

ANDRÉ DE MENDONÇA QUITÉRIO

A INTERNET NA POLÍTICA BRASILEIRA
sites de deputados federais paulistas

Bauru/SP
Agosto/2009

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Área de Concentração: Comunicação Midiática

A INTERNET NA POLÍTICA BRASILEIRA

sites de deputados federais paulistas

Dissertação de Mestrado apresentada por André de Mendonça Quitério ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Área de Concentração: Comunicação Midiática, Linha de Pesquisa Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho” - Campus de Bauru, desenvolvida sob a orientação do Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho.

Bauru/SP
Agosto/2009

Quitério, André de Mendonça.

A internet na política brasileira: *sites* de deputados federais paulistas/
André de Mendonça Quitério, 2009. 208 f. : il.

Orientador: Cláudio Bertolli Filho

Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de
Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2009

1. Cultura Eletrônica. 2. Política. 3. Deputados Federais Paulistas. 4.
Compartilhamento. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura,
Artes e Comunicação. II. Título.

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”**

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Área de Concentração: Comunicação Midiática

A Dissertação “A Internet na política brasileira: *sites* de deputados federais paulistas”, desenvolvida por ANDRÉ DE MENDONÇA QUITÉRIO, foi submetida à Banca Examinadora como exigência para obtenção do Título de Mestre em Comunicação, junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na Área de Concentração em Comunicação Midiática, Linha de Pesquisa Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Unesp, Campus de Bauru, São Paulo.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho - FAAC/UNESP

Orientador e Presidente da Banca Examinadora

Profª. Drª. Luzia Mitsue Yamashita Deliberador - CECA/UUEL

Membro da Banca Examinadora

Prof. Dr. João Pedro Albino - FC/UNESP

Membro da Banca Examinadora

**Bauru-SP
Agosto/2009**

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meu Orientador, Professor Doutor Cláudio Bertolli Filho, pela confiança,
À minha Orientadora no curso de graduação, Professora Doutora Lucilene Gonzales, pelo incentivo ao sonho da pesquisa acadêmica.
Aos Professores Doutores Antônio Carlos de Jesus e Antônio Francisco Magnoni, pelas indicações de leitura que me levaram às idéias de McLuhan,
A Yeda, Kinder e Eduarda, sempre prestativos,
A meus pais e família, pelos cuidados à distância,
Aos amigos mais próximos, pela força,
Aos mais distantes, pela sintonia,
Aos amores, por ir e vir.

Este trabalho é dedicado a quem vier conhecê-lo.

EPÍGRAFE

Sou um investigador. Faço sondagens. Não tenho ponto de vista. Não permaneço numa posição. Qualquer um em nossa cultura é recebido como convidado desde que se mantenha numa posição fixa e daí não se mexa. Assim que começar a dar voltas e a cruzar fronteiras, é um delinquente, é caça autorizada. O explorador é totalmente inconstante. Ele nunca sabe em que momento fará uma descoberta surpreendente. E a consistência é um termo desprovido de significado quando se aplica a um explorador. Se ele quisesse ser consistente, teria ficado em casa. Eu não explico. Eu exploro.

Herbert Marshall McLuhan

RESUMO

QUITÉRIO, André de Mendonça. A Internet na política brasileira: *sites* de deputados federais paulistas. 2009. 208f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP, Bauru, Agosto, 2009.

RESUMO

A Internet completa mais uma etapa do desenvolvimento histórico-tecnológico dos meios de comunicação eletrônicos. Esse meio de comunicação traz em si outros meios de comunicação, criando uma nova ambientação, modificando o ambiente humano, inserindo novas formas de relacionamento, tanto subjetivas quanto sociais. É a tecnologia da comunicação que melhor aproxima a humanidade de um “campo único de experiência”, nas palavras de Herbert Marshall McLuhan, e vem ocupando espaço midiático ao agregar funções antes exercidas por outros meios. Na política brasileira, as mudanças provocadas por meio e em função da comunicação total e instantânea podem ser evidenciadas pelos *sites* dos políticos, mais especificamente de deputados federais paulistas. Para entender como essa classe política está inserida no ambiente criado pela Internet, o foco está em *sites* de deputados em exercício de mandato, analisando três deputados eleitos com as maiores votações nas Eleições 2006, pertencentes a partidos diferentes e com *site* atualizado periodicamente. O conceito de meio de comunicação foi compreendido sob os paradigmas de McLuhan, enquanto as relações dos *sites* com outros sistemas abertos foram determinadas pelas hipóteses de agendamento. Buscou-se verificar como as propriedades da Internet estão promovendo alterações nas ações parlamentares dos deputados e criando espaços para maior participação social nos processos políticos.

Palavras-chave: comunicação, Marshall McLuhan, *agenda setting*, sistemas de comunicação, cultura eletrônica, internet, política, eleições, deputados federais paulistas, compartilhamento.

ABSTRACT

Quiterio, André de Mendonça. The Internet in Brazilian politics: *sites* of Members federal paulistas. 2009. 208f. Dissertação (Mestrado em Communication). Program of Graduate Studies in Media Communication. Faculty of Architecture, Arts and Communication, UNESP, Bauru, August, 2009.

ABSTRACT

The Internet completes a stage of historical development-technological means of electronic communication. This means of communication brings itself other media, creating a new environment, changing the human environment, including new forms of relationships, both social as subjective. It is the technology of communication that best approximates the humanity of a “unique field of experience” in the words of Herbert Marshall McLuhan, and is occupying media space to add features before performed by other means. In Brazilian politics, the changes caused by total and instant communication can be evidenced by the politician’s *websites*, especially federal deputies from São Paulo. To understand how the political class is embedded in the ambient created by the Internet, the focus is only one *websites* for members in pursuit of office, analyzing three most voted elected members in 2006’s elections, from different parties with a *website* updated regularly. The concept of media has been understood under the paradigm of McLuhan, while relations with other *sites* of open systems have been determined by agenda setting’s hypothesis. It has been tried to verify whether the properties of the Internet are promoting changes in the federal deputie’s actions and creating space for greater social participation in policy processes.

Keywords: Communication, Marshall McLuhan, agenda setting, communication systems, electronic culture, internet, politics, elections, federal deputies, São Paulo, share.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- 11 Figura 1. Obra de Detanico e Lain
12 Figura 2. Detalhes da obra de Detanico e Lain
29 Figura 3. Muitos assuntos não são relacionados
34 Figura 4. O homem moderno
36 Figura 5. A passagem da era mecânica para a era eletrônica
38 Figura 6. A mensagem específica de cada meio
41 Figura 7. O alfabeto fonético transformou em visuais as palavras sonoras
44 Figura 8. Nos tempos medievais a leitura era em voz alta
46 Figura 9. O homem da sociedade letrada
48 Figura 10. A promoção do sentido visual
50 Figura 11. A televisão é audiotátil
56 Figura 12. A força dos líderes de opinião
66 Figura 13. A imagem do político limitada às superfícies da impressão
69 Figura 14. O político deve manter a imagem que criou de si mesmo
71 Figura 15. Mensagens políticas, condensadas ao máximo
84 Figura 16. Representação gráfica das hipóteses de agendamento
92 Figura 17. Exemplo de média e desvio-padrão
127 Figura 18. Página inicial do *site* de Fernandes
128 Figura 19. Página inicial do *site* de Fernandes (mapeamento)
129 Figura 20. Página de conteúdos no *site* de Fernandes
130 Figura 21. Página de conteúdos no *site* de Fernandes (mapeamento)
131 Figura 22. Aproveitamento das páginas de conteúdo do *site* de Fernandes
132 Figura 23. Página inicial do *site* de França
133 Figura 24. Página inicial do *site* de França (mapeamento)
134 Figura 25. Página de conteúdos no *site* de França
135 Figura 26. Página de conteúdos no *site* de França (mapeamento)
136 Figura 27. Aproveitamento das páginas de conteúdo do *site* de França
137 Figura 28. Página inicial do *site* de Pinotti
138 Figura 29. Página inicial do *site* de Pinotti (mapeamento)
139 Figura 30. Página de conteúdos no *site* de Pinotti
140 Figura 31. Página de conteúdos no *site* de Pinotti (mapeamento)
141 Figura 32. Aproveitamento das páginas de conteúdo do *site* de Pinotti
141 Figura 33. *Site* da Câmara, sob a máscara do deputado Fernandes
142 Figura 34. *Site* da Câmara dos Deputados, em layout padrão
145 Figura 35. Página do *site* de França com todas as notícias da editoria geral
146 Figura 36. Campanhas de França
153 Figura 37. Página “Voto a Voto”
154 Figura 38. Carta de França disponível no *site*
155 Figura 39. Slide automático do *site* de França
156 Figura 40. No *site* de França, somente notícias da página inicial contém imagens
156 Figura 41. No *site* do PSB, o mapa é acesso a dados sobre as Eleições 2008
157 Figura 42. Exemplos de fotografias de uso jornalístico, no *site* de França
158 Figura 43. *Site* Parlatube contém 3 vídeos indicados pelo *site* de Pinotti
160 Figura 44. *Site* de Fernandes produz relatório com resultados das enquetes
160 Figura 45. No *site* de França, é preciso verificar os resultados enquete a enquete
161 Figura 46. Trecho da pesquisa qualitativa do *site* de Pinotti
165 Figura 47. Trecho da página de Márcio França no *microblog* Twitter
166 Figura 48. *Blog* de Fernandes
167 Figura 49. *Blog* de Fernandes (mapeamento)

LISTA DE TABELAS

- 18 Tabela 1. Resultados eleitorais das Eleições 2006
- 87 Tabela 2. Contribuição de votos para Celso Ubirajara Russomanno (PPB) em 2002
- 88 Tabela 3. Cálculos de dispersão para Celso Ubirajara Russomanno (PPB) em 2002
- 89 Tabela 4. Cálculos desta pesquisa sobre Celso Russomanno nas eleições 2002
- 89 Tabela 5. Análise do TSE sobre desempenho eleitoral Celso Russomanno
- 93 Tabela 6. Cálculos aplicados aos valores absolutos
- 94 Tabela 7. Cálculos aplicados aos valores percentuais
- 95 Tabela 8. Os 30 municípios que mais deram votos a Paulo Maluf
- 97 Tabela 9. Os 19 municípios secundários na eleição de Paulo Maluf (PP)
- 98 Tabela 10. Os 30 municípios secundários na eleição de Celso Russomanno (PP)
- 99 Tabela 11. Os 34 municípios secundários na eleição de Clodovil Hernandez (PR)
- 100 Tabela 12. Os 46 municípios secundários na eleição de Enéas Carneiro (PRONA)
- 101 Tabela 13. Os 11 municípios secundários na eleição de Emanuel Fernandes (PSDB)
- 102 Tabela 14. Os 24 municípios secundários na eleição de Paulinho da Força (PDT)
- 103 Tabela 15. Os 51 municípios secundários na eleição de Edson Aparecido (PSDB)
- 104 Tabela 16. Os 8 municípios secundários na eleição de Márcio França (PSD)
- 105 Tabela 17. Os 16 municípios secundários na eleição de Mendes Thame (PSDB)
- 106 Tabela 18. Os 15 municípios secundários na eleição de Luiza Erundina (PSB)
- 107 Tabela 19. Os 9 municípios secundários na eleição de Pinotti (DEM)
- 126 Tabela 20. Aproveitamento de tela dos *sites* dos deputados
- 147 Tabela 21. Municípios que receberam verbas de França no Orçamento 2009
- 148 Tabela 22. Municípios que receberam verbas de França no Orçamento 2008
- 149 Tabela 23. Municípios que receberam verbas de Fernandes no Orçamento 2007
- 150 Tabela 24. Municípios que receberam verbas de Fernandes no Orçamento 2008
- 163 Tabela 25. Emails enviados pelo *site* de Fernandes
- 164 Tabela 26. Emails enviados pelo *site* de França

LISTA DE GRÁFICOS

- 97 Gráfico 1. Paulos Maluf - eleitorado principal
- 98 Gráfico 2. Celso Russomanno - eleitorado principal
- 99 Gráfico 3. Clodovil Hernandez - eleitorado principal
- 100 Gráfico 4. Enéas Carneiro - eleitorado principal
- 101 Gráfico 5. Emanuel Fernandes - eleitorado principal
- 102 Gráfico 6. Paulinho da força - eleitorado principal
- 103 Gráfico 7. Edson Aparecido - eleitorado principal
- 104 Gráfico 8. Márcio França - eleitorado principal
- 105 Gráfico 9. Mendes Thame - eleitorado principal
- 106 Gráfico 10. Luiza Erundina - eleitorado principal
- 107 Gráfico 11. Dr. Pinotti - eleitorado principal
- 126 Gráfico 12. Alto aproveitamento de Fernandes, sem área fixa lateral

LISTA DE MAPAS

- 109 Mapa 1. Concentração Eleitoral de Paulo Maluf
- 110 Mapa 2. Concentração Eleitoral de Celso Russomanno
- 111 Mapa 3. Concentração Eleitoral de Clodovil Hernandes
- 112 Mapa 4. Concentração Eleitoral de Enéas Carneiro
- 113 Mapa 5. Concentração Eleitoral de Emanuel Fernandes
- 114 Mapa 6. Concentração Eleitoral de Paulinho da Força
- 115 Mapa 7. Concentração Eleitoral de Edson Aparecido
- 116 Mapa 8. Concentração Eleitoral de Márcio França
- 117 Mapa 9. Concentração Eleitoral de Mendes Thame
- 118 Mapa 10. Concentração Eleitoral de Luiza Erundina
- 119 Mapa 11. Concentração Eleitoral de Dr. Pinotti
- 120 Mapa 8. Concentração Eleitoral de Márcio França
- 120 Mapa 10. Concentração Eleitoral de Luiza Erundina
- 121 Mapa 5. Concentração Eleitoral de Emanuel Fernandes
- 121 Mapa 11. Concentração Eleitoral de Dr. Pinotti
- 121 Mapa 6. Concentração Eleitoral de Paulinho da Força
- 122 Mapa 9. Concentração Eleitoral de Mendes Thame
- 122 Mapa 1. Concentração Eleitoral de Paulo Maluf
- 122 Mapa 2. Concentração Eleitoral de Celso Russomanno
- 123 Mapa 3. Concentração Eleitoral de Clodovil Hernandes
- 123 Mapa 7. Concentração Eleitoral de Edson Aparecido
- 123 Mapa 4. Concentração Eleitoral de Enéas Carneiro
- 150 Mapa 12. Representação cartográfica dos agendamentos de França
- 151 Mapa 13. Representação cartográfica dos agendamentos de Fernandes

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	
1. MUDANÇAS EM UM CLIQUE	11
2. OS CENÁRIOS E AS HIPÓTESES	17
CAPÍTULO I - PARADIGMAS DA COMUNICAÇÃO	
1. ESCOLA CANADENSE E ESCOLA AMERICANA	25
1.1. HERBERT MARSHALL MCLUHAN	26
1.1.1. EQUILÍBRIO SENSORIAL, AS EXTENSÕES HUMANAS E O MEIO COMO MENSAGEM	30
1.1.2. AS TRANSIÇÕES CULTURAIS	39
1.2. AS HIPÓTESES DE AGENDAMENTO	50
2. SOBREPOSIÇÕES TEÓRICAS	57
CAPÍTULO II - POLÍTICA E COMUNICAÇÃO	
1. REPRESENTATIVIDADE POLÍTICA NA INTERNET	62
2. IMAGEM NA POLÍTICA	67
3. A PERSONALIZAÇÃO NA POLÍTICA	74
4. A GEOGRAFIA DO PÚBLICO-ELEITORADO	78
CAPÍTULO III - MÉTODOS, CÁLCULOS E DADOS	
1. DEFINIÇÃO DOS AGENDAMENTOS	82
2. AGENDA ELEITORAL PELO TSE	85
3. CÁLCULOS DE AGENDA ELEITORAL	90
4. GRÁFICOS E TABELAS ELEITORAIS	97
4.1. PAULO MALUF	97
4.2. CELSO RUSSOMANO	98
4.3. CLODOVIL	99
4.4. ENEÁS CARNEIRO	100
4.5. EMANUEL FERNANDES	101
4.6. PAULINHO DA FORÇA	102
4.7. EDSON APARECIDO	103
4.8. MÁRCIO FRANÇA	104
4.9. MENDES THAME	105
4.10. LUIZA ERUNDINA	106
4.11. DR. PINOTTI	107
5. MAPAS ELEITORAIS	108
6. O FENÔMENO DA CONCENTRAÇÃO ELEITORAL	120
CAPÍTULO IV - OS SITES	
1. SISTEMAS ABERTOS DE COMUNICAÇÃO	124
1.1. ORGANIZAÇÃO VISUAL DOS SITES	125
1.2. A FALA E SUAS FERRAMENTAS	142
1.3. A ESCRITA E SUAS FERRAMENTAS	143
1.4. A IMAGEM E SUAS FERRAMENTAS	154
1.5. OS AUDIOVISUAIS E SUAS FERRAMENTAS	157
1.6. A INTERNET E SUAS FERRAMENTAS	158
1.7. ACESSOS E FACILIDADES DE ACESSO	168
CAPÍTULO V – AVALIAÇÕES E CONSIDERAÇÕES	
1. A POLÍTICA BRASILEIRA NA INTERNET	170
2. A INTERNET DA POLÍTICA BRASILEIRA	173
3. A MENSAGEM DA INTERNET	177
REFERÊNCIAS	180
ANEXOS	
ANEXO A - PROGRAMAÇÃO VISUAL DA CAMPANHA DE BARACK OBAMA	185
ANEXO B - COMO OBAMA ARRECADOU RECURSOS VIA INTERNET	187
ANEXO C - RESOLUÇÃO Nº 25 DA CÂMARA DOS DEPUTADOS	188
ANEXO D - RELATÓRIO DO DEPUTADO FEDERAL CELSO RUSSOMANO (PPB)	194
ANEXO E - LINHA DE PENSAMENTO	208

INTRODUÇÃO

1. MUDANÇAS EM UM CLIQUE

A obra de arte “O mundo justificado, alinhado à esquerda, centralizado, alinhado à direita”, dos artistas plásticos Ângela Detanico e Rafael Lain, exibida na 26ª Bienal de São Paulo (2004), simboliza com muita pertinência as linhas de pensamento desta dissertação.



Figura 1. Obra de Detanico e Lain na 26ª. Bienal de São Paulo. Fonte: UM SÓ MUNDO, 2007

A obra alude à possibilidade de mudança da estrutura global com apenas um clique, tendo como referência o funcionamento de *softwares* editores de texto e suas ferramentas que movem os parágrafos horizontalmente pelas páginas. Usando caracteres tipográficos, por meio de um editor de texto eletrônico, os artistas desenharam o mapa dos cinco continentes, como se usassem uma máquina de datilografar. Depois, alinharam o desenho à esquerda, ao centro e à direita, assim como pode ser feito com qualquer texto eletrônico.

A obra é estreitamente ligada à idéia principal de Herbert Marshall McLuhan, de que "toda tecnologia gradualmente cria um ambiente humano totalmente novo". A introdução e a

apropriação das tecnologias, entendidas como extensões do homem, alteram primeiro as estruturas perceptivas, e então as estruturas cognitivas, os modos de pensar, de se relacionar, de produzir, os modos de organização social: as tecnologias promovem alterações profundas, tanto subjetivas quanto sociais. McLuhan também afirma que apenas os artistas, peritos nas mudanças de percepção, são capazes de enfrentar, “impunes”, a tecnologia:

O poder das artes de antecipar, de uma ou mais gerações, os futuros desenvolvimentos sociais e técnicos foi reconhecido há muito tempo. Ezra Pound chamou o artista de ‘antenas da raça’. A arte, como o radar, atua como se fosse um verdadeiro ‘sistema de alarme premonitório’, capacitando-nos a descobrir e a enfrentar objetivos sociais e psíquicos, com grande antecedência. (MCLUHAN, 1964, p.14)

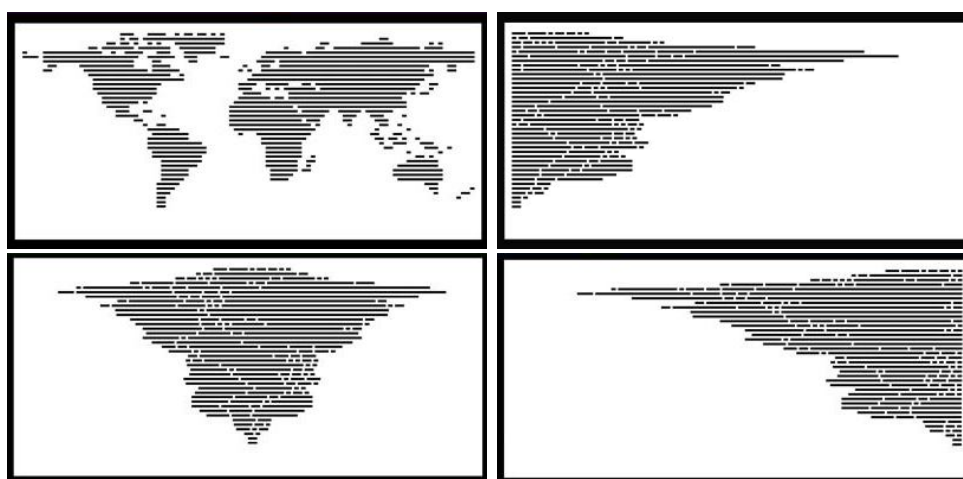


Figura 2. Detalhes da obra de Detanico e Lain. Fonte: UM SÓ MUNDO, 2007

A percepção de mundo da artista plástica Ângela Detanico mostra, em entrevista ao site “Planeta Sustentável”, que seus interesses nos trabalhos realizados com Rafael Lain são os sistemas de representação, como a cartografia e a linguagem alfabética:

Consideramos nossos trabalhos como hipóteses, como perguntas que se formulam a partir da observação da realidade na tentativa de compreendê-la. Quando alinhamos o mapa-mundi como um texto, utilizando procedimentos tipográficos que coincidem com a designação de posições políticas, perguntamos: ... e se nossa percepção do mundo fosse organizada de outra forma, como nos inscreveríamos no presente, como escreveríamos a História? (UM SÓ MUNDO, 2007)

A licença poética destes artistas não coloca em discussão apenas questões políticas, mas principalmente tecnológicas. Se a obra de Detanico e Lain sugere que um simples editor eletrônico de texto pode representar toda uma reflexão sobre as profundas alterações

determinadas pelas tecnologias, esta dissertação procura por alterações políticas que acontecem em função ou por meio das tecnologias que compõem a Internet, ou melhor: verifica alterações e mudanças no campo da política que a Internet pode promover.

Agora na idade da eletricidade, a própria instantaneidade da coexistência entre nossos instrumentos tecnológicos deu lugar a uma crise sem precedentes na história humana. As extensões de nossas faculdades e sentidos passaram a constituir um campo único de experiência que exige se fazer coletivamente consciente". (MCLUHAN, 1977, p.22)

A fusão entre a colocação de McLuhan e a pergunta de Ângela Detanico deu origem ao questionamento central desta dissertação: nestes tempos tecnológicos de Internet, como se “inscreve no presente” a classe política? Se hoje temos a Internet como o meio de comunicação que melhor aproxima a humanidade em um campo único de experiência, como se dá a participação de políticos neste “mundo novo da aldeia global”?

A Internet é também o *corpus* de estudo desta pesquisa: *sites* de deputados federais paulistas, eleitos em 2006. A Internet mostrou-se também essencial fonte de pesquisa, especialmente pelos dados e relatórios disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), por livros eletrônicos e pelas inúmeras publicações científicas acessíveis. A escolha da política como tema alinha-se a um histórico de pesquisa, complementando pesquisa anterior cujo foco estava no poder Executivo, durante período eleitoral. Agora, o enfoque encontra-se no poder Legislativo, durante exercício de mandato.

Considerando-se a abrangência da pesquisa, descartou-se a opção de estudar vereadores ou deputados estaduais. Também descartou-se a possibilidade de estudo sobre os Senadores. Na apresentação da obra de Nelson Rojas de Carvalho, Antônio Otávio Cintra afirma que “o Senado ainda é pouco estudado” (CARVALHO, 2003, p.10), e esta dissertação poderia comprometer-se sem o devido aporte teórico. Além disso, muitas pesquisas em comunicação e política têm foco nas eleições, principalmente relativas ao Poder Executivo, apresentando-se em número bem superior às que se concentram no exercício de mandato dos governantes; mais reduzida é a quantidade de pesquisas que versam sobre os legisladores.

Pesquisas cujos objetos de estudo estão situados no tempo presente sempre serão desafiantes para os pesquisadores de comunicação e política. Acrescentar a Internet nessa problemática demandou maior abertura paradigmática, contemplando assim o problema em múltiplos aspectos. Para o campo da Comunicação, este estudo sobre a Internet não se justifica somente por conhecer o que é a Internet hoje, seus valores políticos, civis ou ideológicos. Justifica-se também no contexto de, no campo da Comunicação, encontrar-se

dificuldade na determinação dos objetos de estudo. A professora Vera Regina Veiga França ilustra a situação afirmando que, ao longo dos anos, as tendências e ênfases no campo da Comunicação vão sendo sucedidas, que tópicos, escolas e autores aparecem e desaparecem, compondo seu papel em cada momento. Porém, afirma França, essas mudanças ultrapassam a renovação salutar que devem sofrer as disciplinas curriculares e denotam a instabilidade e a incerteza que ainda predominam nos domínios de conhecimentos e na própria área da Comunicação:

[...] a teoria da Comunicação é disciplina obrigatória na maioria dos cursos de comunicação; seu conteúdo, no entanto, não é claramente definido, e ela não dispõe de referências bibliográficas firmes [...] Ora, deve haver um consenso mínimo da comunidade científica sobre essas bases [conceituais]; deve existir uma história e um patrimônio de conhecimentos compartilhados. E não é bem essa a nossa realidade. (FRANÇA, 2002, p.14)

Segundo Filipa Subtil, tanto na Europa como no Continente Americano, as Ciências da Comunicação têm persistido em negligenciar um conjunto notável de pensadores canadenses que manifestaram grande interesse pela Comunicação:

A investigação das relações entre comunicação, tecnologia e civilização, apresentada por autores como Graham Spry, George Grant, Northrop Frye, mas sobretudo por Harold Innis e Marshall McLuhan, entre outros, é um dos aspectos originais que talvez autorizem a referência a uma “escola canadiana” da comunicação. O relevo adquirido pelo último autor no mundo da cultura, da arte e dos media só episodicamente despertou curiosidade no universo acadêmico sobre as origens e fontes da sua reflexão. (SUBTIL, 2003, p.1)

McLuhan deu prosseguimento a muitas das preocupações temáticas e das intuições da escola canadense. Uma de suas maiores influências foi Harold Adams Innis (1864-1952), precursor da análise crítica da comunicação, de acordo com suas relações entre tecnologia, tempo e espaço, assim como um teórico pioneiro dos processos que hoje são designados pela noção de globalização. Quando, em 1964, ao enunciar o axioma “o meio é a mensagem”, que constitui o sustentáculo de sua teoria sobre os meios, McLuhan recuperou “uma das mais incisivas reflexões de Innis, elaborada 41 anos antes, que tinha colocado os modos de comunicação, na sua vertente tecnológica, no centro do desenvolvimento das civilizações e da evolução histórica.” (SUBTIL, 2003, p.2).

Segundo Innis, a mudança no modo de comunicação é um elemento-chave do processo histórico, com implicações profundas na organização social e cultural das

civilizações. Subtil afirma que Innis foi o primeiro teórico e estudioso para quem se tornou visível a ação exercida pelas tecnologias da comunicação, como parte dos meios tecnológicos mais vastos utilizados pelo homem na história:

O conjunto da sua investigação deve ser considerado como precursor e formulador de uma série de conceitos de grande alcance do papel das tecnologias da comunicação no processo globalizante que marca a mudança verificada com a deslocalização das formas de produção, a tendência para a oligopolização do mercado, a subordinação da comunicação política aos imperativos de expansão tecnológica e bélica, para além da sua insistência na construção de um tempo comercial como resultado de um processo de colonização temporal. (SUBTIL, 2003, p.18)

O legado de McLuhan fundamenta as pesquisas em Comunicação por apropriar-se efetivamente dos estudos dos meios de comunicação, definindo os meios como o objeto da Comunicação. A comunicação é um fenômeno cuja existência efetua-se em práticas comunicativas que, necessariamente, acontecem através de canais, tornando essencial que a Comunicação, como Ciência Social Aplicada, não perca o foco nos canais comunicativos, em detrimento dos estudos sobre seus conteúdos:

Estou na mesma posição de Pasteur, ao dizer aos doutores que seu maior inimigo era perfeitamente invisível - e perfeitamente irreconhecível por eles. Nossa resposta aos meios e veículos de comunicação - ou seja, o que conta é o modo como são usados - tem muito da postura alvar do idiota tecnológico. O “conteúdo” de um meio é como a “bola” de carne que o assaltante leva consigo para distrair o cão de guarda da mente. (MCLUHAN, 1964, p.33)

Na obra em que explica como a imprensa, tecnologia inventada no século XV por Johann Gutenberg, promoveu a transição de uma cultura escrita para uma cultura tipográfica de reprodutibilidade, McLuhan indaga-se porque, 500 anos depois, ninguém ainda havia estudado todas as mudanças que a imprensa determinou, seu legado e tudo o que a humanidade evoluiu a partir da invenção de Gutenberg: “Que este estudo sobre a natureza divergente da organização social oral e escrita não tinha sido feito há mais tempo é difícil explicar”. (MCLUHAN, 1977, p.18). Essa dissertação não investigaria as relações que só a Internet pode promover entre representados e representantes políticos sem referenciar as ideias de McLuhan. Por meio delas é possível desenvolver uma “composição em mosaico”, percebendo os meios de comunicação com um “olhar mais difuso”, em termos do próprio McLuhan, desde a Introdução de “A Galáxia de Gutenberg”:

A Galáxia de Gutenberg adota e desenvolve a abordagem dos seus problemas por campo, apresentando-os sob forma de mosaico [...] Tal imagem em mosaico constitui o único meio prático de revelar operações causais na história. O procedimento alternativo seria o de apresentar uma série de quadros de relacionamentos determinados e fixos dentro de um campo pictórico. (MCLUHAN, 1977, p.13)¹

No capítulo “Quando a tecnologia estende ou prolonga um de nossos sentidos, a cultura sofre uma transposição tão rápida quanto rápido for o processo de interiorização da tecnologia”, McLuhan, ao discorrer sobre quais são as vantagens em abordar as mudanças provocadas pelos meios de comunicação, explica o que é fazer uma composição em mosaico:

É possível discutir duas formas de abordar um problema. Uma, que se pode chamar de método teórico, consiste em formular o problema nos termos que já se conhece, fazer acréscimos e inserções na base de princípios aceitos, e depois proceder com a comprovação dessas hipóteses experimentalmente. Outra, que se pode chamar método mosaico, considera cada problema por si mesmo, com pouca referência no campo ao qual se encontra, e procura descobrir relações e princípios existentes na área circunscrita. (MCLUHAN, 1977, p.72)

McLuhan afirma, nas palavras de Georg Von Békésy, Prêmio Nobel de Medicina em 1961, que ao se conhecer a maioria das variáveis pertencentes a seus múltiplos problemas, pode-se facilmente resolver um novo problema enquadrando-o no conjunto de dados já conhecidos. Mas, quando o quadro de referência é incerto e grande o número de variáveis - tal qual o uso político da Internet - o método mosaico é muito mais relevante. Da mesma forma, as questões colocadas nesta dissertação também foram encaradas em mosaico: buscou-se entender as várias problemáticas comunicacionais circunscritas ao redor dos *sites* dos deputados: porque existe o *site*, seu público, o eleitorado do deputado, o que há em cada *site*, que função cumpre, que acessos disponibiliza, o que promove, entre outras questões.

Além disso, considerando as colocações de McLuhan a respeito das capacidades dos artistas em perceber e compreender mudanças sociais, nessa dissertação encontra-se referência constante ao artista Joaquín Salvador Lavado, cartunista que assina como Quino. Alguns conceitos de comunicação e política aqui expostos serão ilustrados por meio de suas polissêmicas charges, ou arte sequencial, como define Will Eisner:

Por motivos que têm a ver com o uso e a temática, a Arte Sequencial tem sido geralmente ignorada como forma digna de discussão acadêmica. Embora

¹ O “quadro de relacionamentos determinados dentro de um campo pictórico” desta dissertação encontra-se na página 84.

cada um dos seus elementos mais importantes, tais como o design, o desenho, o cartum e a criação escrita tenham merecido consideração acadêmica isoladamente, esta combinação única têm recebido espaço bem pequeno (se é que tem recebido algum) no currículo literário e artístico. Creio que tanto o profissional como o crítico são responsáveis por isso. (EISNER, 1995, p.5)

Em resumo, esta dissertação tem como objetivo principal estudar como os deputados federais paulistas eleitos no ano de 2006, inserem-se no ambiente criado pela Internet, durante o exercício da legislatura. A hipótese principal é que a Internet criou um ambiente onde os deputados podem cumprir seu dever de prestação de contas de mandato à sociedade, abrindo canais bidirecionais com o cidadão.

As hipóteses secundárias são três. A primeira, que os *sites* promovem a prestação de contas de mandato especificamente para os eleitores ou potenciais eleitores do deputado. A segunda, que o caráter bidirecional da Internet promove maior participação na democracia. A terceira, que os *sites* promovem influências na agenda parlamentar dos deputados.

2. OS CENÁRIOS E AS HIPÓTESES

Inspirada nos estudos de Marshall McLuhan, esta dissertação explora caminhos sobre um recente meio de comunicação, a Internet, e seu respectivo uso político, pelos políticos. Na obra “*Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*”, McLuhan relaciona o controle humano sobre a eletricidade e o advento dos meios de comunicação eletrônicos para explicar as origens da evolução linguística, comunicacional, política, social, econômica, enfim; das evoluções humanas justamente após o domínio da eletricidade.

Sobre tal transição evolutiva, McLuhan dedicou obra inteira, “*A Galáxia de Gutenberg*” (1977), diferenciando as culturas humanas antes e após as tecnologias do alfabeto, após as tecnologias da imprensa e após as tecnologias da eletricidade. Nela, afirma que a humanidade está vivendo a transição de um mundo mecânico e visual, criado a partir da imprensa tipográfica, para um mundo instantâneo e auditivo, criado pela eletricidade:

Com os computadores e com a programação elétrica, os meios de armazenar e movimentar a informação tornam-se cada vez menos visuais e mecânicos e cada vez mais integrais e orgânicos. O campo total criado pelas formas elétricas instantâneas não pode ser visualizado, assim como não o podem as velocidades das partículas eletrônicas. O instantâneo cria uma interligação entre o tempo, o espaço e as ocupações humanas. (MCLUHAN, 1964, p.160)

O homem sofreu grandes avanços a partir do domínio sobre a eletricidade e de seus primeiros usos comunicacionais, desde o telégrafo, o telefone, o cinema, o rádio, a televisão e hoje, a Internet. Em 1962, McLuhan afirmava que a transição acontecia naquele exato momento, e a transição está em processo ainda hoje: há muito dinheiro em papel, apesar de todo dinheiro eletrônico; ainda há muita comunicação impressa, apesar de toda entropia eletrônica nos meios de comunicação massivos, como rádio ou televisão ou mesmo nos endereços eletrônicos de *email*; a documentação ainda é, basicamente, feita por impressos. Os produtos e a lógica do papel ainda são muito presentes, pois junto a essa lógica há toda uma história evolutiva que ela traz consigo, e que deve permanecer, sob certos aspectos.

Como exemplo da constante superação tecnológica da eletrônica, das telecomunicações e da informática, pode-se citar a “tecnologia 3G”, recém-chegada ao mercado brasileiro, e que conecta à Internet os aparelhos da telefonia celular com velocidade superior às oferecidas por conexões discadas de telefonia fixa. As burocracias governamental e jurídica provam o quanto se mantém o impresso, porém, à medida que avançam os usos das tecnologias eletrônicas, ele perderá funções e terá seu uso cada vez mais restrito.

O cenário desta dissertação começa a ser visualizado a partir dos resultados eleitorais do pleito brasileiro de 2006, mais precisamente as estatísticas referentes às votações para os deputados federais. Em 3 de outubro de 2006, o Estado de São Paulo elegeu 70 deputados federais, listados a seguir, por ordem decrescente de votação absoluta:

Tabela 1 - Resultados eleitorais das Eleições 2006 para deputados federais paulistas, por ordem de votação, com correspondentes partidos e sites.

DEPUTADO FEDERAL	VOTOS	PARTIDO	SITE (mar. 2009)
PAULO MALUF	739.827	PP	não tem <i>site</i>
CELSO RUSSOMANNO	573.524	PP	http://www.celsorussomanno.com.br/
CLODOVIL	493.951	PTC	http://deputadoclodovil.blogspot.com/
ENÉAS CARNEIRO	386.905	PRONA	não tem <i>site</i>
EMANUEL	328.486	PSDB	http://www.emanuelfernandes.com.br/
PAULINHO DA FORÇA	287.443	PDT	não tem <i>site</i>
EDSON APARECIDO	248.639	PSDB	http://www.edsonaparecido.com.br/
MARCIO FRANÇA	215.388	PSB	www.marciofranca.com.br
THAME	205.462	PSDB	http://www.mendesthame.com.br/
LUIZA ERUNDINA	195.886	PSB	http://www.deputadaluizaerundina.com.br/
DR. PINOTTI	193.918	PFL	http://www.drpinotti.com.br
RENATO AMARY	188.331	PSDB	http://www.deputadorenatoomary.com.br/
ARNALDO JARDIM	187.427	PPS	http://www.arnaldojardim.com.br/
REINALDO NOGUEIRA	184.553	PDT	http://www.reinaldonogueira.com.br/
JOÃO PAULO CUNHA	177.056	PT	http://www.joaopaulo.org.br/
WALTER FELDMAN	176.495	PSDB	http://walterfeldman.com.br/

DEPUTADO FEDERAL	VOTOS	PARTIDO	SITE (mar. 2009)
DUARTE NOGUEIRA	170.319	PSDB	http://www.duartenogueira.com.br
ARLINDO CHINAGLIA	170.008	PT	http://www.arlindochinaglia.com.br/
ALDO REBELO	169.621	PC DO B	http://www.aldorebelo.com.br/
JORGE TADEU	165.699	PFL	não tem <i>site</i>
JULIO SEMEGHINI	160.962	PSDB	http://www.juliosemeghini.com.br/
TRIPOLI	157.128	PSDB	http://www.tripoli.com.br
ARNALDO MADEIRA	153.302	PSDB	http://www.arnaldomadeira.com.br/
RICARDO IZAR	152.795	PTB	http://www.ricardoizar.com.br/
ANTONIO PALOCCI	152.246	PT	http://www.palocci.com.br/
JILMAR TATTO	145.081	PT	http://www.jilmartatto.com.br/
FRANK AGUIAR	144.797	PTB	http://frankaguiar.blogspot.com/
VANDERLEI MACRIS	142.510	PSDB	http://www.deputadomacris.com.br/
ZARATTINI	134.224	PT	http://www.zarattinipt.com.br/
SILVINHO PECCIOLI	133.033	PFL	não tem <i>site</i>
SILVIO TORRES	131.197	PSDB	http://www.silviotorres.com.br/
JOSÉ ANÍBAL	129.300	PSDB	http://www.joseanibal.com/
MILTON MONTI	126.940	PL	http://www.miltonmonti.com.br/
PAULO RENATO SOUZA	124.610	PSDB	http://www.paulorenatosouza.com.br/
JOSÉ EDUARDO CARDOZO	124.409	PT	http://www.joseduardocardozo.com.br/
NELSON MARQUEZELLI	118.721	PTB	http://www.marquezelli.com.br/
VACCAREZZA	118.258	PT	http://www.vaccarezza.com.br/
LOBBE	117.285	PSDB	não tem <i>site</i>
JANETE PIETÁ	116.865	PT	http://www.janeterochapieta.com.br/
ARNALDO FARIA DE SÁ	114.709	PTB	http://deputadoarnaldo.blogspot.com/
WILLIAM WOO	113.010	PSDB	http://www.williamwoo.com.br/
PAULO TEIXEIRA	112.452	PT	http://www.pauloteixeira13.com.br/
RICARDO BERZOINI	112.006	PT	http://www.berzoini.org/
FERNANDO FUAD CHUCRE	111.048	PSDB	não tem <i>site</i>
ANTÔNIO BULHÕES	109.978	PMDB	http://www.deputadoantoniobulhoes.com.br/
PANNUNZIO	109.150	PSDB	http://www.deputadopannunzio.com.br/
FRANCISCO ROSSI	106.272	PMDB	não tem <i>site</i>
JOSÉ MENTOR	104.960	PT	http://www.josementor.com.br/
VALDEMAR COSTA NETO	104.157	PL	não tem <i>site</i>
GUILHERME CAMPOS	103.605	PFL	não tem <i>site</i>
WALTER IHOSHI	101.097	PFL	http://www.ihoshi.com.br/
MICHEL TEMER	99.046	PMDB	http://www.micheltemer.com.br/
GENOINO	98.729	PT	http://www.genoino.org
VICENTINHO	97.477	PT	http://www.vicentinho.org.br/
DEVANIR RIBEIRO	92.047	PT	http://www.devanir.com.br/
DR. UBIALI	84.175	PSB	http://blog.drubiali.com.br/
IVAN VALENTE	83.719	PSOL	http://www.ivanvalente.com.br/
VADÃO	78.728	PP	não tem <i>site</i>
EDINHO MONTEMOR	73.212	PSB	não tem <i>site</i>
BETO MANSUR	67.447	PP	http://www.betomansur.com.br/
DADO	61.716	PDT	http://www.joaodado.com.br/

DEPUTADO FEDERAL	VOTOS	PARTIDO	SITE (mar. 2009)
DR. TALMIR	60.407	PV	http://www.drtaalmir.com.br/
ROBERTO SANTIAGO	56.481	PV	http://www.robertosantiago.com.br/
MARCELO ORTIZ	48.749	PV	http://www.marceloortiz.com.br/
REGIS DE OLIVEIRA	48.631	PSC	http://www.regisdeoliveira.com.br/
TOFFANO	43.652	PV	http://josepaulotoffano.com/
DR. NECHAR	42.173	PV	http://www.drnechar.com.br/
ALINE CORREA	11.132	PV	http://www.alinecorrea.com.br/
MARCELO MARIANO	8.278	PP	não tem <i>site</i>
CEL. PAES DE LIRA	6.673	PTC	não tem <i>site</i>

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

A Internet hoje está ocupada também pelos políticos brasileiros: somente 14 dos 70 deputados federais paulista não tem um *site*. Os *sites* dos seguintes deputados federais de São Paulo farão parte da amostra do corpus teórico: **Emanuel Fernandes (PSDB)**, **Márcio França (PSB)** e **José Aristodemo Pinotti² (DEM)**. Com 80% dos deputados federais paulistas com um *site* próprio, foi preciso buscar somente até o 11º deputado com melhor votação para encontrar o terceiro objeto de estudo desta pesquisa, mesmo seguindo rigorosos critérios de escolha.

A seleção destes deputados respeitou aos seguintes parâmetros: primeiro, foram selecionados três deputados em exercício de mandato que mantenham um *site* atualizado periodicamente; segundo, que fossem deputados com as maiores votações nominais nas eleições 2006, considerando-se a representatividade política dos deputados selecionados; terceiro, que estes deputados pertencessem a partidos diferentes, considerando-se a diversidade política da amostra estudada - deputados e respectivos eleitores. Estes critérios, cujo objetivo principal é o respeito à diversidade dos partidos e às escolhas dos cidadãos paulistas, procuram distanciar errôneas impressões de que a escolha dos deputados foi motivada por causas político-partidárias.

O deputado mais votado de São Paulo, Paulo Maluf (PP), não tem um *site* e não pode ser estudado. O segundo deputado com melhor votação, Celso Russomanno (PP), tem um *site* desde 2002, ano de seu primeiro mandato, porém, o *site* de Russomanno não é atualizado regularmente e não será estudado.

² O deputado Pinotti faleceu no dia 1 de julho de 2009, e já havia sido substituído pelo suplente Milton Vieira (DEM/SP) desde 04/03/2009, ao assumir a Secretaria Especial da Mulher em São Paulo/SP

O deputado federal Clodovil Hernandes³ (PR), terceira melhor votação do Estado, não tem um *site*. Eleito pelo PTC, Clodovil mudou de partido e, desde então, montou um *blog* destinado à cidade de Ubatuba, em parceria com a jornalista Kátia Maranhão. A restrição de formato (*blog*) e a restrição de público (cidade de Ubatuba) configuraram o *blog* como insuficiente para aprofundar os estudos. De fato, apenas outros 3 deputados eleitos fazem uso da Internet pelo formato *blog*: Frank Aguiar⁴ (PTB), Arnaldo Faria de Sá (PTB) e Dr. Ubiali (PSB). Assim, o *blog* de Clodovil não será estudado. Enéas Carneiro (ex-PRONA) foi o deputado com quarta melhor votação, mas faleceu em 06 de abril de 2007, e não fará parte das análises dessa pesquisa.

O deputado federal **Emanuel Fernandes (PSDB)** teve a quinta melhor votação do Estado de São Paulo. Seu *site* foi o primeiro escolhido como um dos objetos de estudo desta pesquisa.

O sexto deputado federal mais bem votado foi Paulo Pereira da Silva, o Paulinho da Força (PDT). Paulinho da Força também não mantém um *site* na Internet e não pode ser estudado. O deputado Edson Aparecido (PSDB), sétima melhor votação, mantém um *site* na Internet, mas por pertencer ao mesmo partido de Fernandes, não fará parte das análises dessa pesquisa.

O deputado **Márcio França (PSB)** teve a oitava melhor votação do Estado e mantém um *site* atualizado na Internet. Seu *site* foi escolhido como objeto desta pesquisa. O deputado federal Antônio Carlos de Mendes Thame (PSDB) mantém um *site*, porém, assim como Edson Aparecido, pertence ao mesmo partido de Fernandes e não servirá de objeto para essa pesquisa. A deputada Luiza Erundina (PSB) teve a décima melhor votação do Estado, mantém um *site*, mas pertence ao mesmo partido de França e não servirá de objeto para essa pesquisa.

