três primeiras faixas em azul mais escuro. Nas microrregiões de Viçosa, Muriaé, Manhuaçu e Ponte Nova, as votações tendem a ficar mais escassas e, por essa razão, os tons de azul também ficam mais claros – exceto na cidade de Santo Antônio do Gramma, na microrregião de Ponte Nova. Também é importante ressaltar que os votos da quarta (36 municípios) e da quinta faixas (47 municípios) são relativamente menos predominantes, o que se verifica com mais facilidade nas regiões de Muriaé, Viçosa, Ponte Nova e Manhuaçu.

Considerando-se o percurso sugerido, no qual se enfoca desde as votações no âmbito estadual (macro) até a especificidade regional da mesorregião da Zona da Mata (micro), é possível dimensionar o desempenho eleitoral de Marcus Pestana, em 2014, como altamente estadualizado e intimamente conectado à sua trajetória política, tendo em vista os cargos ocupados durante os mandatos. Além disso, o tucano tem boa circulação na cúpula nacional de seu partido e foi cogitado, neste mesmo pleito, ao cargo de governador – o que não aconteceu em razão da escolha de Pimenta da Veiga.

3.2. Análise do conteúdo postado no Facebook

Considera-se que a característica de maximização competitiva dos benefícios verificada no relevo político, em boa medida produzida pelo sistema político para tipos de comportamentos individualistas e desvinculados dos partidos, tende a aumentar os custos de ações coletivas, com reflexos diretos na arena eleitoral (NICOLAU, 2006; AMES, 2012). Nesta perspectiva, as recorrências das postagens auferidas na página do deputado foram analisadas e recenseadas nas categorias a seguir (TABELA 1).

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

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

FONTE – Elaboração própria

Das 296 postagens coletadas nas páginas oficiais dos deputados com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, 151 correspondem ao conteúdo produzido e publicado por

Marcus Pestana. De acordo com os dados, verifica-se uma preponderância da tipologia “Tomada de Posição” em relação as demais, com 90 recorrências, seguida de “Propaganda”, com 59, e “Reivindicação de Crédito”, com apenas dois registros.

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

Constatou-se que o mandato praticamente não deu visibilidade às destinações de empenhos de emendas parlamentares, seus respectivos eventos de entrega/cessão dos recursos junto os grupos e lideranças, além das demais atividades congressuais como a sugestão e aprovação de projetos de leis. A ênfase das postagens concentrou-se na tipologia “Tomada de posição”, cujas categorias demonstraram a predominância de posicionamentos críticos ao governo, com destaque para questões nacionais, especialmente em relação às temáticas ligadas a política. Economia e saúde também foram áreas destacadas nas postagens, temáticas nas quais Marcus Pestana esteve diretamente inserido ao longo de sua trajetória em razão de sua formação acadêmica e do exercício de cargos políticos. Verifica-se também, na tipologia “Propaganda”, um grande volume de ataques aos adversários e inserções de Pestana na mídia.

Conclui-se, a partir da análise proposta, que o vínculo democrático estabelecido com o eleitor/cidadão por meio da prestação de contas e da reivindicação de ações congressuais não se manifestou nas publicações de Marcus Pestana veiculadas no Facebook. Também é razoável supor que as inserções do deputado na mídia nacional podem reforçar a percepção de terceiros e aliados sobre a sua relevância política, e

concomitantemente, em relação a sua capacidade de intermediar pleitos municipais nas três esferas de poder nacional.

4. Margarida Salomão

4.1. Distribuição dos votos

Deputada federal eleita por quociente partidário em 2014, Maria Margarida Martins Salomão é um dos principais quadros do PT na cidade de Juiz de Fora⁸. Iniciou sua trajetória nos movimentos estudantis e sindicais durante a década de 1980 e foi atuante na campanha pela redemocratização do país pelo Movimento Democrático Brasileiro (MDB). Desde então, exerceu funções no executivo municipal e no legislativo federal.

As primeiras disputas políticas de Margarida surgiram no ambiente acadêmico por sua atuação em entidades de classe como a Associação Nacional dos Docentes do Ensino Superior (Andes) e a Associação de Professores de Ensino Superior de Juiz de Fora (APES JF). Margarida Salomão é graduada em Letras pela UFJF, tem mestrado em Linguística pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), mestrado e doutorado pela Universidade da Califórnia, e pós-doutorado pela Universidade de Berkeley.

Depois de disputar a reitoria da UFJF em 1984, nas primeiras eleições diretas para a escolha do reitor do campus, esteve à frente das secretarias de Administração e de Governo de Delgado por cinco anos, entre 1983 e 1987. No ano seguinte, Margarida Salomão disputou a prefeitura como vice-prefeita na chapa do ex-ministro Murilo Hingel, vencida em cenário de votação minoritária. Margarida deixou o PMDB em 1990 e passou a fazer parte dos quadros do PCB, mais tarde transfigurado em PPS.

Depois da derrota nas eleições e da mudança de partido, Margarida retornou à política da UFJF em 1998. Foi eleita a primeira mulher reitora da universidade desde a sua fundação, em 1960 – cargo que também foi ocupado por seu pai, Gilson Salomão (1968-

⁸ As informações a respeito da trajetória política de Margarida Salomão foram coletadas no endereço eletrônico da parlamentar, na seção biografia, no portal do Câmara dos Deputados, no portal ACESSA.COM e na entrevista em profundidade disponível na versão final da dissertação.

1972). Em 2002, a deputada se filiou ao PT, pelo qual disputou a maior parte dos cargos eletivos de sua carreira. Reelegeu-se reitora e administrou a UFJF até o ano de 2006.

A parlamentar voltou a disputar as eleições municipais em 2008 quando se candidatou à prefeita de Juiz de Fora – ocasião em que foi vencida por Custódio Mattos (PSDB) com uma votação acirrada (51% do tucano contra 48% da petista). Em nova candidatura, em 2012, a diferença a favor de Bruno Siqueira foi maior: 57,16% contra 42,84%. Em 2016, Bruno Siqueira venceu novamente, desta vez com 57.87% dos votos.

A primeira candidatura à Câmara Federal ocorre 2010, quando Margarida é eleita primeira suplente de sua coligação. A petista assume o mandato como deputada federal em janeiro de 2013, em função da saída do deputado Gilmar Machado (PT-MG), eleito prefeito na cidade de Uberlândia. No pleito de 2014, a Margarida é eleita com 0,78% dos votos válidos, com votação concentrada em Juiz de Fora e na Zona da Mata. Ao todo, foram 78.973 votos recebidos, dos quais 53.485 provém de seu domicílio eleitoral.

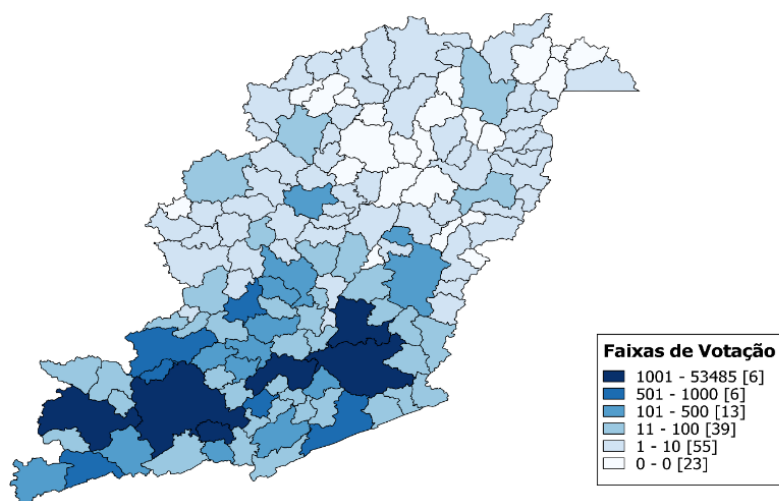
A petista participou, em 2016, da quinta eleição consecutiva se forem consideradas as corridas eleitorais ao executivo municipal e ao legislativo federal (2008, 2010, 2012, 2014, 2016). Se comparados, os desempenhos eleitorais da deputada em 2010 e 2014 revelam uma ligeira queda no total de votos. Em 2010, foram contabilizados 79.388, contra 78.973 em 2014, uma diferença de 415 votos. Ainda assim, o resultado da coligação e do partido garantiram a cadeira à parlamentar.