O deputado **José Aristodemo Pinotti (DEM)** teve a décima primeira melhor votação do Estado, mantém um *site* atualizado, e será o terceiro objeto de estudo desta pesquisa.

O início dos mandatos dos deputados federais coincide com o início das atividades desta pesquisa, o ano de 2007. Nos primeiros meses de 2007, a maioria dos deputados federais paulistas ainda não havia colocado seus *sites* no ar. Os *sites* foram surgindo aos poucos, veiculados aleatoriamente, a maioria a partir do segundo semestre de 2007. Somente em março de 2008 foi possível determinar com precisão quais *sites* seriam estudados.

³ O deputado Clodovil Hernandes faleceu em 17 de março de 2009, assumindo sua vaga o suplente Jairo Paes de Lira (PTC-SP).

⁴ Frank Aguiar concorreu à vice-prefeitura de São Bernardo do Campo, tomando posse em 2009. Foi substituído na Câmara dos Deputados por Roberto Alves (PTB-SP).

De acordo com “*A Galáxia Internet*” (2003), obra de Manuel Castells, a história da Internet começa dentro Departamento de Defesa dos EUA, em 1958, quando é fundada a agência ARPA, *Advanced Research Projects Agency*. Em 1962 foi fundado na Arpa o Information Processing Techniques Office (IPTO). Em 1969 foi colocada em funcionamento a Arpanet, dentro do IPTO. Desde então a Arpanet já utilizava o mesmo protocolo de interconexão - o TCP/IP (Transfer Control/Internet Protocol) - que fez surgir a Internet. Usando uma metáfora matemática, pode-se afirmar que “o TCP/IP” “está para a Internet” assim como o AM ou o FM está para o rádio (ou o VHF ou UHF está para a TV): o TCP/IP é somente o código que configura a linguagem entre os computadores, assim como o AM (ou o FM) é o código que a rádio transmissora e o rádio receptor usam simultaneamente.

Foi o TCP/IP que abriu possibilidades de um computador funcionar simultaneamente como transmissor e receptor de dados. O protocolo inspirou a arquitetura de comunicação da Internet em três princípios: 1. estrutura de rede descentralizada; 2. poder computacional distribuído através dos nós da rede; 3. redundância de funções para reduzir os riscos de desconexão. Ou seja, respectivamente: flexibilidade, ausência de um centro de comando e autonomia máxima para cada nó (CASTELLS, 2003). Falecido em 1980, McLuhan não viu o TCP/IP tornar-se uma ferramenta de uso universal, mas acabou descrevendo a tecnologia que, antes de ser um código, é eletricidade:

A soberania dos departamentos se dissolve tão rapidamente quanto as soberanias nacionais, sob as condições da velocidade elétrica. A obsessão com as velhas estruturas de expansão mecânica e unidirecional, do centro para a periferia, já não tem mais sentido em nosso mundo elétrico. A eletricidade não centraliza, mas descentraliza. É como a diferença entre o sistema ferroviário e o sistema da rede elétrica: um exige terminais e grandes centros urbanos, enquanto que a energia elétrica, presente tanto na fazenda quanto na sala do executivo, faz com que todo lugar seja centro, sem exigir grandes conjuntos e aglomerações. (MCLUHAN, 1964, p.54)

Em 1972 ocorre em Washington a primeira demonstração pública bem sucedida da Arpanet. Em 1973, Robert Kahn e Vinton Cerf escrevem um artigo delineando a arquitetura básica da Internet: para que pudessem falar umas com as outras, as redes de computadores precisavam de protocolos de comunicação padronizados. Por meio desse artigo é que foi disseminado o conceito de “uma rede de redes”, visto que a origem da palavra Internet advém da abreviação *Internetworking*, cuja tradução é “entre redes” (NICOLA, 2003, p.26).

Inicialmente, em virtude de sua natureza técnica e da própria disseminação restrita, a Internet era privativa de especialistas e técnicos de universidades, entre outros privilegiados. O desenvolvimento da Internet como acessível a grandes contingentes é resultado da

aplicação de compartilhamento de informação desenvolvida pelo pesquisador inglês Tim Berners Lee, no ano de 1990. Foi somente em 1991, em Genebra, Suíça, que uma equipe multidisciplinar de pesquisadores desenvolveu uma plataforma gráfica para essa rede, convencionada de *World Wide Web*, o “www” da Internet. Era o início do sistema midiático para uma grande massa de usuários não-especialistas.

Um *site* é um local específico na *World Wide Web*, ou Internet, localizável por um endereço chamado “endereço de IP”, onde encontram-se páginas ou grupo de páginas eletrônicas relacionadas, e geridas por uma empresa, organização ou indivíduo, acessíveis de forma livre ou com certas limitações de acesso. Para que um *site* seja acessível, é necessário que seu conteúdo digital esteja armazenado em um computador, que configurará um dos nós (IP) da rede mundial de computadores.

É com a *World Wide Web* que surge a possibilidade de acessar dados de diferentes pontos do planeta, inclusive sobre políticos em campanha ou mesmo em exercício de mandato. O número de usuários vem aumentando de forma vertiginosa. Segundo pesquisa encomendada pela agência de publicidade F/Nazca ao instituto de pesquisas Datafolha, publicada em maio de 2008, o Brasil já tem 59 milhões de usuários, o equivalente a 47% da população adulta consultada. Destes, 29% acessam a partir de *lan houses*, 10% em escolas, faculdades ou universidades e 9% em postos de acesso público (PÉCORA, 2008). Esses dados confrontam-se com os publicados há apenas 8 anos, quando o Brasil tinha apenas 10 a 20 usuários de informática a cada 100 mil habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): tal proporção representava na época 5 milhões de usuários de Internet no Brasil, ou menos que 3% da população. (SILVEIRA, 2001, p. 19). Outra pesquisa, divulgada em março de 2009 no 11º relatório Barômetro Cisco da Banda Larga, afirma que o número de acessos à banda larga no Brasil em 2008 cresceu 45,9% em relação a 2007, contabilizando um total de 9,83 milhões de conexões fixas no Brasil, representando 15,94% das residências brasileiras. (CONEXÕES..., 2009).

Dez anos após a primeira conexão à Internet realizada no Brasil, pelo Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC) do CNPq, no Rio de Janeiro/RJ, um documento assinado por Eliane Cruxên Barros de Almeida Maciel (MACIEL, 1998) tratou sobre uma solicitação do então senador José Ignácio Ferreira (PSDB), para elaborar uma proposição legislativa viabilizando um sistema de consulta popular sobre temas polêmicos, semelhante ao modelo suíço. O documento de Maciel questiona a importância, a necessidade e mesmo a utilidade da consulta popular para aperfeiçoar o sistema representativo brasileiro, comparado ao modelo de democracia direta praticado na Suíça.

Após colocar as diferenças conceituais entre democracia representativa e participativa, Maciel cita o filósofo político, historiador e senador italiano Norberto Bobbio e suas ideias de alternativas possíveis para as democracias representativas, onde coloca-se que uma democracia é realizada de modo mais amplo e legítimo por meio de constantes consultas populares sobre assuntos políticos, cumprindo a exigência de que a democracia representativa seja complementada e, em alguns casos, substituída pela democracia participativa. Bobbio aponta o referendo popular como o único instituto de democracia participativa de concreta aplicabilidade e de efetiva aplicação na maior parte dos estados de democracia avançada, que deve ser entendido como um modo de consulta extraordinário para circunstâncias extraordinárias, o que impede a sua constante e inadvertida utilização:

“Ninguém pode imaginar um estado capaz de ser governado através do contínuo apelo ao povo: levando-se em conta as leis promulgadas a cada ano na Itália, por exemplo, seria necessária uma convocação por dia. Salvo na hipótese, por ora de ficção científica, de que cada cidadão possa transmitir seu voto a um cérebro eletrônico sem sair de casa e apenas apertando um botão.” (BOBBIO, 1986, p.48)

Em sua análise, Maciel refuta a proposta para adaptação do modelo suíço no Brasil, argumentando desde diferenças culturais às dimensões continentais do Brasil, assim como a não-tradição e não-preparação da população brasileira para assumir a responsabilidade de resposta a vários referendos. Porém, consultas públicas mais frequentes não seriam hoje uma possibilidade menos inviável, visto o sedimentado processo de votação eletrônica brasileiro? Mais: será realmente necessário, na era da Internet, consultar a população por meio de referendos? Não seria possível aplicar políticas comunicacionais que promovam, por meio da Internet, a geração e o armazenamento de informações relevantes para os representantes políticos exercerem seus mandatos?

Assim, com a definição dos *corpus* de estudo e contextualizadas as situações políticas e tecnológicas, é momento de se apresentarem as linhas teóricas que determinarão a conceituação e a metodologia empregada para abordagem do problema.

CAPÍTULO I

PARADIGMAS DA COMUNICAÇÃO

1. ESCOLA CANADENSE E ESCOLA AMERICANA

Um dos mais conhecidos seguidores de McLuhan, Derrick de Kerckhove, afirma que as tecnologias que sustentam ou gerenciam a linguagem também afetam a mente, por necessidade, simplesmente porque a linguagem é um sistema para a articulação da mente, um tipo de sistema operacional amplamente editado. Deste modo, a linguagem possui uma relação próxima e íntima com a mais interna sensibilidade humana, com o conteúdo e estrutura das mentes, e que, com o advento da eletricidade:

A eletricidade, desde o tempo do telégrafo, formatou a linguagem, transformou-a em ubíqua, instantânea e, agora, em digital. Através da tradução de toda experiência, incluindo as sensoriais, em uma mesma substância simplificada, a digitalização permite que as experiências retornem às tecnologias da troca linguística. É isto que significa multi ou hipermídia (visão, audição), realidade virtual (sinestesia), sistemas interativos (tato). O que Walter Ong nomeou “oralidade secundária” é, na verdade, o resultado da eletrificação da linguagem. Quer estejamos assistindo à televisão ou surfando na web, estamos vendo transposições multissensoriais da linguagem, com uma alta ênfase na iconicidade. A mente do hipertexto é dominada por ícones, logotipos, links. (KERCKHOVE, 2003, p.8)

Kerckhove afirma que as sociedades orais pensam juntas e em voz alta, enquanto as sociedades escritas falam silenciosamente em suas cabeças: “Nós temos sempre admitido que o pensamento era silencioso, uma operação internalizada e privada da mente em isolamento, mas talvez estejamos errados.” (KERCKHOVE, 2003, p.9). E acredita que as novas configurações de pensamento na sociedade eletrônica, configurações de caráter conectivo, não excluem as anteriores formas de pensamento das sociedades orais e escritas (configurações de caráter coletivo e privado, respectivamente). A cognição conectiva, ou “hipertextual”, não é limitada ao único indivíduo acessando a memória coletiva em uma forma conectada. É também uma forma de cognição compartilhada, visto que os conteúdos das telas estão simultaneamente disponíveis a muitas pessoas ao mesmo tempo, sincronicamente, ou além do

tempo, diacronicamente. Ao decorrer desta dissertação serão tratados fatos que colocam a ideia de compartilhamento como essencial para entender a Internet: “Na verdade, uma consequência política da conectividade será uma transformação gradual do poder da força para o poder da inteligência. E poder da ação também.” (KERCHKHOVE, 2003, p. 12)

Para compreender as análises de *sites* enquanto meios de comunicação, esse termo será acionado sob os paradigmas de McLuhan. Para estabelecer as relações dos *sites* com outros sistemas abertos, sejam meios de comunicação, sejam os públicos dos *sites*, serão usadas as hipóteses de agendamento.

1.1. HERBERT MARSHALL MCLUHAN

McLuhan é assim descrito por Stephen W. Littlejohn:

[...] sem dúvida, o autor mais conhecido na área de comunicação de massa. De fato, ele talvez seja o mais popular ‘teórico’ da comunicação do nosso tempo. [...] Ao mesmo tempo, McLuhan tornou-se um dos mais controvertidos autores na área da cultura pop. Quer concordemos ou não com ele, suas idéias receberam publicidade demais para que possam ser ignoradas”. (LITTLEJOHN, 1982, p.335)

Littlejohn aponta que as idéias e pressupostos de McLuhan possuem um perfil muito sistemático de proposições acerca das relações entre os vários tipos de mídia e a cultura como um todo. Elas têm origem nos pensamentos do também professor Harold Adams Innis, que coloca os meios comunicativos como a própria essência da civilização, entendendo os meios de comunicação como extensão da mente humana e que os interesses primordiais em quaisquer períodos históricos é propensão e efeito resultante dos meios de comunicação predominantemente utilizados. Para Innis:

Um meio de comunicação tem uma influência importante na disseminação do conhecimento através do tempo e do espaço e torna-se necessário estudar suas características com o objetivo de avaliar a sua influência na consolidação cultural. De acordo com suas propriedades, pode-se ajustar melhor à disseminação através do tempo ou do espaço. (INNIS, 1999 apud SUBTIL, 2003, p.6)

Assim, veículos pesados, como o pergaminho, o barro ou a pedra, são aglutinadores do tempo, proporcionando uma inclinação para a tradição. Veículos leves, aglutinadores do espaço, como o papel e o papiro, por outro lado, tendem a fomentar a construção de impérios, grandes burocracias e interesses militares. A fala, como veículo, encoraja o pensamento temporal, que valoriza o conhecimento e a tradição, sustenta o envolvimento da comunidade e as relações interpessoais. Os veículos escritos produzem diferentes espécies de cultura, sempre com determinantes características espaciais.

Para McLuhan, as mutações fundamentais na História do Homem não são pontuadas pelos grandes acontecimentos políticos, pelas grandes descobertas, pelas invenções ou pelos progressos no conhecimento humano. McLuhan coloca a idéia de que os marcos principais na História são a gênese e o desenvolvimento de determinados canais ou meios de comunicação, e que qualquer modificação operada nos meios de comunicação produz reações em cadeia nas esferas da cultura e da política. Seus estudos não abordam se o homem domina os meios de comunicação ou se é por eles dominado. Suas idéias levam as pesquisas em Comunicação à preocupação em perceber a magnitude dos meios de comunicação na transformação do ser humano e das instituições pelas quais ele é organizado. McLuhan demonstra que, à margem dos meios de comunicação, novas condições comunicativas vão se desenvolvendo, que modificam o ser humano, social e individualmente.

McLuhan fez uma elucidação ao mesmo tempo crítica e histórica das determinações e efeitos dos meios de comunicação na sociedade. Diferentemente de outros teóricos, seu pensamento e sua obra representaram uma mudança paradigmática nos estudos da comunicação por um decidido afastamento em relação às análises de conteúdo, em relação aos modelos teórico-matemáticos da comunicação e também em relação à teoria crítica Frankfurtiana. O que fez McLuhan foi eleger o meio como objeto de estudo e, de forma semelhante, esta dissertação também não privilegiará os conteúdos nas análises dos *sites* dos deputados federais paulistas, e sim colocará um meio de comunicação em primeiro plano: a Internet.

McLuhan tem como método constatar as diferenças diacrônicas das evoluções midiáticas. Assim, relacionou dois métodos complementares: 1) estudar a evolução dos meios comunicativos; 2) identificar as características específicas dos efeitos de cada um desses meios de comunicação, principalmente as sociais. Com estes dois vetores de investigação, McLuhan determinou as propriedades diferenciadoras de cada um dos meios de comunicação, considerando-as como fator determinante das transformações da cultura humana:

No tempo de Platão a palavra escrita tinha criado um novo ambiente, que já começara a destribalizar o homem. Anteriormente, os gregos se formavam graças ao processo da enciclopédia tribal. Tinham memorizado os poetas. Os poetas proviam uma sabedoria operacional específica para todas as contingências da vida [...] Com o advento [da escrita e conseqüentemente] do homem individual destribalizado, uma nova educação se fez necessária. Platão delineou esse programa para os alfabetizados, um programa baseado nas idéias. Com o alfabeto fonético, o conhecimento classificado tomou o lugar do conhecimento operacional de Homero e Hesíodo e da enciclopédia tribal. Desde então, a educação por dados classificados tem sido a linha programática no Ocidente. Hoje, no entanto, na era da eletrônica, a classificação dos dados cede ao reconhecimento de estruturas e padrões. (MCLUHAN, 1964, p.10)

McLuhan afirma que para dar conta dos dados em velocidade elétrica e em situações características de “sobrecarga da informação” ou entropia - como é o caso da Internet - é preciso recorrer ao estudo das configurações, pois “quando os dados se alteram rapidamente, a classificação é por demais fragmentária”. (MCLUHAN, 1964, p.10). Os pedagogos Bianchetti e Martins (2000), ao falarem sobre as relações entre interdisciplinaridade e interatividade, também comentam o fato de que ao “organizarmos o conhecimento a partir de dados classificados, onde muitos assuntos não estão relacionados, [tais organizações] não têm permitido a necessária comunicação entre as ciências e disciplinas”. Com o mundo eletricamente configurado, não é mais possível construir o conhecimento em sequência, bloco por bloco, etapa por etapa, pois a comunicação instantânea garante que todos os fatores do meio ambiente e da experiência coexistam num estado de interação ativa:

Hoje, o jovem estudante cresce num mundo eletricamente estruturado. Não é um mundo de rodas, mas de circuitos, não é um mundo de fragmentos, mas de configurações e estruturas. O estudante, hoje, vive miticamente e em profundidade. Na escola, no entanto, ele encontra uma situação organizada segundo a informação classificada. (MCLUHAN, 1964, p.11)

As análises de McLuhan começam pelos estudos da sociedade oral, passam pela escrita, pela imprensa, pelos primeiros meios de comunicação eletrônicos, como o telégrafo e o rádio, mas acabam na televisão. Considerando sua morte em 1980, uma década antes de surgir a Internet, o direcionamento dos pensamentos de McLuhan denotam alva percepção sobre os caminhos evolutivos que o homem e suas respectivas tecnologias estavam tomando:

Em vez de sair e comprar um livro embalado do qual cinco mil exemplares foram impressos, você irá ao telefone, descreverá seus interesses, suas necessidades e seus problemas e dirá que está trabalhando em cima de uma história de aritmética egípcia. Você sabe um pouquinho de sânscrito, tem conhecimentos de alemão, é um bom matemático, e eles dizem que está bem. E

num último xerocam pra você todo o material pessoalmente, como algo a ser retirado de uma prateleira. É aqui que nos encaminhamos para as condições eletrônicas de informação. (MCLUHAN, 2005, p.142)

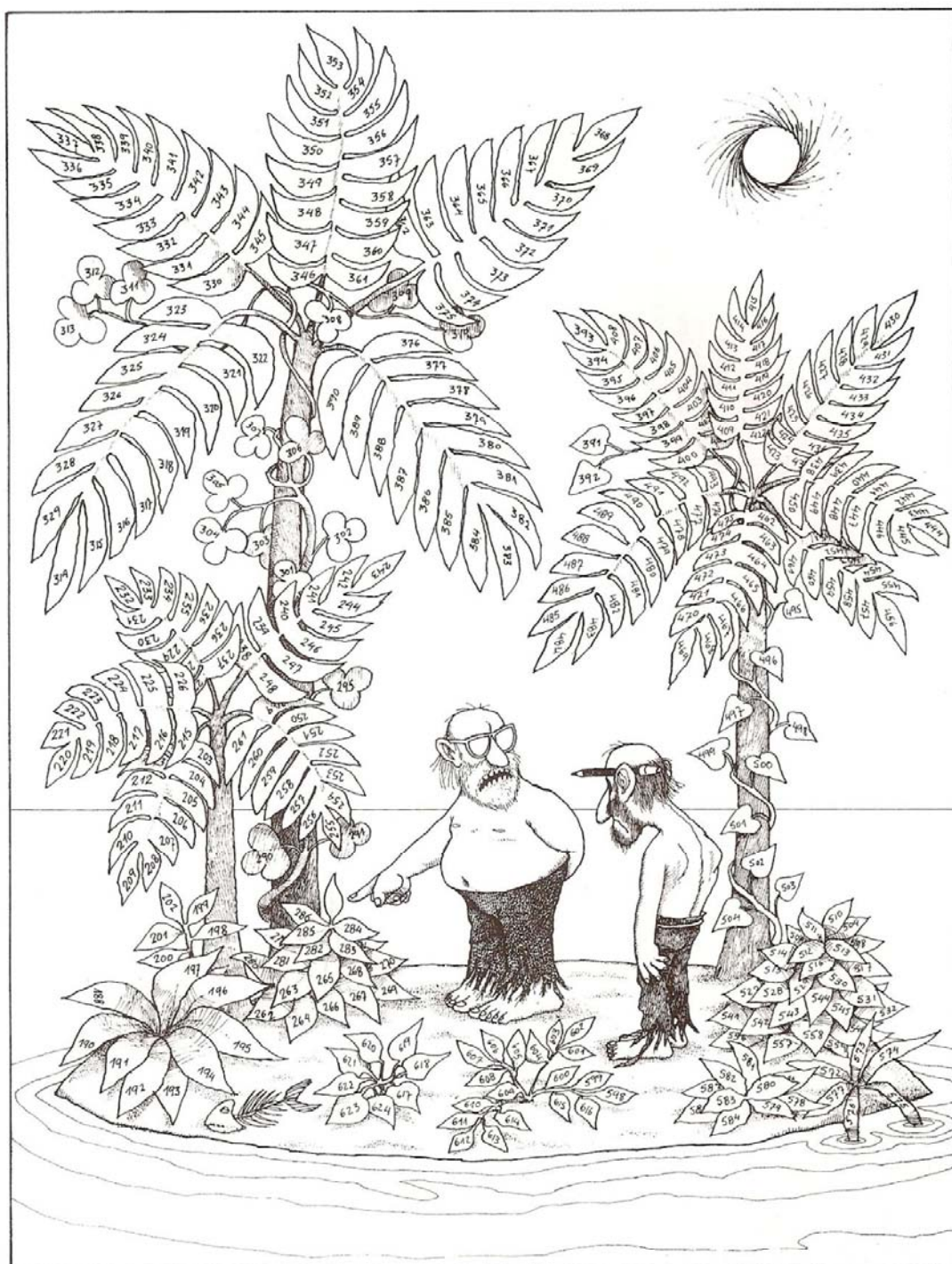


Figura 3. Muitos assuntos não são relacionados a partir de dados classificados.
 Fonte: QUINO, 2005, p.55.

O método do professor McLuhan em olhar as diferenças diacrônicas da evolução midiática permite que sejam pontuados, historicamente, o desenvolvimento da escrita e imprensa e o desenvolvimento dos meios de comunicação eletrônicos, dividindo então as civilizações humanas em três grandes grupos, com suas devidas características, meios de comunicação preponderantes e legados para a humanidade: a cultura oral, a cultura escrita e a cultura eletrônica. Assim, as invenções do alfabeto fonético, da imprensa e dos meios de comunicação eletrônicos são as referências, cada uma, à passagem do homem de uma cultura a outra, de um mundo a outro, de uma “galáxia” a outra, literalmente. De tal forma é correto afirmar que o *corpus* desta pesquisa está situado na era da Internet, dentro da cultura eletrônica.

É possível distinguir nas obras de McLuhan, além das três fases da cultura humana, suas três principais linhas argumentativas que, juntas, explicam de que forma as mudanças tecnológicas nos meios de comunicação implicam mudanças sociais: os conceitos de equilíbrio sensorial, das tecnologias como extensões do homem e o conceito de que o meio é a mensagem.

1.1.1.EQUILÍBRIO SENSORIAL, AS EXTENSÕES HUMANAS E O MEIO COMO MENSAGEM

Para explicar as transformações sofridas pela humanidade de acordo com as evoluções dos meios, McLuhan vai expondo as grandes diferenças entre as estruturas perceptivas, cognitivas e sensitivas ao longo do desenvolvimento histórico-midiático humano. A teoria de McLuhan parte do princípio de que a experiência humana é plural e difusa: para ele, a consciência é o receptáculo de uma rica variedade de sensações simultâneas, em cujo centro há um órgão psíquico, onde se opera a colaboração dos cinco sentidos para proporcionar uma base comum de experiência consciente. Essa base de experiência consciente compõe o conceito do equilíbrio sensorial.

McLuhan afirma que os cinco sentidos humanos tinham um relacionamento natural e harmonioso, “orgânico”, básico, e que é possível verificar em todas as mudanças sociais os efeitos das novas tecnologias sobre o equilíbrio sensorial. Diz ainda que a percepção humana muda e varia conforme mudam e variam os modos como são estimulados algum dos cinco

sentidos, e que em função de tais alterações no equilíbrio sensorial, disparou-se uma concatenação de mudanças que determinou, de forma contundente, a evolução humana.

O conceito central das tecnologias como extensões do homem afirma que a tecnologia faz parte da vida do homem e se tornou um item indispensável para sua sobrevivência: é como se fizesse parte do seu próprio corpo, exigindo novas relações de equilíbrio e expandindo o corpo físico, literalmente. Segundo McLuhan, o homem faz uso das tecnologias, as quais o possibilitam estender sua ação sobre a natureza, especialmente pelo uso da linguagem. Em “*A Galáxia de Gutenberg*”, McLuhan cita o antropólogo Edward T. Hall para ancorar sua teoria:

O homem desenvolveu, para tudo que costumava fazer com o próprio corpo, extensões ou prolongamentos deste mesmo corpo. A evolução de suas armas começa pelos dentes e punhos e termina com a bomba atômica. Indumentária e casa são extensões dos mecanismos biológicos de controle da temperatura do corpo. Instrumentos mecânicos, lentes, televisão, telefones e livros que levam a voz através do tempo e do espaço constituem exemplos de extensões materiais. Dinheiro é meio de estender os benefícios e de armazenar trabalho. Nosso sistema de transporte faz agora o que costumávamos fazer com os pés e as costas. De fato, podemos tratar de todas as coisas materiais feitas pelo homem como extensões ou prolongamentos do que ele fazia com o corpo ou com alguma parte especializada do corpo. (HALL apud MCLUHAN, 1977, p.21)

Nesse sentido, os óculos, por exemplo, são extensões do olho, a roupa é uma extensão da pele, a roda do carro é uma extensão do pé. Assim como se usa uma pinça para aumentar a precisão das mãos e uma chave de fenda para girar um parafuso, os meios de comunicação são, na verdade, extensões dos sentidos e da mente humana. Com o domínio da eletricidade pelo ser humano, houve também uma extensão de seu sistema nervoso central. Para McLuhan, os sistemas nervosos de todos os seres humanos estão em processo de fusão, de maneira irreversível e irresistível, por meio das tecnologias elétricas.

McLuhan afirma que todo novo meio tecnológico constitui-se, quando absorvido pela sociedade, em verdadeiro impacto sobre o modo de cada indivíduo em perceber e sentir a vida, entrando em choque com a situação cultural anterior. Quando uma forma de expressão (um meio de comunicação) é interiorizada, apropriada, há uma alteração das relações entre os sentidos humanos e, como consequência, mudam-se os processos mentais, as inter-relações humanas e até mesmo a estrutura social vigente. O que é o celular hoje, por exemplo, senão uma extensão dos nossos ouvidos, de nossa voz e também de nossa memória, sem contar os aparelhos mais modernos que filmam, tiram fotos, são despertadores e cumprem outras

funções? Hoje, com a Internet, torna-se comum falar em "relações virtuais", como se as máquinas fossem realmente capazes de sentir e pensar pelos seus operadores. McLuhan conta que, ao longo da história, com a gradual apropriação das tecnologias, cada uma delas acabou por modificar o equilíbrio sensorial humano, reconfigurando as relações entre os sentidos e modificando as posições de equilíbrio sensorial anteriormente estabelecida.

O homem, nas tentativas e práticas de se comunicar, acaba por simplificar e distorcer suas experiências. No entanto, McLuhan ressalta que algumas formas de comunicação obtêm melhores resultados, justamente pelo número de canais sensoriais que venham atuar nos processos comunicativos. Frente a isso, na visão de McLuhan, a palavra falada preenche estes requisitos mais completamente que outros meios, uma vez que exerce poder sobre a imaginação de quem ouve, além de ser a linguagem natural do homem. McLuhan conta que as grandes alterações do equilíbrio sensorial começaram em primeiro lugar pela palavra e prosseguiram pelas múltiplas tecnologias da palavra. A palavra, em seu uso puramente oral, foi a primeira a alterar o equilíbrio entre os sentidos. Foi uma alteração menos profunda, pois ainda mantinha o uso da audição, do tato e da visão em relativa regularidade posicional.

Depois, com o alfabeto fonético, ficam a vista e o ouvido, apenas: os textos eram escritos e então lidos para as platéias. A partir da imprensa, os livros tornaram-se materialmente acessíveis, a recitação perde sua função de publicação e o alfabeto faz-se então silencioso, ficando a visão em exaltação quase suprema. McLuhan aponta que foram nessas deformações sensoriais que se criam os absurdos do homem tipográfico moderno: visual, linear, uniforme, mecânico, unidimensional, esquizofrênico e em estado de angústia permanente. Em função do legado da tecnologia de Gutenberg, o que se tem, ainda hoje, é uma preponderância visual na razão de nossos sentidos:

Empregamos metáforas visuais e espaciais em grande quantidade de expressões diárias. Insistimos em usar metáforas visuais mesmo quando nos referimos a estados puramente psicológicos, tais como tendência e duração. [...] Estamos de tal modo condicionados visualmente que chamamos nossos homens mais sábios de visionários ou videntes! (MCLUHAN apud GASTAL, 2003, p.3)

McLuhan afirma que o ser humano é um animal que constrói sua própria natureza, modificada a cada avanço que os meios de comunicação promovem. Sua natureza biológica e instintiva é apenas base sobre a qual o cérebro levanta o edifício do ser social. "Os meios linguísticos moldam o desenvolvimento social tanto quanto os meios de produção". (MCLUHAN, 1964, p.67). Pode-se pensar que as tecnologias humanas são artificiais e

completamente exteriores aos seus corpos, mas não: elas são parte da evolução "natural profunda", inclusive de nosso sistema nervoso. O senso comum dá a entender que o homem apenas se diverte ao usá-las, ou que apenas desenvolve seu comércio ou propaga idéias. Na realidade, o que se dá é a continuação, num plano superior, da obra ininterrupta da evolução biológica. Para sustentar essa tese, McLuhan vale-se das palavras de Pierre Teilhard de Chardin, padre jesuíta, teólogo, filósofo e paleontólogo francês que buscou construir uma visão integradora entre ciência e teologia:

Ora, até o ponto em que - sob efeito dessa pressão e graças à sua permeabilidade psíquica - os elementos humanos se infiltrarem cada vez mais um no outro, suas mentes (misteriosa coincidência) ficaram mutuamente estimuladas com essa proximidade. E assim, como que dilatadas em si próprias, cada uma estendeu pouco a pouco o raio de sua influência sobre a Terra que, por esse mesmo motivo, se via cada vez mais contraída. [...] Através da descoberta de ontem da estrada de ferro, do automóvel e do aeroplano, a influência física de cada homem, antigamente restringida a poucos quilômetros, estende-se agora a centenas de léguas ou mais. Melhor ainda: graças ao prodigioso evento biológico representado pela descoberta das ondas eletromagnéticas, cada indivíduo encontra-se doravante (ativa e passivamente) simultaneamente presente, em terra e mar, em todo recanto da Terra. (TEILHARD apud MCLUHAN, 1977, p.59)

É a partir desse conceito que McLuhan desenvolve a idéia de que as novas formas de interdependência humana que as tecnologias eletrônicas arrastam consigo recriam o mundo à imagem de uma "aldeia global", atravessada e constituída por redes altamente complexas de velozes e vibrantes meios de comunicação. McLuhan afirma que o homem se encontra numa transformação tão radical como a registrada entre a idade paleolítica e a neolítica: a humanidade está passando da era mecânica para a era eletrônica, de um tempo em que os instrumentos prolongavam as capacidades físicas para um tempo em que os meios eletrônicos constituem um prolongamento do sistema nervoso central.

Por isso, é essencial para as pesquisas no campo da comunicação levar em conta a evolução midiática da humanidade e que haja foco nos canais comunicativos. Foi por meio da metáfora de que "o meio é a mensagem" que McLuhan encontra o modo de sublinhar que o meio deve ser encarado como elemento determinante da comunicação, sempre. Geralmente os meios são entendidos como canais para passagem de conteúdos comunicativos, ou seja, como simples veículos de transmissão das mensagens, vistos meramente como suportes materiais da comunicação, definidos como incapazes de determinar, de forma afirmativa, os conteúdos comunicativos que são por eles veiculados. Sua única incidência no processo comunicativo é definida de forma negativa, chamada então de "ruído" pelas teorias da comunicação, no

sentido que altera as concepções originais das mensagens transmitidas. McLuhan, caminhando para o exato contrário, atenta que mensagens proferidas oralmente ou por escrito, transmitidas por rádio ou pela televisão, põem em jogo diferentes estruturas perceptivas, desencadeando diferentes mecanismos de compreensão, ganhando diferentes contornos e tonalidades, enfim, adquirindo diferentes significados. Logo, o chamado meio - canal ou tecnologia em que a comunicação se estabelece - não apenas constitui a forma comunicativa, mas determina o próprio conteúdo da comunicação.

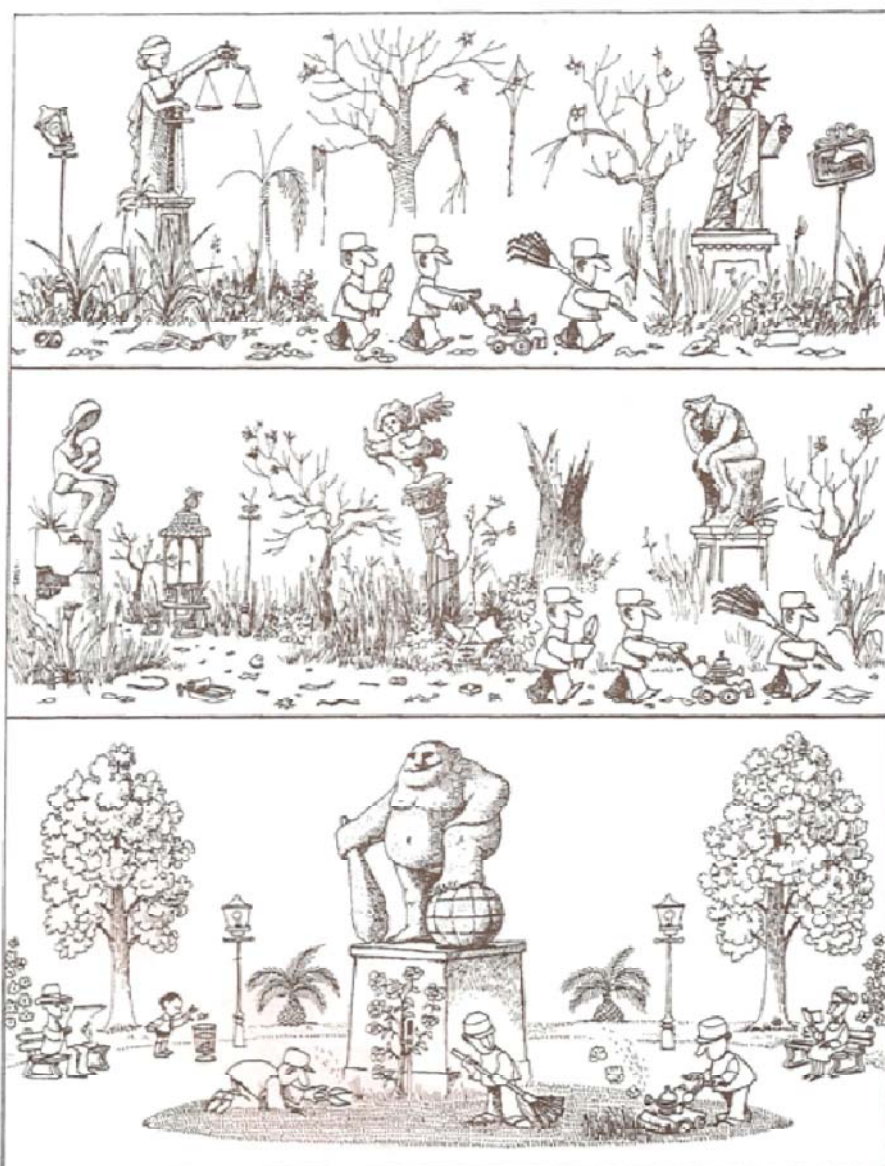


Figura 4. O homem moderno: visual, mecânico, esquizofrênico. Fonte: QUINO, 2003, p.12.

Por exemplo, quando se faz um anúncio luminoso, utilizando de eletricidade, esta é a mensagem do anúncio: o uso de outro meio de comunicação, a palavra escrita, o seu verdadeiro conteúdo. O que acarreta em outro conceito: o conteúdo de um meio é sempre outro meio. O conteúdo do cinema é a fotografia. O conteúdo do rádio é a fala. O conteúdo da impressão é a palavra escrita, o conteúdo da escrita é a fala. A fala é “um processo de pensamento, real, não-verbal em si mesmo”, embora seja possível pensar por palavras, não sem antes fazer mentalmente a tradução. (MCLUHAM, 1964, p.22). Tradução é um termo importante para compreender as ideias de McLuhan: o meio é sempre tradução de alguma coisa anterior, sob forma, modo, ou intensidade novos. A atuação do meio nessa função de tradução é ampliar a escala do que se faz, mudar seu compasso, seu ritmo, alterar o modelo da percepção ou ação humana:

[...] a ‘mensagem’ de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas. A estrada de ferro não introduziu movimento, transporte, roda ou caminhos na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalho e de lazer totalmente novos. (MCLUHAN, 1964, p.21)

Assim como o trem de ferro, o automóvel também não trouxe a roda, nem a estrada, nem o transporte. Mas acelerou e fez crescer a escala dessas funções humanas. Com isto, criou novas espécies de cidade, novas formas de trabalho e novas formas de lazer, em qualquer região da terra, universalizando a civilização. Para McLuhan, hoje, com o avião e as redes eletrônicas de comunicação, está ensejada a dissolução dessas cidades, sobretudo as gigantescas, que constituem presentemente problemas angustiantes de população, de poluição da atmosfera e de vida, cada vez mais difícil e menos suportável.

Foi só com o advento do telégrafo que a mensagem começou a viajar mais depressa do que o mensageiro. Antes dele, as estradas e a palavra escrita eram estreitamente interligadas. Com o telégrafo, a informação se destacou de certos bens sólidos, como a pedra e o papiro, tal como o dinheiro se desligara antes do couro, do lingote de ouro e dos metais, para terminar em papel. (MCLUHAN, 1964, p.108)

O caso do automóvel e seus consequentes problemas, como acidentes, trânsito e roubos, ilustram perfeitamente o uso da tecnologia sem completa consciência do que ela pode causar. A confusão entre as tecnologias e o conteúdo de sua atuação levou o homem a não tomar consciência de seus reais efeitos, os quais costumam ser relacionados não ao meio em si, mas ao curso normal, do "progresso" humano. Dentro do que McLuhan chama de

“sonambulismo” ou “transe narcísico”⁵ em que o homem deixou-se embalar, a mudança (e não o progresso) fez-se arbitrária e desastrosa, chegando às novas aflições da vida urbana e aos perigos das megalópoles atuais. Dentro desta linha de pensamento, pergunta-se: quais as consequências da introdução da Internet na política brasileira? Seriam efeitos necessariamente catastróficos? Seriam efeitos previsíveis? McLuhan afirma que os efeitos específicos de cada meio se exercem sob quaisquer condições, sem limitação de geografia, ou da História. O meio de comunicação é uma nova linha que se cria:

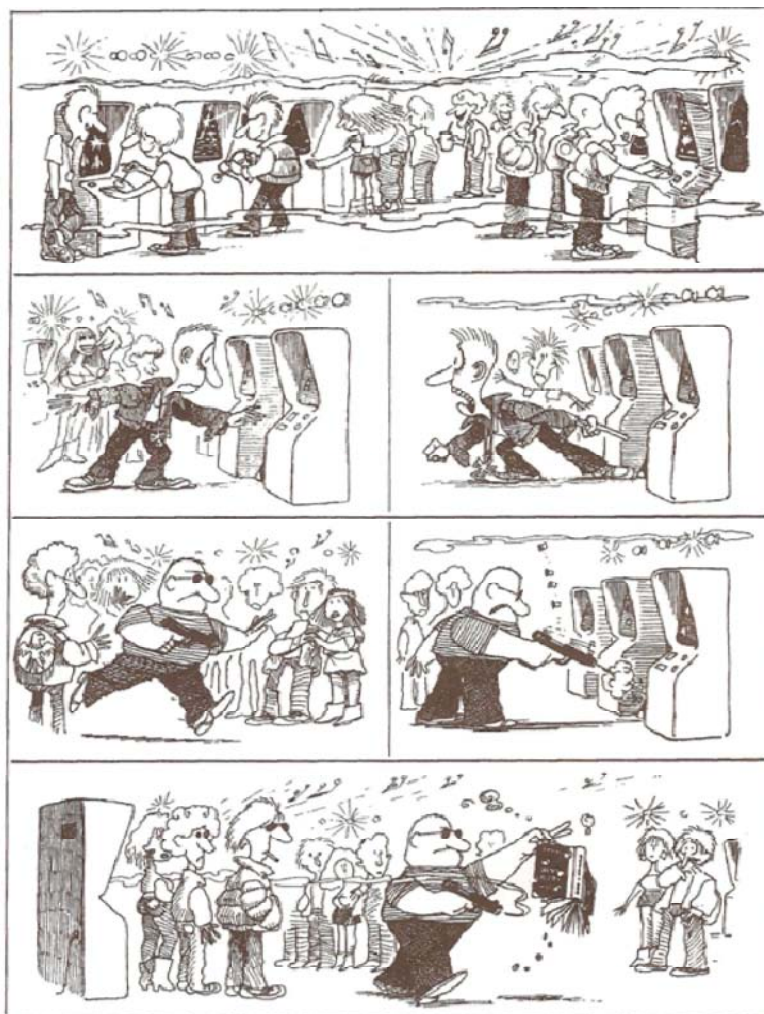


Figura 5. A passagem da era mecânica para a era eletrônica. Fonte: QUINO, 2003, p.87

⁵ McLuhan afirma que Narciso vem da palavra grega narcosis, entorpecimento. No mito grego explicava-se o fato de que os homens ficam fascinados pelas extensões de si mesmos, em qualquer material que não fosse o deles próprios, como demonstra o mito grego do jovem que estendeu a si mesmo pelo espelho d'água, embotando suas percepções e tomando seu próprio reflexo como outra pessoa.

As reservas espirituais e culturais que os povos orientais possam ter em relação à nossa tecnologia não lhes poderão valer muito. Os efeitos da tecnologia não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos: eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas da percepção, em passo firme. (MCLUHAN, 1964, p.34)

Por isso, assim como é possível dizer que um anúncio luminoso tem como conteúdo a palavra escrita, o mesmo pode ser dito sobre uma intervenção médica delicada, ou de uma partida de futebol à noite, realizadas graças à eletricidade. O meio é a mensagem pois, em qualquer caso, é o meio que controla e modela a forma e a escala em que as atividades humanas possam ser praticadas. Briggs e Burke (2004-2006) colocam a “Revolução Industrial” e a “revolução da comunicação” como parte de um mesmo processo, com a revolução dos transportes em primeiro lugar na sequência tecnológica que parecia ter uma lógica própria, principalmente depois que a eletricidade substituiu o vapor como nova fonte de energia: “No século XX, a televisão precedeu o computador, do mesmo modo que a impressão gráfica antecedeu o motor a vapor, o rádio antecedeu a televisão e as estradas de ferros e os navios precederam os automóveis e aviões” (BRIGGS; BURKE, 2004-2006, p.112).

Quando afirma que a eletricidade é um dos meios de comunicação dos mais radicais, interatuantes, abrangentes e descentralizados, e que estabelece novas relações e muda a vida humana de maneira fundamental, McLuhan acaba indicando outra característica: o conteúdo dos meios nos cega em relação ao meio em si. E se o meio é a mensagem, os estudos e o pensamento de McLuhan concentram-se predominantemente nisso: porque o meio é a mensagem, e porque os meios nos cegam, é preciso estudá-los, compreendê-los e inteligentemente procurar, despertos e atentos, controlá-los e dirigi-los, para que os homens não se entreguem a seus efeitos e a usos para fins que talvez a humanidade não devesse aceitar:

[...] a única alternativa é entender tudo o que está acontecendo e depois neutralizá-lo na medida do possível, desligando o maior número de botões possível e frustrá-los o máximo que puder. Oponho-me resolutamente a toda inovação, a toda mudança, mas estou determinado a entender o que está acontecendo porque optei por não ficar sentado e deixar as coisas correrem. (MCLUHAN, 2005, p.142)

Se 80% dos deputados federais paulistas têm publicação própria na Internet - além de toda a informação veiculada no *site* da Câmara dos Deputados, pergunta-se: quais são os valores em vigência, quais as novas demandas existentes, o que está acontecendo na política

brasileira, no sentido de quanto a Internet pode criar ou mudar relações humanas ou conceitos políticos vigentes? As respostas não estarão nos conteúdos da Internet, pois McLuhan não acredita que os estudos que prezam pelos conteúdos dos meios de comunicação sejam eficientes em seus objetivos: “O conteúdo ou usos desses meios são tão diversos quanto ineficazes na estruturação da forma das associações humanas” (MCLUHAN, 1964, p.24).