Entre os parlamentares analisados, a petista é aquela que mais depende dos eleitores de sua localidade de origem, algo que sugere contornos regionalistas às atividades de mandato e ações pontuais em outras mesorregiões. O desempenho eleitoral da deputada federal reflete, em larga medida, os cargos ocupados ao longo de sua trajetória política, eleitoral e acadêmica, considerando-se a militância, a administração da UFJF e o papel exercido no executivo juiz-forano.

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

O percentual cai fortemente quando se compara a microrregião de Juiz de Fora com as demais. O melhor desempenho de Margarida Salomão ocorre na microrregião de Cataguases, 4.182 votos, 6%, e diminui na medida em que se afasta do centro de irradiação de sua influência política. A quantidade de eleitores que confiam no trabalho da deputada diminui nas microrregiões de Ubá, 1867 (2,68%), e Muriaé, 245(0,35%); teve ligeira alta em Viçosa, 269 (0,35%); e voltou a cair em Manhuaçu, 58 (0,08%) e Ponte Nova, 71 (0,10%).

As faixas de votação a respeito do desempenho eleitoral de Margarida dizem respeito aos votos conquistados em cada uma das sete microrregiões e ilustram em que medida as votações variaram ao passo em que houve afastamento da microrregião de Juiz de Fora, na qual a deputada construiu seu capital político. Foram estabelecidas sete divisões dispostas no canto inferior direito do mapa, nas quais é possível identificar, a partir das regiões com cores mais fortes, de que forma estão distribuídos os votos da petista. O detalhe da variação microrregional dos votos da deputada, com destaque para os 142 municípios da região, pode ser visto a seguir (MAPA 4).



MAPA 4 – Detalhamento das votações de Margarida Salomão nas cidades da mesorregião da Zona da Mata
FONTE – Elaboração própria

Observando-se as peculiaridades na distribuição geográfica do voto, tornou-se possível verificar o desempenho eleitoral de Margarida no ano 2014 como altamente

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

A tendência regionalista dos votos de Margarida reforça sua dependência da Zona da Mata e, especialmente, de Juiz de Fora. Ao mesmo tempo em que Marcus Pestana conseguiu bons percentuais fora de suas localidades de origem e desempenhos relativamente fracos na mesorregião, Margarida e Júlio Delgado obtiveram ampla votação derivada de distintos capitais políticos. No caso de Júlio, a influência maior talvez seja a figura do pai, Tarcísio Delgado; Margarida, por sua vez, têm a influência construída ao longo de sua trajetória política e devido à exposição acumulada no HGPE⁹, o que automaticamente lhe assegura penetração e capilaridade em uma vasta parcela de municípios.

4.2. Análise do conteúdo postado no Facebook

Neste ambiente comunicacional, onde são abundantes as possibilidades técnicas e as gramaticais de conversação, objetivos políticos definidos como o sucesso eleitoral e a manutenção do vínculo democrático são relativamente importantes para a efetivação da relação entre o cidadão/eleitor e a classe política. Diante destas perspectivas, as recorrências das postagens auferidas na página de Margarida Salomão foram analisadas e recenseadas nas categorias a seguir (TABELA 2).

⁹ Para se ter uma ideia, a TV Integração, afiliada da Rede Globo em algumas regiões de Minas Gerais, tem área de cobertura de 106 municípios nas regiões da Zona da Mata e Campo das Vertentes, em um universo de 674.346 domicílios com televisão e aproximadamente 2.025.169 espectadores, segundo informações da emissora. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/mg/tvintegracao/noticia/2011/11/area-de-cobertura.html>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

TABELA 2
 Categorização das postagens de Margarida Salomão na página do Facebook entre
 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016

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

FONTE – Elaboração própria

Das 296 postagens nas páginas oficiais dos deputados com domicílio eleitoral em Juiz de Fora, 119 se referem ao conteúdo produzido e publicado por Margarida Salomão. Dado o volume total de recorrências, Margarida é a segunda parlamentar mais ativa na rede social durante o período analisado. Tomando como ponto de partida a investigação empírica, observa-se uma preponderância das “Tomada de Posição” em relação às demais, com 65 recorrências. “Propaganda”, com 37, e “Reivindicação de Crédito”, com menos da metade, 18 registros, representam as outras duas tipologias.

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

agendas de entrega de recursos, empenhos de emendas parlamentares e a proposição e discussão de Projetos de Lei.

Verificou-se que a deputada se preocupou com uma atuação regional, mas também se dedicou a produzir conteúdos que estabelecessem diálogo com um público de esquerda em nível nacional. Nas redes sociais, assim como na distribuição de empenhos de emendas parlamentares, a deputada privilegiou e destacou as ações na Zona da Mata, especialmente em seu principal reduto eleitoral, a cidade de Juiz de Fora. Em suas publicações na página, a parlamentar deu visibilidade às atividades de mandato em algumas das principais cidades da microrregião e também expôs atividades de cunho bastante localizado, em especial, em alguns bairros.

A carreira política construída localmente via ocupação de cargos está conectada à influência do PT no município e aos cinco pleitos seguidos de exposição e campanhas, as quais reiteram a ênfase personalista e regional do mandato. Talvez pelo fato de não ocupar os principais cargos na hierarquia partidária, espaços de diálogo e opinião na mídia foram escassos, embora sejam aparentemente importantes para deputados que pretendem capilarizar o mandato em vastas regiões como o estado de Minas Gerais.

5. Júlio Delgado

5.1 Distribuição dos votos

Deputado federal eleito por quociente partidário em 2014, Júlio César Delgado é o atual presidente do PSB em Juiz de Fora e um dos principais quadros do partido em âmbito estadual e nacional¹⁰. Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), tem pós-graduação em Processo Legislativo na Universidade de Brasília (UnB) e curso de Administração de Fundos de Pensão pela Organização dos Estados Americanos (OEA).

¹⁰ As informações a respeito da trajetória política de Júlio Delgado foram coletadas no endereço eletrônico da parlamentar e no de seu pai Tarcísio Delgado, na seção perfil, no portal do Câmara dos Deputados e na entrevista em profundidade disponível na versão final da dissertação.

Filho do político Tarcísio Delgado – ex-vereador (1966-1969), ex-deputado estadual (1970-1973) e federal (1974-1978, 1979-1982, 1990-1994) e por três vezes prefeito de Juiz de Fora (1983-1988, 1997-2000, 2001-2004) –, o primeiro contato do parlamentar com contato com a política aconteceu ainda no berço. Júlio é o único dos cinco filhos que escolheu a política como ocupação.

A primeira participação do pessebista ocorreu inicialmente com a filiação ao PMDB e, mais tarde, por meio do movimento estudantil via Diretório Acadêmico. Logo depois da graduação, em 1990, assumiu o cargo de assessor parlamentar na Câmara dos Deputados. Em seguida, convidado por Eduardo Azeredo, assumiu a cadeira de secretário-adjunto da Secretaria do Trabalho e Assistência Social do Estado de Minas Gerais. Além disso, foi presidente e vice-presidente do Conselho Estadual de Direitos da Criança de Minas Gerais, 1995 e 1998. Estas foram as únicas posições na hierarquia estadual ocupadas pelo político.

Em 1994, Delgado buscou a sua primeira legislatura na Câmara dos Deputados, mas não conseguiu se eleger naquela ocasião. Já no governo de Minas Gerais, candidatou-se novamente em 1998 e terminou o pleito como suplente. Assumiu o mandato em 1999 como suplente, ainda filiado ao PMDB. Nesta eleição, Júlio obteve 27.168 no estado de Minas Gerais, sendo 15.198 em Juiz de Fora, apesar de não ter exercido nenhum tipo de cargo na cidade.