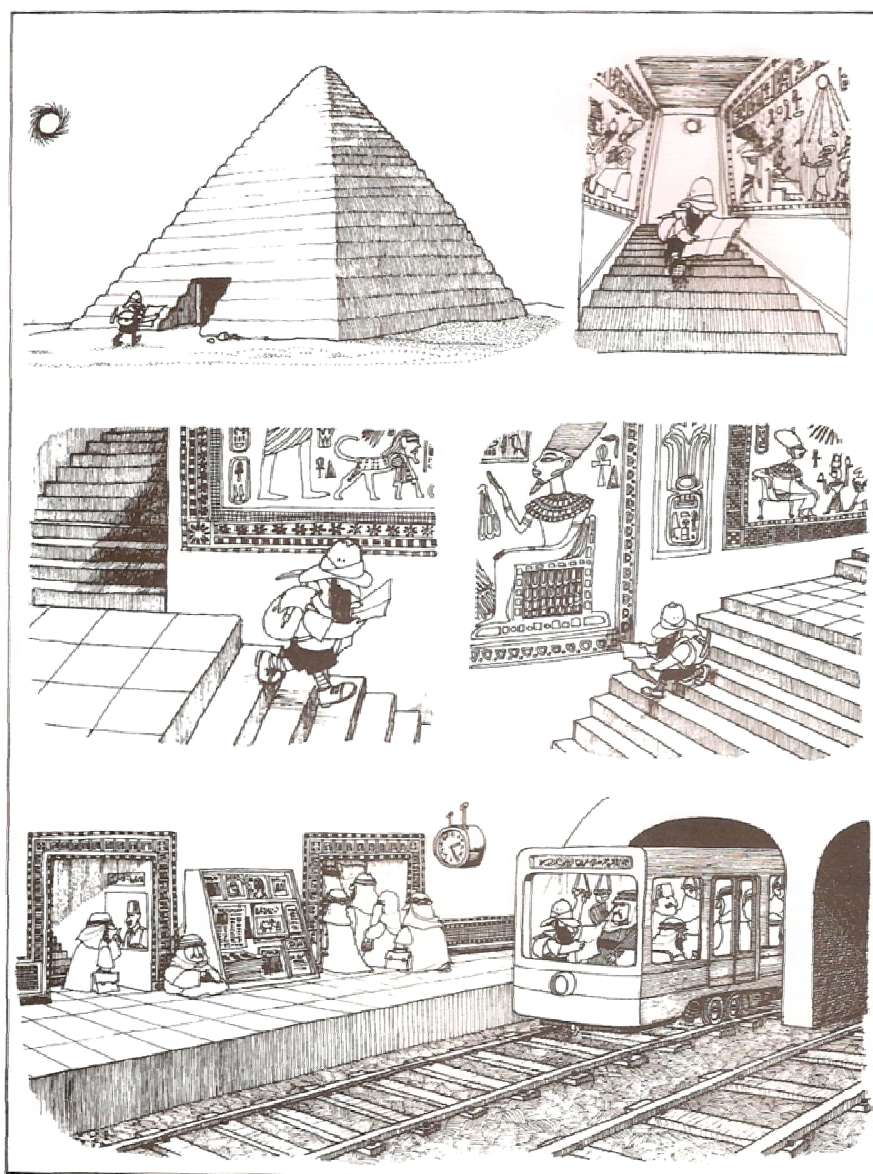


Figura 6. A mensagem específica de cada meio é exercida sob quaisquer condições, sem limitação de geografia, nem mesmo de história: manifestam-se nas relações entre os sentidos e nas estruturas perceptivas. Fonte: QUINO, 2003, p.83

Segundo McLuhan, é necessário perceber a mensagem do meio propriamente dito, pois ele tem mensagem própria. O hábito de identificar o meio com seu conteúdo é uma das razões para não estudá-lo e, deste modo, não adquirir consciência dele, mas apenas de seus efeitos, deixando-se de estabelecer as conexões entre meio e efeitos. Caso a humanidade tivesse controle sobre os processos de apropriação dos meios, eles seriam estudados e poderia haver sobre eles certo controle. Porém, a tendência é conservar a cultura anterior e suportá-los e explorá-los do modo como seja possível. Sem perceber a essência dos meios, o homem utiliza-se das novas tecnologias em estado de inconsciência, sem perceber o caráter tantas vezes deformante e por vezes até desastroso da assimilação e incorporação da nova tecnologia. Com efeito, cada nova tecnologia coloca a sociedade em estado de transformação inconsciente.

Para contextualizar o que a Internet tem a dizer, como sua chegada pode afetar a classe política e o que os *sites* de políticos podem indicar quanto às mudanças que hoje ocorrem em nossa sociedade eletrônica, é interessante observar os modos de vida e as transições culturais já vividas pela humanidade.

1.1.2.AS TRANSIÇÕES CULTURAIS

A cultura pode ser entendida como o processo em que atuam a estrutura ou organização da experiência na sociedade, o modo pelo qual ela se comunica: ou seja, o modo pelo qual a experiência é partilhada dentro do propósito comum, criado pela própria estrutura social. O processo de comunicação torna-se assim fator preponderante da cultura. O modo de comunicação envolve a tecnologia da linguagem e essa tecnologia era, originariamente, a da fala: a linguagem era a palavra oral, e toda a cultura se fazia disso o reflexo, visto que a linguagem fez para a inteligência tanto quanto a roda fez para o pé e o corpo. Depois, a linguagem fez-se escrita graças ao alfabeto fonético, e a cultura como um todo se fez cultura escrita. Com a imprensa, a cultura fez-se a cultura da palavra impressa.

Ao verificar nossa evolução midiática, McLuhan distinguiu três grandes períodos, culturas ou “galáxias”: a cultura oral ou acústica, própria das sociedades não-alfabetizadas, cujo meio de comunicação por excelência é a palavra oral (falada e ouvida); a cultura tipográfica ou visual (ou Galáxia de Gutenberg) que caracteriza as sociedades alfabetizadas e

que, pelo privilégio atribuído à escrita (e consequentemente à leitura), traduziram-se na valorização do sentido da vista e; a cultura eletrônica, que é determinada pela velocidade instantânea que caracteriza os meios eletrônicos de comunicação e pela integração sensorial que esses meios possibilitam.

A cada uma destas configurações ou galáxias corresponde um modo próprio de o homem pensar o mundo e nele se situar. Para falar sobre a cultura oral, McLuhan descreve como o alfabeto fonético transferiu o homem do "mundo mágico do ouvido" para o "mundo neutro da visão", explicando que as palavras, sonoras, gestuais e táteis, foram transformadas, por meio do alfabeto fonético, em visuais, e que a alfabetização afetou o homem bárbaro ou tribal tanto fisiológica como psiquicamente; a civilização deu-lhe "um olho por um ouvido”:

O alfabeto fonético é uma tecnologia única. Tem havido muitas espécies de escrita, pictográficas e silábicas. Mas só há um alfabeto fonético, em que letras semanticamente destituídas de significado são utilizadas como correspondentes a sons também semanticamente sem significação. Culturalmente falando, esta rígida divisão paralelística entre o mundo visual e auditivo foi violenta e impiedosa. A palavra fonética escrita sacrificou mundos de significado e percepção, antes assegurados por formas como o hieróglifo e o ideograma chinês. Estas formas de escrita culturalmente mais ricas, no entanto, não ofereciam ao homem as pontes de passagem do mundo magicamente descontínuo e tradicional da palavra da tribo para o meio visual, frio e uniforme. Séculos de emprego do ideograma em nada ameaçaram a trama inconsútil das sutilezas familiares e tribais da sociedade chinesa. De outra parte, uma simples geração de alfabetização na África, hoje — como na Gália há dois mil anos — é suficiente para desligar o indivíduo da teia tribal, pelo menos no início. Isto nada tem a ver com o conteúdo das palavras, mas é o resultado da súbita ruptura entre as experiências auditiva e visual do homem. Só o alfabeto fonético produz uma divisão tão clara da experiência, dando-nos um olho por um ouvido e liberando o homem pré-letrado do transe tribal, da ressonância da palavra mágica e da teia do parentesco. (MCLUHAN, 1964, p.102)

Assim, fundado na palavra falada, na sua capacidade de modulações infinitas e na sua proximidade aos fatos de consciência, sentimentos e paixões, o homem da cultura oral está próximo de si, dos seus próximos e das coisas da vida, preparado para discriminar as mais sutis variações dos seus afetos e para ter acesso a uma rica, densa e multiforme experiência do mundo. As sociedades pré-letradas e orais, valendo-se apenas da palavra falada, terão sido limitadas pelo tempo e baseadas em princípios de continuidade, adaptadas aos limites impostos pela capacidade mnemônica humana, até então, o único suporte da informação e do conhecimento dos homens.

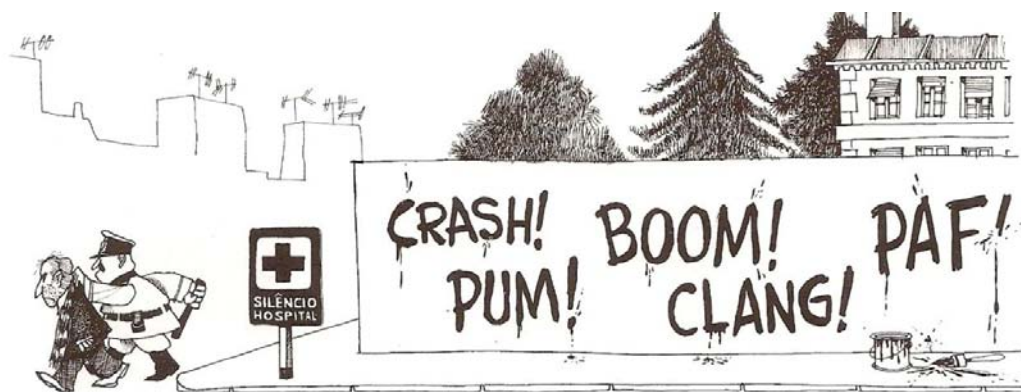


Figura 7. O alfabeto fonético transformou em visuais as palavras sonoras. Fonte: QUINO, 2005, p.124

Como era necessário muito tempo e esforço de recitação e memorização para conservar o conhecimento, este tendia a ser fundamentalmente prático e direcionado para questões cotidianas, religião e magia, ficando invalidados ou reduzidos os conhecimentos de aspecto mais abstrato. Na cultura oral, o individualismo é quase inexistente, na medida em que é dado um grande valor à comunidade e à repartição do conhecimento. Todo discurso é partilhado, tendendo naturalmente para o consensual:

[Na cultura oral] o tempo é, assim, algo que corre. A vida humana é um enorme fluxo onde o presente é apenas um momento. Os acontecimentos são uma sucessão de recorrências, um ciclo da vida, mesmo que cada instante possua um valor ou significado específico. O espaço é concebido como forma única e limitada destinada a proteger a comunidade e a cultura. Para estas culturas, o espaço é o local onde a comunidade vive, conserva as suas relações com o passado e o seu futuro revelado. (SUBTIL, 2003, p.6)

A palavra oral, pela sua riqueza sinestésica e sugestiva, suscita a criatividade de quem fala e de quem ouve, estimula a imaginação, deixa o ouvinte livre para imaginar a seu modo as realidades e acontecimentos dos quais se fala. Como a palavra falada é também uma palavra ouvida, a cultura oral e acústica supõe outro tipo de proximidade, a proximidade dos homens entre si; logo, fortes relações grupais. Limitada no espaço pela audibilidade da voz, a palavra oral só percorre distâncias curtas; limitada no tempo pela efemeridade e fugacidade da sua elocução, só permanece nas memórias coletivas. Por isso os ouvintes tendem a manterem-se próximos, ligados entre si por nexos familiares e de estreita convivência, relações tribais ou laços de cidadania, além da necessidade de manter viva sua memória coletiva. Quando descreve as diferenças entre as características das culturas oral e escrita, Anísio Teixeira apresenta discurso mais direto:

A cultura escrita teve sua forma de expressão na literatura. Que é literatura, senão letras? Toda a civilização se exprime por letras. Como explicar que nos tenhamos perdido em controvérsias e confusões de toda ordem a respeito de literatura, mas ninguém tenha pensado em estudar o que era esse meio de comunicação literário, formado por um alfabeto, fonético, com o qual se criara a escrita e conseqüentemente a comunicação, para além da fala, por meio da palavra escrita? (TEIXEIRA, 1970, p.243)

Toda a estrutura da sociedade e o modo de pensar e sentir alteraram-se a partir da introdução da escrita. Recebia-se esse fato, sofria-se o fato, tudo mudava e se transformava, mas o homem, hipnotizado pelas formas que tomava a sua cultura, não relacionava tais mudanças com a nova tecnologia da comunicação. As mudanças haviam simplesmente acontecido e o problema era o modo como ajustar-se a elas, e não o de buscar e compreender as causas da mudança. Entretanto, a palavra literatura foi cunhada, mas nem isto levava o homem a perceber quanto uma civilização de letras era filha da letra e do alfabeto fonético.

As sociedades letradas são seculares nas relações entre si, materialistas nas interpretações e impessoais nas relações sociais. Concedem grande relevância ao conhecimento abstrato e exercem um grande controle sobre o espaço, embora ao lugar se atribua relativamente pouco valor, mesmo que estejam em causa a tradição e a continuidade com o passado. O modo de pensar, comparativamente com as sociedades orais, é mais linear, racional e fragmentado, menos íntimo ou pessoal e sem conformidade com a tradição:

Na visão de Innis, nestas culturas verifica-se uma tendência para 'espacializar' o tempo, isto é, dividi-lo em pedaços discretos, uniformes e mensuráveis a que posteriormente pode ser atribuído um valor monetário [a mensagem do relógio mecânico é a capacidade humana de abstrair o tempo como algo divisível]. Os conceitos de tempo e espaço tornam-se meras mercadorias onde o principal objetivo é conquistar novos territórios, criar e aumentar os mercados e organizar a terra sob configurações mais eficientes, através de fábricas, linhas de montagem, divisões territoriais do trabalho. (SUBTIL, 2003, p.6)

A palavra escrita, ao privilegiar um sentido único, a visão, reduz a capacidade expressiva e comunicativa da experiência subjetiva do mundo, da sua densidade e pluridimensionalidade, latentes na cultura oral. Composta por elementos repetitivos móveis, a escrita determina uma consciência linear, um método de segmentação homogênea, um processo de fragmentação das tarefas cognitivas, enfim, um modo de vida repetitivo e uniforme entre indivíduos singulares. Quando o homem inventou a escrita acabou por introduzir um fator restritivo no seu modo de conhecer e ser: até então, a disseminação das idéias era feita oralmente e a vida se desenrolava sob o influxo da palavra, da experiência e da

percepção sensorial. "O alfabeto é o agressivo militante absorvedor de culturas, conforme o historiador econômico Harold Innis foi o primeiro a mostrar" (MCLUHAN, 1997, p.82):

Ocupando-se de relações e vínculos existentes entre a comunicação e as mudanças operadas no domínio da cultura, H. Innis afirmava que, desde os primeiros tempos da escrita manual, as tecnologias da comunicação vinham influenciando a formação das sociedades humanas. Credite-se a Innis a intuição de que há meios de comunicação para os quais o tempo serve de base, assim como há meios de comunicação - mais portáteis e transitórios - para os quais a referência é o espaço. Para ilustrar o primeiro caso, a escrita hieroglífica egípcia gravada na pedra; para o outro, o papiro, cujos manuseio e facilidade de transporte foram valiosos para a consolidação do Império Romano. A escrita é instrumento, acontecimento, memória e lei. (TRINTA, 2003, p.4)

Recorrendo à história grega, McLuhan afirma que os helenos somente promoveram suas inovações artísticas e científicas depois que interiorizaram o alfabeto, partindo para uma "ênfase visual" que os alienou da arte primitiva. A cultura manuscrita era uma espécie de conversação, onde escritor e seu respectivo auditório se achavam fisicamente ligados pela forma de recitação, que era o modo de publicação dos livros. Por isso, tanto na Antiguidade como nos tempos medievais "ler era, necessariamente, ler em voz alta".

Para falar sobre os efeitos da imprensa, vale uma metáfora sonora: músicas escritas para serem executadas por um pequeno grupo de instrumentos devem ter um determinado tom e um determinado andamento; já músicas destinadas a grandes recintos têm outros tons e andamentos. Da mesma forma, houve diferença próxima entre os livros manuscritos e impressos: a imprensa aumentou de tal forma o auditório para o desempenho do autor, tanto no tempo como no espaço, ao ponto que se alteraram todos os aspectos do estilo literário. Concomitante às mudanças na produção literária, houve também mudanças na recepção do produto livro. Em tempos antigos e muito depois, os leitores, até mesmo quando em privado, pronunciavam regularmente as palavras de seu texto em voz alta, tanto em prosa como em poesia. McLuhan (1977) explica que, antes da imprensa, a escola era "cantada" e nela "a gramática servia, acima de tudo, para estabelecer fidelidade oral", pois "o estudante medieval tinha de ser paleógrafo, revisor e editor dos autores que lia".

A escrita teve sua reprodutibilidade sustentada pela imprensa, e a permanência no espaço e no tempo dos materiais impressos torna possível a constituição de grandes coletividades nacionais, de grandes sociedades dispersas por vastas extensões geográficas, permitindo ainda a constituição regulada de memórias externas, registros, inventários e arquivos de toda a espécie, mediante os quais é possível garantir a eficácia da lei e criar

condições para a extensão da cultura, para a formação de um público laico, para a democratização da instrução, para a construção e vulgarização do saber. A invenção da tipografia confirma e amplia a nova ênfase visual do conhecimento aplicado, ensejando o primeiro utensílio uniformemente reproduzido, o livro. Era, portanto, uma forma de comunicação ainda mais restritiva e unidimensional: os livros tornaram-se praticamente o único meio pelo qual o saber era adquirido ou armazenado; os impressos periódicos, o meio através o qual a comunicação sofria controle.

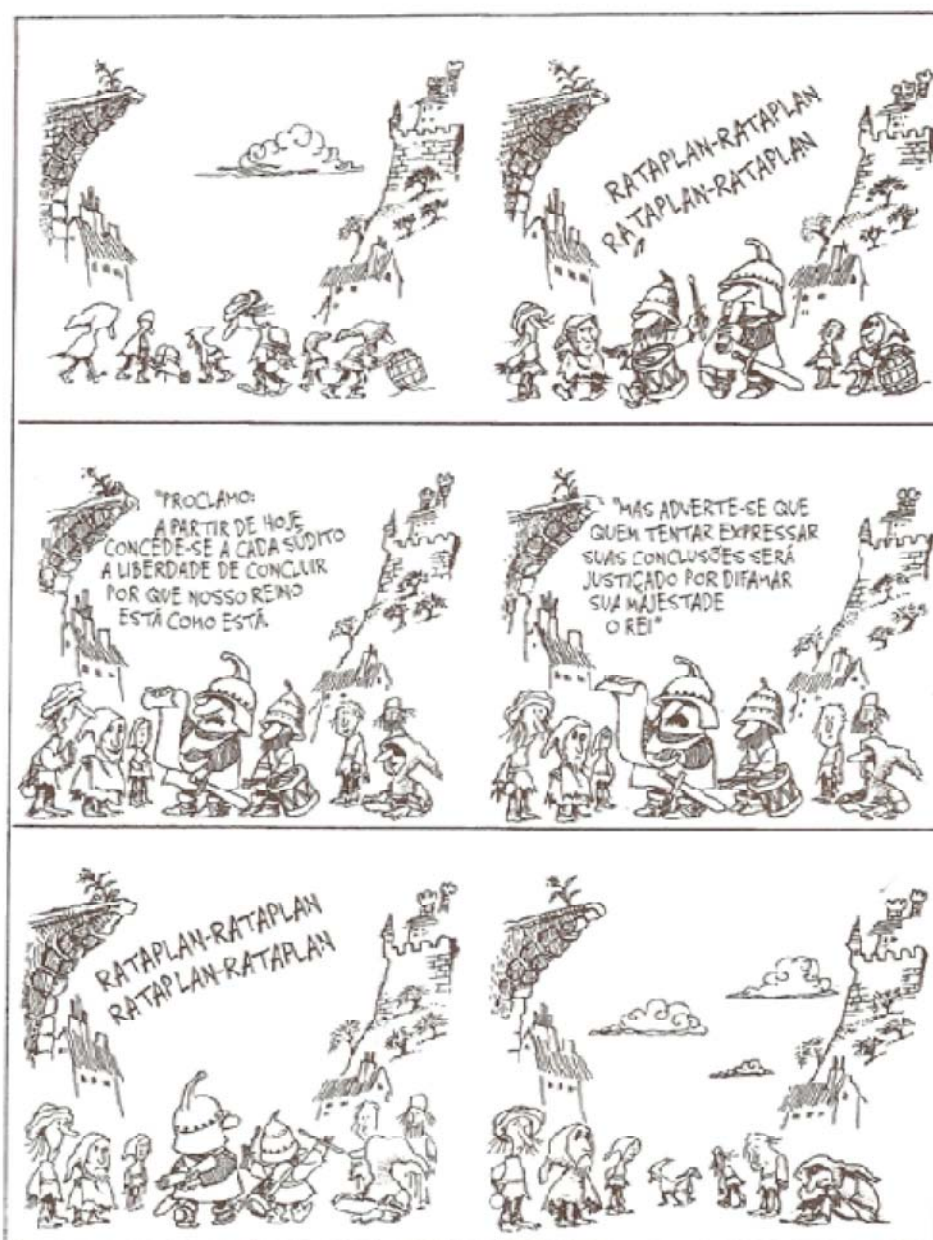


Figura 8. Nos tempos medievais a leitura era, necessariamente, em voz alta. Fonte: QUINO, 2003, p.89.

O processo tecnológico tipográfico era visual, linear e fragmentário: as sequências formavam o padrão - uma letra após a outra, uma a palavra após a outra, um período após o outro - termo conhecido na gramática portuguesa ou nos estudos linguísticos como sintagma. Foram essas características que estabeleceram a imprensa como a primeira linha-de-montagem, a primeira produção em massa:

Veremos que, do mesmo modo que a palavra impressa foi a primeira coisa produzida em massa, foi também o primeiro 'bem' ou 'artigo de comércio' a repetir-se ou reproduzir-se uniformemente. A linha de montagem de tipos móveis tornou possível um produto que era uniforme e podia repetir-se tanto quanto um experimento científico. (MCLUHAN, 1977, p.177)

Antes da imprensa, livros eram raridades, como obras de arte, como documentos. A tipografia transforma a linguagem de um meio de percepção e exploração em um utensílio portátil; não somente uma tecnologia, mas em si mesma uma riqueza natural ou produto, como algodão ou madeira ou, hoje em dia, um CD ou DVD. Em consequência, o livro, como qualquer produto, modela não apenas relações sensíveis e particulares, mas também os "padrões de interdependência comunal". (MCLUHAN, 1977)

A imprensa eliminava o grego e o latim, línguas universalmente faladas, convertendo os idiomas nacionais de cada país em veículos de comunicação de sistemas fechados, e estendia o seu caráter à regulamentação e fixação desses vernáculos. Não apenas alterava a ortografia e a gramática, mas igualmente a acentuação e a inflexão das línguas, tornado possível assim a "má gramática". A nivelação da inflexão e da pronúncia tornou-se parte do programa do conhecimento aplicado no século XVII. Antes da imprensa, ninguém jamais cometeu erros gramaticais.

Os "sistemas fechados" da linguagem tipográfica dão origem às forças uniformes e centralizantes do nacionalismo moderno, ao mesmo tempo em que a privacidade do livro, "como a do cavalete do pintor", contribui muito para o novo culto do individualismo. O homem de uma sociedade letrada e homogeneizada já não é sensível à diversa e descontínua vida das formas. Ele adquire a ilusão da terceira dimensão e do "ponto de vista pessoal" como parte de sua fixação narcísea, favorecendo a adoção de um ponto de vista único, desenvolvendo a uniformidade de quem escreve e de quem lê, suscitando a ordenação lógica do discurso e permitindo a construção de saberes racionais:

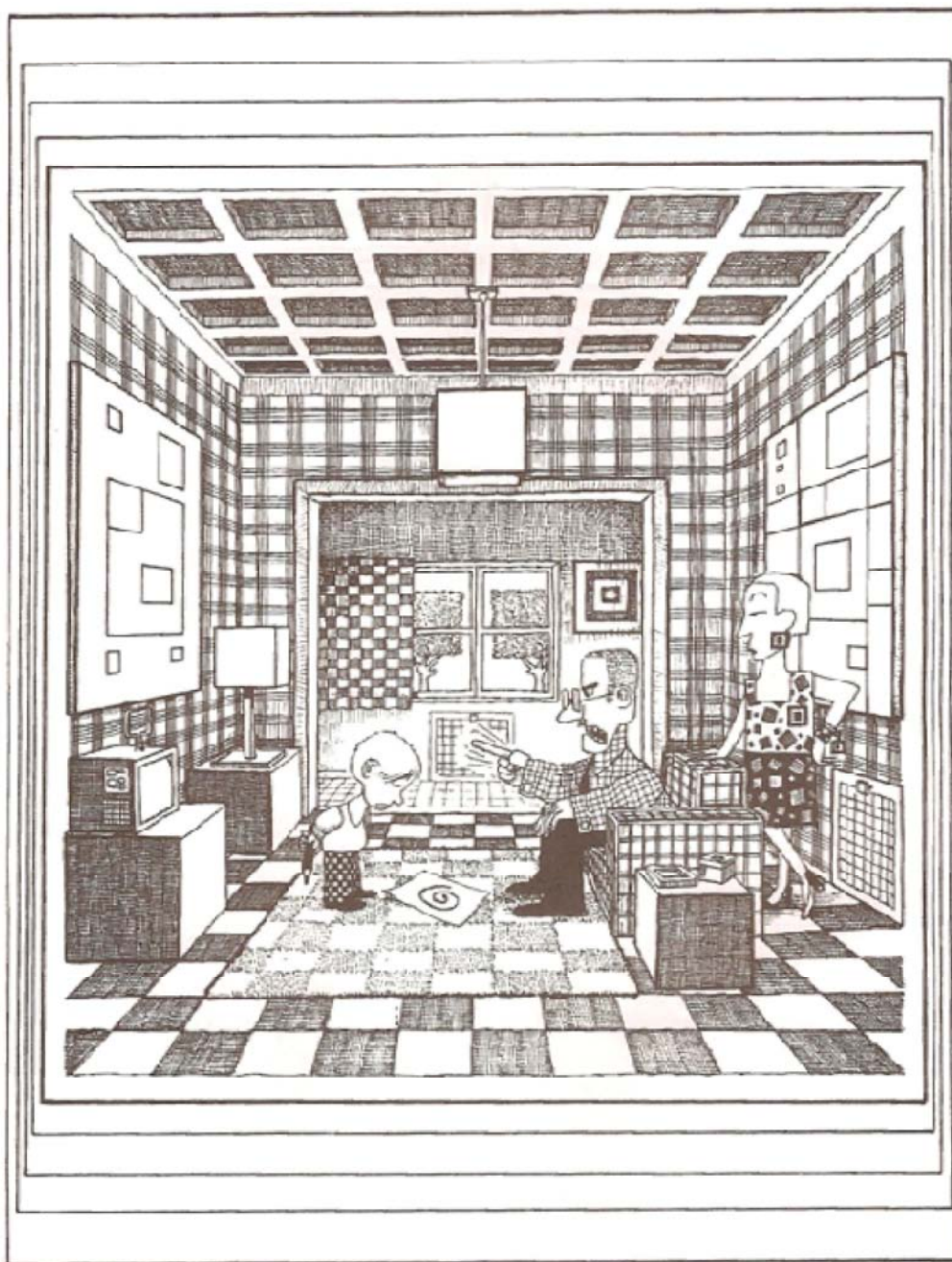


Figura 9. O homem da sociedade letrada adquire um modo de enxergar culturalmente adquirido: a ilusão da terceira dimensão e do "ponto de vista pessoal". Fonte: QUINO, 2003, p.33

A escolha arbitrária de uma única posição estática cria um espaço pictorial com ponto de fuga. Esse espaço pode ser preenchido trecho por trecho e difere inteiramente do espaço não-pictorial em que cada coisa simplesmente ressoa ou modula seu próprio espaço visualmente em forma bidimensional. [...] Longe de ser um modo normal da visão humana, a perspectiva tridimensional é um modo de enxergar convencionalmente adquirido, tão adquirido como é o modo de reconhecer as letras do alfabeto ou de seguir uma sequência cronológica. (MCLUHAN, 1977, p.38)

Se a terceira dimensão é um modo de olhar convencionalmente adquirido dentro da cultura escrita e tipográfica, explica-se porque membros de sociedades não-alfabetizadas não podem ver filmes ou fotografias sem treino, visto que a leitura de imagens em movimento é um aprendizado que têm como pré-requisito conhecimentos literários:

Uma platéia evoluída, uma platéia acostumada a ver filmes, focaliza a vista um pouco à frente da tela a poder alcançar toda a cena. Neste sentido, uma imagem, um quadro, uma pintura, um filme não é senão uma convenção. Tem-se primeiro de contemplar a cena como um todo, o que não podiam fazer aquelas pessoas por não estarem acostumadas a verem filmes. (Quando lhes é exibido um filme), começam a percorrê-lo por partes, rapidamente, quase à maneira de um cameraman de televisão que estivesse atentando para os detalhes que desejasse acentuar. Ao que parece isto é o que os olhos não acostumados a ver filmes fazem - percorrem e perscrutam a cena - sem tempo para entender toda a cena antes desta mudar. (MCLUHAN, 1977, p.65)

O método de McLuhan para estudar os meios eletrônicos de comunicação foi trazer a abordagem de Harold Innis para o século XX - considerado por McLuhan como a era da televisão. Innis dizia que a imprensa havia provocado a expansão do nacionalismo, em oposição ao tribalismo, durante os quinhentos anos subsequentes. A teoria de McLuhan confere à imprensa a promoção, no homem ocidental, do sentido visual em detrimento de seus outros sentidos, gerando o “homem gutenberciano”: mais lógico, disciplinado, com o espírito fechado a possibilidades mais amplas de expressão comunicativa; ele é também pontual e produtivo, submete-se a quadros de horários e à racionalização da vida moderna. O conhecimento, com o livro impresso, é adquirido sem a intermediação humana, pela exclusão do debate de idéias, causando o desaparecimento do sentimento de comunidade espiritual. A própria forma de disposição do texto no livro leva a uma apreensão linear do conteúdo, que, por sua vez, levou a muitas formas de especialização e fragmentação: “desde a burocracia, o exército moderno e as guerras nacionalistas até a esquizofrenia, as úlceras pépticas”, o culto da infância, que McLuhan entendia como uma fragmentação da vida por idade, e a pornografia, entendida como a fragmentação do sexo em relação ao amor.

Na segunda metade do século XX a televisão entra em cena. A televisão, dizia McLuhan, inverte o processo e faz os cinco sentidos do homem retornar ao seu "equilíbrio tribal", pré-letrado, anterior à imprensa. O público e os sentidos tácteis voltam a entrar em jogo, e o homem começa de novo a usar todos os seus sentidos numa "rede inconsútil" de experiência unificada. A televisão, dizia McLuhan, não é um meio de comunicação visual,

mas "audiotátil", uma espécie de afirmação contraditória que fazia para contrariar o senso comum.

Como os meios eletrônicos de comunicação, em especial os audiovisuais, dirigem-se de forma direta e envolvente à sensibilidade múltipla do espectador, eles têm como efeito um apelo à integração sensorial, e desencadeiam uma apreensão pluridimensional e polimórfica, permitindo restaurar a riqueza expressiva da comunicação oral. A TV, para McLuhan, é o melhor exemplo da comunicação total e instantânea, pois não há intervalo entre a circulação do fato, da idéia ou da situação e sua absorção. Obviamente, hoje, é a Internet o meio de comunicação que representa o mais avançado exemplo de comunicação total e instantânea.

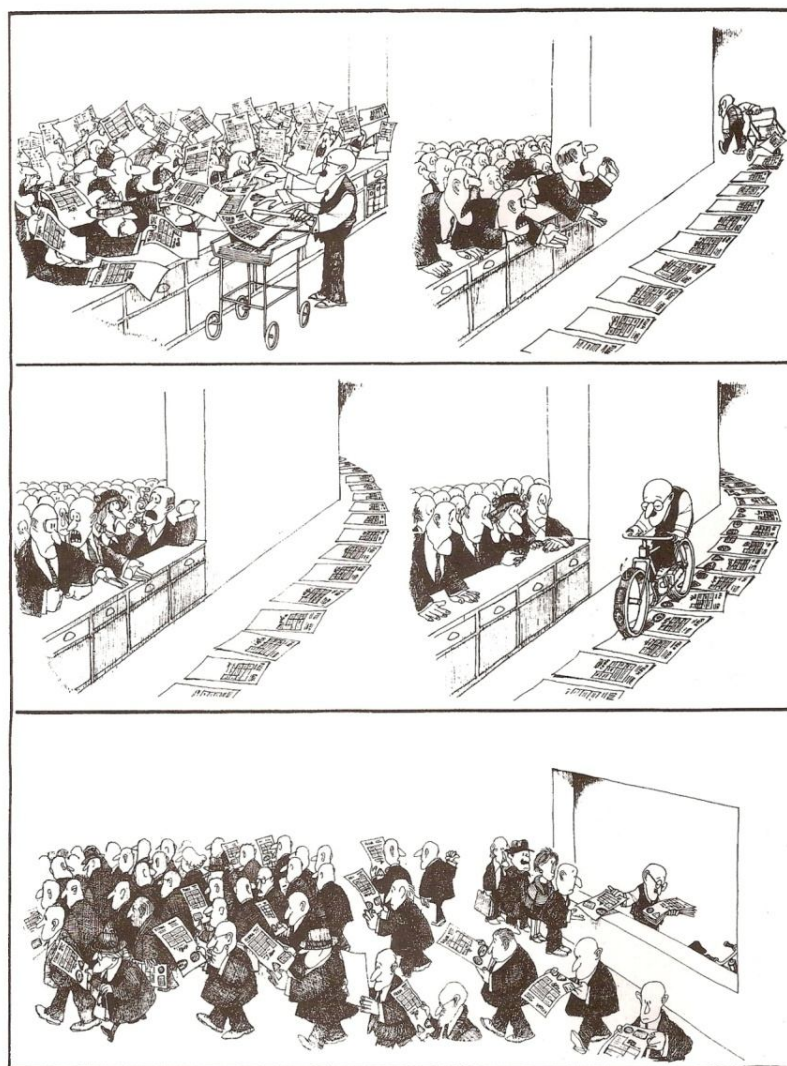


Figura 10. A promoção do sentido visual levou a muitas formas de especialização e fragmentação, como a burocracia. Fonte: QUINO, 2005, p. 67.

Os efeitos imediatos da eletricidade sobre o sistema nervoso central, dizia McLuhan, podiam ser vistos nos jovens dos anos 50, que constituíram a primeira geração televisiva. A chamada assintonia entre gerações, como ele a diagnosticava, não era ideológica, mas neurológica: a disparidade entre a geração formada pela imprensa e sua prole audiotátil, neotribal. Segundo ele, a nova geração estava fadada a se entediar em salas de aula dirigidas por professores pertencentes ao mundo da imprensa. Isso, dizia, significava que o sistema educacional devia ser totalmente modificado.

Quanto aos meios de comunicação eletrônicos, sua instantaneidade, a velocidade com que a difusão das mensagens é feita e o caráter massivo da sua recepção não só permitem a partilha de experiências distantes e longínquas, como promovem novos tipos de aproximações e relações sociais, agora em larga escala. "A era eletrônica, que sucede à era tipográfica e mecânica dos quinhentos últimos anos, coloca-nos face a novas formas e a novas estruturas de interdependência humana".

McLuhan estava convencido que a emergência de uma nova economia seria acompanhada de uma transformação radical no sistema político. A imprensa e seus tipos móveis repetitivos não tinha apenas criado a idéia de fábrica, e a fábrica em si, mas também a idéia do estado-nação. Se os meios de comunicação eletrônicos iriam abolir o primeiro, eles também iria se livrar do segundo. Em "*Os meios de comunicação como extensão do homem*", McLuhan diz que agora, conforme as tecnologias eletrônicas se difundiram pelo mundo, a humanidade está dividida em estados-nações "rivais" da Galáxia de Marconi. Internamente, a combinação da imprensa com a roda possibilitou aos líderes políticos estender seus controles para além dos limites da comunidade tribal, impondo externamente sua homogeneidade linguística e cultural. McLuhan acreditava que, após séculos de dominação, esse sistema político da "explosão do social" estaria em crise.

Enquanto o impresso dominou a sociedade, pessoas aceitaram as limitações da democracia representativa. Mas, com o advento da mídia eletrônica, elas agora buscariam participação mais direta no processo de tomadas de decisões políticas. Será que as novas tecnologias da informação, como a Internet, estejam começando a impor o novo paradigma, "a implosão do social"? Poderiam os *sites* de políticos, esses meios de comunicação que podem atuar tanto como transmissores como receptores, abrir espaço para essa participação mais direta nas tomadas de decisões políticas? Seriam os *sites* dos deputados federais paulistas na Internet uma materialização dos novos tipos de relacionamento, em larga escala, entre os representantes e os representados na democracia contemporânea?

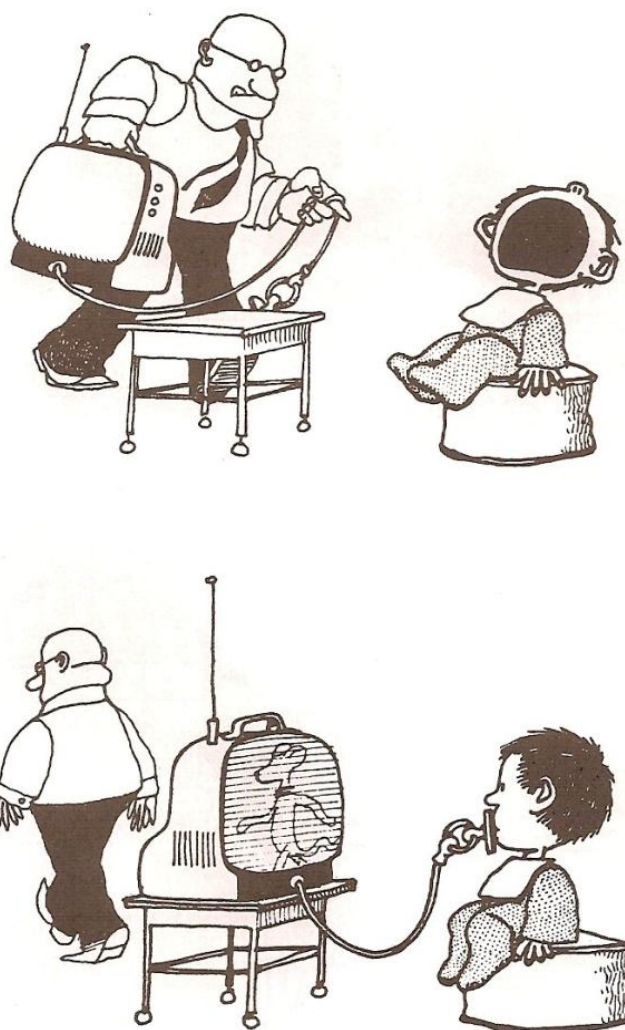


Figura 11. A televisão é audiotátil. Fonte: QUINO, 2003, p.86.

1.2. AS HIPÓTESES DE AGENDAMENTO

Na tentativa de melhor sistematizar os estudos dos meios de comunicação, surgiu no final da década de 60 o *mass communication research*, nos Estados Unidos, que reunia pensadores norte-americanos e europeus com a proposta de trabalhar em equipe e cruzar as diferentes teorias para melhor entender o processo comunicacional.

As intenções destes grupos de estudos estavam em superar o aspecto negativo que caracteriza toda e qualquer teoria: sendo um sistema fechado, toda teoria é, por natureza, excludente. Assumir uma linha de pesquisa sem eliminar toda e qualquer outra teoria era o

desafio destes pesquisadores. Hohlfeldt detalha porque o *agenda setting* trata-se de uma hipótese, e não de uma teoria:

Começamos por esclarecer porque falamos em ‘hipótese’ e não em ‘teoria’, simplesmente. Ora, antes de mais nada, porque uma teoria, como enfatizei anteriormente, é um paradigma fechado, um modo acabado e, neste sentido, infenso a complementações ou conjugações, pela qual ‘traduzimos’ uma determinada realidade segundo um certo ‘modelo.’ Uma hipótese, ao contrário, é um sistema aberto, sempre inacabado, infenso ao conceito de ‘erro’ característico de uma teoria.. (HOHLFELDT, 1997, p.43)

Além de buscar uma melhor sistematização nos estudos da Comunicação, o *communication research* canalizava suas pesquisas no que Mauro Wolf (1987) chamou de *Novas Tendências de Pesquisa em Comunicação e Construção da Realidade*.

A problemática da construção da agenda já não era novidade em outros domínios, em particular em sociologia e em ciência política, em que se investigavam a construção da agenda da opinião pública (public agenda-setting), a construção da agenda das políticas públicas (que implicavam a ordem de importância que as elites políticas e os governantes atribuem aos diferentes problemas) e a construção das agendas dos próprios meios de comunicação, ou seja, análises dos processos de presidiriam à construção da agenda midiática (GOMES, 2004, p.81)

É deste contexto que surgem os estudos de *agenda setting*, espiral do silêncio e midiologia, além de outras hipóteses sem respectivos autores responsáveis, como o *newsmaking*. Na visão de Elizabeth Noelle Neumann, as principais diferenças entre o velho e o novo paradigma de pesquisa sobre os efeitos da mídia foram os seguintes:

a) deixam de estudar casos singulares [...] para se passar à cobertura global de todo o sistema dos mass media, centrada sobre determinadas áreas temáticas; b) deixam de se extrair dados, essencialmente, de entrevistas feitas ao público, para se passar a metodologias integradas e complexas; c) deixam de se observar e avaliar as mudanças de atitudes e opiniões, para passar à reconstrução do processo pelo qual o indivíduo modifica a sua própria representação da realidade social. (NEUMANN, 1983 apud WOLF, 2002, p.140)

Essas mudanças direcionam os estudos da Comunicação a partir dos anos 1970 e apontam novas tendências de pesquisa sobre os *mass media*. Entre elas está a hipótese do *agenda setting*. Esses estudos, propostos inicialmente pelos norte-americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw, foram posteriormente aprofundados por Mauro Wolf, Nelson Traquina, Clóvis de Barros Filho e Antônio Hohlfeldt, sem descartar a contribuição de outros

autores que estudaram o modelo do *agenda setting*, ou agendamento. O agendamento marca a transição dos estudos dos efeitos para a análise da comunicação política e representou, nos Estados Unidos, “a primeira análise da comunicação política fora do âmbito restrito da persuasão, além de assinalar um deslocamento da investigação para as implicações cognitivas” (GOMES, 2004, p. 81)

O modelo do agendamento situa-se na tradição norte-americana dos estudos sobre os efeitos da mídia. McCombs e Donald Shaw fazem parte da geração ascendente de pesquisadores em comunicação dos anos 1970 nos Estados Unidos que acumulam uma experiência profissional na mídia e uma formação universitária em Ciências Sociais. Para uma melhor compreensão dessa hipótese e de seus desdobramentos ao longo dos anos, faz-se necessário um breve resgate histórico dos primeiros estudos desenvolvidos por McCombs e Shaw.

As opiniões dos estudiosos do agendamento são baseadas em obras antigas, como as de Gabriel Tarde ou Walter Lippmann. Em 1958, em um artigo escrito por Norton Long, pela primeira vez foi claramente preconizada a hipótese do *agenda setting*, mas ainda não colocada neste termos: “o jornal foi o primeiro motor de fixação da agenda territorial, com grande participação na definição do que a maioria das pessoas conversa, o que as pessoas entendem como fatos e como deve-se lidar com os problemas”. (LONG, 1958 apud BARROS FILHO, 2001, p.175). Ainda antes de McCombs, a hipótese do agendamento ganhou um novo impulso com os estudos de Bernard Cohen, em 1963. Cohen observava que a imprensa “pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar; tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre que temas devem pensar.” (COHEN apud WOLF, 2002, p.145).

Nas pesquisas de McCombs e Shaw, a idéia de que a mídia tem o poder de influenciar os indivíduos, estabelecendo uma hierarquização temática do que ela considera como mais importante, surgiu em 1922 com a publicação do livro *Public Opinion*, de Lippmann. Sem mencionar o termo *agenda setting*, Lippmann já preconizava que os meios de comunicação de massa são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens desses acontecimentos em nossa mente. Ele aborda o tema no primeiro capítulo de *The world outside and the pictures in our heads*. O conceito central da hipótese do agendamento também é antecipado por Robert Ezra Park, em sua obra *The City* (1925), na qual afirma a prerrogativa de que os meios de comunicação definem a ordem de preferências temáticas colocada para o público: assim, a assimilação das informações referentes aos fatos do dia-a-dia sofreria interferências, de acordo com essas prioridades. Dúvidas sobre a eficácia dos resultados desse

primeiro estudo levaram McCombs e Shaw a aprofundá-lo em uma segunda pesquisa. Como lista Hohlfeldt (1997), o objetivo era “refinar” as hipóteses levantadas e, para isso, optaram por cinco questões pontuais: a) definição do conceito; b) fontes de informação para a agenda pessoal; c) desenvolvimento temporal como variável maior; d) características pessoais do eleitor; e) agendamento.

Essa segunda pesquisa foi realizada em 1972, durante a campanha presidencial na qual Richard Nixon disputava a reeleição pelo partido Republicano, tendo como adversário o democrata George McGovern. O estudo de McCombs e Shaw revelou que eleitores aumentavam a busca por informações à medida que a campanha eleitoral se desenvolvia e aproximava a data da eleição. Sobre esse processo, Hohlfeldt (1997) observa que a influência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto. A isso, soma-se o tipo de mídia, o grau de relevância e interesse que o receptor vem a emprestar ao tema, a saliência que ele lhe reconhece, sua necessidade de orientação ou sua falta de informação.

O pressuposto básico da hipótese do agendamento é a capacidade que a mídia tem de determinar a agenda do público por meio do que destaca como prioridade. Para uma melhor definição é importante recorrer àqueles que formularam a hipótese em questão. Para McCombs e Shaw, o agendamento é a capacidade da mídia em influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública, o que realça o seu papel na configuração da nossa realidade social. Ou seja, as pessoas criam um pseudo-ambiente a partir daquilo que é veiculado pelos meios de comunicação de massa.

Segundo Itania Maria Mota Gomes, as pesquisas mais recentes de *agenda setting* orientam-se pelo conceito de “necessidade de orientação”, onde todo indivíduo tem, em graus variados, necessidade de orientar-se em relação a seu meio ambiente, e é devido a essa necessidade que ele vai atrás das informações que lhe permitem situar-se no mundo. As hipóteses de agendamento não defendem que os *mass media* pretendam persuadir, mas sim que, descrevendo e precisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário ter opinião e discutir. “O pressuposto fundamental do agendamento é que a compreensão do que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*.” (MCCOMBS; SHAW, 2000, p. 48).