Em 2001, deixou o PMDB se filiar ao PPS e foi reeleito deputado federal em 2002 depois de quase triplicar seu desempenho eleitoral no estado e dobrar seus votos em Juiz de Fora: no total, Delgado somou 67.681 votos em Minas Gerais, sendo 35.629 em sua terra natal. Nesta mesma legislatura, foi líder do partido na Câmara no ano de 2004 e, no ano seguinte, deixou o PPS e para se filiar ao PSB, pelo qual foi eleito deputado federal nas três legislaturas seguintes. Vale notar, entretanto, que no momento das duas primeiras eleições parlamentares de Júlio, em 1998 e 2002, Tarcísio Delgado cumpria seus dois mandatos seguidos à frente da prefeitura de Juiz de Fora.

Nas eleições de 2006, as votações de Júlio Delgado superaram os números anteriores. Eleito para o terceiro mandato na Câmara Federal, o pessebista mediu 75.504 votos no estado e, como nos outros pleitos, garantiu mais da metade de seus eleitores na cidade de Juiz de Fora – ao todo 41.839, pouco mais que 55%. Em 2010, o deputado

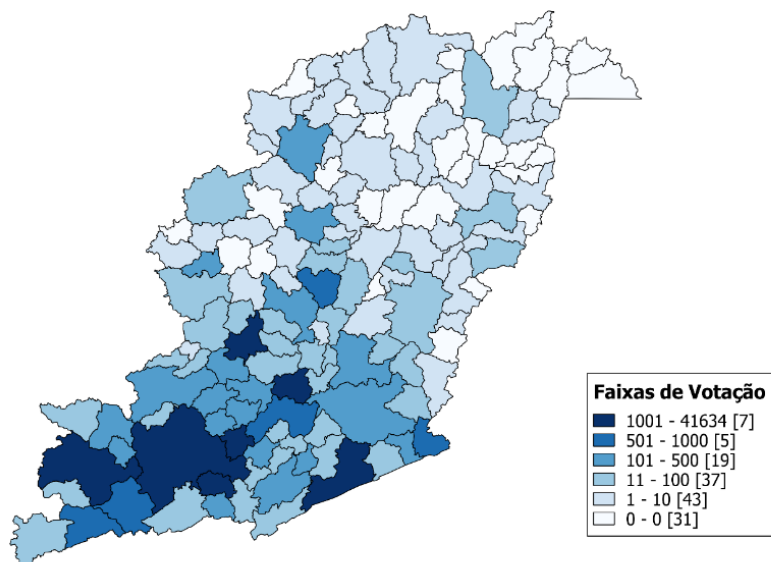
registrou a sua primeira queda no número de votos, embora essa diminuição não tenha sido relevante para o resultado eleitoral. Foram contabilizados 70.945 votos, dos quais 34.410 em Juiz de Fora – pouco menos que 50% e uma redução de 4.559 votos. Notou-se também uma queda de aproximadamente 6 mil votos em Juiz de Fora.

Nas eleições de 2014, Delgado obteve 86.245 votos e retomou o crescimento registrado em seus três primeiros mandatos. Em seu domicílio eleitoral, o deputado voltou a receber votação expressiva e atingiu a marca de 41.634 eleitores. A melhora no desempenho do pessebista ocorreu em paralelo ao retorno de Tarcísio Delgado¹¹ ao cenário eleitoral, depois de Júlio ter sido cogitado como possível candidato ao governo de Minas Gerais, com apoio do então candidato à presidência Aécio Neves.

Com 89,29% dos votos, os 52.509 eleitores da microrregião de Juiz de Fora que votaram em Júlio Delgado tiveram peso determinante na corrida eleitoral que levou o parlamentar ao quinto mandato consecutivo. A votação foi expressiva nesta microrregião e demonstrou que o capital político do deputado está fortemente arraigado a esta localidade. Somadas as outras seis microrregiões, Júlio obteve apenas 6.299 votos, aproximadamente 11% do total.

Neste aspecto, Delgado registrou a votação mais baixa entre todos os representantes com domicílio em Juiz de Fora. As votações do deputado caíram significativamente nas microrregiões de Cataguases, 2.956 (5,03%), e Ubá, 2.511 (4,27%). Conforme aconteceu com Margarida e Pestana, o desempenho de Júlio também piorou na medida em que os votos se afastaram de seu domicílio eleitoral. Em Muriaé, 157 (0,27%), Viçosa, 392 (0,67%), Manhuaçu, 23 (0,04%) e Ponte Nova, 260 (0,44%), ocorreram quedas em relação às microrregiões anteriores e pequenas melhoras quando consideradas apenas as quatro localidades. A especificidade das variações microrregionais dos votos do parlamentar, com destaque para os municípios da Zona da Mata, pode ser vista a seguir (MAPA 5).

¹¹ Também candidato pelo PSB, Tarcísio disputou o governo de Minas Gerais e obteve 395.039, dos quais 68.275 foram provenientes de Juiz de Fora, segundo dados do TRE.



MAPA 5 – Detalhamento das votações de Júlio Delgado nas cidades da microrregião da Zona da Mata
FONTE – Elaboração própria

É possível visualizar a predominância de tons mais fortes nas microrregiões de Juiz de Fora, Cataguases e Ubá, ao passo o azul se torna mais fraco em Muriaé, Viçosa, Ponte Nova e Manhuaçu, inclusive com uma mancha em tons de azul claro entre estas localidades. No plano das votações, é perceptível que o parlamentar depende em grande medida de Juiz de Fora e da Zona da Mata. Júlio concentra significativa parcela de seu eleitorado na mesorregião, enquanto Marcus Pestana consegue percentuais melhores fora de suas localidades de origem. Júlio mantém seus percentuais na cidade natal ao longo dos pleitos, embora com variações de aproximadamente 6 mil votos desde a sua primeira eleição, tanto para mais quanto para menos.

5.2. Análise do conteúdo postado no Facebook

A orientação de objetivos políticos definidos como o sucesso eleitoral e a manutenção do vínculo democrático são significativamente importantes para a efetiva conexão entre cidadão/eleitor e a classe política. A partir das clivagens propostas, as recorrências das postagens observadas na página de Júlio Delgado foram separadas e analisadas nas categorias observadas a seguir (TABELA 3).

TABELA 3
 Categorização das postagens de Júlio Delgado na página do Facebook entre 1º de dezembro 2015 e 31 de janeiro de 2016

Tipos	Categorias	Recorrências	%	
Propaganda (Advertisement) (1)	Construção da imagem do deputado (valores pessoais, capacidade de gestão, etc.)	14	1	3,85%
	Construção da imagem do partido (objetivos, ações e diretrizes)		0	0,00%
	Inserções/participações na mídia e agendas com lideranças (municipais/regionais, estaduais e nacionais)		13	50,00%
	Postagens de estímulo ao eleitor para a ação política (reforço do vínculo democrático)		0	0,00%
	Ataque aos adversários		0	0,00%
Crédito Reivindicado (Credit Claiming) (2)	Prestação de contas do mandato (accountability)	1	0	0,00%
	Divulgação de agendas de entrega de recursos a instituições, grupos, municípios, etc.		0	0,00%
	Discussão da atividade parlamentar do deputado (projetos de lei/emendas)		1	3,85%
	Reivindicação de ações congressuais		0	0,00%
Tomada de Posição (Position Taking) (3)	Temas políticos e fatos contemporâneos municipais e regionais	11	1	3,85%
	Temas políticos e fatos contemporâneos estaduais		0	0,00%
	Temas Políticos e Fatos contemporâneos nacionais		7	26,92%
	Conexão política com indivíduos ou grupos de apoiadores		0	0,00%
	Tomadas de posição em comissões em espaços da Câmara (Comissões, CPIs, Plenário, etc.)		3	11,54%
TOTAL		26	100%	

FONTE – Elaboração própria

Entre as 296 postagens coletadas nas páginas oficiais, apenas 26 foram auferidas na fanpage de Júlio Delgado. Considerando-se o volume total de recorrências, o deputado foi o político com o menor número de publicações e, concomitantemente, com o maior número de categorias não contempladas por nenhuma peça (sete, ao todo).

Isto pode ser verificado nas distribuições das publicações nas tipologias propostas para a investigação empírica, as quais mostram uma predominância do eixo “Propaganda” em relação as demais, com 14 recorrências – mais da metade de todas as peças veiculadas pelo deputado em sua página. Na sequência, o segundo eixo mais acionado foi “Tomada de posição”, onde foram inferidos 11 registros, seguido por “Reivindicação de Crédito”, com menos apenas um recenseamento.