É preciso lembrar por que o uso do termo “hipótese” e não “teoria”. Teoria é um paradigma fechado, concreto e acabado, o que não é o caso do *agenda setting*. Como bem define Hohlfeldt (2001), ao contrário de “teoria”, a “hipótese” se caracteriza por um conceito aberto, inacabado, um caminho a ser percorrido e comprovado. Assim, as hipóteses de *agenda*

setting são sistemas abertos, inacabados, infensos ao conceito de “erro” característico de uma teoria:

Assim, a uma hipótese não se pode jamais agregar um adjetivo que caracterize uma falha: uma hipótese é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovados e que, se eventualmente não ‘der certo’ naquela situação específica, não invalida necessariamente a perspectiva teórica. Pelo contrário, levanta-se, automaticamente o pressuposto alternativo de que outra variante, não presumidas, cruzou pela hipótese empírica, fazendo com que, na experiência concretizada, ela não se confirmasse. (HOHLFELDT, 1997, p.43)

Por ser uma hipótese de trabalho e não uma teoria fechada, diferentes experiências, extremamente ricas, têm-se desenvolvido neste campo sempre aberto a especulações. A partir do livro que McCombs e Shaw publicaram, multiplicaram-se os estudos, quer por outros pesquisadores, quer pelos próprios pioneiros, “como o evidencia um texto mais recente de Maxwell McCombs em que ele aprofunda questões como a exploração da informação, seus relatos, as imagens provocadas pela mídia e, enfim a criação da opinião pública”. (HOHLFELDT, 1997, p. 49)

Há três conceitos principais de agendamento. O primeiro deles é o *fluxo contínuo da informação*. Esta é a idéia de que os fluxos informacionais e comunicacionais não são sistemas fechados, como pressupõem antigas teorias, que fazem recortes e fragmentam a realidade. Hoje, com a ampla difusão dos meios de comunicação, as sociedades sofrem uma verdadeira avalanche informacional que nos leva a um processo chamado *entropia*: um excesso de informações que se perde ou se desconfigura caso o receptor não lide com elas devidamente. Por outro lado, esse grande fluxo informacional gera o que Maxwell McCombs chamou de *efeito enciclopédico*, concretamente provocado pela mídia: conscientemente ou não, guarda-se uma quantidade enorme de informações que, em situações futuras acabam sendo usadas - inconscientemente ou não.

O segundo conceito é consequência do primeiro: a influência da mídia sobre o receptor não se dá em curto prazo, mas em médio e longo prazos: é mediante a observação de períodos de tempo maiores do que as pesquisas de comunicação costumam ater-se é que pode-se definir, com precisão, os efeitos provocados pelos meios de comunicação de massa. Há um tempo entre um fato social ocorrer, ser noticiado (ou idéias serem veiculadas) e haver consequentes ações por parte dos receptores. Esse tempo é, segundo os estudos de agendamento, muito maior do que o geralmente presumido.

O terceiro conceito é fundamental para a prática das pesquisas em comunicação com as hipóteses de agendamento, unindo os dois pressupostos anteriores: que os meios de

comunicação não são capazes de impor *o que* pensar em relação a determinados temas, de forma imediata, mas são capazes sim, de influenciar *sobre o que* pensar e falar, em médio e longo prazos. Daí o nome agendamento: a influência da mídia ocorre por meio da influência da agenda da mídia sobre as agendas individuais ou sociais.

Para Lippmann, a relação com a realidade não se dá de maneira direta, pois a percepção também não é direta: ela é mediada por “imagens que formamos em nossa mente”, e é por isso que não percebe-se a realidade como tal, mas sim como é imaginada e presumida. Nas civilizações mais primitivas, em que as relações se desenvolviam de forma direta, em que todos eram conhecidos por todos, os fluxos informacionais eram totalmente personalizados, ou seja, feitos de pessoa para pessoa. Com a urbanização, os processos de massificação se tornaram necessários, uma vez que a maioria dos integrantes das sociedades não pode mais ter acesso direto a todos os fatos e acontecimentos. Por essas necessidades é que surgem os meios de comunicação de massa e é por isso que nas sociedades tem-se necessidade dos meios de comunicação. É por meio dessas duas idéias que as hipóteses de agendamento afirmam que o homem é dependente da mídia e sofre sua influência: não em curto prazo, mas em médio e longo prazos, sem a imposição de conceitos, mas incluindo em suas preocupações certos temas que, de outro modo, não chegariam ao nosso conhecimento nem seriam temas de nossa agenda.

Além dos próprios meios de comunicação, os teóricos do agendamento consideram que existe um duplo fluxo informacional, aceitando que as informações são mediadas não apenas pelas mídias, mas também por pessoas reconhecidas como líderes de opinião, com as quais se estabelecem relações emocionais variadas: o pai, o chefe, uma pessoa inteligente ou bem relacionada. Conforme Littlejohn:

Os líderes de opinião têm maior exposição à comunicação de massa do que os seus seguidores. [...] são mais cosmopolitas [...] têm maior contato com o agente de mudança [...] têm maior participação social [...] têm mais elevado status social [...] são mais inovadores [...] Quando as normas do sistema favorecem a mudança, são mais inovadores, mas quando as normas são tradicionais, os líderes de opinião não são especialmente inovadores.
(LITTLEJOHN, 1982, p.330)

Há outras aberturas nas hipóteses de agendamento. Uma delas afirma que os meios de comunicação também se influenciam entre si, e que os conteúdos das mídias impressas têm hierarquia sobre os das mídias eletrônicas (devido ao poder de permanência do suporte e de introjeção, com a prática da leitura). Outra abertura é que as agendas dos receptores, em geral, também podem determinar a agenda dos mídias, e o agendamento ocorre também fora do

circuito da mídia, quando pessoas aumentam a troca de opiniões e informações, dinamizando o processo informo-comunicacional nas mais variadas relações sociais, desde o círculo de amigos, da família, da escola, do trabalho, até relações mais complexas.



Figura 12. A força dos líderes de opinião. Fonte: QUINO, 2005, p.94

É conveniente elencar outros conceitos do agendamento, para uma melhor compreensão das hipóteses. Destacam-se entre os conceitos básicos que norteiam o *agenda setting*: acumulação, consonância, onipresença, relevância, frame temporal, time-lag, centralidade, tematização, saliência e focalização. Os conceitos a seguir foram abordados por Mauro Wolf e sistematizados conforme formulações de Antônio Hohlfeldt, que tem uma abordagem “mais adaptada à realidade da mídia brasileira”, conforme Mattos:

Acumulação: capacidade que a mídia tem de dar relevância a um determinado tema, destacando-o do imenso conjunto de acontecimentos diários; **Consonância:** apesar de suas diferenças e especificidades, a mídia possui traços em comum e semelhanças na maneira pela qual atua na transformação do relato de um acontecimento que se torna notícia; **Onipresença:** um acontecimento que, transformado em notícia, ultrapassa os espaços tradicionalmente ocupados a ele. Um acontecimento de polícia, por exemplo, pode ser abordado em outras editorias dos meios de comunicação; **Relevância:** quando um determinado acontecimento é noticiado por todas as diferentes mídias, independentemente do enfoque que lhe seja atribuído; **Frame temporal:** período de levantamento de dados das duas ou mais agendas (isto é, a agenda da mídia e a agenda pública); **Time-lag:** intervalo decorrente entre o período de levantamento da agenda da mídia e agenda do

*público, ou seja, como se pressupõe a existência e um efeito da mídia sobre o público; **Centralidade**: capacidade que a mídia tem de colocar como importante determinado assunto, dando-lhe não apenas relevância, mas hierarquia e significado. Há muitos assuntos noticiados constantemente, mas não são conscientizados como centrais, enquanto que outros assim se tornam; **Tematização**: procedimento implicitamente ligado à centralidade, na medida em que se trata da capacidade de dar o destaque necessário, de modo a chamar a atenção. Um dos desdobramentos da tematização é a chamada *súite de uma matéria*. Ou seja, os múltiplos desdobramentos que a informação vai recebendo, de maneira a manter a atenção do receptor sobre aquele assunto; **Saliência**: valorização individual dada pelo receptor a um determinado assunto noticiado, que se traduz pela percepção que ele venha a emprestar à opinião pública; e **Focalização**: maneira pela qual os meios de comunicação abordam um determinado assunto, apoiando-o, contextualizando, assumindo determinada linguagem, tomando cuidados especiais para a sua editoração, inclusive mediante a utilização e chamadas especiais, chapéus e enquetes. (MATTOS, 2005, p.47, grifo nosso)*

A abordagem e definição de cada um destes conceitos mostram que o agendamento é um campo que visa um estudo aprofundado das Teorias da Comunicação. Entretanto, embora essa hipótese tenha nascido no âmbito da comunicação jornalística relacionado à política, pode também ser empregada como instrumento de estudo em outros campos da Comunicação Social, como a Publicidade, a Relações Públicas e o entretenimento ficcional, como o cinema e a telenovela.

2. SOBREPOSIÇÕES TEÓRICAS

As principais idéias de Marshall McLuhan foram utilizadas juntamente com as hipóteses de *agenda setting* como método de análise dos *sites* dos deputados federais paulistas. As ideias de McLuhan formam uma teoria que contextualiza a Internet como parte de um desenvolvimento histórico-midiático, enquanto as hipóteses de agendamento surgiram de estudos de comunicação e política, e vêm se mostrando, ao longo das últimas décadas, como eficientes ferramentas para observação de fenômenos comunicacionais em nossa sociedade. Os métodos das hipóteses de agendamento foram usados na leitura e coleta de dados dos meios de comunicação, enquanto as idéias de McLuhan forneceram bases conceituais para compreender os padrões dos dados obtidos nos *sites*.

As ideias de McLuhan e as hipóteses de agendamento, ao tentarem compreender o funcionamento dos meios de comunicação na sociedade, levantam questões fundamentais

baseadas em conceitos de sistemas abertos e sistemas fechados. As hipóteses de agendamento foram criadas a partir do conceito de sistemas abertos, com propósito de cruzar diferentes teorias da comunicação. Hipóteses, dizem, são sistemas abertos, teorias não. As teorias são sistemas fechados, como as idéias de McLuhan, que apresentam-se como um único sistema de proposições sobre a mídia, como define Littlejohn (1982).

Porém, para McLuhan, os meios de comunicação eletrônicos, como o telégrafo e a televisão (e hoje a Internet), configuram-se como sistemas abertos, sendo esse o motivo que os fazem diferir radicalmente dos meios de comunicação anteriores, que configuram-se como sistemas mecânicos e fechados, tão lentos “quanto a roda, o alfabeto ou o dinheiro”. Essa visão dos meios de comunicação eletrônicos como sistemas abertos é diretamente convergente ao primeiro dos conceitos do *agenda setting*: de que a própria mídia configura-se como um sistema aberto, onde há um fluxo contínuo da informação, e que “fluxos informacionais e comunicacionais não são sistemas fechados, como pressupõem antigas teorias, que fazem recortes e fragmentam a realidade”. Para as hipóteses de agendamento, o conceito de fluxo contínuo da informação ainda dá origem aos conceitos de entropia e de efeito enciclopédico, “uma quantidade enorme de informações” (HOHLFELDT), ou nas palavras de McLuhan, “quando a visão, o som e o movimento são em toda extensão simultâneos e globais.” (MCLUHAN, 1977, p.22). O fluxo contínuo da informação das hipóteses de agendamento é descrito como o processo onde a informação é despejada direta, instantânea e continuamente, sendo substituída rapidamente por informação mais recente. Essa “avalanche de informações”, nos termos colocados pelo *agenda setting*, pode ser entendida como consequência latente da eletricidade e seus processos de instantaneidade, globalidade e “retribalização” da humanidade, nas palavras de McLuhan.

As hipóteses de agendamento também encontram-se com as ideias de McLuhan por assinalarem um deslocamento das investigações em comunicação para as implicações cognitivas dos meios de comunicação. Dois pontos convergentes entre as hipóteses de agendamento e as ideias de McLuhan são a conceituação de ambiente ou meio-ambiente criado pelos meios tecnológicos, e também o papel dos meios de comunicação na configuração da nossa realidade social.

Para os pesquisadores do agendamento, a mídia influencia a projeção dos acontecimentos na opinião pública por criar um pseudo-ambiente via meios de comunicação de massa, e que todo indivíduo tem, em graus variados, necessidades em orientar-se nesse ambiente. Não há diferença entre a definição dos pesquisadores do agendamento sobre o

pseudo-ambiente criado pelos meios e a afirmação de McLuhan de que a predominância de determinado meio tecnológico cria um ambiente humano “totalmente novo”.

Apesar de as hipóteses de agendamento afirmarem que a urbanização determinou os meios de comunicação, enquanto McLuhan afirma que são os meios que determinaram a civilização, ambas teorias relacionam de forma intrínseca o advento da civilização aos meios de comunicação, colocando o homem com uma relação de dependência orgânica para com os meios. Para McLuhan, essa dependência é assinalada pela noção de equilíbrio sensorial e pelo conceito das extensões do sistema nervoso pelos meios eletrônicos, criando uma “rede inconsútil” em toda a Terra. Segundo as hipóteses de agendamento, tal dependência é explicada a partir do significativo aumento das populações, pela aglomeração urbana e pela consequente necessidade de orientação nesse ambiente, a partir dos pseudo-ambientes dos meios.

A sobreposição pragmática entre as ideias de McLuhan e as hipóteses de agendamento encontra-se no ponto em que McLuhan diverge da maioria dos pesquisadores contemporâneos da comunicação de massa. Ambas focam suas metodologias de estudos fora do âmbito da persuasão, admitindo que as análises de conteúdos não são fundamentais para compreender os meios de comunicação. Para McLuhan, o meio é a mensagem, e o foco deve estar nos canais comunicativos. Para as hipóteses de agendamento, o método de investigação preza pela análise de temas, mas não de seus conteúdos, visto que estes não bastariam para entender os processos comunicacionais. Para as duas linhas de pensamento o conteúdo em si não importa, relevantes, para o agendamento, são seus temas veiculados e, para McLuhan, o veículo de comunicação. Quando McLuhan afirma que o meio é a mensagem, não é afirmado que se ignore os conteúdos dos meios de comunicação, mas sim, que se pense a amplitude dos efeitos dos meios muito menos condicionada por seus conteúdos do que antes presumido.

Outro ponto onde é possível encontrar sobreposição entre as teorias está no fato do *agenda setting* inserir entre seus pressupostos o duplo fluxo informacional, aceitando que as informações são mediadas não apenas pelas mídias, mas também por pessoas reconhecidas como líderes de opinião. Na obra de McLuhan, o paralelo a este pressuposto encontra-se no sentido em que a cultura oral, mesmo com a fala não configurando como o meio de comunicação preponderante, não perde sua “mensagem” com o advento das outras culturas, impressa ou eletrônica. Assim, ao aceitar os líderes de opinião entre suas premissas, e consequentemente as questões da importância da oralidade na sociedade, do contato falado entre as pessoas, do modo como acontece esse contato, dos valores subjacentes, da

importância que os indivíduos dão aos contatos e do nível crescente de conhecimento entre os indivíduos, as hipóteses de agendamento vão outra vez ao encontro das idéias de McLuhan.

Sob o ponto de vista tecnológico, a questão do reconhecimento de padrões é sempre presente na Internet, pois somente com a adoção de padrões - os do código TCP/IP - os computadores, de forma universal, puderam trocar informações entre si. Uma forma prática de “reconhecer as estruturas e padrões”, explica McLuhan, é observar de forma diacrônica os meios de comunicação, principalmente em “*A Galáxia de Gutenberg*”, onde é explícito o método de análise diacrônica “da evolução dos meios de comunicação, de acordo com os seus efeitos” nos homens. Esse é outro ponto em comum com as pesquisas de agendamento, que possuem outros conceitos sobre efeitos da mídia, mas igualmente consideram os efeitos da mídia diacronicamente, em escala reduzida, fazendo análises com prazos que geralmente não se estendem por mais de um ano.

A questão dos padrões colocada por McLuhan novamente é convergente às pesquisas de agendamento, que traçam a linha editorial a partir dos temas veiculados nos produtos comunicacionais, estipulando o padrão de conteúdos veiculados nos meios de comunicação. Na Internet, entendeu-se que as estruturas e padrões da linha editorial podem ser traduzidas pelos acessos disponibilizados ao internauta, ou seja, pelos padrões de acessos de um *blog*, de um portal, de um *site* qualquer, método escolhido para determinar as estruturas e padrões dos *sites* dos deputados.

Uma importante divergência entre as duas linhas de pensamento será aqui denominada como “limite do agendamento”. Esse termo faz referência ao ponto em que as hipóteses de *agenda setting* afirmam que os meios impressos são mais influentes e preponderantes aos meios eletrônicos, um contundente descompasso com as análises histórico-midiáticas de McLuhan, tanto quanto com esta pesquisa, seus cenários e contextos. Como “limite do agendamento”, entendeu-se que a visão histórico-midiática de McLuhan configura-se como a “outra variante, não presumida” das hipóteses de *agenda setting*, o que, dentro de seu próprio conceito de sistema aberto, não a invalida enquanto teoria, nem a seus métodos de pesquisa:

Mais do que isso, descobriu-se também que havia um interagendamento entre os diferentes tipos de mídia, chegando-se mesmo a perceber que a mídia impressa possui certa hierarquia sobre a mídia eletrônica, tanto no que toca ao agendamento do receptor em geral [...] quanto sobre as demais mídias. (HOHLFELDT, 1997, p.48)

Mauro Wolf, ao falar sobre “limites, problemas e aspectos metodológicos da hipótese do *agenda setting*”, afirma que os estudos de agendamento realizados por McCombs

defendem uma eficácia temporalmente graduada e diferenciada dos vários *mass media* em funções cognitivas, mais especificamente, presumem maior eficácia da escrita em relação à televisiva (ou seja, da mídia impressa em relação à eletrônica):

Os jornais são os principais promotores da agenda do público. Definem amplamente o âmbito do interesse público, mas os noticiários televisivos não são totalmente desprovidos de influência. A televisão tem um certo impacto, a curto prazo, na composição da agenda do público. O melhor modo de descrever e distinguir essa influência será, talvez, chamar agenda setting a função dos jornais e enfatizar a televisão. O caráter fundamental da agenda parece, frequentemente, ser estruturado pelos jornais, ao passo que a televisão reordena ou ressystematiza os temas principais da agenda. (MCCOMBS, 1976, 6 apud WOLF, 1987, p.143)

Wolf (1987, p.142), indica essa lacuna nos estudos de *agenda setting* apontando um problema no pressuposto colocado nas duas citações anteriores. Se a agenda dos destinatários é formada pelos *mass media*, o meio específico de que o receptor se ocupa representaria uma variável importante e, em função disso, dever-se-ia agregar as agendas de diversos *mass media* apenas quando existisse uma correlação muito acentuada entre os diferentes meios de comunicação. Essa indicação de Wolf, de que a especificidade do meio é fundamental para determinarem-se suas relações de agendamento, orientou os agendamentos dos *sites* analisados nesta dissertação a ficarem restritos ao ambiente da Internet, relacionando os *sites* dos deputados federais paulistas apenas com outros sistemas abertos da Internet, sejam outros *sites*, sejam os públicos dos *sites*.

Assim, com as ideias de McLuhan foi possível primeiro compreender as estruturas, padrões e os legítimos conteúdos dos *sites* - os outros meios de comunicação. Pelas hipóteses de agendamento, foi possível classificar essas estruturas por temas, buscando semelhanças implícitas entre os *sites*. Para avaliar politicamente o material disponível nos *sites* dos deputados, serão apresentadas outras duas teorias: a questão da imagem dos políticos, por Roger-Gérard Schwartzenberg, e a influência dos resultados eleitorais no comportamento legislativo dos deputados, inclusive de suas atitudes no campo da comunicação, por Nelson Rojas de Carvalho e Jairo Nicolau.

CAPÍTULO II POLÍTICA E COMUNICAÇÃO

1. REPRESENTATIVIDADE POLÍTICA NA INTERNET

A Internet é um meio de comunicação que compõe a presente etapa do desenvolvimento histórico das mídias eletrônicas, ocupando espaços antes ocupados por outros meios, trazendo em si mesma outros meios de comunicação, limitando determinadas funções antes cumpridas por outros meios e, por criar uma nova ambientação, acaba por modificar o ambiente humano, inserindo novas formas de relacionamento, tanto subjetivas como sociais. Assim, incluir a Internet dentro uma lógica configurada pelos meios eletrônicos de comunicação é essencial para entender o que acontece no atual cenário político brasileiro:

[...] alteração dos modos de fazer política nas democracias modernas, caracterizadas por contar com uma esfera pública cada vez mais dependente dos meios de comunicação de massa - os quais, por sua vez, ganham centralidade e assumem o papel de instância onde o debate público deve ocorrer. (KERBAUY, 2007, p.165)

Segundo Maria Aparecida Ferrari, os políticos necessitam desenvolver e aplicar estratégias de comunicação efetivas para assegurar sua representatividade junto a seus públicos. É preciso melhorar a eficácia dos contatos com os públicos, pois é assim que se exerce devidamente um mandato: a representatividade democrática requer que os políticos exerçam sua liderança sobre a opinião pública, deem atenção cuidadosa às agendas de notícias, valendo-se de habilidade para mobilizar o apoio público e, ainda, “projetar seus sonhos e visões na arena pública” (FERRARI, 2007, p.144). Nessa linha, os cidadãos devem ser informados tanto sobre os acontecimentos que envolvam a imagem do político, como sobre as necessidades desses acontecimentos, suas interpretações e análises dos programas políticos. Esse já é um movimento presente na política brasileira:

Nas últimas décadas, a política brasileira tem se tornado cada vez mais pública e menos um jogo escuso dos que estão no labirinto dos interesses políticos. O apoio que os públicos têm direcionado, tanto aos políticos como às propostas políticas, se tornou um componente crítico do poder que ostentam os governos. Hoje, devido à instantaneidade com que as notícias são

divulgadas acentua-se a necessidade de que o governo responda mais rapidamente aos eventos emergentes. (FERRARI, 2007, p.143)

Usar as tecnologias da Internet, politicamente ou não, é usá-la explorando o diferencial de seu conceito tecnológico: o compartilhamento da informação. Quando a informação entra na Internet, abrem-se possibilidades para que ela se reproduza, dentro ou fora da rede e, a partir dela, sejam criadas novas informações, sejam descobertas novas possibilidades, sejam expostas novas demandas. Assim, com a Internet em cena, não basta que os deputados federais paulistas respondam “rapidamente aos eventos emergentes na mídia” que surgem instantaneamente a todo tempo, mas também que se valham, em prol de seu mandato público e de sua carreira política, do potencial comunicativo que as redes da Internet proporcionam.

Diante disso, compartilhar a informação não significa usar apenas a parte transmissora da Internet, mas também sua parte receptora, o que faz emergir a muito evocada “interatividade”, estimulando o internauta a fornecer a “matéria-prima” da Internet: conteúdos compartilhados, sob forma de um meio que não a própria Internet: palavra impressa, televisão, rádio (chamado de *podcast* na linguagem da Internet), imagens, ou mesmo dinheiro eletrônico. As forças políticas e a informação necessariamente caminham juntos, desde a cultura oral, com o surgimento da democracia, na Grécia, materializada na técnica da oratória, por meio da tecnologia que é o aparelho fonador humano. Assim, com as novas configurações dos meios eletrônicos de comunicação, o fazer político dos governantes é alterado, mudando as relações entre representantes e representados, acabando por também modificar a percepção política dos cidadãos.

Para inserir a discussão sobre uso da Internet na política, serão mencionados aspectos comunicacionais da campanha vitoriosa de Barack Hussein Obama à presidência dos Estados Unidos da América. Com uma pequena cronologia de ações em comunicação da campanha de Obama, contextualiza-se em dados mais concretos o cenário comunicacional, político, tecnológico e eleitoral nos EUA, na era da Internet. Apesar de ser entendida precariamente como “Obamamania” pela imprensa brasileira, a campanha de Obama é um referencial histórico para esta pesquisa, visto que representa a primeira grande campanha política vitoriosa da Internet, sustentada “em três fatores chave de sucesso: a imagem do candidato, a campanha online e a metodologia de arrecadação” (FRACHETTA, 2008):

Em janeiro de 2008, a campanha de Obama apresentou ao eleitorado americano uma identidade conceitual publicitária, composta por 23 diferentes versões de sua logomarca para lidar diretamente com as diversas identidades americanas: “*Asian, Americans, Pacific,*

Islander for Obama”, “*Americas Abroa for Obama*”, “*African Americans for Obama*”, “*Enviromentalists for Obama*”, “*People of Faith for Obama*”, “*First Americans for Obama*”, “*Kids for Obama*”, “*Latinos for Obama*”, “*Obama Pride*”, “*Students for Obama*”, “*Women for Obama*”, “*Veterans for Obama*”, entre outras versões. Para cada um dos 23 públicos específicos, um discurso específico, cada qual com uma logomarca, com uma imagem, inclusive logomarcas específicas com nomes de cidades americanas⁶.

Em agosto de 2008, a campanha de Obama contrata os serviços do instituto de pesquisa norte-americano *Nielsen Mobile* para enviar 2,9 milhões de mensagens para celulares, anunciando o nome de Joe Biden como candidato a vice-presidente.

Em outubro de 2008, um programa desenvolvido para o então mais moderno aparelho celular do mercado (*iPhone*, da *Apple*, que possui uma tela com acionamento tátil e que permite navegar na Internet) traz conteúdo multimídia integrado com o *site* da campanha, com notícias de Obama, com agenda do candidato e outros recursos tecnológicos. Ainda em outubro, uma empresa que cria jogos para videogames, *Electronic Arts*, confirma que a campanha de Obama comprou espaço publicitário em “*Burnout: Paradise*”, um jogo desenvolvido para o videogame *Xbox Live*. Ao decorrer do jogo, cujo tema é corrida de carros, o jogador vai passando por cenários com propagandas do candidato, como por exemplo, um grande outdoor à beira de uma estrada. Ainda, ao final de outubro, um vídeo da campanha de Obama começa a correr pela Internet, paródia de um comercial de cerveja da marca *Budweiser*:

[O vídeo Wassup] Veiculada de 1999 a 2002⁷, a criação da DDB junto com o diretor Charlie Stone entrou para a cultura popular [norte-americana] rapidamente, transformando-se em um fenômeno de mídia. [A paródia de Obama, chamada Wassup 2008] trata-se de um vídeo que repete a idéia original [falar a verdade], ao refletir diversas consequências do governo de George W. Bush [guerra no Iraque, recessão econômica, queda nas bolsas de valores e até catástrofes naturais]. A produção é da Believe Media, e Charlie Stone deixa claro [ao final da peça] que a Anheuser-Busch, fabricante de Bud, não tem nada a ver com isso. (MERIGO, 2009)

Em 29 de outubro de 2008, o partido de Obama gasta US\$ 5 milhões para veicular um comercial de 30 minutos em horário nobre, transmitido em três das quatro cadeias de televisão em aberto dos EUA - CBS, NBC e Fox - assim como no canal a cabo MSNBC, na rede em

⁶ Verificar reproduções nos anexos A e B.

⁷ A peça publicitária apresenta amigos conversando uns com os outros ao telefone, num dia de lazer, falando sobre coisas corriqueiras da vida e combinando de tomar cerveja. O mote do vídeo explora a ideia de que amigos falam a verdade uns aos outros.

espanhol Univisión e dois canais orientados a uma audiência afro-americana: BET e TV One. O comercial finaliza com uma exibição ao vivo do candidato em um comício na Flórida. Segundo o jornal *The New York Times*, o instituto de pesquisa *Nielsen* informou que cerca de 22% dos lares do país estavam sintonizados no filme promocional do candidato, índice considerado elevado por especialistas (COMERCIAL..., 2008). Em 1996, uma ação semelhante do candidato independente Ross Perot atingiu 16,8% dos lares norte-americanos. O depoimento do jornalista Moriael Paiva detalha o uso político da Internet por Obama, durante o período eleitoral, marcando a perda de espaço da lógica do papel nas relações políticas:

Desde o início recebo com frequência e-mails, convites, pedidos de ajuda financeira, vídeos, material de campanha, entre outras tantas mensagens do próprio candidato. Tenho até meu blog de apoio, criado num Dashboard onde qualquer um pode personalizar sua participação em uma série de atividades pró Barack, de eventos a ambientes de discussões segmentados para latinos, crianças, veteranos, entre outros. Eu juro que até tentei achar algo pra dizer que falta. Sem sucesso. Doação online, site personalizável, loja virtual, dezenas de comunidades segmentadas, espaço para debates online, site mobile, BarackTV e as demais funcionalidades mais comuns - notícias, newsletters, etc. E se a conversa descambar para o papo do momento - convergência de mídias, integração on/off - lá está a campanha de Barack Obama. E ele demonstrou que está alinhado com a tendência recentemente num de seus comícios (ao vivo, não virtual) no Central Park em Nova York. No ponto alto do evento, depois de um discurso empolgante, Barack convocou os presentes a se juntarem à campanha. Como? Resumindo a história, gritou em alto e bom som algo como “peguem seus celulares agora, digitem “Join” e enviem o SMS para o número X”. Done. Isso foi o bastante para que os presentes se conectassem à campanha através do mais “íntimo” dos seus aparelhos. E foi também o adeus definitivo às velhinhas voluntárias que recolhem assinaturas no bom e velho papel, ao lado do palanque. (PAIVA, 2008)

Para esta dissertação, o mais importante sobre a campanha de Obama é registrar o fato acontecido em 7 de novembro de 2008, quando, em menos de 48 horas após a divulgação do resultado das eleições, o presidente eleito Barack Obama inaugura o *site* <http://www.change.gov>, um gabinete virtual cuja proposta é permitir que as pessoas possam contribuir com idéias para o mandato, de opinar sobre diversas questões políticas e sociais, pedindo para que as pessoas compartilhem suas histórias e sentimentos durante a campanha eleitoral. O *change.gov* contém também um *blog*, que tem como proposta detalhar os passos do novo presidente e ensinar a população conceitos de administração pública.



Figura 13. A imagem do político limitada às superfícies da impressão. Fonte: QUINO, 2003, p.26

O exemplo da campanha eleitoral de Obama indica que, para um representante político valer-se eficazmente do meio de comunicação Internet, com intenções além da conquista de votos e com ações comunicativas que permeiem seu exercício de mandato, é preciso usar os meios não só para mostrar-se, mas também, de acordo com a lógica da Internet, abrir ou criar espaços para que novas informações sejam compartilhadas. A compreensão de mudanças no campo da política em função da configuração dos *sites* dos deputados federais paulistas deve ser sustentada por teorias da comunicação e por teorias políticas. Em função disso, será preciso entender o fenômeno da personalização⁸ na política, com os estudos de Roger-Gérard Schwarzenberg, e da influência do período eleitoral nos mandatos, por meio de Nelson Rojas de Carvalho e Jairo Nicolau.

⁸ Cinco dias antes de sua morte Clodovil Hernandes declarou, logo após ser absolvido em processo de infidelidade partidária, que tinha “certeza que [seus] 500 mil votos não podem pertencer ao partido, e sim à pessoa [ele próprio]”. (ABREU, 2009).

2. A IMAGEM NA POLÍTICA

Os estudos de Roger-Gérard Schwartzberg falam sobre a personalização do poder por meio de uma tripartite de assuntos: a imagem do poder, o *star system* em política e a escolha da imagem para cada político. Para Schwartzberg, a política, antes feita de idéias, agora é feita de pessoas. “Ou melhor, personagens. Pois cada dirigente parece escolher um emprego e desempenhar um papel. Como num espetáculo.” (SCHWARTZENBERG, 1978, p.1). Schwartzberg coloca, em “*O Estado Espetáculo*”, a forma como o próprio Estado trabalha na produção de espetáculos próprios, uma metáfora explícita ao teatro. Para ele, a política agora se faz encenação, todo político se exhibe e dá ares “de vedete”, de estrela. “Por aí vai. Fiel à sua etimologia. ‘Pessoa’ não é uma palavra derivada do latim *persona*, que significa máscara de teatro?” (idem).

A personalização do poder de Schwartzberg não se refere a domínio institucional, como os de monarcas ou ditadores. Fala de psicologia coletiva, visto que antes o poder era uma abstração, um conceito frio e impessoal, para “uso de legistas severos, decididos a conhecer apenas as constituições e os códigos”. Para o professor francês, o poder antigamente era quase anônimo, e foi assim o modo como começou a democracia: após a luta contra a monarquia, e mais tarde contra a ditadura. Em suma, contra a autoridade pessoal.

Hoje, porém, o poder é a fisionomia de quem o exerce. De abstrata, a arte política fez-se figurativa. O poder foi humanizado, animou-se, adquiriu vida. Personalizou-se: conferiu uma existência pessoal a uma abstração, ou a um ser inanimado. Um homem - ou mulher - personifica o poder por personificar o grupo no qual se exerce esse poder. Ele se identifica com esse grupo, nele se reconhece. O dirigente figura o poder: ele o representa sob uma forma visível, uma forma para os olhos. Para Schwartzberg, o personagem da política simboliza a nação, o estado, o partido, o poder do grupo que nele se encarna. É “o poder em face”, o poder dotado de uma fisionomia, de uma máscara. Um poder representado por um detentor localizável e visível para todos.

Assim, o homem político procura cada vez mais impor uma imagem de si mesmo que capte e fixe a atenção do público, imagem essa uma reprodução mais ou menos fiel dele mesmo. É um conjunto de traços apresentados à observação pública, uma seleção, uma recomposição. Uma representação da realidade, uma recomposição da realidade, como um artista que toma a si mesmo como material de trabalho. Seria, nas palavras de McLuhan, a

“explicitação” dele mesmo. Schwartzberg esclarece a importância da imagem para os políticos:

Em primeiro lugar, a imagem faz conhecer ou reconhecer. Ela cria ou consolida a notoriedade ao servir de símbolo visível e tangível. Quando suficientemente caracterizada e individualizada, a imagem capta o interesse do público. O perfil suficientemente trabalhado prende a atenção. A imagem serve de rótulo. Ela indica as características - reais ou supostas - as performances deste ou daquele político.” (SCHWARTZENBERG, 1978, p.1)

Schwartzberg coloca que, uma vez delineada e difundida a imagem de marca, o importante é ater-se a ela, pelo menos por um período suficientemente longo, evitando qualquer ruptura brutal, qualquer alteração súbita de “tom, estilo ou de ser”. Ostentando a imagem constante de uma personalidade sólida, respeitando a regra de ouro da coerência da imagem, deve o político ser fiel ao mito que criou.

Tais imagens dos políticos são analisadas minuciosamente por Schwartzberg através de arquétipos mitológicos, especialmente as quatro “mitologias masculinas”, assim chamadas por Sal Randazzo, professor de psicologia: o grande pai, o guerreiro-herói, o homem igual a todos e o líder charmoso (RANDAZZO, 1997, p.41). Schwartzberg coloca também que as figuras políticas femininas enquadram-se na mitologia da a-mulher, daquela mulher que nega sua identidade feminina para ocupar um posto político. Definido o conceito de imagem em política, Schwartzberg fala sobre “o espetáculo” dos meios de comunicação e como é o comportamento dos políticos a partir desses meios.

Novamente ele recorrerá à metáfora do teatro, a partir dos arquétipos míticos acima descritos, colocando o comportamento político de duas formas: ou frente ao público, ou pela televisão. Uma análise sob o prisma da oralidade, outra sob o prisma do que ele chama “mediapolítica”, ou seja, os sistemas de comunicações eletrônicos:

Os dirigentes se adaptam agora à mediapolítica, a política tal como a degradaram os mass media. Pois são estes, em grande parte, os responsáveis pelo nefasto desenvolvimento do star system em política. É o novo imperativo: ‘ser mediagênico’, saber extrair o máximo proveito dos mass media. (SCHWARTZENBERG, 1978, p.160)

A visão apocalíptica sobre a simbiose entre os meios de comunicação e a política, muito comum aos militantes esquerdistas, não interfere nas análises de Schwartzberg, muito procedentes. Quando explica como o novo imperativo do “ser mediagênico”, ou seja, de saber extrair ao máximo proveito do *mass media* que, “curiosamente, ressuscitam um modo de

comunicação antigo, até obsoleto”, acontece a primeira citação indireta a McLuhan, que defende a ideia de que estamos apenas no início da transição para a volta do domínio auditivo e tátil, com o declínio do domínio visual:

A comunicação depende muito das condições tecnológicas e sociológicas. E as diversas faces da história têm favorecido ora a palavra falada, ora escrita, que, prevaleceu à comunicação pela voz e pelo gesto, meio de expressão complementar do orador. Entretanto, esse tipo de comunicação tem limites, pois não lhe é possível abranger mais que um auditório restrito, tais como eram os de Demóstenes e Cícero. (SCHWARTZENBERG, 1978, p.160)

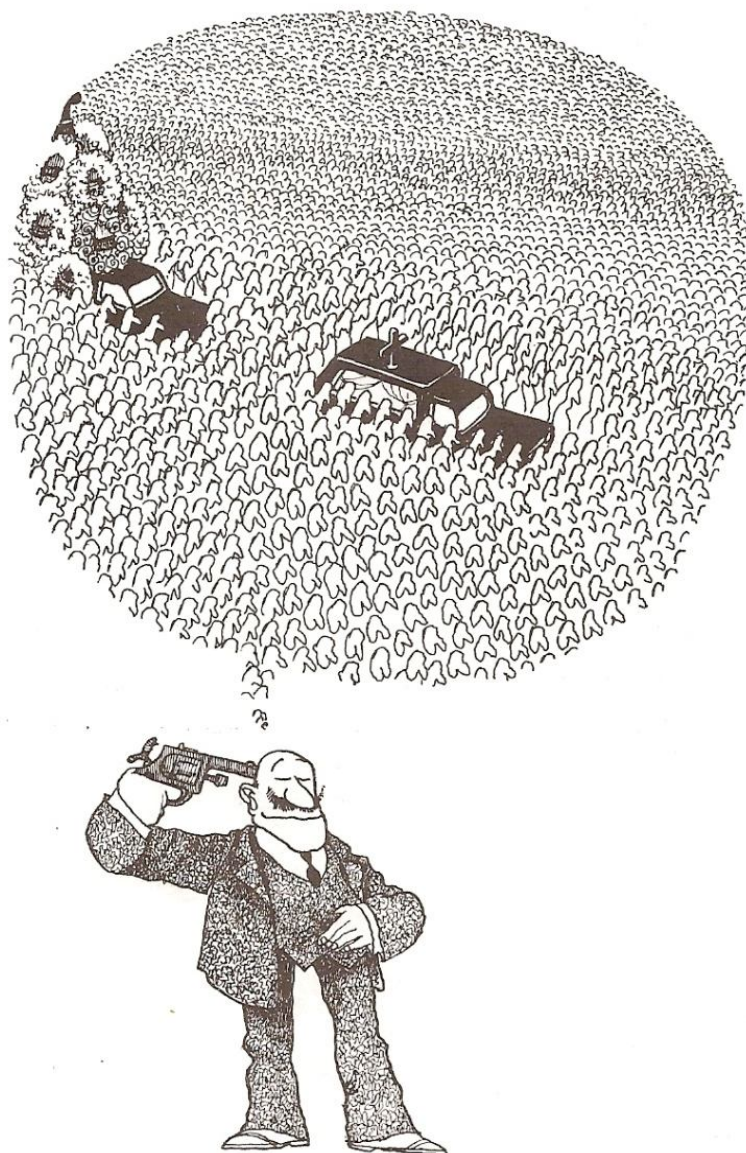


Figura 14. O político deve, por longo tempo, manter a imagem que criou de si mesmo . Fonte: QUINO, 2005, p.26

Schwartzberg afirma que a limitação da comunicação é perfeitamente provada com a passagem do Estado-Cidade para o Estado-Nação, além da passagem de alguns milhões para vários milhões de habitantes no planeta Terra. Havia-se ido embora a época em que era possível fazer-se ouvir da maioria dos cidadãos reunidos na Ágora ou no Fórum. Surgia a primeira fase das comunicações políticas, a comunicação pela imagem, configurando-se como de fácil difusão, mas que dispunha na época de poucos recursos, tais como a estátua, o retrato e, sobretudo, a moeda:

Nas moedas romanas, grava-se a efígie do estadista dominante, com um símbolo ou um slogan. Nos últimos tempos das repúblicas, os chefes da guerra civil travam uma verdadeira guerra de moedas. Durante o império, cunham-se moedas com a efígie do imperador lembrando algum fato glorioso ou trazendo uma divisa qualquer. Desta maneira, os habitantes do imenso império descobrem a imagem de seu soberano e deles recebem uma mensagem política, condensada ao máximo. (SCHWARTZENBERG, 1978, p.161)

Schwartzberg registra as significações circunscritas às efígies das moedas e conta a história de Luis XV, vítima do extremamente personalizado recurso da imagem, quando foi preso em Varennes, em 21 de junho de 1791, reconhecido por uma moeda. A humanidade já entrava no século XIX, e nesse momento está se entrando na fase da comunicação política. Desde o século XV, com efeito, o desenvolvimento da imprensa fez a comunicação por escrito suplantar a comunicação oral ou pela imagem. Graças a essa nova técnica, desenvolve-se novo tipo de propaganda: através do livro, da brochura, do libelo e, sobretudo, do jornal. A imprensa alcançaria seu apogeu no século XIX e início do século XX graças ao progresso de suas técnicas de impressão e à difusão da instrução pública, que multiplica seus leitores.

A palavra escrita, para Schwartzberg, dirigia-se ao critério e análise do receptor, diretamente. Por isso, seu conteúdo é muito mais intelectual e racional, e bem menos afetivo que o da primeira forma de comunicação, a fala. Impõe, por conseguinte, seu estilo à propaganda política, que se faz nitidamente menos personalizada e mais programada, girando então os debates mais em torno de idéias que das pessoas. A partir daqui, a influência das ideias de McLuhan tornam-se evidentes:

Sobrevém, entretanto, e terceira e última fase. O renascimento da comunicação pela voz e pela imagem. Com o microfone, graças ao qual pode-se entrar em contato com vastos auditórios, e sobretudo com o rádio, a voz volta a ser um meio privilegiado de comunicação. Graças a fotografia, que modifica poderosamente o conteúdo da imprensa, ao cinema e sobretudo à

televisão, também a imagem recupera integralmente seu antigo lugar.
(Schwartzberg, 1978, P. 161)

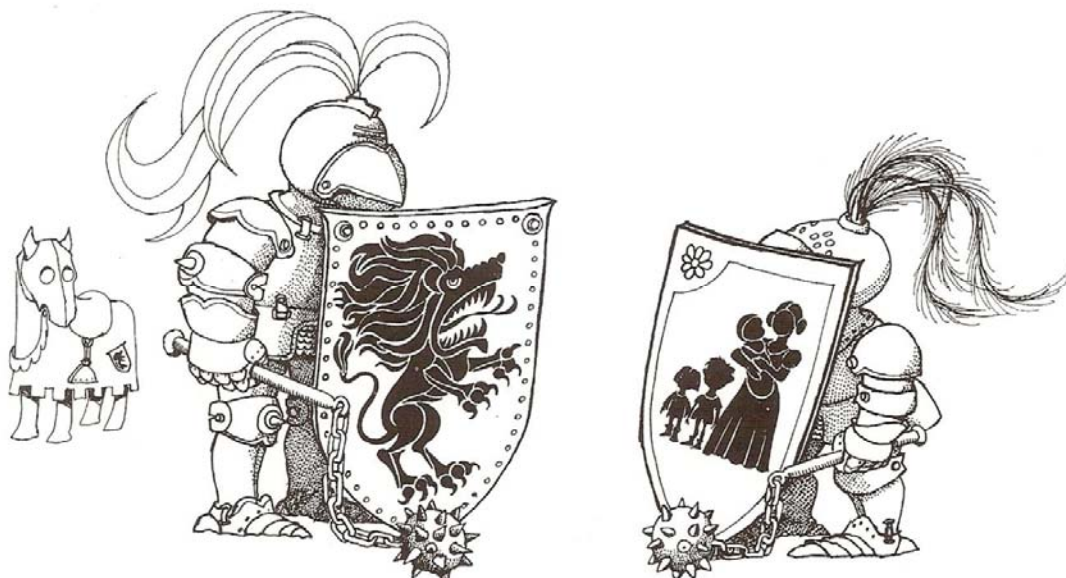


Figura 15. Mensagens políticas, condensadas ao máximo. Fonte: QUINO, 2005, p. 112

A terceira fase citada por Schwartzberg ainda está em andamento, visto a perda de espaço dos jornais impressos e mesmo da televisão com o advento da Internet. É interessante verificar a crítica de Schwartzberg em relação às diferenças entre as comunicações políticas baseadas ou na imprensa ou nos meios eletrônicos. Apesar de não fazer citações diretas à McLuhan, é nítido como Schwartzberg apóia-se nas idéias dele para explicar como acontece o espetáculo na política, em função do imperativo determinado pelas mudanças tecnológicas nos meios de comunicação preponderantes em cada época:

De modo que há um refluxo. A comunicação de conteúdo intelectual, racional e programático cede terreno diante de uma comunicação de conteúdo mais afetivo e personalizado. A comunicação pela palavra escrita, mais abstrata e mais lógica, retrocede. O livro e a imprensa entram em declínio. A Galáxia Gutenberg se apaga diante da Galáxia Marconi. Este progresso dos meios de comunicação audiovisuais devolve toda a importância ao rosto e à voz, aos fatos e aos gestos. Assinala um retorno às origens, uma reabilitação das formas de informação anteriores à imprensa. Sob muitos aspectos, esse retorno às origens constitui uma regressão. Como se a comunicação e sobretudo a propaganda voltassem ao seu primarismo. Ao voltarem a prestigiar as formas com escasso conteúdo intelectual. Ao devolverem importância à comunicação ultrapersonalizada, baseada na voz e na imagem do chefe. A mola afetiva se sobrepõe mais uma vez ao critério racional.
(SCHWARTZENBERG, 1978, p.162)

Schwartzberg ainda discorre sobre outros temas relacionados ao “espetáculo”, o primeiro deles sobre a imprensa e sobre a relação entre os políticos e a imprensa. Ao definir a questão do quarto poder (o cortejo mútuo entre imprensa e políticos), fala sobre o cotidiano do político após vencer a eleição, e faz uma indicação que explica porque os políticos hoje, precisam ou não de um *site*: “conquistado o poder, o principal recurso para manter os jornalistas informados é, sem dúvida alguma, a conferência de imprensa.” (SCHWARTZENBERG, 1978, p.168). Com essa frase, Schwartzberg abre o subcapítulo “as conferências de imprensa”, denotando que, desde a época de predominância do impresso, o trato permanente com a mídia seja tarefa obrigatória para que o político possa chegar a seu público. Se o político de hoje quer chegar a seu público, precisa ocupar espaço midiático, sabendo também ocupar o ambiente da Internet.

Quando é chegado o momento de falar sobre a importância do rádio, o autor novamente recorre a McLuhan, no capítulo “A voz do dono”. Schwartzberg explica que no século XX o rádio veio a reabilitar a palavra e que, paradoxalmente, as novas técnicas provocaram o renascimento de antigas técnicas de influência, tal como a oratória. Afinal, desde o domínio da escrita e dos meios de comunicação mais rápidos, como o papel e o papiro, o contato direto com o orador era considerado como um procedimento arcaico e, durante muito tempo, a audição perdera a importância em benefício da leitura. As ondas radiofônicas libertaram a palavra de todos os limites, devolvendo-lhe a predominância, por tanto tempo perdida em proveito do impresso. E, muito em breve, tal como fizera o rádio em benefício da voz, a televisão iria restituir a presença à imagem do orador, em todo o seu impacto. Então, dentro de sua análise do rádio, Schwartzberg afirma que McLuhan cometera um engano numa análise sobre Hitler.

Julga-se pertinente colocar esta discussão, pois Hitler é um personagem político tabu em nossa história recente e, sabido é que, tanto quanto Obama soube valer-se da Internet e Robert Kennedy da televisão, Hitler soube usar-se do rádio:

Marshal Mac Luhan (sic) tem a radiodifusão, em si mesma, na conta de técnica totalitária. Não dando trégua a seus usuários, impondo-lhes uma mensagem completa, esse 'mídiun quente, seria um instrumento de despotismo. O nazismo seria então um produto do microfone e do rádio. A simples possibilidade de ter existido politicamente um Hitler já é uma consequência direta do rádio e dos sistemas de sonorização. O pensamento do Führer teve uma importância pequena nessa história. O rádio simplesmente permitiu a primeira experiência da implosão eletrônica. Hitler fez o mesmo que Orson Welles em Guerra dos Mundos, mas não estava brincando. O rádio é um mídiun quente, e fornece Hitlers a mancheias e leva a sociedade toda ao estado de ebulição. (SCHWARTZENBERG, 1978, p.173)

A errata de Schwartzberg à análise de McLuhan não se refere ao poder do rádio, esse inquestionável, mas ao contexto repressivo durante o uso do rádio: “Hitler jamais teria conseguido impor-se como se impôs se, em lugar de ouvir suas emissoras numa atmosfera totalitária, seus ouvintes a tivessem recebido num clima de liberdade e competição política”. É uma colocação procedente de Schwartzberg por colocar o rádio como uma ferramenta governamental, tanto quanto um exército, mas usada para informar, educar, convencer. Até hoje as transmissões radiofônicas, tanto quanto as transmissões televisivas⁹, são controladas pelos governos, por concessões, o que denota o poder político da radiofrequência. Diante disso, o que esperar da Internet, cujo controle institucional é de difícil execução? O que esperar dos políticos brasileiros na era da Internet? O que eles oferecem ao internauta? O que poderiam oferecer unicamente pela Internet?

Em relação à televisão, Schwartzberg discorre sobre diversos gêneros televisivos, mas não coloca nenhum pressuposto teórico sobre a televisão. Assim como dezenas de autores na área de comunicação e política, não cita exemplos de usos da televisão durante o exercício do poder, citando apenas programas televisivos durante as eleições. Ao final do texto sobre o “*star system*”, ao falar dos profissionais de comunicação envolvidos na política, não resta alternativa ao professor senão recorrer novamente às idéias de McLuhan:

A POLÍTICA DA IMAGEM

Esses especialistas não consideram sua empresa em termos de capacidade de informar, de educar ou de convencer. Para eles, a televisão representa, sobretudo, os efeitos visuais que valorizam a personalidade do candidato. São impressões e emoções, muito mais que opiniões bem pensadas. Seu princípio: personalizar ao máximo a campanha eleitoral. Sua análise: para conquistar votos, o perfil e a imagem do seu candidato têm uma importância infinitamente maior que a de seu programa ou que a do rótulo do seu partido. Desenvolve-se dessa maneira a política da imagem, que hoje substitui a política do programa ou a política do partido. O perfil suplanta o programa e as imagens substituem a ideologia. Como se esses media consultants houvessem lido demais as análises de Marshall Mac Luhan (sic) sobre a televisão (SCHWARTZENBERG, 1978,202)

A partir daí, o autor da extrema esquerda explica o conceito de televisão para os políticos, retomando as idéias básicas de McLuhan com um singular comedimento ao relatar que os políticos de direita apreenderam a televisão, via McLuhan, antes dos representantes de esquerda. Perguntas: e hoje, quais políticos aprenderam a usar a Internet, os da esquerda ou os

⁹ Vale lembrar de inúmeros textos evocando o poder político da emissora de maior poderio comunicacional até este momento no Brasil, a Rede Globo de Televisão.

da direita? Esse paradigma dualista será suficiente para explicar o mundo da Internet? Este é o resumo de Schwartzberg sobre as idéias de McLuhan:

Como se sabe, para o sociólogo canadense, a “mensagem” é o “meio”: o que importa não é tanto o conteúdo do que está sendo transmitido: é principalmente o meio pelo qual é transmitido esse conteúdo. Porque a técnica da difusão, que nada tem de neutra, modela as maneiras de pensar, de sentir e de agir. Ela transforma os modos de captar e de perceber a realidade exterior. Desta maneira, o impresso modela um universo ao mesmo tempo analítico, racional, abstrato e parcelar. Porque o mundo exterior é fragmentado e organizado em obediência a uma ordem perfeitamente linear. Em lugar de ser percebido globalmente pela experiência imediata e múltipla da sensibilidade humana como um todo. Mas esse pensamento linear e abstrato entra em declínio juntamente com o próprio impresso, com a “Galáxia de Gutenberg”, suplantada pela Galáxia Marconi, pelo rádio e pela televisão. Esta última, sobretudo, exige uma participação multisensorial. Ela mobiliza o conjunto do equipamento psicológico e sensorial. De modo que a mutação dos meios provoca a mutação das mensagens. Na era da imprensa, a comunicação gráfica havia imposto a maneira de agir linear e raciocinadora do pensamento escrito. Hoje em dia, sufocado pela investida multissensorial e simultânea dos meios eletrônicos, o indivíduo está adquirindo um modo de percepção global e a-lógico. (SCHWARTZENBERG, 1978, p.241)

3. A PERSONALIZAÇÃO NA POLÍTICA

Questões colocadas por Schwartzberg, como a importância da exposição da imagem do político nos meios de comunicação, estão diretamente vinculadas a discussões sobre personalização na política. Nesta dissertação, os estudos sobre a personalização na política são usados de forma complementar aos estudos da geografia eleitoral, que relacionam os resultados eleitorais às ações parlamentares dos deputados, fornecendo dados às discussões da personalização na política. Assim, determinaram-se as hipóteses de agendamento para os *sites* dos deputados federais paulistas sob o enfoque da personalização na política, a partir de dados da geografia política das Eleições 2006.

Jairo Nicolau afirma que o sistema eleitoral é um elemento fundamental do fenômeno de personalização na política, que acaba se materializando no voto: não em seu significado teórico, mas por seu significado pragmático. Nicolau problematiza a preponderância do voto personalizado de acordo com o funcionamento do sistema eleitoral, ou seja, no Brasil, do voto em candidatos em vez do voto em partidos, nas escolhas eleitorais para deputado federal.

Nicolau não toma o voto personalizado como inerentemente prejudicial na relação entre eleito e eleitor, listando tanto as vantagens como as desvantagens do sistema eleitoral brasileiro:

Um das principais críticas feitas ao sistema eleitoral utilizado nas eleições para a Câmara dos Deputados no Brasil é de que estimularia a personalização da escolha e, conseqüentemente, enfraqueceria os laços dos eleitores com os partidos. É frequente vermos políticos descrevendo as eleições parlamentares mais como uma disputa entre colegas de uma mesma legenda do que como uma disputa interpartidária. Também ouvimos eleitores declarar que escolhem seu candidato independentemente do partido ao qual ele pertença. (NICOLAU, 2006b, pág. 23)

O Brasil tem um sistema eleitoral com características muito particulares: lista aberta, possibilidade de o eleitor votar apenas na legenda, possibilidade de os partidos fazerem coligações, além do grande número de partidos e candidatos concorrendo. No sistema brasileiro de lista aberta, os partidos apresentam uma lista de candidatos sem definir a ordem de preferência; cada eleitor dá seu voto para um candidato ou partido; as cadeiras obtidas pelo partido são ocupadas pelos candidatos mais votados. O voto dado pelos eleitores ao partido (voto de legenda) tem apenas efeito para distribuição de cadeiras, mas não afeta a competição entre os candidatos: “o voto de legenda tem sido utilizado com parcimônia pelos eleitores brasileiros: 14% (1986), 18% (1990), 8% (1994) e 14% (1998)” (NICOLAU, 2002). Nicolau aponta que o voto em legenda, no Brasil, está na média de 12,9% dos votos, mostrando a influência do sistema eleitoral brasileiro: 87,1% dos votos, em média, são personalizados (NICOLAU, 2006b).

Nicolau indica que o processo de votação atualmente em vigor no Brasil acaba por reforçar para o cidadão a idéia de uma disputa personalizada. Atualmente, o eleitor deve digitar na urna eletrônica o número do candidato ou do partido escolhido, após o que a tela apresenta uma fotografia do candidato ou sigla do partido escolhido. Para auxiliar os eleitores, as paredes das seções eleitorais são cobertas por folhas impressas que trazem listas com os nomes e os números de todos os candidatos que disputam a eleição. Porém, o eleitor não recebe informações suficientes sobre as coligações feitas entre os partidos ou a respeito dos candidatos que compõem a lista para efeito da distribuição de cadeiras. Não existem pesquisas acerca do que os cidadãos sabem dos mecanismos de apuração de votos, mas Nicolau diz que há “uma percepção por parte dos eleitores de que são eleitos os candidatos que obtêm mais votos, à maneira de um sistema majoritário que elege mais de um representante” (idem). Poucos eleitores têm informação sobre quão complexo é o sistema de agregação de votos e distribuição de cadeiras entre os partidos concorrentes. Apesar disso, Nicolau afirma que não

há claras evidências que definam exatamente a personalização ou partidarização nas eleições parlamentares no Brasil. Os resultados de sua pesquisa “confirmam uma opinião corrente” sobre o sistema representativo brasileiro na escolha para deputado federal: nas eleições, os atributos do candidato têm mais peso do que qualquer partido.

Nicolau aponta estudos a respeito dos possíveis efeitos dos sistemas eleitorais sobre a estratégia eleitoral dos candidatos, com a preocupação de saber se estes sistemas eleitorais oferecem incentivos para que os candidatos ao Legislativo cultivem ou a reputação personalizada ou a partidária. Variando com a organização partidária, a reputação personalizada é, em geral, relacionada ao conceito de que “se as perspectivas de sucesso eleitoral [de um deputado] aumentam como resultado de ser pessoalmente bem conhecido e apreciado pelo leitor”, enquanto a reputação partidária refere-se à informação que o “rótulo partidário transmite para os eleitores em um dado distrito eleitoral”. Considera-se então que a lista aberta tende a estimular as campanhas centradas no candidato, visto que os candidatos têm que obter votos individuais, reforçando sua reputação pessoal para se distinguir de colegas de partido, ou reforçando atributos que são comuns a todos os membros do partido:

"O voto personalizado refere-se à porção do apoio eleitoral de um candidato que se origina em suas qualidades pessoais, qualificações, atividades e desempenho. A parte do voto que não é personalizada inclui apoio a um candidato baseado na sua filiação partidária, determinadas características do eleitor como classe, religião e etnia, reações às condições nacionais, tais como o estado da economia, e avaliação centrada no desempenho do partido que está no governo" (Cain, Farejohn e Fiorina (1987:9) apud Nicolau, 2006b, p.24).

Nicolau mostra que muitos fatores determinam o tipo de relação que os deputados desenvolvem com os eleitores durante o mandato, sobretudo se esses são mais ou menos inclinados a prestar algum tipo de atendimento particular aos eleitores: “a distribuição de poder no interior do Legislativo; a natureza dos partidos; a possibilidade de transferência de recursos do orçamento para as circunscrições dos representantes; o processo de seleção de candidatos pelos partidos; as atribuições das unidades subnacionais.” (NICOLAU, 2006a). Nicolau aponta que muitos estudos têm enfatizado a importância particular dos estímulos produzidos pelos diferentes sistemas eleitorais, particularmente nos sistemas proporcionais centrados no candidato, como de deputados federais, onde o candidato tem incentivos para desenvolver atividades que o diferencie dos seus colegas, sobretudo por meio de atendimento de demandas específicas, com base em interesses particularistas, em geral mobilizando projetos clientelísticos ou provendo ações em defesa dos interesses da circunscrição eleitoral:

Não existe uma relação necessária entre a lista aberta e o desenvolvimento de atividade parlamentar exclusivamente associada a atender demandas dos eleitores. Um deputado pode, por exemplo, investir esforços na vida legislativa (trabalho em comissões, liderança parlamentar, apresentação de projetos) e no reforço da reputação partidária (liderança da bancada, atividade de direção partidária). Nesse caso, é fundamental que ele tenha algum canal de exposição de sua atividade para os eleitores, seja por intermédio da cobertura da mídia nacional (ou regional), ou por canais próprios que ele desenvolveu (reuniões com correligionários, distribuição de material impresso e, mais recentemente, via Internet). Somente estudos empíricos podem mostrar os reais mecanismos que os representantes desenvolvem para cultivar sua reputação junto aos eleitores em cada país. (NICOLAU, 2006a)

Essa pesquisa, sob certos aspectos, pode dar alguma contribuição empírica para mostrar como é o relacionamento entre representados e representantes do Poder Legislativo. Nicolau ainda afirma que, no Brasil, os deputados federais desenvolvem diferentes padrões de prestação de contas, associados a uma série de fatores, tais como a sua base eleitoral, o tipo de ambição de carreira, a especialização parlamentar e o vínculo com determinados grupos de interesse. Um deputado com uma trajetória orientada para defesa de certas políticas (especialista em temas específicos ou representante de determinados grupos de interesse) ou que pertença à elite parlamentar pode conseguir espaço na mídia nacional para cobertura de sua atividade e prescindir de realizar ações particularistas para os seus redutos eleitorais. Por outro lado, parlamentares que não fazem parte da elite parlamentar e/ou foram eleitos com votações hiperconcentradas tendem a privilegiar ações que beneficiem diretamente o seu reduto eleitoral (alocação de emendas do orçamento para a região, intermediação dos prefeitos com o governo federal para provisão de obras e recursos para a região).

Para um deputado, o conhecimento das áreas onde recebeu votos (reduto eleitoral) é fundamental, pois estas áreas provavelmente serão prioritárias para a sua atividade parlamentar, ainda que possa ser levada em conta a dimensão prospectiva (o deputado poderia priorizar as áreas do estado sem representantes na Câmara e áreas que possam lhe garantir apoio eleitoral no futuro). Porém, aponta Nicolau, os indícios são de que o deputado tende a priorizar a atuação em áreas onde recebeu expressiva votação.

Um questionário aplicado por Nicolau procurava mensurar o grau de simpatia/preferência dos eleitores pelos partidos políticos. Os entrevistados foram perguntados acerca da principal razão para terem votado em um determinado nome ou partido nas eleições para deputado federal, e 54,4% dos eleitores que votaram em candidatos mencionaram características como conhecimento, passado, trabalho, idéias e propaganda,

18% votaram em nomes indicados por amigos e parentes, 13,1 % declararam escolher o candidato por este pertencer à mesma Igreja, categoria profissional, bairro ou demais grupos sociais, e 5,2% destacaram o pertencimento a um partido como a principal razão para escolha por um determinado candidato:

Essa pesquisa, feita em 2002, demonstra que partidos contam pouco e a escolha eleitoral ocorre, sobretudo, em bases personalizadas. Há um razoável consenso entre os estudiosos de que o sistema de lista aberta contribui fortemente para a personalização das escolhas dos representantes no Brasil. Essa influência não é absoluta, visto o PT, Partido dos Trabalhadores, apresentar uma média de 28% de votos de legenda. O Partido dos Trabalhadores estimulou a reputação partidária, conseguindo uma posição particular no espectro político brasileiro: maior contingente de votos de legenda e simpatia partidária, menor taxa de defecções entre os parlamentares da bancada do Congresso, e alta taxa de disciplina nas votações nominais. (NICOLAU, 2006b, pág 23)

4. A GEOGRAFIA DO PÚBLICO-ELEITORADO

Quando complementada pelos estudos da geografia do eleitorado, a personalização na política será fundamental para determinar as hipóteses de agendamento dos *sites* dos deputados federais paulistas. A questão da geografia eleitoral brasileira é estudada por Nelson Rojas de Carvalho em “E No Início Eram as Bases”, onde, a partir de resultados eleitorais, são observadas as atuações parlamentares de deputados brasileiros. Esses estudos seguem a mesma linha de trabalho do brasilianista Barry Ames, e analisam o Poder Legislativo brasileiro fazendo as conexões entre os resultados das Eleições 2006 e os respectivos mandatos legislativos. Carvalho afirma que o sistema eleitoral brasileiro estimula o voto personalizado em detrimento do voto partidário, incentivando ações para a construção de reputação pessoal dos deputados - tal como a construção e manutenção de um *site* na Internet.

Carvalho explica que, com o fim do regime autoritário e o intenso debate público sobre como melhor organizar a renascente democracia brasileira, debate que precedeu, acompanhou e sucedeu a redação da Carta de 1988, os chamados temas institucionais ganharam seu lugar na pesquisa acadêmica, no campo da ciência política. No curso dos últimos 20 anos, cresceram exponencialmente os estudos, teóricos e empíricos, sobre a política nacional. Também aponta que a novidade nos estudos políticos brasileiros tem sido, a partir da década de 1990, a crescente atenção dada ao Poder Legislativo, cujas estruturas e

normas internas, antes negligenciadas, passaram a ser consideradas com seu peso próprio e influência específica sobre os fatos e deliberações que nele se registram.

Nestas pesquisas mais recentes, as estruturas e normas do poder Legislativo deixaram de ser vistas como veículo neutro ou mero reflexo do que ocorria nas operações do sistema eleitoral, fora do recinto do Congresso. Assim, as estruturas internas passaram a ser entendidas como variáveis independentes ou, no mínimo, intervenientes, no processo de deliberação congressional. Para os trabalhos orientados nestas novas perspectivas, as características do sistema eleitoral brasileiro - o voto personalizado em lista aberta - não teriam a força determinante que antes se lhes atribuía para explicar, entre outros fatos, as votações dentro do Congresso e a disciplina dos partidos políticos parlamentares.

Carvalho afirma que outros estudos, menos recentes, entendiam que as normas eleitorais induziriam a comportamentos individualistas dos parlamentares, busca de políticas particularizadas e clientelistas, de custos difusos para a sociedade e de benefícios endereçados a restritos redutos eleitorais. Concluía os analistas brasileiros e estrangeiros que esse comportamento originava-se das regras eleitorais, e derivava da frouxa organização dos partidos e da descentralização da estrutura decisória no interior do Congresso.

Terceiras interpretações ainda permitiriam, em grande medida, fazer tábula rasa das determinações vindas do sistema eleitoral, de acordo com o funcionamento e organização no interior do Legislativo, a hierarquia de cargos ou mesmo a divisão desigual de poderes entre os representantes. Haveria de se considerar na Câmara dos Deputados a força da Mesa Diretora e do Colégio de Líderes e a razoável disciplina das bancadas partidárias, que seguem a orientação de seus líderes, neutralizando os impulsos provindos da esfera eleitoral. A atuação dessas estruturas, conjugada com o uso dos "poderes de agenda" do poder Executivo, tornariam previsíveis as votações em plenário e explicaria a produção da Casa.

Em sua obra, Carvalho discorre sobre o Legislativo redefinindo alguns termos do debate, pois leva em consideração tanto as estruturas do Legislativo, como as influências das eleições. Reformulando o conceito de conexão eleitoral, ele compreende as eleições como ciclos e injunções de processos de reeleição, e afirma que as mais recentes análises do Legislativo desconsideravam os processos de reeleição por entenderem que estes explicavam apenas uma modalidade de comportamento parlamentar, a do tipo "distributivista". Tal classificação foi desenvolvida por meio da tipologia das bases geográficas de votação dos deputados introduzida pelo brasilianista Barry Ames. A tipologia de Ames provém do cruzamento de duas variáveis, conhecidas na prática pelos políticos militantes: a concentração ou dispersão territorial da votação do deputado e sua dominância ou não - ou seja, se é ou não

majoritário - no município ou municípios em que foi votado. Desse cruzamento, resultam quatro diferentes perfis de parlamentares em termos de suas circunstâncias eleitorais, que levam a atitudes e comportamentos diversificados no Legislativo.

A partir da taxionomia proposta por Ames, Carvalho classifica os deputados em quatro perfis, de acordo com a respectiva geografia eleitoral: 1. dominantes/concentrados (deputados majoritários em municípios contíguos), 2. dominantes/fragmentados (deputados majoritários em municípios não necessariamente contíguos) 3. partilhados/concentrados (deputados não majoritários, votados em áreas restritas, disputando votos com muitos outros candidatos, caso típico de metrópoles) 4. partilhados/fragmentados (deputados com votos dispersos pelo território estadual, não sendo majoritário em nenhum município, de maior incidência no Nordeste do Brasil). Indicando variáveis de dominância e de concentração eleitoral, e com hipóteses sobre os conjuntos de incentivos que recaem sobre os representantes legislativos, Carvalho afirma que os deputados com padrão geográfico de distribuição de votos “partilhados”, ou seja, não-dominante, se orientariam pelo universalismo legislativo e, de forma análoga, a lógica do paroquialismo seria tão somente propriedade dos deputados com perfis “dominantes”. Ou ainda, explorando a dicotomia capital/interior, deputados com mercados eleitorais compostos por grandes áreas urbanas teriam uma orientação política de caráter mais universalista, enquanto os que têm por base os eleitores localizados em áreas de população de cidades menores teriam uma orientação “distributivista”.

Nos Estados Unidos, o deputado procura, mediante sua ação no Legislativo, levar benefícios para seu “distrito”, porque nele foi eleito ao conquistar a maioria relativa de seus votos. Dessa orientação distrital resultam políticas fragmentadas, quando olhadas da perspectiva nacional. Carvalho mostra que somente metade dos representantes brasileiros tem votação com um perfil assemelhado a esse, afirmando que as pesquisas anteriores não levaram em consideração que “distritos” eleitorais de configurações diferentes levam a diferentes desempenhos na arena parlamentar. Exemplifica falando que um deputado eleito em área metropolitana, em competição com dezenas de outros, terá pouca oportunidade de lograr, para a cidade, uma obra cujo mérito lhe seja claramente atribuível, excluindo seus rivais. Sua estratégia política não será, obviamente, a mesma do deputado mais votado num grupo contíguo de pequenos municípios interioranos, com interesse em levar para lá o projeto que lhe será creditado sem erro pelo eleitor. Ao contrário: tenderá a orientar-se por políticas mais gerais, de âmbito mais vasto quanto a seus impactos e virtuais beneficiários.

Considerando as hipóteses dos ciclos de reeleição e da influência geográfica nas ações parlamentares dos deputados, Carvalho afirma que todos os deputados investiriam considerável

soma de recursos na publicidade de seus respectivos nomes, um grupo de deputados das metrópoles priorizando e fazendo posicionamentos em relação a temas (por meios de projetos de lei, do voto em plenário, dos trabalhos em comissões), outro grupo de deputados do interior, reivindicando créditos pela alocação de benefícios desagregados para suas respectivas bases. Carvalho evidencia uma série de fatores que demonstram o comportamento paroquial, favorecedor da chamada política distributivista, ser própria apenas dos parlamentares com perfil eleitoral do tipo dominante. Do mesmo modo, a hipótese segundo a qual a estrutura interna do Congresso imporá, de forma definitiva, um "cordão sanitário a tudo o que se passa na esfera eleitoral" resiste à prova dos dados, sendo sua validade, porém, circunscrita. Dessa forma, nenhum dos modelos, nem o distributivista, nem o partidário, poderiam nutrir "qualquer pretensão de exclusividade teórica no que se refere à compreensão dos aspectos analisados de nosso Congresso" (CARVALHO, 2003): conjugados, porém, ajudam a entender a lógica da representação política.

A peculiaridade do sistema eleitoral adotado no Brasil, que permite aos congressistas se eleger a partir de bases geográficas de conformações totalmente diferentes, implica a existência de diversos condicionadores de comportamento de nossos legisladores. Além disso, com um Legislativo composto por congressistas voltados à maximização de suas chances de reprodução eleitoral, gera-se o imperativo eleitoral: para garantirem sua reeleição, os deputados procuram levar benefícios para seus respectivos mercados eleitorais. Assim, espera-se dos deputados que a agenda de seus *sites* reflitam o resultado das Eleições 2006, devido aos compromissos que unem o deputado aos seus redutos eleitorais, origens de suas demandas políticas.

CAPÍTULO III

MÉTODOS, CÁLCULOS E DADOS

1. DEFINIÇÃO DOS AGENDAMENTOS

Os objetos desta pesquisa, os *sites* de deputados federais paulistas, foram analisados como meios de comunicação sob os paradigmas de McLuhan, enquanto suas relações com outros sistemas abertos foram determinadas pelas hipóteses de agendamento. Para a definição dos agendamentos, esta pesquisa considerou a hipótese de Carvalho de que o sistema proporcional de lista aberta brasileiro permite e incentiva que os representantes se elejam a partir de unidades geográficas com configurações extremamente distintas, e que “a forma pelo qual os deputados individuais maximizam suas respectivas utilidades é moldada pelas consequências da lei eleitoral” (CARVALHO, 2003, p. 32).

Assim, para analisar comunicações na Internet de deputados federais paulistas durante exercício da legislatura, contextualizou-se o período eleitoral que antecede aos mandatos, fazendo uso de dados referentes ao pleito de 2006 acessíveis pela Internet, no *site* do TSE. Em sua obra, Carvalho não opta por métodos ortodoxos ao pesquisar as consequências políticas das leis eleitorais no Legislativo brasileiro, e considera que existem duas matrizes teóricas que cumprem essa função nas ciências políticas. A primeira seriam teorias que identificam como resultado do formato de nossas instituições a combinação entre dispersão do poder e baixa efetividade do governo: partidos fragmentados, pouco institucionalizados, com alta sensibilidade às demandas de natureza local e regional, presidencialismo e federalismo robusto constituem a base de um sistema institucional que dificultou as reformas no período posterior à transição democrática. A segunda teoria enxerga o poder concentrado com base em mecanismos institucionais, como as medidas provisórias, áreas exclusivas de legislação monopolizadas pelo Executivo, e as prerrogativas de pedidos de urgência, conferindo ao Presidente da República um poder de agenda categórico, capaz de induzir os agentes políticos à cooperação:

A pergunta que se deve fazer não é mais ‘qual o agente efetivo da Câmara, os parlamentares individuais, as bancadas estaduais, as comissões ou os

partidos nacionais?’ mas sim ‘qual o agente legislativo prevalecente em cada uma das modalidades decisórias ao dispor da Câmara?’ (CARVALHO, 2003, p.18)

O método de Carvalho para entender a influência eleitoral sobre as ações parlamentares fica claro ao explicar que escolheu a teoria da escolha racional para suas análises. Teoria racional é o nome dado a determinada teoria sociológica que se propõe a explicar o comportamento social e político assumindo que as pessoas, na política, agem racionalmente. Para isso, reproduz Scott Mainwaring:

[...] a escolha racional produz melhores conclusões sobre os partidos políticos do que o institucionalismo histórico. Teóricos da escolha racional acreditam que as pessoas aderem às instituições por razões instrumentais. Em contraste, institucionalistas históricos argumentam que as pessoas e grupos desenvolvem identidades e lealdades que os conduziriam inicialmente a dar apoio à instituição. Embora essa alegação dos institucionalistas seja válida no contexto de instituições fortes e bem enraizadas, não é particularmente frutífera para a explicação do sistema político brasileiro. Atitudes instrumentais em relação aos partidos prevalecem. Nem os políticos, nem eleitores foram leais a partidos quando estes não serviram a seus interesses. (CARVALHO, 2003, p.19)

Sobre tal comportamento eleitoral, Kerbauy (2007) aponta no total “quatro modelos teóricos, elaborados pela Ciência Política, baseados nas distintas formas de organização da vida social e das maneiras como os indivíduos interagem entre si e com o mundo a sua volta” (FIGUEIREDO, 1991 apud KERBAUY, 2007, p.166). O primeiro deles seria a teoria psicológica, que explica o comportamento eleitoral em função da sociabilidade política do indivíduo. O modelo histórico contextual avalia que é necessário analisar o contexto social, e não o indivíduo. O terceiro modelo é a Teoria da Escolha Racional. O quarto modelo corresponderia ao modelo demográfico descritivo e geografia eleitoral, “linha residual de análise” (KERBAUY, 2007, p.168).

Na obra de Carvalho, seu método considerou, além da escolha racional, a identificação do congressista individual como unidade de primeira análise. Carvalho mostra que há total congruência entre as ações dos deputados durante a legislatura, e que a co-dependência destas ações está intimamente ligada com a origem geográfico-eleitoral dos eleitores. “Trataremos os deputados individualmente e não os partidos ou facções partidárias como unidades primárias de análises” (CARVALHO, 2003, p.19). Da mesma forma, Carvalho também seguiu o pressuposto do imperativo da reeleição, tomando como pressuposto “a premissa de Mayhem”,

segundo o qual todo deputado que pretende avançar uma carreira política busca a reeleição, inclusive para cargos do Executivo. (idem).

Para definir as hipóteses de agendamento, é importante relembrar que, de acordo com Wolf (1987), os agendamentos dos *sites* aqui serão restritos ao ambiente da Internet, relacionando os *sites* dos deputados apenas com outros sistemas abertos, sejam outros *sites*, sejam os públicos dos *sites*. Assim, enquanto Carvalho considerou que a agenda eleitoral determina as agendas políticas dos deputados, essa pesquisa considerou, em função das hipóteses de agendamento, que a agenda comunicacional dos deputados determina e é determinada por suas agendas eleitoral e política, considerando então os *sites* dos deputados - o meio é a mensagem - como primeira unidade de análise dos deputados federais paulistas.

Dessa forma, foram determinadas as seguintes agendas: a agenda dos *sites* dos deputados, que representa os objetos de estudo desta pesquisa; a agenda eleitoral, que influencia o comportamento político de todos os deputados eleitos, acessível pelo *site* do TSE; a agenda da Câmara dos Deputados, disponível pelos *sites* dos partidos e pelo *site* da Câmara dos Deputados; e “outras agendas”, onde se incluíram outros *sites* ou meios de comunicação. Com esses quatro elementos foi possível formar, como descreveria McLuhan, um “quadro de relacionamentos determinados dentro de um campo pictórico” para representar os agendamentos:

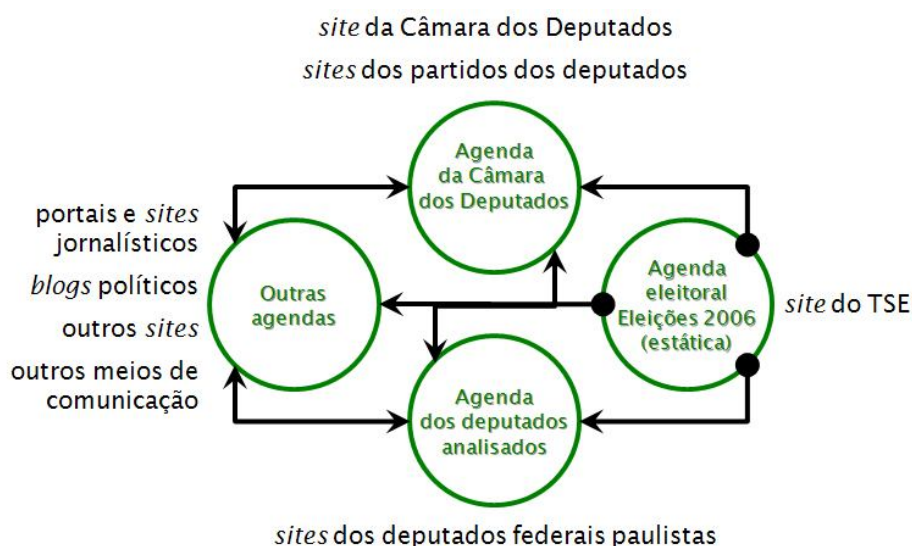


Figura 16 - Representação gráfica das hipóteses de agendamento para os *sites* dos deputados federais paulistas

2. A AGENDA ELEITORAL PELO TSE

Nesta pesquisa foram selecionados como objetos de estudo três *sites* de deputados federais do Estado de São Paulo: *site* do deputado federal Emanuel Fernandes (PSDB, <http://www.emanuelfernandes.com.br/>), *site* do deputado federal Márcio França (PSB, <http://www.marciofranca.com.br/>) e *site* do deputado federal Aristodemo Pinotti (DEM, <http://www.drpinotti.com.br/>), seguindo critérios que levaram em conta a diversidade política e a representatividade dos deputados. Em função das intrínsecas relações de agendamento entre as eleições e as ações parlamentares e de comunicação dos deputados, foi necessário analisar a agenda eleitoral dos *sites* dos deputados federais.

O *site* do Tribunal Superior Eleitoral disponibiliza todas as estatísticas das eleições brasileiras, com dados a partir das Eleições 1994. Em específico para as Eleições 2002, o TSE também disponibilizou relatórios sobre “Análise e Desempenho Eleitoral para Deputado Federal”. Segundo o TSE, a intenção das análises foi: “[...] definir e direcionar a agenda política do deputado em função dos seus redutos eleitorais, formulando políticas e agindo de acordo com os interesses do eleitorado de quem recebeu votos.”¹⁰

Em suas devidas proporções, os cálculos desta pesquisa fundamentam-se nesses relatórios, apresentando metodologia de cálculos semelhante, porém metodologia de análise diferentes, como será explicado mais adiante. Outras diferenças entre os relatórios do TSE e os cálculos apresentados nesta pesquisa podem ser apontadas, por exemplo, na cronologia de dados, visto que os relatórios referem-se a 2002, e esta pesquisa a 2006. O TSE compara desempenhos particulares e partidários, e aqui são comparados somente os desempenhos particulares dos candidatos, por município. Além disso, os relatórios do TSE calculam o desempenho de votação dos candidatos eleitos para Presidente da República, Governadores, Senadores, Deputados Federais e Deputados Estaduais, sob três ângulos: votação do candidato em relação a outros candidatos, em relação aos candidatos do próprio partido e em relação aos demais partidos.

As análises do desempenho eleitoral do TSE focam as próprias disputas eleitorais, na esfera municipal, ou seja, têm foco na disputa eleitoral, o que não vai ao encontro desta

¹⁰ Há nos anexos trechos de um dos trabalhos realizados pelo TSE, no caso, para o deputado federal Celso Russomanno, eleito pela primeira vez em 2002. As demais análises de outros candidatos eleitos em 2002 podem ser encontradas no *site* do TSE (TRIBUNAL..., 2002?). Essas mesmas análises não foram realizadas pelo TSE nas eleições de 2006.

pesquisa. Nas análises desta pesquisa foram calculados apenas dados de votação dos deputados federais, e o foco está em classificar os municípios de acordo com as votações de cada deputado, “com o deputado como primeira unidade de análise”, conforme os pressupostos de Carvalho (2003). Assim, foram calculados os desempenhos eleitorais dos onze deputados com maior votação nominal do Estado de São Paulo, apontando em quais municípios do Estado encontram-se as grandes massas de apoio de cada deputado.

Os relatórios do TSE são divididos em quatro etapas, sendo a última resultante das três primeiras. A primeira parte dos trabalhos do TSE, apesar de determinar que “todo município cuja contribuição para a eleição do candidato ultrapassou o percentual de 1%” deveria ser classificado como um município que muito contribuiu para a votação de cada candidato, apresenta cálculos muito próximos aos elaborados nesta pesquisa, onde verificam-se os municípios que contribuíram para a eleição de cada deputado federal, indicando os percentuais de contribuição e o percentual acumulado, a partir das seguintes variáveis:

1. **Município** - os municípios onde o candidato obteve votação. Vale lembrar que existem municípios em que o candidato não obteve nenhum voto.
2. **Votos** - votos nominais do candidato em cada município. Ex.: Celso Russomanno obteve 143.157 votos no município de São Paulo em 2002.
3. **%Votantes** - Porcentual de votos do candidato sobre o eleitorado do município. Ex.: Os 143.157 votos de Russomanno no município de São Paulo representam 2% do eleitorado paulistano (valor aproximado).
4. **%Votos Válidos** - Porcentual de votos do candidato sobre os votos válidos do município. Ex.: Os 143.157 votos de Russomanno no município de São Paulo representam 2% dos votos válidos (valor aproximado).
5. **% a menos do mais votado** - Comparação porcentual com o candidato mais votado em cada município. Ex.: Os 143.157 votos de Russomanno no município de São Paulo representam 78% menos votos que o candidato mais bem votado neste município, em 2002.
6. **Colocação** - Colocação ordinal do candidato no município. Ex.: Celso Russomanno foi o 5º. candidato mais bem votado no município de São Paulo em 2002.
7. **% Contribuição** - Contribuição do município para a eleição do candidato. Ex.: O município de São Paulo contribuiu com 54,73% dos votos que Russomanno obteve.

Tabela 2 - Contribuição de votos para o candidato Celso Ubirajara Russomanno (PPB) em 2002.

Município	Votos	%Votantes	%Votos Válidos	% a menos do mais votado	Colocação	%Contribuição
Sao Paulo	143157	2,00%	2,00%	78,00%	5	54,73%
Guarulhos	13533	3,00%	3,00%	85,00%	7	5,17%
Santo Andre	10508	2,00%	3,00%	89,00%	7	4,02%
Sao Bernardo do Campo	5582	1,00%	1,00%	94,00%	10	2,13%
Osasco	3524	1,00%	1,00%	96,00%	15	1,35%
Amparo	2921	8,00%	9,00%	0,00%	1	1,12%
Diadema	2651	1,00%	1,00%	89,00%	14	1,01%
Tabatinga	2599	33,00%	38,00%	0,00%	1	0,99%

Fonte: trecho da primeira parte do relatório “Análise de Desempenho Eleitoral para Deputado Federal”. Fonte: Tribunal Superior Eleitoral - TSE

A segunda parte dos relatórios do TSE serviu como referência para os cálculos desta pesquisa pelo uso cálculos como média, desvio-padrão e a soma de ambos . O TSE utilizou as seguintes variáveis na segunda parte dos relatórios:

- 1. Município** - os municípios onde o candidato teve votação. Vale lembrar que podem existir municípios em que o candidato não tem nenhum voto.
- 2. Média votos** - média de votos de todos os candidatos no município. Ex.: São Paulo teve uma média de 6.880,97 de votos por candidato a deputado federal.
- 3. Acima da Média** - a média de votos do candidato em relação à média de votos dos outros candidatos no município. Ex.: A média de votos de Russomanno foi de 19,80 votos a mais do que a média dos outros candidatos no município de São Paulo.
- 4. Desvio-padrão** - o valor do desvio-padrão de todos os candidatos no município. Ex.: Na cidade de São Paulo, o valor do desvio-padrão foi de 32.005,76 votos por candidato a deputado federal.
- 5. acima do Desvio-padrão** - valor acima do Desvio-padrão positivo. Ex.: Russomanno teve um índice de 3,47% acima do valor anteriormente explicado.
- 6. Soma Média com Desvio-padrão** - Ex.: a soma da média com o desvio-padrão, referentes a todos os candidatos a deputado federal, na cidade de São Paulo, resulta em 38.886,73 votos.
- 7. Índice acima da Soma da Média com Desvio-padrão** - Ex.: Russomanno teve um índice de 2,68% acima do valor anteriormente explicado.

Tabela 3 - Cálculos de dispersão para o candidato Celso Ubirajara Russomanno (PPB) em 2002

Município	Média votos	acima da Média	Desvio-padrão	acima do Desvio-padrão	Soma Média com Desvio-padrão	Índice acima da Média com Desvio-padrão
Sao Paulo	6880,97	19,80	32005,76	3,47	38886,73	2,68
Guarulhos	570,79	22,71	4781,75	1,83	5352,54	1,53
Santo Andre	486,84	20,58	4001,84	1,63	4488,68	1,34
Sao Bernardo do Campo	469,35	10,89	3966,7	0,41	4436,05	0,26
Osasco	442,31	6,97	3833,87	-0,08	4276,18	-0,18
Amparo	38,76	74,36	224,05	12,04	262,81	10,11
Diadema	244,58	9,84	1452,8	0,82	1697,38	0,56
Tabatinga	8,52	304,05	101,72	24,55	110,24	22,58

Fonte: trecho da segunda parte do relatório “Análise de Desempenho Eleitoral para Deputado Federal”. Fonte: Tribunal Superior Eleitoral - TSE

A terceira parte dos trabalhos do TSE não serviu de referência para os cálculos desta pesquisa por fazer exclusivamente cálculos partidários, enquanto a quarta parte dos trabalhos do TSE são cruzamentos de dados das três partes anteriores. Para entender porque as conclusões dos relatórios do TSE não servem aos objetivos desta pesquisa, fez-se uma comparação entre os métodos de análise utilizados pelo TSE e pelos dados desta pesquisa. Para isso, aplicou-se os métodos desta pesquisa às estatísticas eleitorais de 2002 dos candidatos Celso Ubirajara Russomanno e Enéas Carneiro - que foram reeleitos em 2006. A conclusão das análises feitas pelo TSE para o deputado Celso Ubirajara Russomanno, relativa às eleições de 2002, afirma o seguinte:

Analisando-se os redutos do candidato Celso Ubirajara Russomanno e levando-se em conta os índices de expressão de sua força, tem-se uma idéia dos municípios onde obteve melhor performance, são eles: Amparo, Tabatinga, Borborema, Gavião Peixoto, Gabriel Monteiro. (TRIBUNAL..., 2002?)

Em 2002, Russomanno recebeu 2921 votos em Amparo, 2599 em Tabatinga, 844 em Borborema, 335 em Gavião Peixoto, 196 em Gabriel Monteiro, cuja soma não representa mais do que 2,64% dos votos que Russomanno obteve nas eleições de 2002. Nas Eleições 2002, Russomanno foi um dos deputados mais votados, e as conclusões dos relatórios do TSE excluem dos municípios que representam os “índices de expressão de sua força” cidades como São Paulo, onde Russomanno obteve 143.157 votos, Guarulhos, 13.533 votos, e Santo André 10.508 votos.

Aplicando os métodos desta pesquisa às estatísticas de votação de Celso Ubirajara Russomanno nas eleições de 2002, os resultados foram os seguintes: no grupo das principais cidades estariam: São Paulo, Guarulhos e Santo André. No grupo de cidades secundárias estariam Amparo, Tabatinga, Peruíbe, Araras, Campos do Jordão, Pedreira, Ibiúna, Itápolis e

Borborema. As diferenças entre as duas metodologias podem ser comparadas pelas duas tabelas a seguir.

Tabela 4 - Cálculos desta pesquisa sobre desempenho eleitoral Celso Russomanno nas eleições 2002

Classificação	Município	Votos Nominais	% Concentração Eleitoral	% Contribuição
Principal	São Paulo	143157	2,486	54,72%
Principal	Guarulhos	13533	2,947	5,17%
Principal	Santo André	10508	2,68	4,02%
Secundária	Amparo	2921	9,162	1,12%
Secundária	Tabatinga	2599	37,831	0,99%
Secundária	Peruíbe	1959	7,895	0,75%
Secundária	Araras	1784	3,085	0,68%
Secundária	Campos do Jordão	1358	6,124	0,52%
Secundária	Pedreira	1121	5,852	0,43%
Secundária	Ibiúna	1076	3,535	0,41%
Secundária	Itápolis	977	5,16	0,37%
Secundária	Borborema	844	12,37	0,32%
TOTAIS		181837		69,50%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2002?)

Tabela 5 - Análise do TSE sobre desempenho eleitoral Celso Russomanno nas eleições 2002

Classificação	Município	Votos Nominais	% Concentração Eleitoral	% Contribuição
melhor performance	AMPARO	2921	9,162	1,12%
melhor performance	TABATINGA	2599	37,831	0,99%
melhor performance	BORBOREMA	844	12,37	0,32%
melhor performance	GAVIAO PEIXOTO	335	15,402	0,13%
melhor performance	GABRIEL MONTEIRO	196	12,54	0,07%
TOTAIS		6895		2,64%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2002?)

As análises do TSE consideraram como de “melhor performance” as cidades em que Russomanno apresentou alta concentração eleitoral, sem levar em consideração a influência numérica, em números absolutos, para a efetiva eleição do candidato. A única referência à influência numérica é que os municípios foram ordenados de acordo com a contribuição de votos para o candidato, mas correspondem apenas aos municípios com alta concentração eleitoral, não correspondendo necessariamente aos municípios que realmente elegeram o deputado. O mesmo tipo de conclusão foi encontrada sobre o desempenho de Enéas Carneiro,

que na Eleição 2002 foi o deputado com maior votação da história das eleições brasileiras, com mais de 1,5 milhão de votos:

Analisando-se os redutos do candidato Enéas Ferreira Carneiro e levando-se em conta os índices de expressão de sua força, tem-se uma idéia dos municípios onde obteve melhor performance, são eles: São Paulo, Barueri, São Caetano do Sul, Embu, Praia Grande, Itaquaquecetuba, Pindamonhangaba, Cotia, Ferraz de Vasconcelos, Itapeverica da Serra, Francisco Morato, Poá, Jandira, Franco da Rocha, Valinhos, Assis, Caçapava, Lorena, Andradina, São Roque, Itanhaém, Caraguatatuba, Mairiporã, Caieiras, Embu Guaçu, Peruíbe, Capão Bonito, Espírito Santo do Pinhal, Campos do Jordão, Santa Isabel, Mairinque, Mongaguá, Paraguaçu Paulista, Garça, Cândido Mota, Aparecida, Vargem Grande Paulista, Jaguariúna, Cachoeira Paulista, Tremembé, Cabreúva, Bastos, Cerqueira Cesar, Pindorama, Tarumã, Pirangi, Macedônia, Itapura.(TRIBUNAL..., 2002?)