No conteúdo produzido e publicado por Júlio Delgado foi possível apurar, no primeiro momento, que a ênfase das postagens esteve centralizada nas inserções do deputado na mídia e suas agendas com lideranças, em detrimento dos posicionamentos sobre as temáticas ligadas à política nacional, assim como ocorreu nos demais mandatos analisados; em segundo lugar, encontram-se as postagens de conjuntura ligadas à temáticas de abrangência nacional; e por último, tiveram destaque os posicionamentos de Câmara, onde foram evidenciadas as atividades realizadas no Congresso.

No geral, as peças publicadas por Júlio Delgado utilizaram poucas vezes recursos como fotos, imagens e vídeos, ao passo que ganharam visibilidade notícias e reportagens dos maiores jornais do país com circulação física e conteúdo disponível na internet. Os materiais gráficos produzidos pelo mandato foram poucas vezes identificados com o nome do deputado grafado em amarelo e branco, contido em semicírculos vermelhos e alaranjados.

O fato de ter sido investigado na Operação Lava Jato talvez tenha impactado a produção e a publicação de conteúdos nas redes sociais, seja como uma estratégia de gerenciamento de visibilidade ou apenas como reflexo de uma ênfase de atuação política. Este fato também foi colocado em discussão na entrevista em profundidade, quando Júlio foi questionado a respeito do papel da mídia e de plataformas comunicativas como variável para o mandato, além dos possíveis impactos negativos da menção de seu nome no escândalo das doações de recursos por empreiteiras ligadas à esquemas de corrupção na Petrobras ao seu partido, o PSB.

Ainda que o deputado tenha afirmado que não modificou suas estratégias em função do cenário negativo proporcionado pela acusação do delator Ricardo Pessoa, a sua preocupação com a repercussão do caso ocasionou uma modificação no contato com a mídia no momento a pauta da corrupção ganhou mais força no país, tendo culminado na saída da presidente Dilma Rousseff e na prisão de inúmeros acusados – sem considerar o mérito destas matérias. Vale lembrar, também, que a produção de conteúdo do pessebista foi reduzida no mesmo período, fato observado por esta pesquisa durante a coleta das postagens. Além disso, Júlio dispunha de duas empresas (para os níveis local e nacional) e uma funcionária responsável pelo contato com a imprensa e pela produção de conteúdo

destinada veiculação na página, ou seja, um volume relativamente grande de profissionais preocupados com as conexões comunicativas do deputado.

6. Considerações Finais

O estudo da distribuição dos votos e do conteúdo postado nas páginas dos deputados no período de prestação de contas apontou um alto grau de independência e autodeterminação por parte das variáveis do campo político em relação ao campo comunicativo, o que confirma a hipótese de que as conexões políticas e comunicativas dos deputados estão mais ligadas às especificidades do campo político do que necessariamente a variáveis comunicativas para estes casos.

A capacidade de representação, conforme se verificou, está conectada ao aspecto midiático, já que a visibilidade na mídia nacional – para Marcus Pestana, por exemplo – é um indicativo de força e capacidade de diálogo, embora não esteja sobredeterminada por esta variável. No entanto, situações pontuais como escândalos políticos podem ocasionar danos de imagem derivativos de superexposições negativas (Thompson, 1998), especialmente se as linhas centrais de atuação do mandato vão de encontro às supostas denúncias/transgressões, como no caso de Júlio Delgado e sua participação efetiva na Comissão de Ética.

É possível afirmar que a visibilidade e a representação (Miguel e Biroli, 2010; Pitikin, 2006) são entendidas pelos parlamentares estudados como elementos centrais para a circulação de informações e para a efetivação dos vínculos democráticos na sociedade contemporânea. Do ponto de vista da especificidade dos mandatos, as variáveis políticas e comunicativas, ao serem conjugadas na análise, apresentaram respostas distintas de acordo os padrões observados em cada mandato, entre elas, a distribuição dos votos e o conteúdo publicado.