Em Macedônia, por exemplo, Enéas obteve 274 votos em 2002, e está no mesmo grupo de “melhor performance” de municípios como São Paulo (660.280 votos), São Caetano do Sul (10.819 votos) ou mesmo Praia Grande (9.535 votos), deixando claro que os relatórios do TSE não serviriam aos objetivos desta dissertação.

3. CÁLCULOS DE AGENDA ELEITORAL

Nesta dissertação, os desempenhos de votação dos deputados federais paulistas foram observados sem comparação entre candidatos ou partidos, superando questões pertinentes aos jogos eleitorais. Os dados das votações de cada deputado são comparados entre si, com objetivo de encontrar as bases espaciais dos eleitores de cada deputado, na esfera estadual. É uma análise em conformidade com os pressupostos sobre a importância das bases eleitorais para os deputados federais paulistas, definidos por Carvalho.

Como o último deputado federal paulista selecionado nesta pesquisa foi José Aristodemo Pinotti, com a 11ª votação do Estado de São Paulo, foram verificados os desempenhos eleitorais dos onze deputados eleitos com maiores votações no Estado de São Paulo, que somam 18,81% de todos os votos para deputado federal no Estado de São Paulo, apontando em quais municípios se formam as maiores massas de apoio dos onze deputados. Os municípios foram classificados ponderando duas variáveis: a concentração eleitoral dos deputados (dominância por município, em número relativo de votos) e a participação de cada

município na contagem geral de votos dos deputados (contiguidade, em número absoluto de votos). A partir dessa classificação, foram confeccionados gráficos e mapas que ilustram as agendas eleitorais dos três deputados selecionados, e confirmam as hipóteses de Carvalho sobre a influência eleitoral nas ações parlamentares dos deputados. As agendas dos outros oito deputados (Maluf, Russomanno, Clodovil, Enéas, Paulinho da Força, Edson Aparecido, Mendes Thame e Luiza Erundina) ajudam a ilustrar a hipótese de que o sistema eleitoral brasileiro permite aos congressistas elegerem-se a partir de bases geográficas de conformações totalmente distintas, o que induziria a comportamentos específicos dos deputados federais paulistas.

Os cálculos desta pesquisa buscaram combinações de dados que mostrassem as cidades em que o deputado teve votações mais expressivas, equilibrando a análise de desempenho tanto em números absolutos como em números relativos. São cálculos que visam mostrar as possibilidades de relacionamento do deputado com o eleitorado paulista. Aqui, são utilizadas seis variáveis de dados, a saber:

1. **Municípios em que o candidato obteve votos.** Ex.: Paulo Maluf obteve votos nos 645 municípios paulistas.
2. **Número de eleitores de cada um destes municípios.** Ex: A cidade de São Paulo tinha 7.953.144 eleitores nas eleições de 2006.
3. **Votos válidos em cada um destes municípios.** Ex: Nas eleições de 2006, a cidade de São Paulo teve 5.944.433 votos válidos.
4. **Votos Nominais (de cada candidato) em cada um destes municípios.** Ex.: Paulo Maluf obteve 398.974 votos na cidade de São Paulo.
5. **Concentração eleitoral do candidato em cada um destes municípios (em %).** Ex.: A votação de Paulo Maluf na cidade de São Paulo nos informa que 6,71% dos eleitores de São Paulo votaram em Paulo Maluf. O mesmo foi calculado para todas as cidades, para todos os onze candidatos.
6. **Contribuição de cada município a para eleição do candidato (em %).** Ex.: os votos de São Paulo representam 53,93% dos votos que Paulo Maluf obteve.

Para chegar aos números finais dos cálculos desta pesquisa, três procedimentos foram tomados com os resultados eleitorais de cada deputado. Primeiro, os municípios foram ordenados em ordem decrescente de votos: assim, foi classificado como primeiro município aquele em que o deputado recebeu maior quantidade de votos nominais. Por exemplo, para

Paulo Maluf o primeiro município é São Paulo, onde recebeu 53,93% dos votos que obteve. Guarulhos ficou em segundo lugar, onde recebeu 2,72% dos votos, São Bernardo do Campo em terceiro com 2,16%, e assim por diante. Após ordenar a listagem, os municípios foram classificados de acordo com cálculos de média aritmética e desvio-padrão nas variáveis *votos nominais* e *concentração eleitoral*:

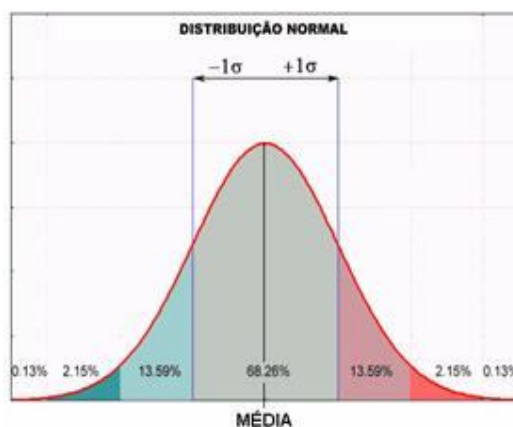


Figura 17. Exemplo de curva onde são mostradas a média e o desvio-padrão (positivo e negativo).
Fonte: MICROSOFT, 2007.

Por fim, usando como referência os valores de *média*, de *desvio-padrão* e de *média+desvio-padrão*, definiram-se filtros nas listagens dos municípios, definindo quatro grupos de cidades. Os relatórios do TSE deram relevância ao índice de concentração eleitoral, enquanto nos cálculos desta dissertação a variável *votos nominais* teve preponderância sobre a variável *concentração eleitoral*. Os cálculos de média aritmética e desvio-padrão foram realizados no *Microsoft Excel*, software que emula uma planilha de dados. A média aritmética é uma medida estatística de tendência central. É igual ao quociente entre a soma dos valores de um conjunto e o número total de valores e serve, neste trabalho, para indicar a votação média de cada deputado nas cidades em que obteve votos. O desvio-padrão é uma medida estatística de dispersão. É a média quadrática dos desvios ou afastamentos dos valores de um conjunto em relação à média aritmética desses valores e serve, neste trabalho, para verificar a variação dos votos obtidos por cada deputado em relação a sua votação média nas cidades paulistas.

Foi usada a função DESVPADP do *Microsoft Excel* que “calcula o desvio-padrão com base na população total fornecida como argumentos”. O desvio-padrão é uma medida do grau de dispersão dos valores em relação ao valor médio [a média]”. (MICROSOFT, 2007). A especificidade dessa função é que ela usa como “argumentos” a população inteira, ou seja, no

caso desta pesquisa, o programa fez a soma de todos os votos válidos, e não somente amostras deles. Para casos de pesquisas científicas com amostras da população, típicas em pesquisas de Opinião Pública ou no campo da Biologia, a função que calcula o desvio-padrão seria outra, chamada DESVPAD. Vale atentar, porém, que, “para tamanhos grandes de amostras, DESVPAD e DESVPADP retornam valores aproximadamente iguais”. (idem)

A mecânica de filtragem aconteceu em três etapas. Primeiro, filtraram-se as cidades em que o deputado teve votação nominal acima do desvio-padrão positivo, que foram classificadas como principais, e removidas da listagem geral de votação. O grupo secundário foi obtido excluindo da listagem geral as cidades em que o deputado teve votação nominal acima da média e índice de concentração eleitoral acima do desvio-padrão positivo. O grupo terciário foi formado excluindo da listagem as cidades em que o deputado teve votação nominal acima da média e concentração eleitoral acima da média. O grupo restante foi denominado quaternário.

As duas tabelas a seguir apresentam um resumo dos dados das onze agendas eleitorais analisadas. A primeira tabela mostra resultados dos cálculos de votos nominais a partir dos valores absolutos, enquanto a segunda mostra resultados a partir dos valores percentuais.

Tabela 6 - Cálculos aplicados aos valores absolutos dos votos nominais, na esfera estadual.

DEPUTADOS FEDERAIS	VOTOS NOMINAIS				
	valores absolutos	valores percentuais	desvio-padrão	média	média+ desvio-padrão
Paulo Maluf	739827 votos	3,60%	15759	1147	16906
Celso Russomanno	573524 votos	2,79%	9872	893	10765
Clodovil Hernandes	493951 votos	2,40%	7002	769	7771
Enéas Carneiro	386905 votos	1,88%	3994	600	4594
Emanuel Fernandes	328486 votos	1,60%	8675	608	9283
Paulinho da Força	287443 votos	1,40%	6472	475	6947
Edson Aparecido	248639 votos	1,21%	1840	387	2227
Marcio França	215388 votos	1,05%	5562	462	6024
Antônio Thame	205462 votos	1,00%	3554	371	3925
Luiza Erundina	195886 votos	0,95%	7035	377	7412
Dr. Pinotti	193918 votos	0,94%	5817	369	6186
onze deputados mais votados	3869429 votos	18,81%			
todos os votos válido no Estado de São Paulo	20789076 votos	100%			

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 7 - Cálculos aplicados aos valores percentuais dos votos nominais, na esfera estadual.

DEPUTADOS	VOTOS NOMINAIS				
	valores absolutos	valores percentuais	desvio-padrão	média	desvio-padrão + média
Paulo Maluf	739827 votos	3,60%	1,84	2,08	3,92
Celso Russomanno	573524 votos	2,79%	2,13	1,48	3,61
Clodovil Hernandez	493951 votos	2,40%	1,23	1,39	2,62
Enéas Carneiro	386905 votos	1,88%	0,90	1,61	2,51
Emanuel Fernandes	328486 votos	1,60%	5,84	1,28	7,12
Paulinho da Força	287443 votos	1,40%	1,21	0,56	1,77
Edson Aparecido	248639 votos	1,21%	7,88	4,40	12,28
Marcio França	215388 votos	1,05%	3,59	0,59	4,18
Antônio Thame	205462 votos	1,00%	4,00	1,25	5,25
Luiza Erundina	195886 votos	0,95%	0,82	0,24	1,06
Dr. Pinotti	193918 votos	0,94%	1,63	0,47	2,10
onze deputados mais votados	3869429 votos	18,81%			
todos os votos válido no					
Estado de São Paulo	20789076 votos	100%			

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

O deputado Paulo Maluf, por exemplo: obteve 739.827 votos, que representam 3,6% dos votos para deputado federal no Estado de São Paulo. O valor do desvio-padrão é de 15759 votos, e a média de votos Paulo Maluf ficou em 1147 votos por município. Foram inclusos no grupo principal os municípios em que recebeu mais de mais 16.906 votos (valores acima da média somados ao desvio-padrão positivo).

Os 739.827 votos de Paulo Maluf representam 3,6% dos votos para deputado federal no Estado de São Paulo. Os cálculos de desvio-padrão indicam 1,84 e média 2,08 referentes aos dados percentuais. Assim, foram inclusos no grupo secundário os municípios em que Paulo Maluf ficou acima da média em votos nominais e também tenha recebido mais de 3,92% dos votos (acima da média+desvio-padrão). Foram inclusos no grupo terciário os municípios em que Paulo Maluf ficou acima da média em votos nominais e também tenha recebido mais de 2,08% dos votos (acima da média).

De forma análoga, foram calculadas as agendas eleitorais dos outros dez deputados. Para o deputado **Paulo Maluf**, foram definidos 2 municípios principais, 19 municípios secundários, 28 municípios terciários e 596 municípios quaternários, totalizando os 645 municípios onde o deputado obteve votos. Para demonstrar que a classificação das cidades se dá tanto pela quantidade absoluta de votos como pela concentração eleitoral do deputado, a tabela a seguir mostra os 30 municípios onde o deputado Paulo Maluf obteve mais votos.

Tabela 8 - Os 30 municípios que mais deram votos a Paulo Maluf

Município	Classificação	Eleitorado	(VV) Votos		%(V/VV)	porcentual (%)
			Válidos	Nominais		
São Paulo	Principal	7953144	5944433	398974	6,712	53,93
Guarulhos	Principal	699876	532378	20136	3,782	2,72
São Bernardo do Campo	Secundária	521882	392737	16001	4,074	2,16
Santo André	Terciária	519510	379256	14784	3,898	2,00
São Caetano do Sul	Secundária	119002	90724	9083	10,012	1,23
Osasco	Terciária	490686	341722	8325	2,436	1,13
Diadema	Terciária	286840	221436	6569	2,967	0,89
Campinas	Quaternária	689904	514912	5513	1,071	0,75
Praia Grande	Secundária	143327	102605	5353	5,217	0,72
Mogi das Cruzes	Terciária	244291	182969	5178	2,83	0,70
Suzano	Terciária	167443	124882	4750	3,804	0,64
Mauá	Terciária	263093	204214	4608	2,256	0,62
Taboão da Serra	Terciária	167537	125836	4594	3,651	0,62
Guarujá	Terciária	197466	131217	4444	3,387	0,60
Santos	Quaternária	298696	240193	4359	1,815	0,59
Ribeirão Preto	Quaternária	369696	265204	4143	1,562	0,56
Barueri	Terciária	181007	136821	4123	3,013	0,56
Embu	Terciária	154495	118364	4004	3,383	0,54
Jundiaí	Quaternária	251398	186540	3773	2,023	0,51
Avaré	Secundária	55470	39929	3487	8,733	0,47
Cotia	Terciária	115678	87914	3428	3,899	0,46
Itaquaquecetuba	Terciária	163658	121840	3335	2,737	0,45
Itapevi	Secundária	112391	83863	3308	3,945	0,45
São José do Rio Preto	Quaternária	265110	197089	3184	1,616	0,43
Itapecerica da Serra	Secundária	92471	70040	3146	4,492	0,43
Carapicuíba	Quaternária	239913	185218	3014	1,627	0,41
Sorocaba	Quaternária	364794	285270	2918	1,023	0,39
Ribeirão Pires	Secundária	79843	59456	2646	4,45	0,36
Franco da Rocha	Secundária	79030	57430	2573	4,48	0,35
Poá	Secundária	75691	57354	2566	4,474	0,35

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Os municípios de Campinas e Praia Grande servem como exemplo: Campinas foi classificada como quaternária, enquanto Praia Grande como secundária. Em ambos os municípios o deputado obteve votação próxima (5513 e 5353 votos, respectivamente), mas, devido ao tamanho do colégio Eleitoral de Campinas, a concentração eleitoral de Paulo Maluf é considerada abaixo da média nessa cidade. O TSE também considera em seus relatórios que, quanto maior a concentração eleitoral de um deputado, maior potencial tem esse município para as ações parlamentares, mas estes cálculos também consideraram a contribuição do município na votação geral do deputado.

Assim, para o deputado **Celso Russomanno** foram definidos 5 municípios principais, 30 municípios secundários, 49 municípios terciários e 558 municípios quaternários, totalizando os 642 municípios onde o deputado obteve votos. Para o deputado **Clodovil Hernandes** foram definidos 6 municípios principais, 34 municípios secundários, 42 municípios terciários e 560 municípios quaternários, totalizando os 642 municípios onde o deputado obteve votos. Para o deputado **Enéas Carneiro** foram definidos 9 municípios principais, 46 municípios secundários, 47 municípios terciários e 543 municípios quaternários, totalizando os 645 municípios onde o deputado obteve votos.

Para o deputado **Emanuel Fernandes** foram definidos 3 municípios principais, 11 municípios secundários, 9 municípios terciários e 517 municípios quaternários, totalizando os 540 municípios onde o deputado obteve votos. Para o deputado **Paulinho da Força** foram definidos 3 municípios principais, 24 municípios secundários, 21 municípios terciários e 557 municípios quaternários, totalizando os 605 municípios onde o deputado obteve votos. Para o deputado selecionado **Edson Aparecido** foram definidos 14 municípios principais, 51 municípios secundários, 30 municípios terciários e 548 municípios quaternários, totalizando os 643 municípios onde o deputado obteve votos.

Para o deputado selecionado **Márcio França** foram definidos 6 municípios principais, 8 municípios secundários, 3 municípios terciários e 548 municípios quaternários, totalizando os 449 municípios onde o deputado obteve votos. Para o deputado **Antonio Mendes Thame** foram definidos 5 municípios principais, 16 municípios secundários, 14 municípios terciários e 519 municípios quaternários, totalizando os 554 municípios onde o deputado obteve votos. Para a deputada **Luiza Erundina** foram definidos 1 município principal, 1 município secundário, 15 municípios terciários e 502 municípios quaternários, totalizando os 519 municípios onde o deputado obteve votos. Para o deputado selecionado **Pinotti** foram definidos 2 municípios principais, 9 municípios secundários, 21 municípios terciários e 519 municípios quaternários, totalizando os 493 municípios onde o deputado obteve votos. A seguir, apresentam-se os gráficos, tabelas e mapas elaborados a partir da classificação dos municípios, que ilustram a agenda eleitoral de cada deputado.

4. GRÁFICOS E TABELAS ELEITORAIS

Os gráficos e tabelas estão em ordem de votação, do deputado mais votado para o menos votado. Os gráficos apresentam os municípios principais de cada deputado federal paulista, e as tabelas as cidades secundárias.

4.1. PAULO MALUF

Paulo Salim Maluf foi o deputado federal paulista com maior votação. 739.827 votos.

Os 2 principais municípios na eleição de PAULO MALUF (PP)

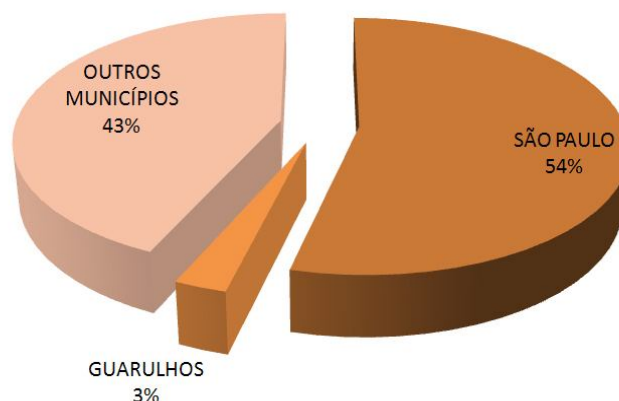


Gráfico 1 - Paulos Maluf - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 9 - Os 19 municípios secundários na eleição de Paulo Maluf (PP)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
SÃO BERNARDO DO CAMPO	521882	392737	16001	4,074	2,16%
SÃO CAETANO DO SUL	119002	90724	9083	10,012	1,23%
PRAIA GRANDE	143327	102605	5353	5,217	0,72%
AVARÉ	55470	39929	3487	8,733	0,47%
ITAPEVI	112391	83863	3308	3,945	0,45%
ITAPECERICA DA SERRA	92471	70040	3146	4,492	0,43%
RIBEIRÃO PIRES	79843	59456	2646	4,45	0,36%
FRANCO DA ROCHA	79030	57430	2573	4,48	0,35%
POÁ	75691	57354	2566	4,474	0,35%
ATIBAIA	84729	56582	2359	4,169	0,32%
SALTO	70660	55754	2340	4,197	0,32%
ITATINGA	11507	8693	2326	26,757	0,31%
CAIEIRAS	52286	38674	2022	5,228	0,27%
EMBU-GUAÇU	43296	32094	1835	5,718	0,25%
ARUJÁ	51003	37303	1538	4,123	0,21%
MAIRIPORÁ	45206	33016	1528	4,628	0,21%
CAMPOS DO JORDÃO	35135	23425	1346	5,746	0,18%
SANTA ISABEL	34220	25629	1249	4,873	0,17%
DOURADO	6979	4890	1210	24,744	0,16%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.2. CELSO RUSSOMANO

Celso Ubirajara Russomano foi o deputado com 2ª maior votação. 573.524 votos.

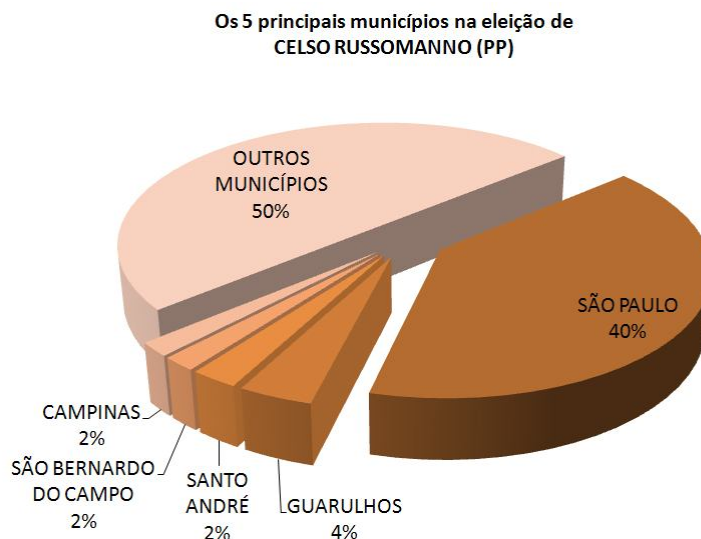


Gráfico 2 - Celso Russomano - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 10 - Os 30 municípios secundários na eleição de Celso Russomano (PP)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
SUZANO	167443	124882	5838	4,675	1,02%
ITU	101796	74962	5112	6,819	0,89%
EMBU	154495	118364	4311	3,642	0,75%
COTIA	115678	87914	4230	4,812	0,74%
SÃO CAETANO DO SUL	119002	90724	3846	4,239	0,67%
PRAIA GRANDE	143327	102605	3732	3,637	0,65%
ATIBAIA	84729	56582	3719	6,573	0,65%
IBIÚNA	49195	35191	3452	9,809	0,60%
ITAPECERICA DA SERRA	92471	70040	3079	4,396	0,54%
BRAGANÇA PAULISTA	99523	72842	2716	3,729	0,47%
POÁ	75691	57354	2638	4,6	0,46%
CARAGUATATUBA	62241	44016	2185	4,964	0,38%
BORBOREMA	10757	7676	2171	28,283	0,38%
RIBEIRÃO PIRES	79843	59456	2169	3,648	0,38%
CAMPO LIMPO PAULISTA	51403	37969	2150	5,663	0,37%
AMPARO	46246	34290	2113	6,162	0,37%
TABATINGA	10663	7532	2100	27,881	0,37%
ITATIBA	61192	44556	1924	4,318	0,34%
SÃO ROQUE	49635	36607	1878	5,13	0,33%
IBITINGA	36363	25745	1772	6,883	0,31%
CAIEIRAS	52286	38674	1628	4,21	0,28%
PAULÍNIA	50566	37765	1544	4,088	0,27%
PERUÍBE	44599	30692	1517	4,943	0,26%
MAIRIPORÁ	45206	33016	1510	4,574	0,26%
PEDREIRA	28723	20643	1486	7,199	0,26%
EMBU-GUAÇU	43296	32094	1388	4,325	0,24%
CAMPOS DO JORDÃO	35135	23425	1275	5,443	0,22%
ITÁPOLIS	29092	18846	1262	6,696	0,22%
SANTA ISABEL	34220	25629	1005	3,921	0,18%
VARGEM GRANDE PAULISTA	28521	21266	928	4,364	0,16%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.3. CLODOVIL

Clodovil Hernades foi o deputado com 3ª maior votação. 493.951 votos.

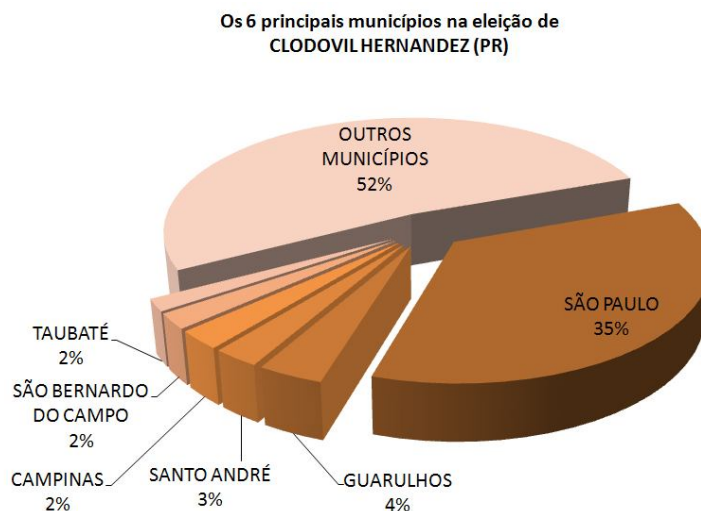


Gráfico 3 - Clodovil Hernades - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 11 - Os 34 municípios secundários na eleição de Clodovil Hernades (PR)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO	265110	197089	7203	3,655	1,46%
UBATUBA	52808	39319	7168	18,23	1,45%
MOGI DAS CRUZES	244291	182969	5816	3,179	1,18%
RIO CLARO	124572	86511	4620	5,34	0,94%
SÃO CAETANO DO SUL	119002	90724	4527	4,99	0,92%
SUZANO	167443	124882	3492	2,796	0,71%
PINDAMONHANGABA	92311	70182	3274	4,665	0,66%
PRAIA GRANDE	143327	102605	2840	2,768	0,57%
BRAGANÇA PAULISTA	99523	72842	2493	3,422	0,50%
CARAGUATATUBA	62241	44016	2467	5,605	0,50%
GUARATINGUETÁ	80744	62280	2220	3,565	0,45%
LORENA	58674	43158	2219	5,142	0,45%
ATIBAIA	84729	56582	2142	3,786	0,43%
TATUI	70364	49914	1730	3,466	0,35%
MOJI-MIRIM	58874	42127	1720	4,083	0,35%
BEBEDOURO	53868	38601	1698	4,399	0,34%
POÁ	75691	57354	1688	2,943	0,34%
AMPARO	46246	34290	1680	4,899	0,34%
AVARÉ	55470	39929	1665	4,17	0,34%
ARARAS	81552	60633	1647	2,716	0,33%
CRUZEIRO	55014	41076	1576	3,837	0,32%
RIBEIRÃO PIRES	79843	59456	1567	2,636	0,32%
VALINHOS	70317	50498	1551	3,071	0,31%
ITATIBA	61192	44556	1503	3,373	0,30%
PAULÍNIA	50566	37765	1292	3,421	0,26%
APARECIDA	25577	20305	1194	5,88	0,24%
MIRASSOL	36324	25344	1142	4,506	0,23%
ITAPIRA	49521	35704	1099	3,078	0,22%
SÃO ROQUE	49635	36607	1078	2,945	0,22%
CAMPOS DO JORDÃO	35135	23425	935	3,991	0,19%
OLÍMPIA	34913	24562	895	3,644	0,18%
TREMEMBÉ	21818	16381	889	5,427	0,18%
BARRA BONITA	28704	20822	871	4,183	0,18%
SÃO JOAQUIM DA BARRA	31990	23783	870	3,658	0,18%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.4. ENEÁS CARNEIRO

Enéas Ferreira Carneiro foi o deputado com 4ª maior votação. 386.905 votos

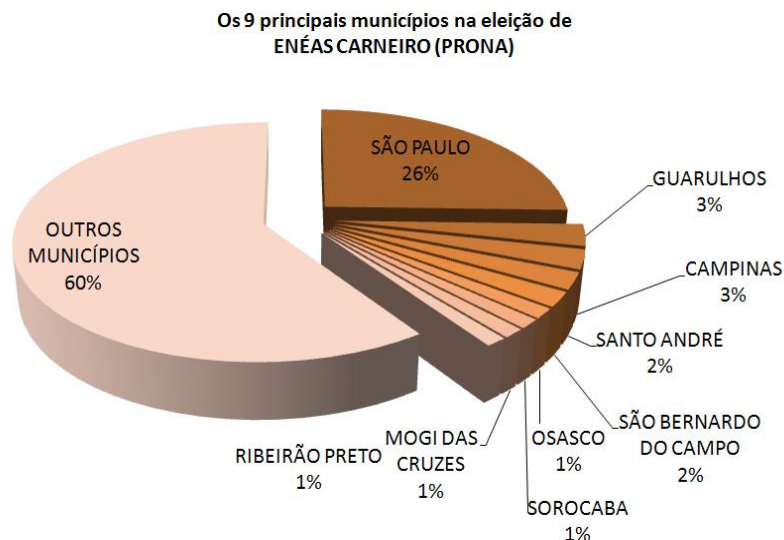


Gráfico 4 - Enéas Carneiro - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 12 - Os 46 municípios secundários na eleição de Enéas Carneiro (PRONA)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
SUZANO	167443	124882	4093	3,277	1,06%
GUARUJÁ	197466	131217	3702	2,821	0,96%
TAUBATÉ	183659	135721	3582	2,639	0,93%
PINDAMONHANGABA	92311	70182	2325	3,313	0,60%
RIO CLARO	124572	86511	2325	2,688	0,60%
COTIA	115678	87914	2225	2,531	0,58%
ITAPEVI	112391	83863	2144	2,557	0,55%
POÁ	75691	57354	1961	3,419	0,51%
BRAGANÇA PAULISTA	99523	72842	1884	2,586	0,49%
VALINHOS	70317	50498	1829	3,622	0,47%
ATIBAIA	84729	56582	1818	3,213	0,47%
PAULÍNIA	50566	37765	1776	4,703	0,46%
TATUÍ	70364	49914	1760	3,526	0,45%
ASSIS	64731	46027	1612	3,502	0,42%
RIBEIRÃO PIRES	79843	59456	1605	2,699	0,41%
BARRETOS	77684	57352	1603	2,795	0,41%
LORENA	58674	43158	1566	3,629	0,40%
SÃO ROQUE	49635	36607	1354	3,699	0,35%
CARAGUATATUBA	62241	44016	1285	2,919	0,33%
ITATIBA	61192	44556	1243	2,79	0,32%
AVARÉ	55470	39929	1193	2,988	0,31%
MATÃO	56968	40914	1169	2,857	0,30%
SÃO JOAQUIM DA BARRA	31990	23783	1098	4,617	0,28%
MOJI-MIRIM	58874	42127	1075	2,552	0,28%
BEBEDOURO	53868	38601	1069	2,769	0,28%
IBITINGA	36363	25745	1062	4,125	0,27%
COSMÓPOLIS	36353	26604	1048	3,939	0,27%
JABOTICABAL	49302	34690	990	2,854	0,26%
VINHEDO	43804	31717	987	3,112	0,26%
MIRASSOL	36324	25344	961	3,792	0,25%
ITAPIRA	49521	35704	944	2,644	0,24%
LENÇÓIS PAULISTA	40442	30463	841	2,761	0,22%
SÃO MANUEL	27942	20241	832	4,11	0,22%

PARAGUAÇU PAULISTA	29397	20674	824	3,986	0,21%
EMBU-GUAÇU	43296	32094	819	2,552	0,21%
CAMPOS DO JORDÃO	35135	23425	808	3,449	0,21%
JARDINÓPOLIS	23041	15360	782	5,091	0,20%
OLÍMPIA	34913	24562	766	3,119	0,20%
MONTE ALTO	34243	22419	751	3,35	0,19%
APARECIDA	25577	20305	733	3,61	0,19%
CÂNDIDO MOTA	23449	16551	724	4,374	0,19%
PORTO FERREIRA	35699	26306	700	2,661	0,18%
JAGUARIÚNA	25954	18478	677	3,664	0,17%
GARÇA	32589	21276	645	3,032	0,17%
VARGEM GRANDE PAULISTA	28521	21266	640	3,009	0,17%
ITÁPOLIS	29092	18846	624	3,311	0,16%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.5. EMANUEL FERNANDES

Emanuel Fernandes foi o deputado com 5ª maior votação. 328.486 votos.

Os 3 principais municípios na eleição de EMANUEL FERNANDES (PSDB)

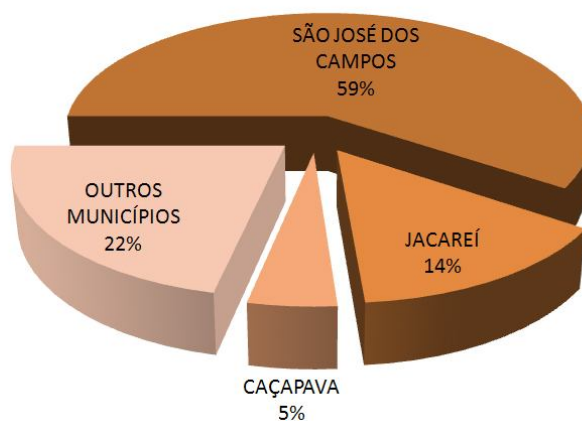


Gráfico 5 - Emanuel Fernandes - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 13 - Os 11 municípios secundários na eleição de Emanuel Fernandes (PSDB)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
LORENA	58674	43158	4311	9,989	1,31%
PARAIBUNA	12773	9864	3704	37,551	1,13%
SANTA BRANCA	10887	8193	3016	36,812	0,92%
CUNHA	18189	12483	2409	19,298	0,73%
TREMEMBÉ	21818	16381	1750	10,683	0,53%
MONTEIRO LOBATO	3568	2776	1530	55,115	0,47%
SÃO BENTO DO SAPUCAÍ	8132	5927	1496	25,24	0,46%
JAMBEIRO	3363	2852	1467	51,438	0,45%
AMÉRICO DE CAMPOS	4548	3471	1234	35,552	0,38%
SÃO LUÍS DO PARAITINGA	8561	6509	968	14,872	0,29%
SANTO ANTÔNIO DO PINHAL	5496	3916	943	24,081	0,29%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.6. PAULINHO DA FORÇA

Paulo Pereira da Silva foi o deputado com 6ª maior votação. 287.443 votos.



Gráfico 6 - Paulinho da força - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 14 - Os 24 municípios secundários na eleição de Paulinho da Força (PDT)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
MOGI DAS CRUZES	244291	182969	6041	3,302	2,10%
BEBEDOIRO	53868	38601	4458	11,549	1,55%
FRANCO DA ROCHA	79030	57430	4187	7,291	1,46%
POÁ	75691	57354	3688	6,43	1,28%
COTIA	115678	87914	3509	3,991	1,22%
ITAQUAQUECETUBA	163658	121840	3205	2,63	1,12%
ITAPECERICA DA SERRA	92471	70040	3201	4,57	1,11%
SUZANO	167443	124882	2874	2,301	1,00%
FRANCISCO MORATO	85695	60825	2787	4,582	0,97%
LORENA	58674	43158	2234	5,176	0,78%
EMBU-GUAÇU	43296	32094	1910	5,951	0,66%
FERRAZ DE VASCONCELOS	99735	76490	1843	2,409	0,64%
ITAPEVI	112391	83863	1488	1,774	0,52%
CAIEIRAS	52286	38674	1274	3,294	0,44%
BARRETOS	77684	57352	1242	2,166	0,43%
TEODORO SAMPAIO	15250	10821	1205	11,136	0,42%
PIRAJU	21688	15216	1186	7,794	0,41%
ARUJÁ	51003	37303	740	1,984	0,26%
ITÁPOLIS	29092	18846	659	3,497	0,23%
MAIRIPORÃ	45206	33016	609	1,845	0,21%
CESÁRIO LANGE	10468	7148	604	8,45	0,21%
MANDURI	6940	5096	502	9,851	0,17%
RIO GRANDE DA SERRA	30705	22964	492	2,142	0,17%
APARECIDA	25577	20305	487	2,398	0,17%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.7. EDSON APARECIDO

Edson Aparecido dos Santos foi o deputado com 7ª maior votação. 248.639 votos.

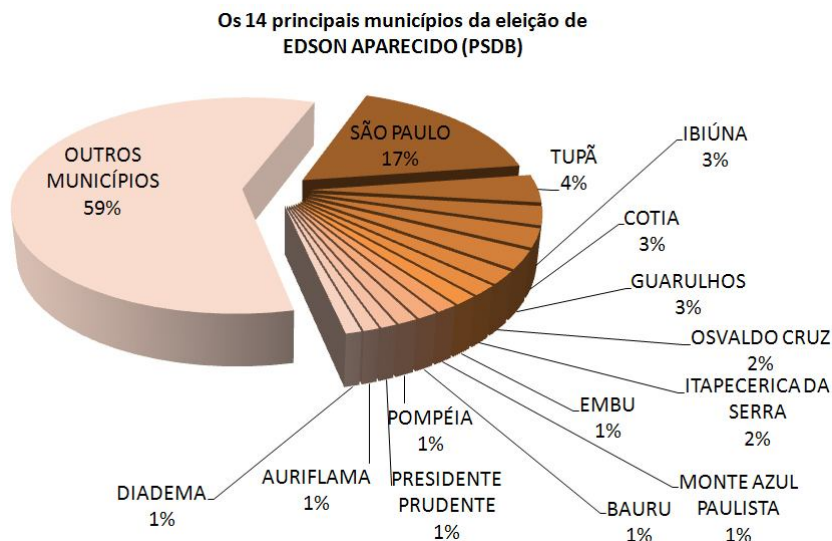


Gráfico 7 - Edson Aparecido - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 15 - Os 51 municípios secundários na eleição de Edson Aparecido (PSDB)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
GETULINA	8209	5614	2135	38,03	0,86%
PACAEMBU	8474	6029	1577	26,157	0,63%
GUAPIAÇU	12426	8710	1560	17,91	0,63%
PALMITAL	16103	11370	1498	13,175	0,60%
NOVA GRANADA	13704	9474	1409	14,872	0,57%
UCHOA	7334	5258	1407	26,759	0,57%
ARIRANHA	6436	4741	1322	27,884	0,53%
SALES	3801	2988	1256	42,035	0,51%
IPAUCU	9348	6840	1159	16,944	0,47%
RINÓPOLIS	7203	5126	1110	21,654	0,45%
PALMARES PAULISTA	6589	4924	1087	22,076	0,44%
AREALVA	5548	4088	1021	24,976	0,41%
GENERAL SALGADO	9086	6563	995	15,161	0,40%
GUZOLÂNDIA	3209	2480	972	39,194	0,39%
PARAPUÃ	8479	5749	962	16,733	0,39%
MACAUBAL	5362	4049	927	22,895	0,37%
ESPÍRITO SANTO DO TURVO	2541	2079	900	43,29	0,36%
SALMOURÃO	3479	2548	885	34,733	0,36%
HERCULÂNDIA	6350	4545	876	19,274	0,35%
NEVES PAULISTA	7276	4720	868	18,39	0,35%
PALESTINA	7587	5412	861	15,909	0,35%
ITAPUÍ	7502	5572	849	15,237	0,34%
GUAIÇARA	7081	5090	842	16,542	0,34%
PARAÍSO	4466	3228	839	25,991	0,34%
MARIÁPOLIS	3008	2289	825	36,042	0,33%
NOVA ALIANÇA	4394	3144	817	25,986	0,33%
PAULICÉIA	4013	2954	783	26,506	0,31%
JACI	3945	3033	735	24,233	0,30%
OURO VERDE	6025	4356	717	16,46	0,29%
SEBASTIANÓPOLIS DO SUL	2379	1849	717	38,778	0,29%
IACRI	4647	3562	715	20,073	0,29%
LAVÍNIA	3552	2557	669	26,163	0,27%

ORIENTE	4955	3699	662	17,897	0,27%
MIRASSOLÂNDIA	3211	2522	661	26,209	0,27%
NOVAIS	2764	2108	611	28,985	0,25%
PEDRINHAS PAULISTA	2412	1866	590	31,618	0,24%
UBARANA	3599	2645	579	21,89	0,23%
IRAPURU	5035	3725	571	15,329	0,23%
CAMPOS NOVOS PAULISTA	3010	2278	547	24,012	0,22%
GÁLIA	5478	3821	526	13,766	0,21%
PLANALTO	2837	2262	502	22,193	0,20%
SANTO EXPEDITO	2314	1823	495	27,153	0,20%
JOÃO RAMALHO	3406	2410	468	19,419	0,19%
FERNANDO PRESTES	4428	3167	460	14,525	0,19%
ELISIÁRIO	2325	1805	456	25,263	0,18%
CRUZÁLIA	2118	1781	455	25,547	0,18%
QUINTANA	4479	3157	451	14,286	0,18%
EMBAÚBA	1864	1475	440	29,831	0,18%
MONTE CASTELO	3243	2318	431	18,594	0,17%
ÁLVARO DE CARVALHO	2920	2110	428	20,284	0,17%
CANITAR	3196	2330	403	17,296	0,16%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.8. MÁRCIO FRANÇA

Marcio Luiz França Gomes foi o deputado com 8ª maior votação. 215.388 votos.

Os 6 principais municípios na eleição de
MÁRCIO FRANÇA (PSB)

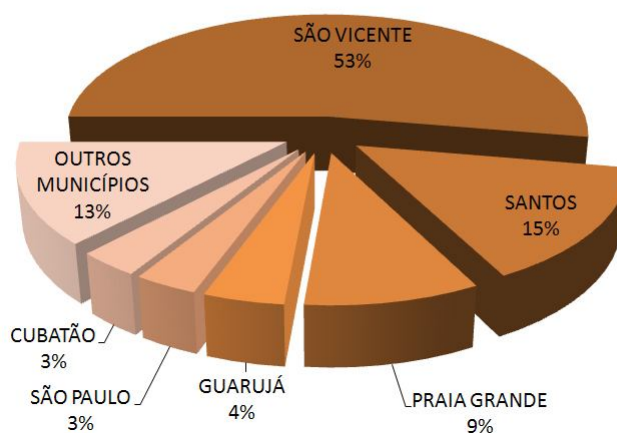


Gráfico 8 - Márcio França - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 16 - Os 8 municípios secundários na eleição de Márcio França (PSB)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
IGUAPE	22308	15606	4169	26,714	1,94%
PERUÍBE	44599	30692	2885	9,4	1,34%
ITANHAÉM	57579	39782	2011	5,055	0,93%
MONGAGUÁ	30418	20805	1449	6,965	0,67%
CANANÉIA	9334	6511	930	14,284	0,43%
PEDRO DE TOLEDO	7026	4663	750	16,084	0,35%
PARIQUERA-AÇU	13683	9854	602	6,109	0,28%
MIRACATU	15702	10960	474	4,325	0,22%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.9. MENDES THAME

Antônio Carlos Mendes Thame foi o deputado com 9ª maior votação. 205.462 votos.

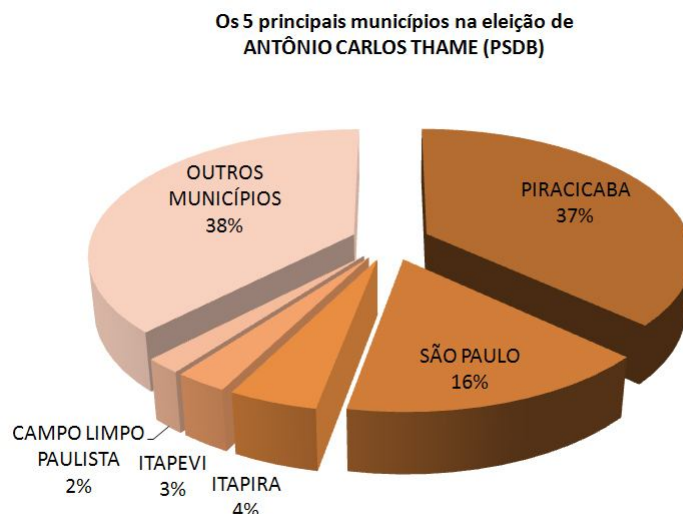


Gráfico 9 - Mendes Thame - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 17 - Os 16 municípios secundários na eleição de Mendes Thame (PSDB)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
SÃO PEDRO	22159	15379	3731	24,26	1,82%
RIO DAS PEDRAS	21022	15354	3412	22,222	1,66%
LEME	60532	44619	2699	6,049	1,31%
IRACEMÁPOLIS	12867	10181	2213	21,737	1,08%
LENÇÓIS PAULISTA	40442	30463	1843	6,05	0,90%
CAPIVARI	30672	22697	1436	6,327	0,70%
SALTINHO	5295	4214	1431	33,958	0,70%
CHARQUEADA	11478	8623	1318	15,285	0,64%
ÁLVARES MACHADO	15308	11156	1299	11,644	0,63%
SUD MENUCCI	5476	4166	905	21,723	0,44%
ELIAS FAUSTO	11661	8297	665	8,015	0,32%
SANTA MARIA DA SERRA	4001	2839	651	22,931	0,32%
PLANALTO	2837	2262	643	28,426	0,31%
ROSANA	17270	10805	588	5,442	0,29%
BURITAMA	11316	7633	527	6,904	0,26%
ÁGUAS DE SÃO PEDRO	3027	2152	502	23,327	0,24%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.10. LUIZA ERUNDINA

Luiza Erundina de Sousa foi a deputada com 10ª maior votação. 195.886 votos.

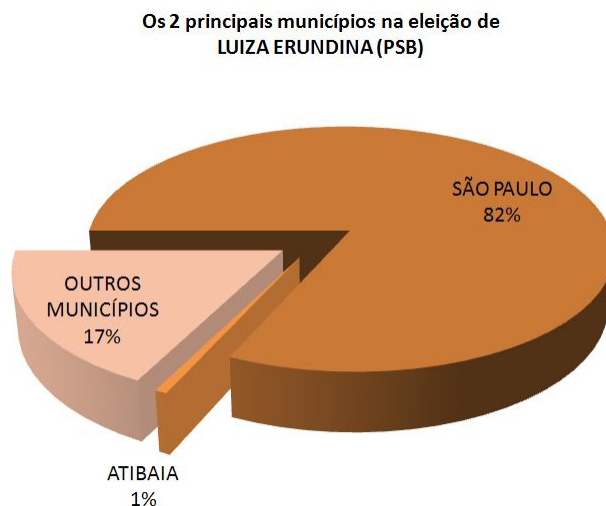


Gráfico 10 - Luiza Erundina - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 18 - Os 15 municípios secundários na eleição de Luiza Erundina (PSB)

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
SANTO ANDRÉ	519510	379256	2444	0,644	1,25%
OSASCO	490686	341722	2127	0,622	1,09%
SÃO BERNARDO DO CAMPO	521882	392737	2054	0,523	1,05%
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO	265110	197089	1954	0,991	1,00%
GUARULHOS	699876	532378	1947	0,366	0,99%
DIADEMA	286840	221436	1038	0,469	0,53%
SÃO CAETANO DO SUL	119002	90724	816	0,899	0,42%
TABOÃO DA SERRA	167537	125836	775	0,616	0,40%
MOGI DAS CRUZES	244291	182969	687	0,375	0,35%
ITAPECERICA DA SERRA	92471	70040	620	0,885	0,32%
EMBU	154495	118364	610	0,515	0,31%
FRANCO DA ROCHA	79030	57430	483	0,841	0,25%
COTIA	115678	87914	462	0,526	0,24%
SUZANO	167443	124882	442	0,354	0,23%
FERRAZ DE VASCONCELOS	99735	76490	394	0,515	0,20%

Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

4.11. DR. PINOTTI

José Aristodemo Pinotti foi o deputado com 11ª maior votação. 193.918 votos.

Os 2 principais municípios na eleição de
DR. PINOTTI (DEM)

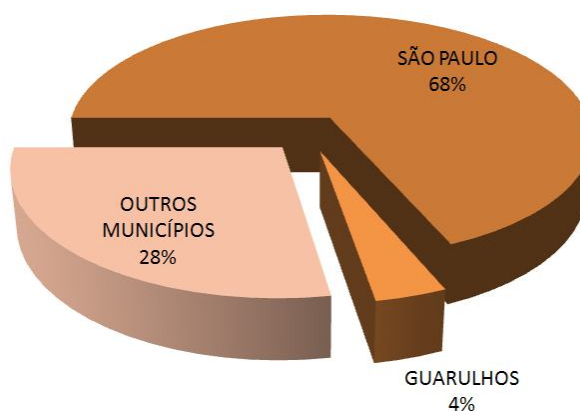


Gráfico 11 - Dr. Pinotti - eleitorado principal. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

Tabela 19 - Os 9 municípios secundários na eleição de Pinotti

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos no deputado	% votos no deputado	Contribuição para o deputado
COTIA	115678	87914	1843	2,096	0,95%
SANTA ISABEL	34220	25629	1566	6,11	0,81%
EMBU-GUAÇU	43296	32094	893	2,782	0,46%
CAIEIRAS	52286	38674	891	2,304	0,46%
IBIÚNA	49195	35191	814	2,313	0,42%
PIRAJU	21688	15216	711	4,673	0,37%
SÃO MIGUEL ARCANJO	22412	16310	688	4,218	0,35%
SANTA CRUZ DA CONCEIÇÃO	2716	2189	633	28,917	0,33%
MORUNGABA	8034	6266	554	8,841	0,29%

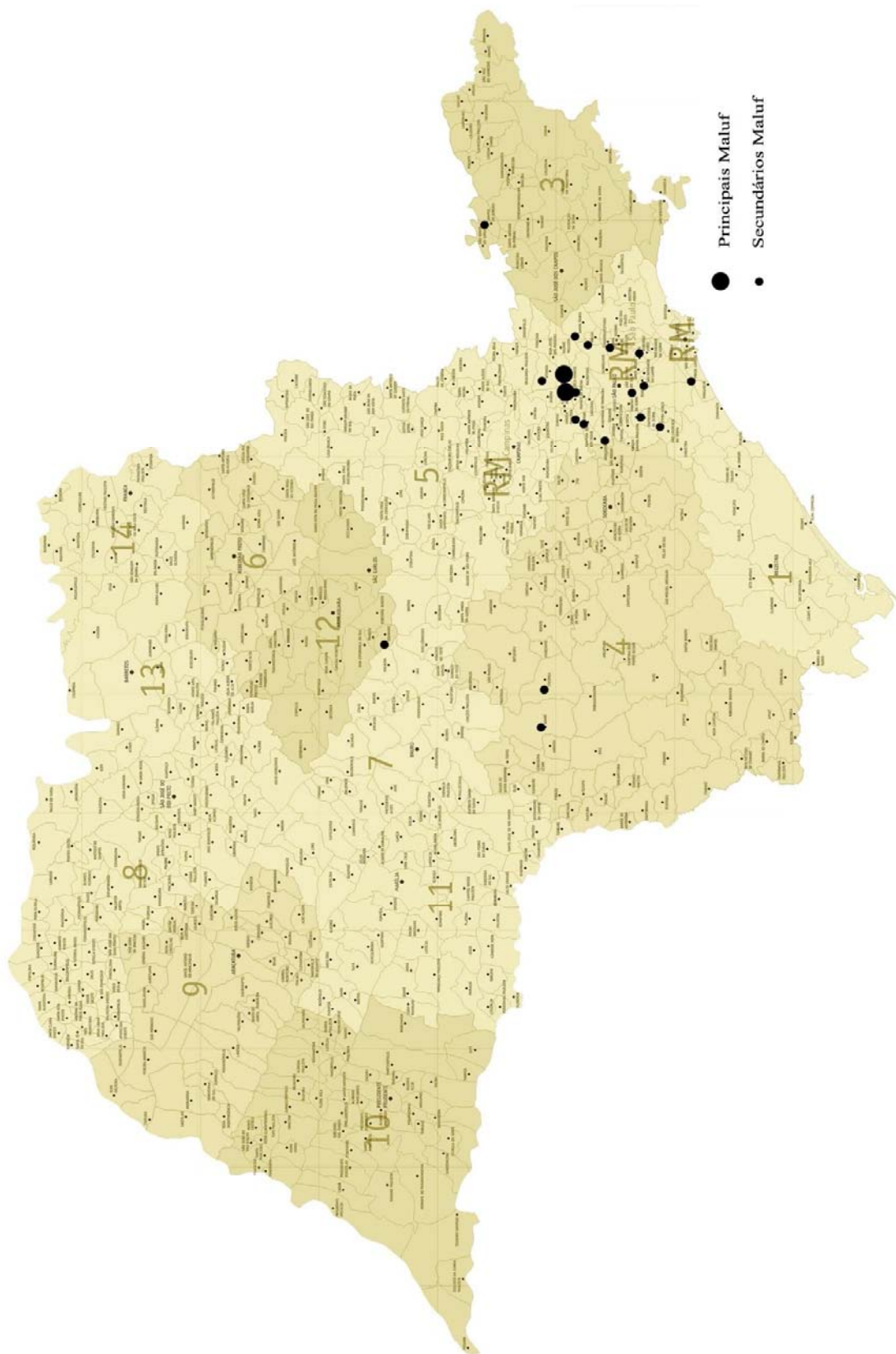
Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

5. MAPAS ELEITORAIS

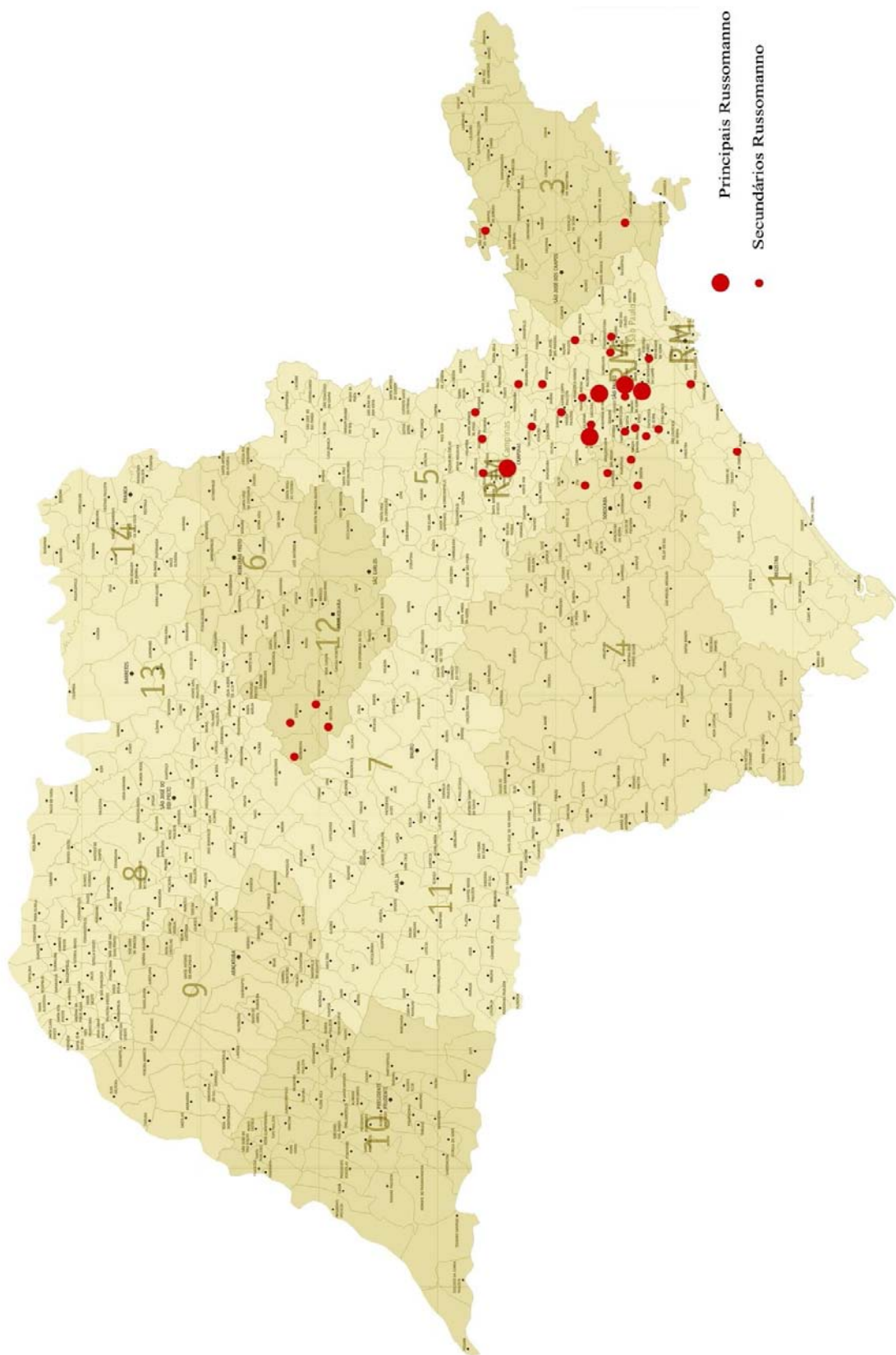
Para a confecção dos mapas, usaram-se informações dos gráficos e tabelas anteriores. Como tratam-se dos onze deputados mais bem votados, que juntos somam 18,81% dos votos válidos para deputado federal no Estado de São Paulo, todos poderiam ser classificados como “dominantes”, de acordo com a tipologia de Ames adotada por Carvalho, visto que todos estão acima de média de votos por deputado, que é de 150.107 votos por deputado eleito, mas alguns foram eleitos em metrópoles, sendo então classificados como “partilhados”. Outra referências numéricas: entre os onze deputados analisados, a média é de 351.766 votos, entre os outros 59 deputados federais paulistas a média é de 112.510 votos por deputado. O deputado eleito com menos votos foi Cel. Paes de Lira (PTC), com 6.673 votos, que representam 0,000635069% dos votos válidos para deputado federal no Estado de São Paulo.

Ainda de acordo com a tipologia de Carvalho, os mapas mostram as diferenças entre as bases espaciais dos deputados, apontando a concentração ou fragmentação eleitoral e quando as cidades “principais” de cada deputado encontram-se em áreas metropolitanas. **Paulo Maluf** é partilhado, com votação concentrada na Grande São Paulo, **Celso Russomano** é partilhado com votação fragmentada entre Grande São Paulo, ABC Paulista e Campinas. **Clodovil** é partilhado com votação fragmentada entre Grande São Paulo, Grande ABC, Campinas e Taubaté, **Enéas** é partilhado com votação fragmentada entre Grande São Paulo, ABC Paulista, Campinas, Sorocaba e Ribeirão Preto. **Emanuel** é dominante com votação concentrada em São José dos Campos, **Paulinho da Força** é partilhado votação concentrada na Grande São Paulo.

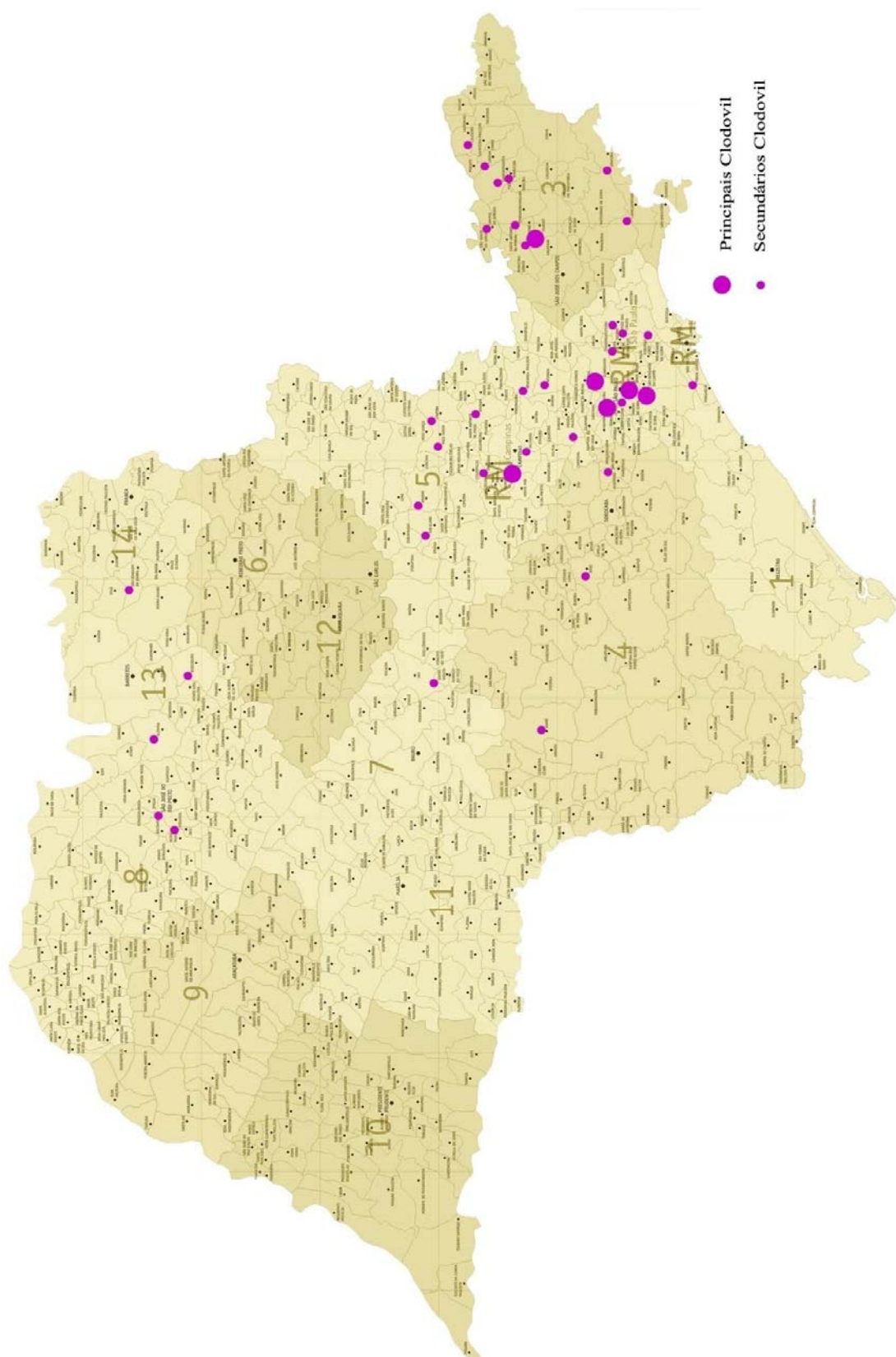
Um caso interessante é de **Edson Aparecido**, partilhado com votação fragmentada entre cidades cujo acesso se dá ou pela rodovia SP-310 (Washington Luis) ou pela rodovia SP-294 (Comandante João Ribeiro de Barros). **Márcio França** é dominante com votação concentrada em todo Litoral Sul, **Mendes Thame** é partilhado com votação fragmentada entre Grande São Paulo e cidades da região de Campinas, como Piracicaba e Itapira. **Luiza Erundina** é partilhada com votação concentrada na Grande São Paulo, assim como **Pinotti**.



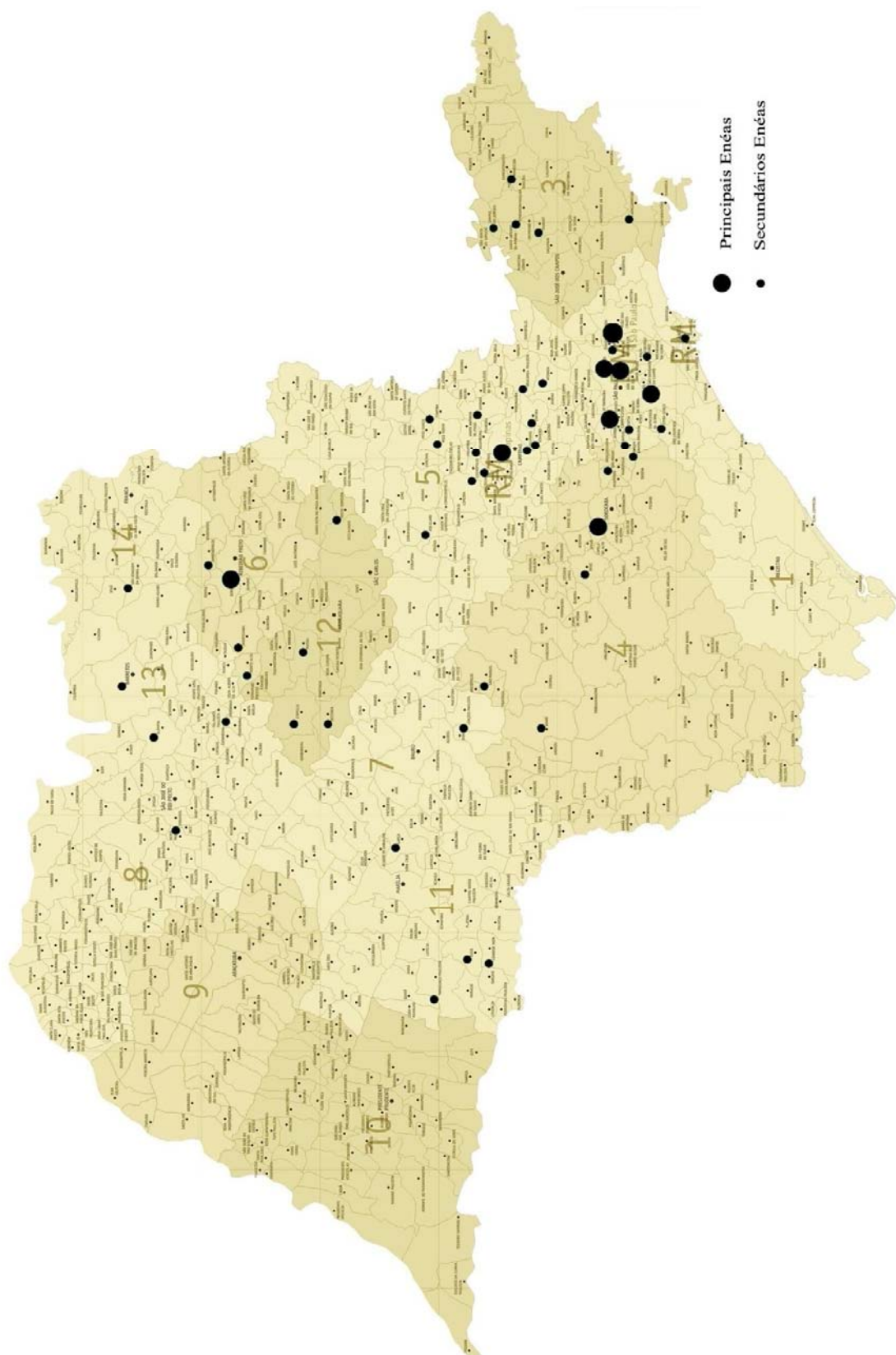
Mapa 1 - Concentração eleitoral de Paulo Maluf. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



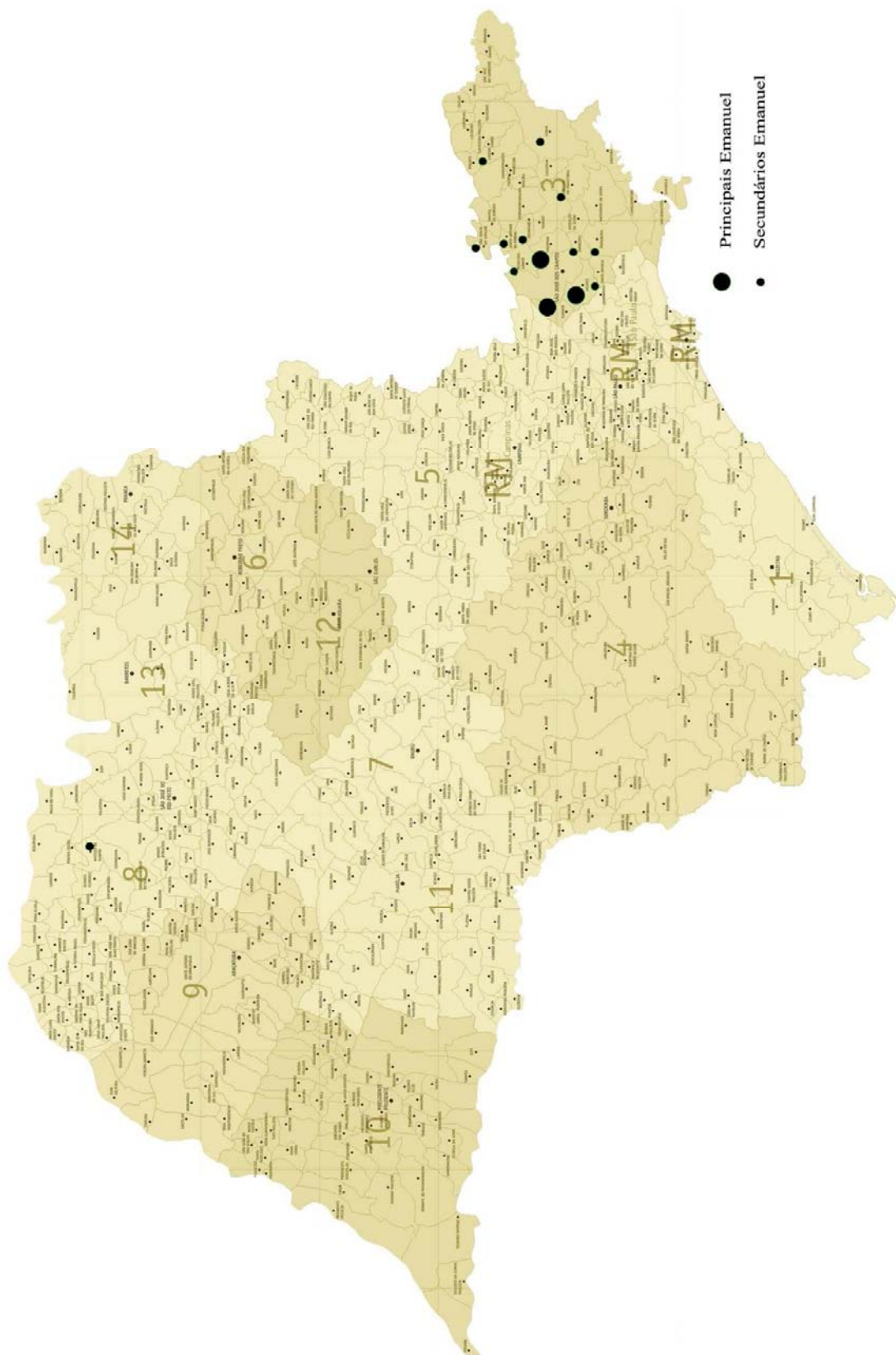
Mapa 2 - Concentração eleitoral de Celso Russomanno. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



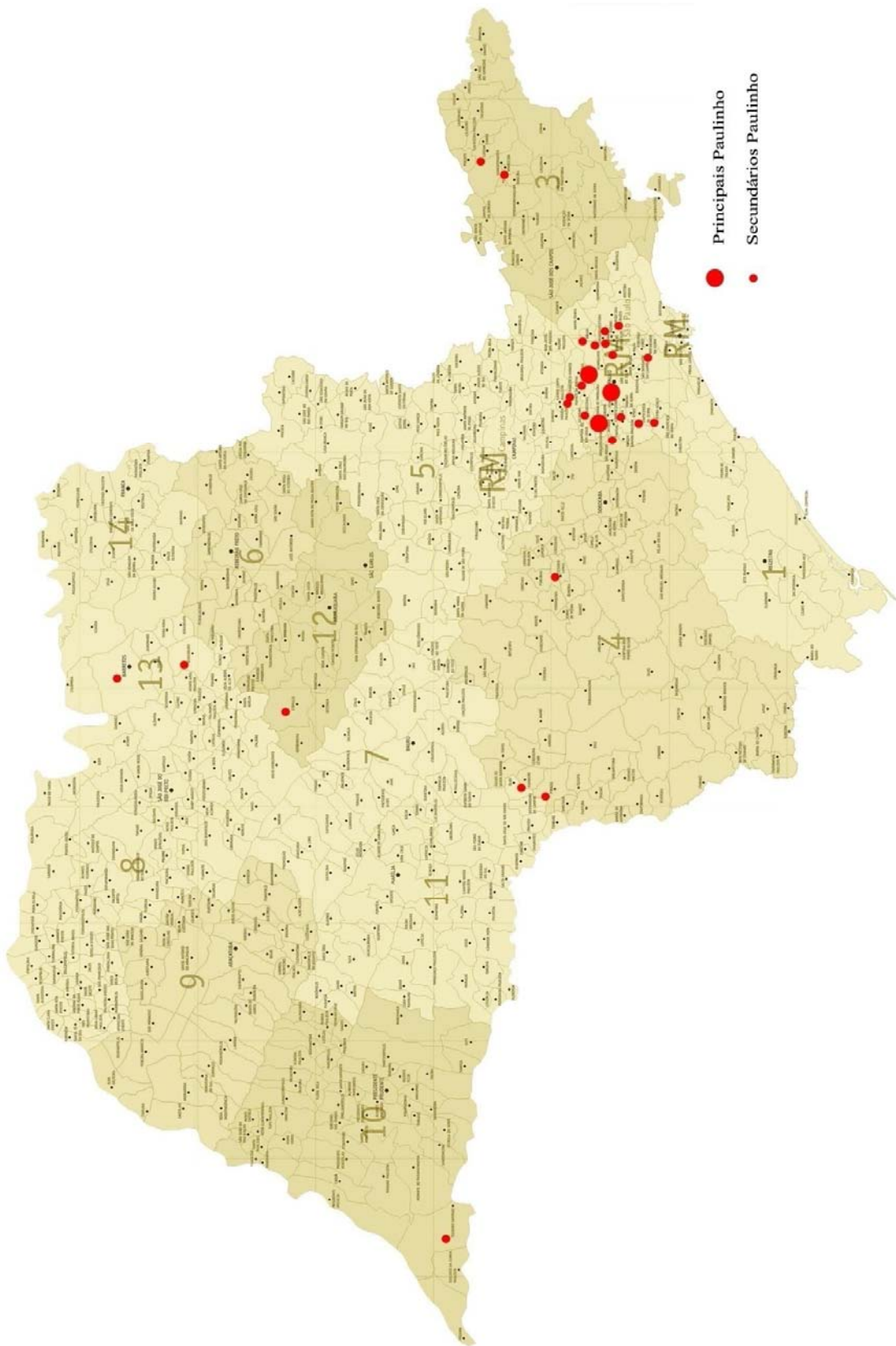
Mapa 3 - Concentração eleitoral de Clodovil Hernandes. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



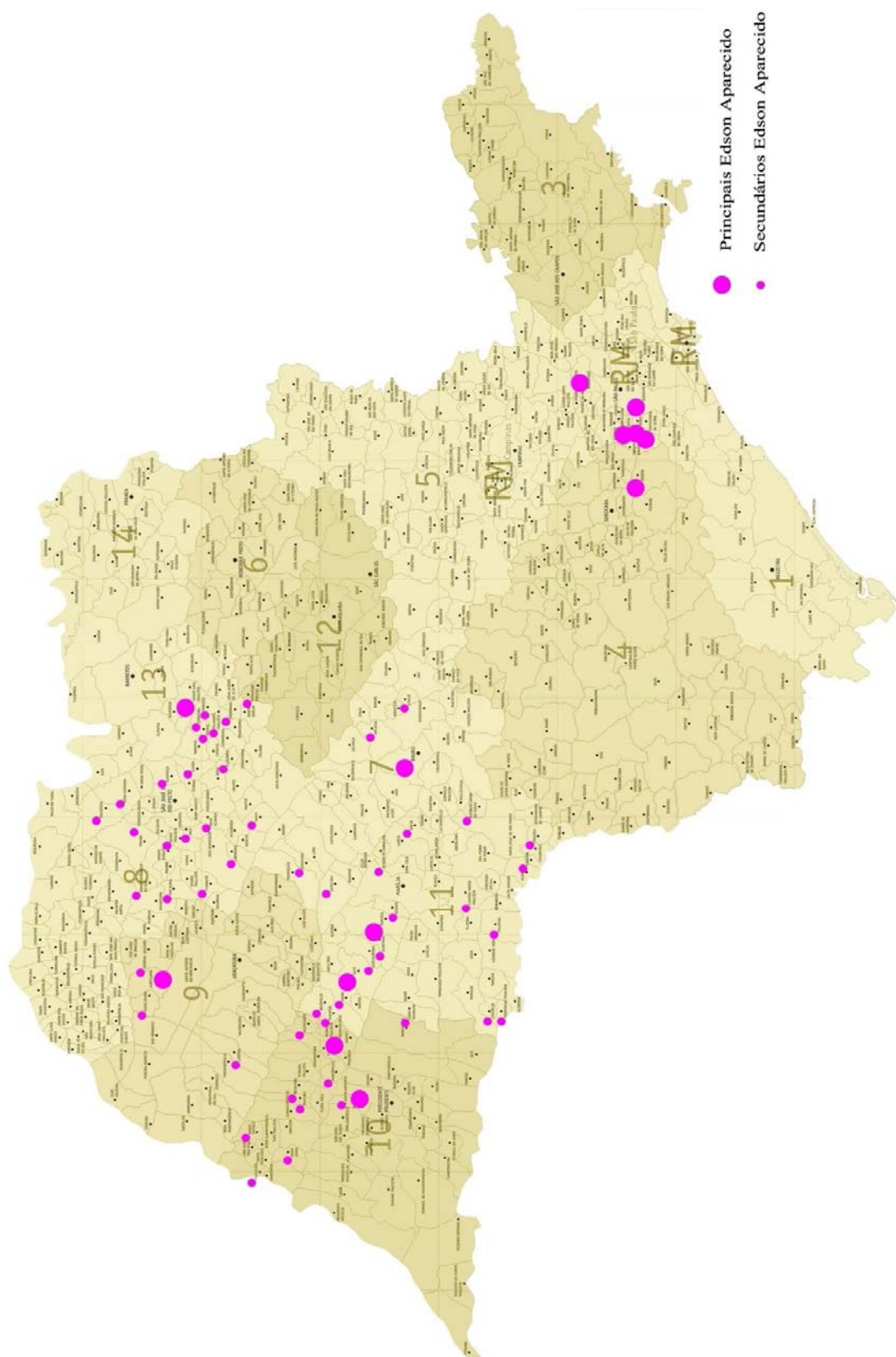
Mapa 4 - Concentração eleitoral de Enéas Carneiro. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



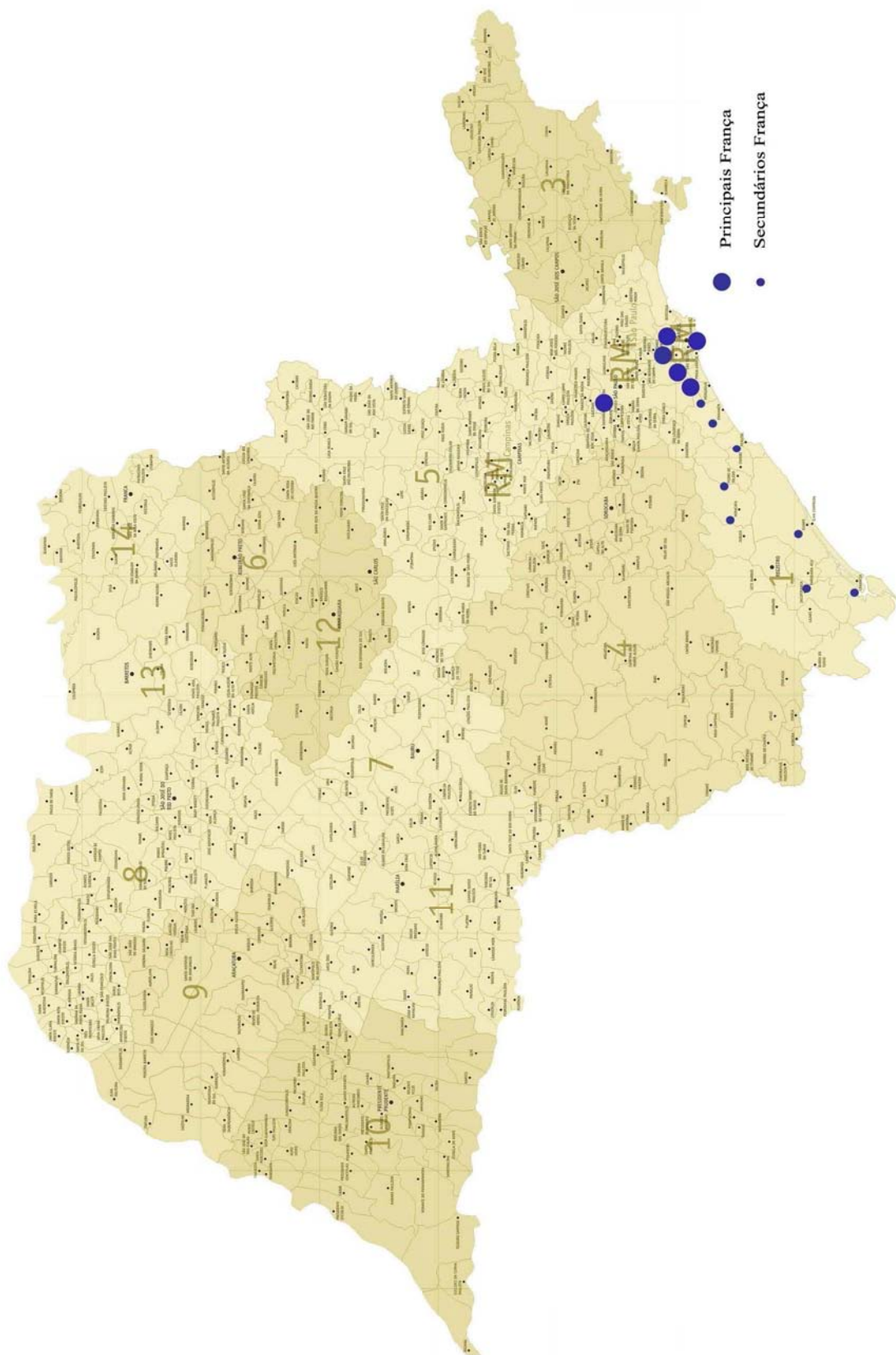
Mapa 5 - Concentração eleitoral de Emanuel Fernandes. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



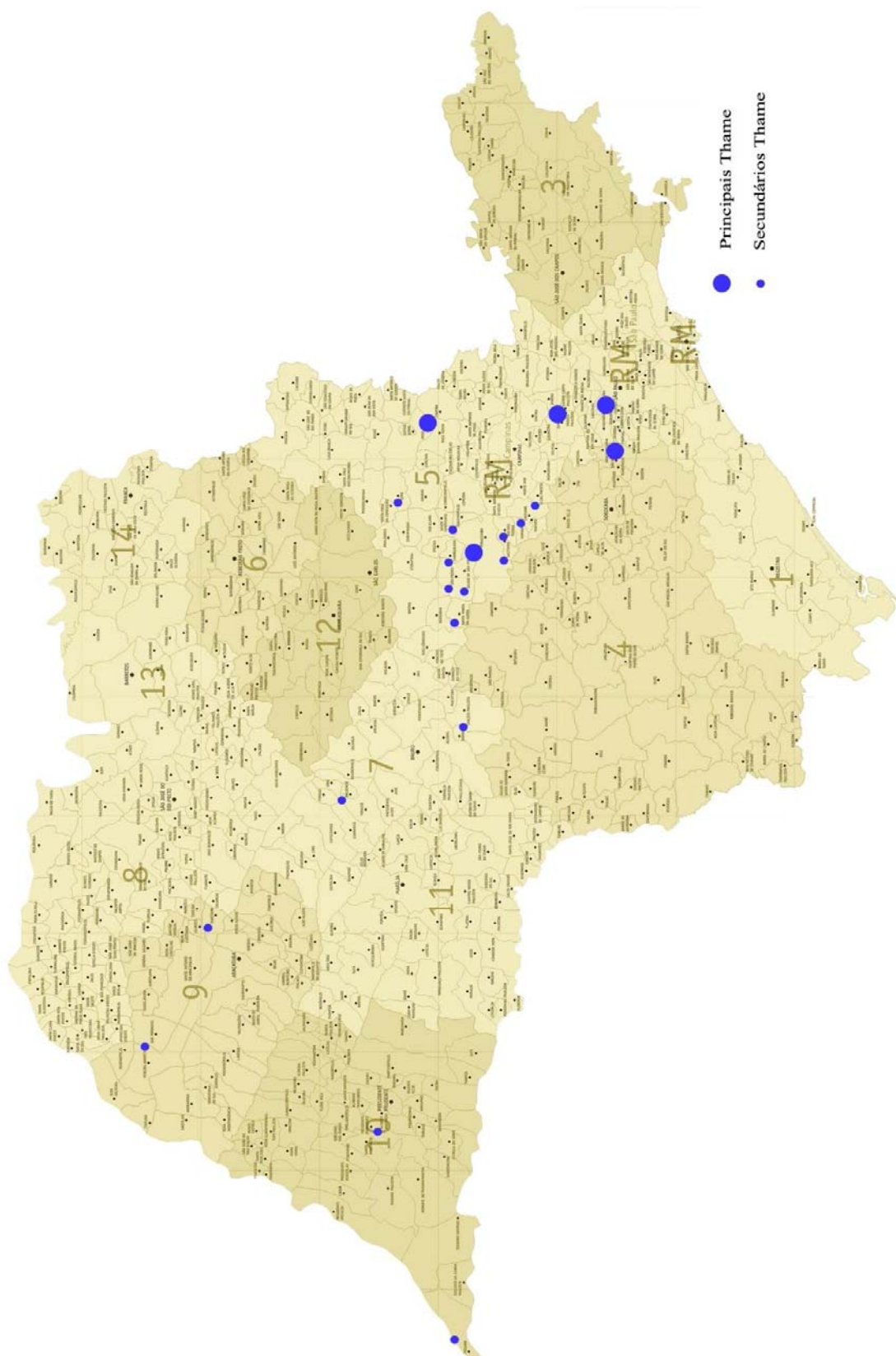
Mapa 6 - Concentração eleitoral de Paulinho da Força. Fonte: TSE (VOTAÇÃO,2006?)



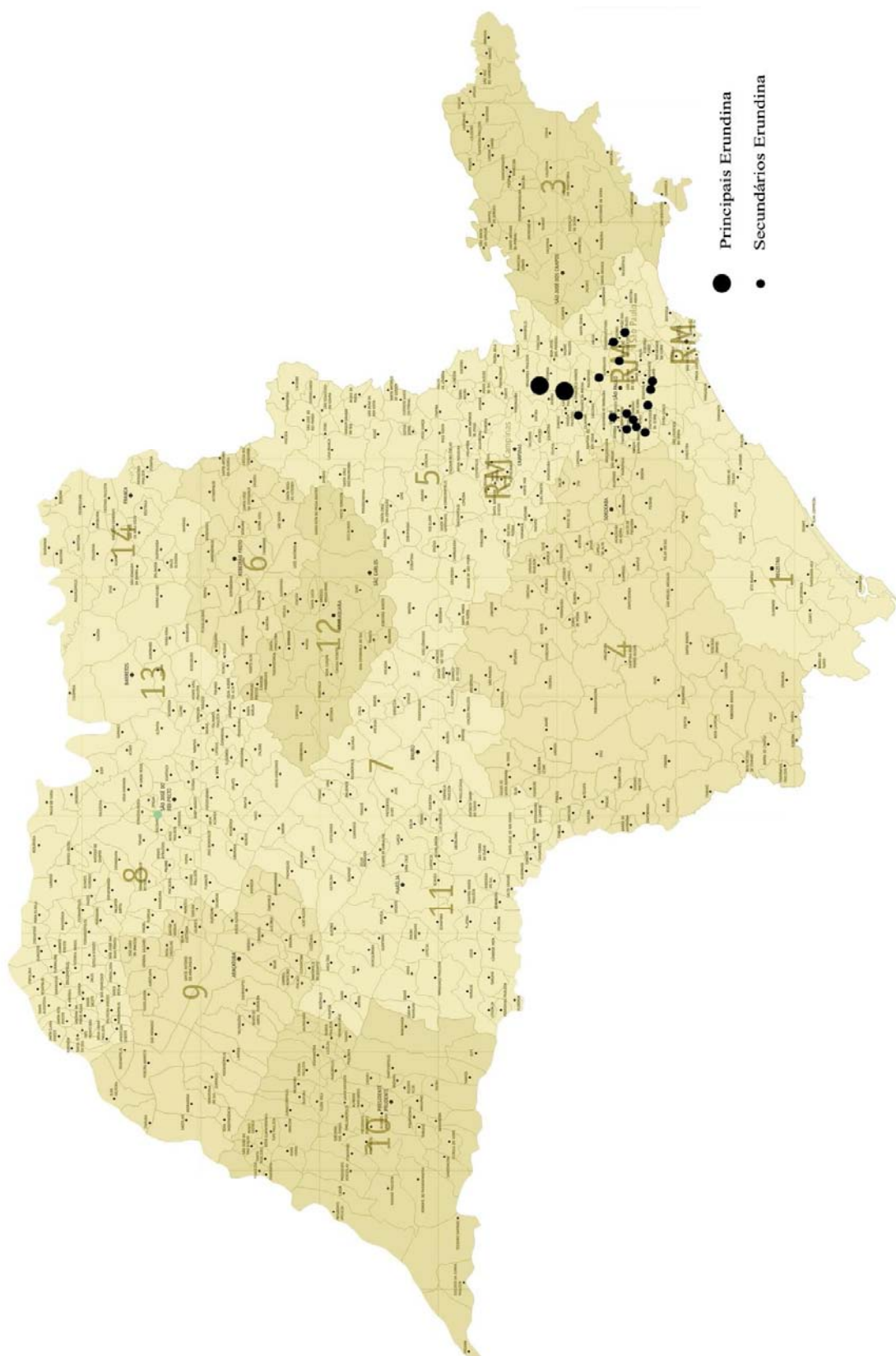
Mapa 7 - Concentração eleitoral de Edson Aparecido. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



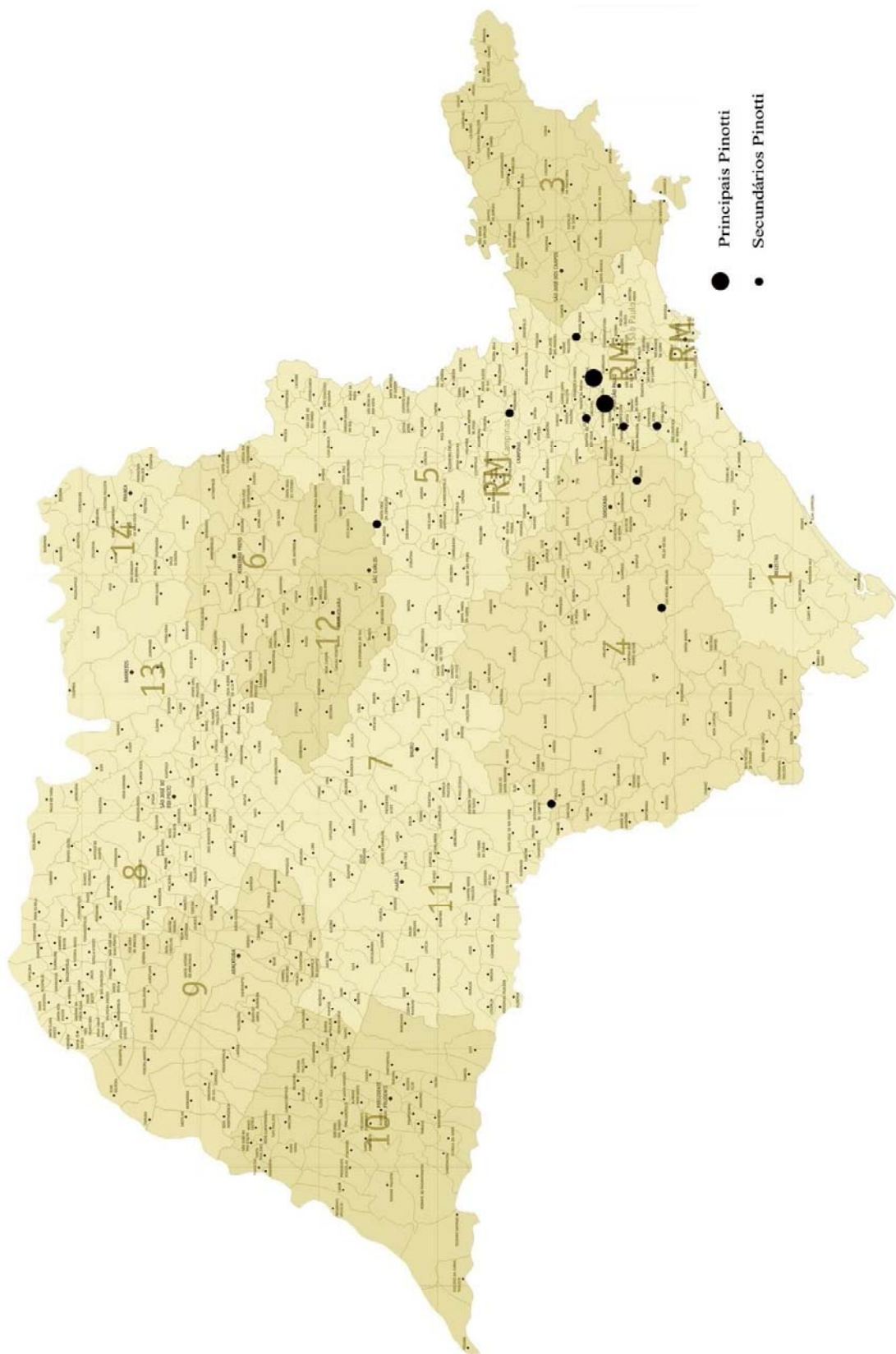
Mapa 8 - Concentração eleitoral de Márcio França. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 9 - Concentração eleitoral de Mendes Thame. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 10 - Concentração eleitoral de Luiza Erundina. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 11 - Concentração eleitoral de Dr. Pinotti. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

6. O FENÔMENO DA CONCENTRAÇÃO ELEITORAL

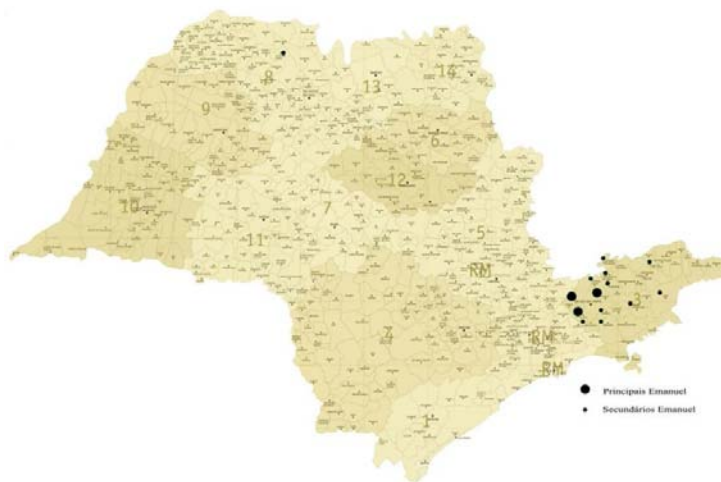
Estes são os mesmos mapas anteriores, em ordem de concentração eleitoral, ou seja, do deputado com maior concentração para o deputado com menor concentração eleitoral. A visualização dos mapas nesta determinada sequência ilustra o fenômeno de dispersão e concentração eleitoral. A ordem é relativa somente aos 11 deputados analisados nesta pesquisa, e Márcio França é o deputado que possui maior quantidade relativa de votos em menor número de municípios, apresentando alto índice de concentração eleitoral, e Enéas a menor quantidade relativa de votos, apresentando alto índice de fragmentação eleitoral.