No período analisado, em função da forte contaminação do cenário político pelas investigações da Operação Lava Jato e pela aceitação do processo que culminou no impedimento da presidente Dilma, foi evidenciada uma significativa atuação dos deputados em relação a estas pautas, algo que evidentemente modificou a rotina dos mandatos, a prestação de contas e o contato com o eleitor/cidadão – inclusive, transpondo e

alimentando as discussões políticas no meio digital e, possivelmente, no âmbito das relações face-a-face.

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

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

Júlio Delgado, por sua vez, concentra os votos na mesorregião da Zona da Mata, onde se destaca o seu eleitorado em Juiz de Fora – constituído a partir da influência de Tarcísio. Neste sentido, o personalismo presente na figura do pai se reproduz na relação eleitoral do filho com a Zona da Mata, cuja trajetória como político de carreira abriu espaços em outros níveis e posições de interlocução, tanto na estrutura hierárquica do PSB quanto no âmbito da Câmara dos Deputados, especificamente na Comissão de Ética. A visibilidade, antes vista como um dado positivo, inverteu a sua valência no momento em

que o deputado foi mencionado em um escândalo político, algo que lhe exigiu uma ênfase bastante particular no aspecto comunicativo, alheio às discussões locais, à divulgação de agendas com lideranças e à prestação de contas do mandato.

Referências

- AMES, B. A estratégia eleitoral na representação proporcional com lista aberta. **Cadernos Metrópole**, São Paulo: EDUC, v.14, n.27, jan/jun 2012, pp.59-87.
- BERELSON, B; LAZARFELD, P.; MCPHEE, W. **Voting**: a study of opinion formation in a Presidential Campaign. Chicago: The University of Chicago Press, 1954.
- BOBBIO, N; MATTEUCCI, N; PASQUINO, G. **Dicionário de política I**. Tradução de Carmen C. Varriale et al. Brasília: Editora UNB, 1.ed., 1998.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- _____. Tribunal Superior Eleitoral. **Informações sobre as eleições – Eleições 2014**. Brasília: TSE, 2014b. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2014/eleicoes-2014>>. Acesso em: 05 dez. 2016.
- _____. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2015.
- CARVALHO JÚNIOR, O. L. Visibilidade midiática e carreiras parlamentares: análise comparativa entre deputados do Brasil e da Alemanha. In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política. **Anais...** Curitiba: Compolítica, 2013.
- DAHL, R. **Poliarquia: Participação e Oposição**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.
- GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- LE MOS, L. O congresso brasileiro e a distribuição de benefícios sociais no período 1988-1994: uma análise distributivista. **Dados**: Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: UERJ, v.44, n.3, 2001, pp.561-605.
- LIMA, V. A. Revisitando as sete teses sobre mídia política no Brasil. In: **Comunicação & Sociedade**, Ano 30, n. 51, jan./jun, 2009, pp. 13-37.
- LIMONGI, F. O novo institucionalismo e os estudos legislativos: a literatura norte-americana recente. **Boletim Informativo Bibliográfico**, Uberlândia: UFU, n.37, 1994, pp.3-38.
- MAYHEW, D. **Congress**: the electoral connection. 2.ed. New Haven: Yale University Press, 2004.
- MIGUEL, L. F; BIROLI, F. Visibilidade na Mídia e Campo Político no Brasil. **Dados**: Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: UERJ, vol.53, n.3, 2010, pp.695-735.
- NICOLAU, J. O sistema eleitoral de lista aberta no Brasil. **Dados**: Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: UERJ, v.49, n.4, 2006, pp. 689-720.
- PITIKIN, H. Representação: palavras, instituições e ideias. **Lua Nova**: Revista de Cultura e Política, São Paulo: CEDEC, n.67, 2006, pp.15-47.
- ROJAS DE CARVALHO, N. Geografia política das eleições congressuais: a dinâmica de representação das áreas urbanas e metropolitanas no Brasil. **Cadernos Metrópole**, São Paulo: EDUC, v. 11, n. 22, jul./dez. 2009, pp. 367-384.
- TOCQUEVILLE, A. **A democracia na América**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1998.
- VEIGA, L. F; DE PAULA, C. Deputados, eleitores e mídia. In: Compolítica: II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, Belo Horizonte, 2007. **Anais...**Belo Horizonte: UFMG, 2007.