Mapa 8. Concentração eleitoral de Márcio França. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 10. Concentração eleitoral de Luiza Erundina. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 5. Concentração eleitoral de Emanuel Fernandes. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 11. Concentração eleitoral de Dr. Pinotti. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 6. Concentração eleitoral de Paulinho da Força. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



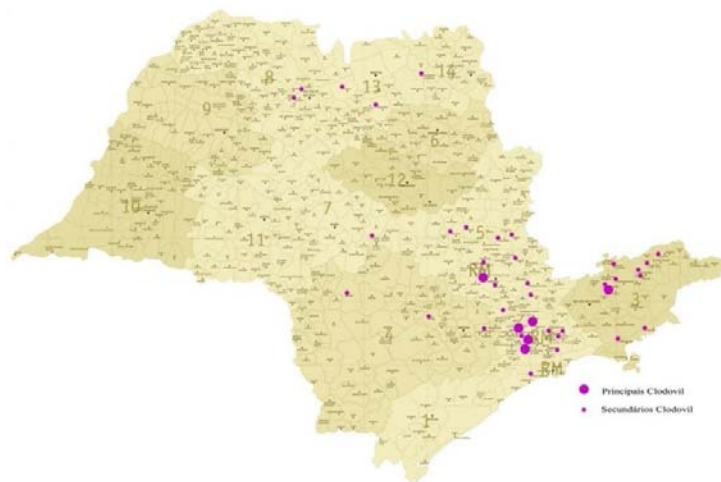
Mapa 9. Concentração eleitoral de Mendes Thame. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



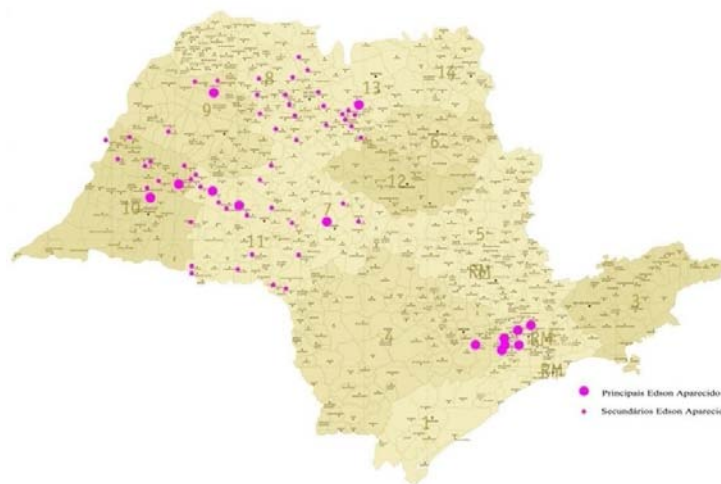
Mapa 1. Concentração eleitoral de Paulo Maluf. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



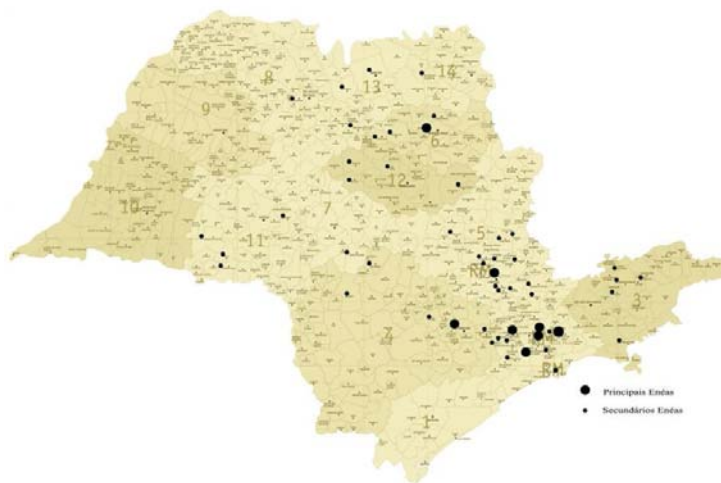
Mapa 2. Concentração eleitoral de Celso Russomanno. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 3. Concentração eleitoral de Clodovil Hernandes. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 7. Concentração eleitoral de Edson Aparecido. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)



Mapa 4. Concentração eleitoral de Enéas Carneiro. Fonte: TSE (VOTAÇÃO, 2006?)

CAPÍTULO IV

OS SITES

1. SISTEMAS ABERTOS DE COMUNICAÇÃO

Para perceber os meios de comunicação Internet com um “olhar mais difuso”, e assim aplicar o método mosaico de investigação, é preciso “considerar cada problema por si mesmo, com pouca referência no campo ao qual se encontra, e procura descobrir relações e princípios existentes na área circunscrita”. (MCLUHAN, 1977, p.72). McLuhan afirma também que os meios de comunicação eletrônicos, diferentes dos meios impressos, são sistemas abertos de comunicação, assim como o afirmam as hipóteses de *agenda setting*. Littlejohn (1982) diz que sistemas são um conjunto de objetos ou entidades que se inter-relacionam para formar um todo único. E que os sistemas fechados não apresentam intercâmbio com seu meio externo ou ambiente, enquanto os sistemas abertos são orientados para a vida e o crescimento:

“um sistema aberto é um conjunto de objetos com atributos que se inter-relacionam num meio ambiente para se tornar um todo único. O sistema possui qualidades de totalidade, interdependência, hierarquia, auto-regulação, equilíbrio, adaptabilidade e equifinalidade” (LITTLEJOHN, 1982, p.337)

Os *sites* aqui estudados serão qualificados como sistemas abertos. Cada um deles é, antes de tudo, um todo, criado para organizar conteúdos, que tendem ao crescimento, com registros deste crescimento (por exemplo, observando-se as datas das notícias neles publicadas) e com suas totalidades sempre limitadas aos respectivos endereços eletrônicos na Internet, no sentido de sua hierarquia sistêmica - é um sistema inserido num sistema maior, a Internet. Os *sites* também são sistemas abertos porque possuem equifinalidade, de representar a imagem dos respectivos deputados (nem todos que apresentam a equifinalidade de abrir canais para seus públicos, como veremos adiante), e apresentam interdependência na organização de suas estruturas, assim como hierarquias, visíveis pelos mapeamentos dos *sites* a seguir apresentados. Os *sites* dos deputados apresentam equilíbrio, no sentido de adaptação às dinâmicas dos meios externos e possuem auto-regulação, por meio do trabalho das assessorias de imprensa, que promovem sua constante adaptabilidade (além do próprio

equilíbrio). “Essas qualidades [dos sistemas abertos] são se excluem mutuamente. É óbvio que coincidem em parte e as ajudam, em elevado grau, a definir-se reciprocamente” (LITTLEJOHN, 1982, p.42).

Assim, entendido que os *sites* dos deputados federais paulistas devam ser analisados como sistemas abertos de comunicação, e considerando que os meios de comunicação, nas condições elétricas da informação, não se adéquam à lógica da classificação de dados, mas sim a lógica de padrões e estruturas (MCLUHAN, 1964, p.10), buscou-se reconhecer essas estruturas e padrões para obter o “olhar mais difuso” sobre os *sites*.

Para reconhecer as estruturas e padrões dos *sites* dos deputados federais paulistas, foi aplicado, sobre os conteúdos dos *sites*, o procedimento de tematização, que consiste em um dos conceitos das hipóteses de agendamento. Os “temas” dos *sites* foram definidos sob o conceito de McLuhan de que “o conteúdo de um meio é sempre outro meio”, e observando a afirmação de que “a mente do hipertexto é dominada por ícones, logotipos, *links*” (KERCKHOVE, 2003, p.8). Assim, quando encontrado um *link* para um vídeo, entendeu-se que o conteúdo daquele acesso é a televisão. Quando encontrou-se um *link* para um livro, entendeu-se que o conteúdo daquele acesso é o impresso, e assim por diante. Quando não houve possibilidade de comparação entre os “temas” dos *sites*, ou seja, quando um determinado meio de comunicação foi encontrado em apenas um *site*, acionaram-se análises de discurso ou de conteúdo, principalmente quando foram encontrados conteúdos metalinguísticos (referentes ao próprio *site*).

Os meios encontrados nos *sites* dos deputados federais paulistas foram a fala, a escrita, a imagem, os audiovisuais e a própria Internet, todas com suas ferramentas específicas, que compõe a totalidade dos sistemas de comunicação *sites dos deputados*. Preferivelmente, as análises citarão os deputados pela ordem de votação: Emanuel Fernandes, Márcio França e José Pinotti, variando apenas com objetivo de facilitar o entendimento das estruturas dos *sites*.

1.1. ORGANIZAÇÃO VISUAL DOS *SITES*

Para compreender as estruturas, hierarquias, acessos e, por fim, os conteúdos dos *sites* dos deputados federais paulistas, é preciso saber como eles são organizados visualmente. Para compartilhar o olhar difuso sobre o meio, determinaram-se os mapas dos *sites*, com suas áreas de acessos a conteúdos. As imagens a seguir devem ser entendidas em sequência, sempre de

forma complementar. Verificaram-se em todos os *sites* estruturas em comum, sendo as chamadas “áreas fixas” as mais importantes estruturas para compreender as organizações visuais dos *sites*. Foram encontradas áreas fixas superiores, inferiores ou laterais, e seu uso é fator inversamente proporcional ao aproveitamento de tela dos *sites*, questão esclarecida pelo gráfico e imagens a seguir. Verificou-se que o *site* de Fernandes, por não usar áreas fixas laterais, acaba por obter um melhor desempenho quanto ao aproveitamento de tela, comparado aos *sites* de França e Pinotti.

Os três *sites* dos deputados apresentam propostas semelhantes de organização visual, com planejamento gráfico semelhante ao de periódicos impressos: cabeçalho com as respectivas fotos dos deputados, menus para navegação, e seguem as cores básicas dos respectivos partidos. Os três *sites* apresentam-se em formato de portal, comum entre *sites* jornalísticos. O *site* de Fernandes é melhor resolvido graficamente, seguindo um padrão uniforme em suas páginas de acessos de conteúdos, utilizando espaços em branco na diagramação de suas páginas e não utilizando áreas fixas laterais, o que facilita a exploração de conteúdos do *site*. O *site* de França, apesar de seguir um padrão para apresentar seus conteúdos, apresenta certa desorganização visual, principalmente por utilizar-se de tipografia pequena, por não diagramar seus conteúdos e pelo uso de muitas estruturas em suas áreas fixas, tanto a lateral como a superior, prejudicando o aproveitamento de tela, além de um acúmulo de objetos na página inicial. O *site* de Pinotti apresenta falhas no planejamento gráfico em diversas de suas páginas, visto sua diagramação imprecisa e sem uniformidade, além de fazer uso de áreas fixas superior, lateral e também inferior, prejudicando os acessos.

Tabela 20 - Aproveitamento de tela dos *sites* dos deputados

	Configuração de Vídeo (<i>pixels</i>)		
	800 x 600	1024 x 768	1280 x 800
<i>site</i> Fernandes	52,52%	48,11%	39,45%
<i>site</i> França	27,07%	28,08%	23,23%
<i>site</i> Pinotti	17,70%	32,43%	27,31%

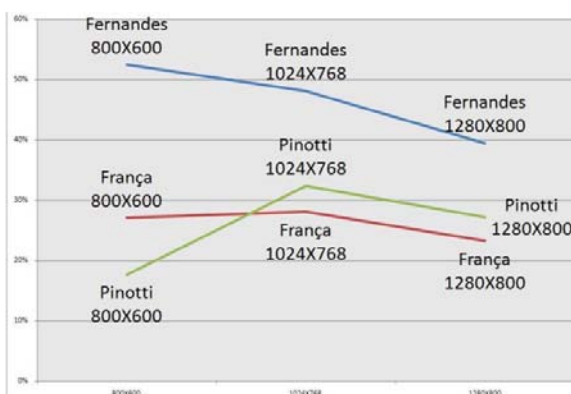


Gráfico 12. Alto aproveitamento de Fernandes deve-se à ausência de área fixa lateral

Emanuel Fernandes
DEPUTADO FEDERAL
PSDB

Eleito deputado Federal com 228.486 votos, Emanuel Fernandes foi o mais votado do PSDB em todo o Brasil e o sétimo no ranking geral. Especialista em assuntos ligados pelo ITA, foi prefeito de São José dos Campos de 1997 a 2004 e transformou a cidade. Em janeiro de 2005, assumiu a Secretaria de Estado da Habitação. Sua vida pública é marcada pela excelência administrativa e pelo exemplo de caráter, ética e honestidade. Bandeira que também defende no Parlamento.

Perfil | Isto é Emanuel | Propostas e Projetos | Discursos | Artigos | Agenda | Imprensa | Ideias e Sugestões | Informativo

Boa tarde! Segunda-Feira, 06 de Julho de 2009

Notícias

Em reunião com Emanuel, CCR diz que pretende construir marginais da Dutra em São José dos Campos

A concessionária NovaDutra pretende iniciar até o final deste ano obras para melhoria do tráfego na Rodovia Dutra, incluindo a construção de marginais no trecho entre São José dos Campos e Jacareí. A informação foi repassada pelos diretores da holding CCR em reunião com o deputado federal Emanuel Fernandes (PSDB).

Outras notícias

02/07/2009
Governo de SP dá sinal verde para início das obras de duplicação de pontes na Rodovia dos Tamoios

20/06/2009
Serra anuncia medidas para formalizar microempreendedor

26/06/2009
Para Emanuel, Brasil tem que aproveitar "janela de oportunidades" na Educação

22/06/2009
Emanuel participa de encontro promovido por Hélio Nishimoto

Blog do Emanuel

22 de Junho de 2009 | 14:48
Uma janela de oportunidades

Não é só por estar ali no topo que há muitas oportunidades (Independentes de ações do governo) que aplicam, em parte, o crescimento do PIB Brasil.

Dê a sua opinião!

Como você avalia as medidas tomadas pelo governo Lula em relação à crise financeira?

Satisfatórias

Insatisfatórias

Adota mais o discurso em vez de medidas concretas

Votar Ver Resultados...

Galeria de Fotos

Conferência Nacional de Educação, em São...

José Serra entrega novas instalações da ...

Parabéns pelo excelente papel que tem feito na vida pública desde São José dos Campos, com sua brilhante condução da prefeitura até suas ações como deputado federal. Não há melhor estímulo para nossas vidas do que pessoas corretas, autênticas e íntegras servindo de exemplo, preocupadas com sua sociedade e trabalhando para seu povo.
Fernando Sanchez - São José dos Campos

Parabéns, você além de competente, forte e perseverante, tem uma presença única quando está discursando! Tudo isso porque seu discurso reflete sua trajetória e posturas tomadas diante de tantas dificuldades pelas quais você não se deixou abater.
Guilherme Leão Baccaro - Ribeirão Preto-SP

São José dos Campos
Cidade Empreendedora

A educação como base de transformação e inclusão social

Brasília - DF
Câmara dos Deputados - Anexo III - Gabinete 250
Fones: (61) 3218-3268/3268 | Fax: (61) 3218-3268
CEP: 70160-900

São José dos Campos - SP
Rua Euclides Mingoti, 394 - Vp. Centro - São 13131514 - Centro
Fones: (13) 3942-7746 | Fax: (13) 3943-2461
CEP: 12245-901


Boosted by CidNovo®

Figura 18 - Página inicial do site de Fernandes

Emanuel Fernandes - Deputado Federal - PSDB - Microsoft Internet Explorer

Arquivo | Ligar | Ligar | Favoritos | Ferramentas | Ajuda

Endereço http://www.emanuefernandes.com.br/



Emanuel Fernandes

DEPUTADO FEDERAL
PSDB

Link do deputado federal com 220.400 votos, Emanuel Fernandes foi o mais votado do PSDB em todo o Brasil e o sétimo no ranking geral. Engenheiro aeronáutico formado pelo ITA, foi prefeito de São José dos Campos de 1997 a 2004 e transformou a cidade. Em janeiro de 2005, assumiu a Secretaria de Estado da Habitação. Sua vida pública é marcada pela excelência administrativa e pelo exemplo de caráter, ética e honestidade. Conheça quem faz bem diferente no Parlamento.

biografia (2º link)

biografia | institucional + blog | projetos de lei | discursos transcritos | artigos | agenda | área para imprensa | contato | periódico eletrônico

Bom tarde | Segunda-Feira, 06 de Julho de 2009

ferramenta de busca

conteúdo jornalístico (imagem e manchete)

conteúdo jornalístico (manchete e lide)

conteúdos jornalísticos (Governo Serra)

institucional (2º link)

blog

conteúdo jornalístico (manchetes)

contato (2º link)

cadastro de emails

enquetes

galeria de fotos

coletânea de links | adiciona a favoritos | indica o site por email

depoimentos de internautas

contato (3º link)

institucional (São José dos Campos)

Brasília - DF
Câmara dos Deputados - Anexo III - Gabinete 260
Fones: (61) 3215-8268/3268 | Fax: (61) 3215-2268
CEP: 70160-900

São José dos Campos - SP
Rua Euclides Mezzala, 394 - Vlp. Center - Sãos LCTs/1514 - Centro
Fones: (12) 3942-7746 | Fax: (12) 3943-2461
CEP: 12245-901

Powered by CidNovo®

Figura 19 - Página inicial do site de Fernandes (mapeamento)

[Voltar para página principal](#)
 Busca...
[Notícia](#) [Galeria de Fotos](#) [Cadastre-se](#)

[Perfil](#) [Sua e Emanuel](#) [Propostas e Projetos](#) [Discursos](#) [Artigos](#) [Agenda](#) [Imprensa](#) [Ideias e Sugestões](#) [Informativo](#)

Imprensa

Videos

- 29/03/2009 Entrevista ao Programa Diálogo Franco, na TV Band Vale
- 02/12/2008 Entrevista ao Programa Palavra Aberta
- 14/11/2008 Programa Expressão Nacional, da TV Câmara
- 10/09/2008 Emanuel fala sobre empreendedorismo no Programa Palavra Aberta
- 13/05/2008 Medida Provisória 422 causa polêmica
- 26/03/2008 Participação no programa "Primeira Página", da TV Câmara
- 07/12/2007 Pronunciamento no Grande Expediente da Câmara dos Deputados
- 18/06/2007 Participação no Programa Antonio Leite Livre, da TV Band Vale
- 13/05/2007 Programa Diálogo Franco, da TV Band Vale
- 07/02/2007 Participação no Programa Brasil em Debate, da TV Câmara

Audios

- 23/02/2008 Entrevista à Rádio Serrana FM, de Cunha
- 07/12/2007 Pronunciamento no Grande Expediente da Câmara dos Deputados
- 19/09/2007 Pronunciamento contra a promoção da CPTF
- 04/09/2007 Pronunciamento sobre a Secretaria de Assuntos a Longo Prazo
- 05/07/2007 Pronunciamento na Comissão de CBT na abertura do Seminário Parques Tecnológicos
- 18/06/2007 Participação no Programa Jornal das 7, no Rádio Planeta Diário

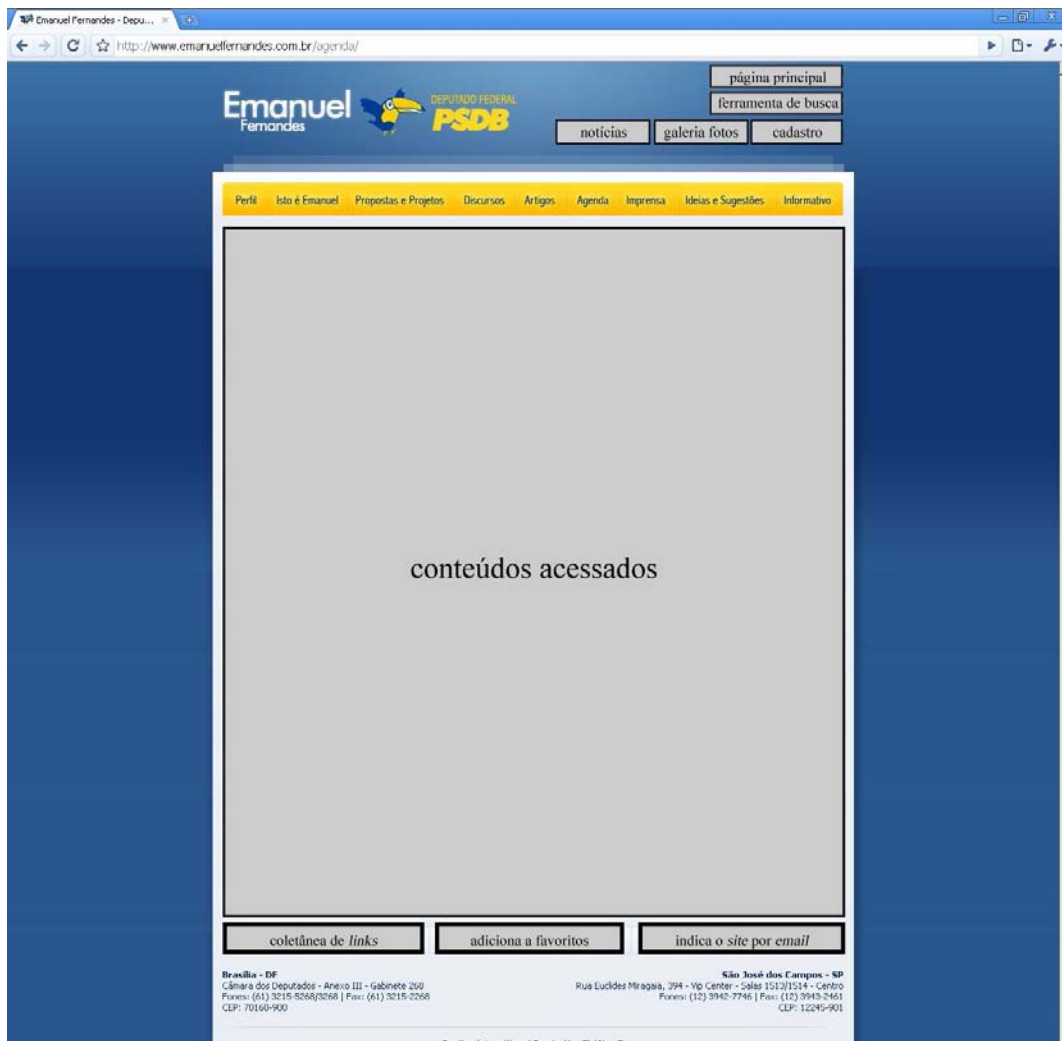
[Link Interessantes](#) [Adicionar aos Favoritos](#) [Indique este site](#)

Brasília - DF
 Câmara dos Deputados - Anexo III - gabinete 209
 Fones: (61) 3215-3268/3268 | Fax: (61) 3215-2268
 CEP: 70160-900

São José dos Campos - SP
 Rua Luckdes Miranda, 394 - Vlp Center - Casas 1513/1514 - Centro
 Fones: (12) 3942-7746 | Fax: (12) 3945-2461
 CEP: 12245-901

Credits: fotográficos | Boosted by ClickNow®

Figura 20 - Exemplo de página de conteúdos no *site* de Fernandes

Figura 21 - Página de conteúdos no *site* de Fernandes (mapeamento)

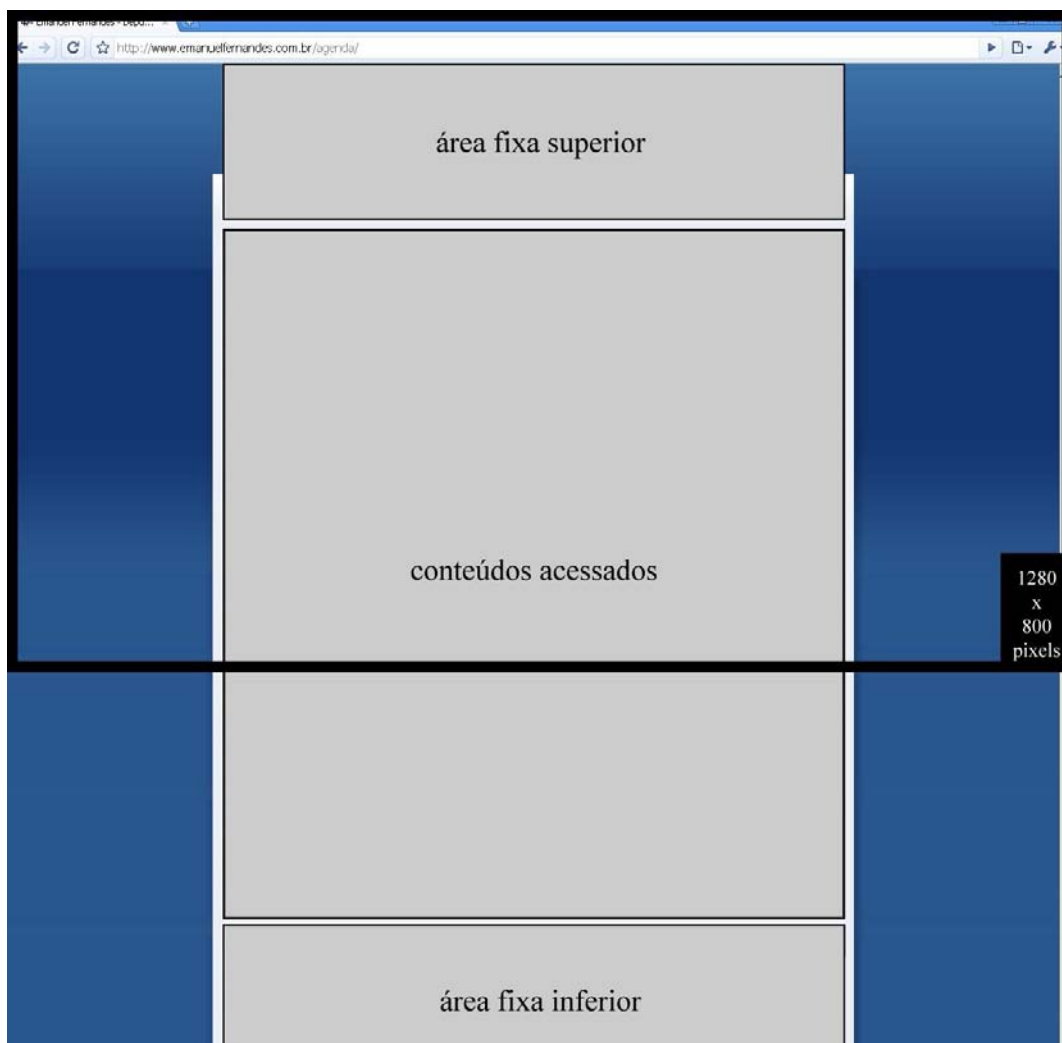


Figura 22 - Aproveitamento das páginas de conteúdo do *site* de Fernandes

DEPUTADO FEDERAL MÁRCIO FRANÇA | Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

DEPUTADO FEDERAL MÁRCIO FRANÇA

Deputado Federal 20 de Novembro de 2008 05:17:56 Principal Fale com o Márcio

O difícil se faz logo, o impossível demora um pouco mais." - Miguel Arraes, líder histórico do PSB

Trajetória Projetos Artigos Voto a Voto Pronunciamentos Favoritos Imprensa

Últimas Notícias repasses para crianças especiais a partir de 2010

Reforma Tributária | 20/11/2008 17:06
Bloco de Esquerda discute texto com Sandro Mabel

Orçamento da União 2009 | 24/11/2008 12:09
Márcio França destina R\$ 7,65 milhões para Baixada Santista

Orçamento Federal 2009 | 10/11/2008 15:10
Márcio França destina R\$ 6,25 mi para pavimentar Jd. Rio Branco

Câmara dos Deputados | 12/11/2008 13:55
Comissão vai discutir criação da Polícia Portuária Federal

Márcio França destina R\$ 6,25 mi para pavimentar Jd. Rio Branco

← ANTERIOR || PRÓXIMA →

O SEGREDO DE MÁRCIO FRANÇA

Clique aqui para ler a versão on line do livro "O Segredo de Márcio França".

MULTIMÍDIA

Assista a outros vídeos

RÁDIO MF

Clique aqui para ouvir as entrevistas do deputado Márcio França.

AGENDA

11/12/2008 - Segunda-feira
 28/11/2008 - Sexta-feira

CLICK 40

MÁRCIO NA MÍDIA | leia

Journal Imcintine | 20/11/2008
Márcio França destina R\$ 6,25 mi para pavimentar Jd. Rio Branco

Diário do Litoral | 25/11/2008
Aposentados e pensionistas pressionam atualização

A Tribuna | 25/11/2008
Aposentados Recebem Apoio

Metrópole | 15/11/2008
São Vicente terá orçamento de R\$ 400 milhões para 2009

EMENDAS 2008

Você concorda com o voto obrigatório?
 Sim
 Não
 Não tenho opinião formada a respeito.

Resultado Votar

CONEXÃO BRASÍLIA

Clique aqui

Conexão Brasília
 França é um dos 100 parlamentares mais influentes da Câmara Federal em 2008

FRONTE DE ESQUERDA

Secretaria Especial dos Partidos

RSS o que é isso?
 Inscreva-se aqui

CLIPPING MF

O PSB cresceu 78% em relação ao pleito de 2004, elegendo 211 prefeitos em todo o País.

BOLETIM INFORMATIVO

Nome:
 E-mail:
 Codificar

PSB orbit

Figura 23 - Página inicial do site de França

The image shows a screenshot of a web browser displaying the homepage of Deputy Federal Márcio França. The browser's address bar shows the URL "DEPUTADO FEDERAL MÁRCIO FRANÇA" and the page title "DEPUTADO FEDERAL MÁRCIO FRANÇA". The browser's menu bar includes "Arquivo", "Editar", "Exibir", "Histórico", "Favoritos", "Ferramentas", and "Ajuda".

The website layout is as follows:

- Header:** A yellow banner with a photo of Márcio França on the left, his signature "Márcio França" in the center, and a date "30 de Novembro de 2008" and time "05:17:56" on the right. Navigation links "página principal" and "contato" are in the top right.
- Navigation:** A horizontal menu with links: "biografia", "projetos", "artigos", "tabela", "discursos", "coletânea de links", and "imprensa". Below it is a link for "letreiro digital jornalístico (link para notícias)".
- Main Content Area:**
 - Top Left:** "letreiro digital institucional" (yellow header), followed by "conteúdo jornalístico (manchete)".
 - Top Right:** "O SEGREDO DE MÁRCIO FRANÇA" (yellow header), followed by "livro".
 - Middle Left:** "conteúdo jornalístico (manchete e imagem)" and "conteúdo jornalístico (manchetes)".
 - Middle Right:** "MULTIMÍDIA" (yellow header), followed by "televisão".
 - Bottom Left (Top):** "conteúdo jornalístico (na capa por mais tempo)" and "texto emendas parlamentares".
 - Bottom Left (Middle):** "MÁRCIO NA MÍDIA" (yellow header), "clipping (coletânea de notícias que citam o deputado)", and "enquetes".
 - Bottom Left (Bottom):** "ELEIÇÕES 2008" (yellow header), "mapas e tabelas (eleições 2008)", "PARABÉNS" (yellow header), "carta", and "aniversário de cidades paulistas".
 - Bottom Right (Top):** "NA BOCA DO POVO" (yellow header), "impresos (visualização)", "RÁDIO MF" (yellow header), "rádio", "AGENDA" (yellow header), "agenda", and "CLICK 40" (yellow header).
 - Bottom Right (Bottom):** "BOLETIM INFORMATIVO" (yellow header), "conteúdo jornalístico (foto e legenda)", "cadastro de emails", "microblog", "RSS", and "rede social".
- Footer:** "acesso administrativo" (yellow header).

Figura 24 - Página inicial do site de França (mapeamento)

DEPUTADO FEDERAL MÁRCIO FRANÇA | Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

DEPUTADO FEDERAL MÁRCIO FRANÇA

Deputado Federal 30 de Novembro de 2008 05:17:56 Principal Fale com o Márcio

O difícil se faz logo, o impossível demora um pouco mais." - Miguel Arraes, líder histórico do PSB

Trajetória Projetos Artigos Voto a Voto Pronunciamentos Favoritos Imprensa

Últimas Notícias repasses para crianças especiais a partir de 2010

VOTO A VOTO

Os 215.388 votos obtidos no Estado de São Paulo em 2004 fizeram de Márcio França o deputado federal mais votado do litoral paulista e o segundo mais votado no Brasil dentre os candidatos do PSB. Confira a votação por município. A lista abaixo está disposta em ordem alfabética e os dados foram obtidos junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Busca por município: Buscar

Exemplo: São Vicente

Município	Eletorado	Votos Válidos	Votos Nominais	(%)
ADAMANTINA	26284	17925	30	0,17
AGUAÍ	21070	15004	10	0,11
ÁGUAS DA PRATA	5884	4359	5	0,12
ÁGUAS DE LINDÓIA	12163	9699	25	0,29
ÁGUAS DE SANTA BÁRBARA	4341	2807	8	0,29
ÁGUAS DE SÃO PEDRO	3027	2152	5	0,23
AGUADOS	25969	10651	6	0,03
ALTAIR	3032	2004	1	0,05
ALTINÓPOLIS	12414	8532	7	0,08
ALTO ALEGRE	2576	2480	2	0,08
ALLUMIÁRIO	11221	9039	2	0,02
ÁLVARES MACHADO	15000	11156	9	0,00
ÁLVARO DE CARVALHO	2920	2110	1	0,05
ALVINLÂNDIA	2378	1661	3	0,18
AMERICANA	152445	115107	26	0,02
AMÉRICO BRASILIENSE	22314	16409	3	0,02
AMPARO	46246	34290	23	0,07
ANALÂNDIA	3698	2732	1	0,04
ANDARAÍ	42016	28749	35	0,12
ANGATUBA	15194	11553	3	0,03
ANHUJAS	2681	2090	1	0,05
APARECIDA	25577	20305	104	0,51
APARECIDA DOESTE	3743	2671	1	0,04
APIÁÍ	19616	13230	1	0,01
ARAÇATUBA	127663	92286	40	0,05
ARAÇOIABA DA SERRA	15992	12705	8	0,06
ARANDU	4532	3497	2	0,06

O SEGREDO DE MÁRCIO FRANÇA

Clique aqui para ler a versão on line do livro "O Segredo de Márcio França".

MULTIMÍDIA

Assista a outros vídeos

RÁDIO MF

Clique aqui para ouvir as entrevistas do deputado Márcio França.

AGENDA

11/12/2008 - Segunda-feira
28/11/2008 - Sexta-feira

CLICK 40

O PSB cresceu 78% em relação ao pleito de 2004, elegendo 211 prefeitos em todo o País.

BOLETIM INFORMATIVO

Nome:
E-mail:
Codificar

Figura 25 - Exemplo de página de conteúdos no site de França

The image shows a screenshot of a web browser displaying the official website of Deputy Márcio França. The browser's address bar shows the URL "DEPUTADO FEDERAL MÁRCIO FRANÇA". The page header includes the name "Deputado Federal", the date "30 de Novembro de 2008", the time "05:17:56", and the text "Principal Fale com o Márcio". A navigation menu contains links for "Trajetória", "Projetos", "Artigos", "Voto a Voto", "Pronunciamentos", "Favoritos", and "Imprensa".

The main content area is a large grey rectangle with the text "conteúdos acessados" centered inside. To the right of this area is a sidebar with several sections:

- O SEGREDO DE MÁRCIO FRANÇA**: A section with a small image and text: "Clique aqui para ler a versão on line do livro 'O Segredo de Márcio França'".
- MULTIMÍDIA**: A section with a video player interface, including a play button and volume controls. Below it, the text "Assista a outros vídeos:" is visible.
- RÁDIO MF**: A section with a microphone icon and the text "Clique aqui para ouvir as entrevistas do deputado Márcio França".
- AGENDA**: A section listing dates: "11/12/2008 - Segunda-feira" and "28/11/2008 - Sexta-feira".
- CLICK 40**: A section featuring a photo of Márcio França speaking into a microphone. Below the photo, the text reads: "O PSB cresceu 78% em relação ao pleito de 2004, elegendo 211 prefeitos em todo o País.".
- BOLETIM INFORMATIVO**: A section with a form for "Nome:" and "Email:" and a "Cadastrar" button.

At the bottom of the page, there are logos for "psb", "orbit", and "REDAÇÃO".

Figura 26 - Página de conteúdos no site de França (mapeamento)

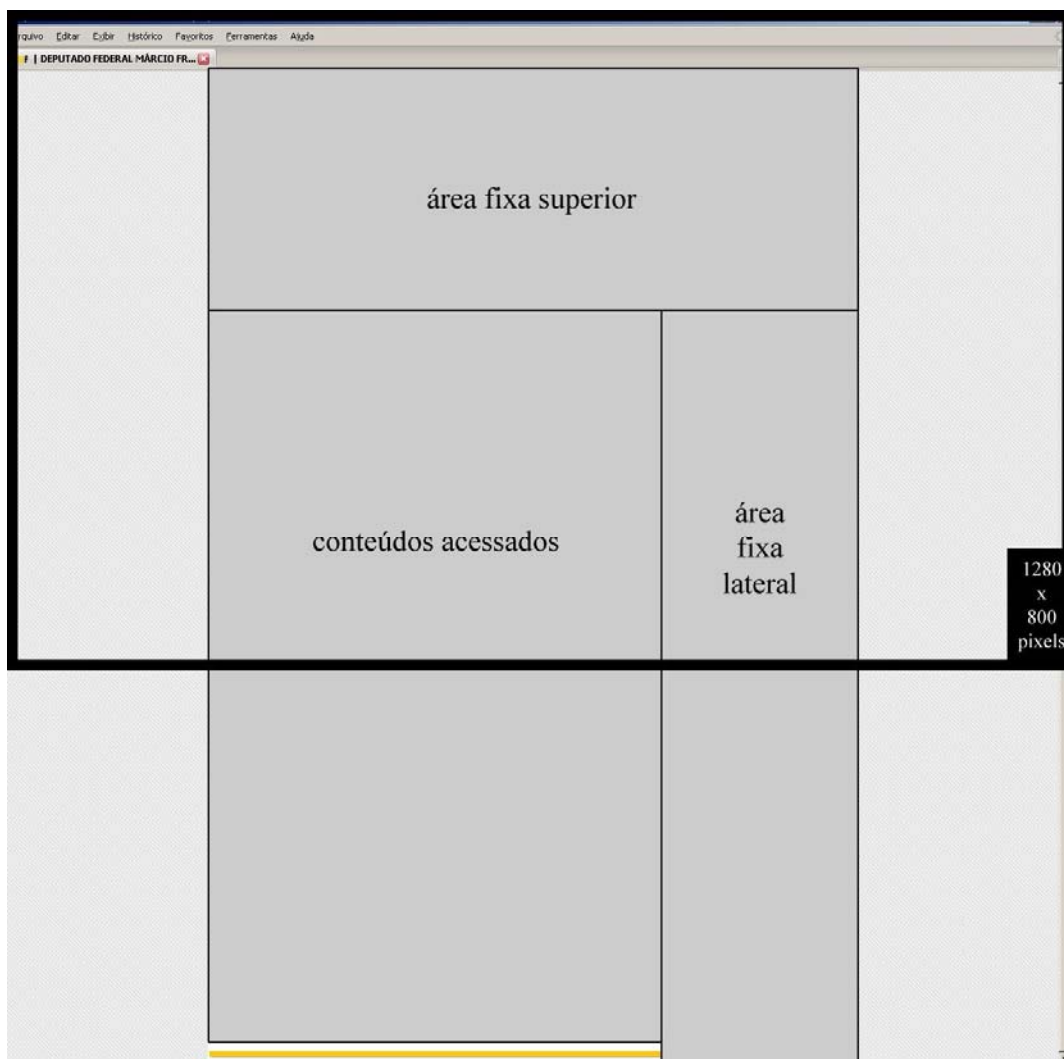


Figura 27 - Aproveitamento das páginas de conteúdo do *site* de França.

Documento sem título - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

Documento sem título



Dr. Pinotti
Deputado Federal DEM-SP

Democratas

CÂNCER DE MAMA PREVENÇÃO SAÚDE DA MULHER CONHEÇA SEUS RISCOS CLÍNICA DR. PINOTTI

MENU

- Conheça o Dr. Pinotti
- Curriculo
- Projetos de Lei
- Relatorias
- Discursos
- Artigos Selecionados
- Comissões
- Intervenções Plenárias
- Arquivo de Vídeo
- Arquivo de Audio

TV CÂMARA

Entrevista TV Câmara

24/09/2008 - Dep. Dr. Pinotti (DEM-SP) fala sobre o projeto de lei aprovado pelo Congresso Nacional e sancionado pelo presidente Lula que amplia de quatro para seis meses a licença maternidade. Dois artigos do projeto, inclusive o que previa que empresas deixassem de recolher a contribuição previdenciária nos últimos dois meses, foram retirados do texto. Empresas privadas e a administração pública podem aderir voluntariamente ao programa e em troca receber incentivos fiscais do governo como o abatimento do imposto de renda dos meses a mais concedidos à funcionária.

Entrevista TV Câmara

22/05/2008 - Dep. Dr. Pinotti (DEM-SP) e Dep. Sebastião Madeira (PSDB-MA) (Brasil em Debate) Quem adquirir um plano de saúde, a partir de agora, terá a cobertura ampliada, mas será obrigado a pagar mais do que no início do ano. Isso porque algumas operadoras reajustaram os seus preços, em março, em até 12,9%, alegando a necessidade de promover a correção da inflação anual e as adaptações internas. Para planos novos, o mercado é livre, ou seja, a Agência Nacional de Saúde Complementar (ANS) não vai controlar os aumentos. No entanto, para planos já contratados, os reajustes podem ser feitos apenas uma vez por ano, com índice regulamentado pela Agência. Os usuários alegam que são sempre vítimas de medidas restritivas dos planos de saúde. Para falar dessa tema, convidamos os deputados Dr. Pinotti (DEM-SP) e Sebastião Madeira (PSDB-MA).

Entrevista TV Câmara

21/05/2008 - Dep. Dr. Pinotti (DEM-SP) (Palavra Aberta) crédito pessoal e ao consumidor representa cerca de 35% do total de créditos concedidos no País. Mas a taxa pode variar, de banco para banco, de 2% a 15% ao mês. Será que essa variação esconde a cobrança de juros abusivos? Este é o tema deste Palavra Aberta. Fala sobre o assunto, o deputado Dr. Pinotti, presidente da Comissão de Fiscalização e Controle da Câmara.

CARTILHAS - LIVROS

Livro com Principais Artigos

Cartilha de Fiscalização Financeira e Controle

Livro Saúde da Mulher

VÍDEOS

28/08/08 - Jornal da Globo - Anencéfalia

Entrevista do Deputado Dr. Pinotti no programa do Jô - 26/06/2006 duração: 00:18:02

11/04/2008 - You Tube - Em cima da Hora - TV Câmara

Documentário sobre Aborto - Record News 16/09/08

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Análise do Dep. Dr. Pinotti sobre o PL 4876 que trata dos planos de saúde e vai está em discussão na Comissão de Defesa do consumidor

Como a reprodução de meu pronunciamento sobre os planos de saúde, na Comissão de Separação (reunião de 02/04/08), apontando as incongruências e omissões do Projeto de Lei do ilustre deputado Henrique Fontana; relatado pelo conspiquo deputado Ribamar Alves; e justificando a necessidade de meu voto em separado, infelizmente apresentou graves defeitos de grafiação, faço um pequeno resumo dessas questões para seu conhecimento.

O Deputado Dr. Pinotti apresentou um voto em Separado para corrigir os desmandos em relação aos Planos de Saúde. Essa tem sido uma luta contínua do Deputado. **Veja o Voto em Separado.**

Voto Separado **PL 85/2003** Dr. Pinotti e Átila Lira, regulamenta a criação de novas Faculdades.


Gabinete do Deputado Federal Dr. Pinotti-End: Câmara dos Deputados Anexo IV Gabinete 525-Brasília DF-CEP 70160-900-Tel: (61)3215-5525-Fax: (61)3215-2525 e-mail: dep.dr.pinotti@camara.gov.br

Figura 28 - Página inicial do site de Pinotti

Documento sem título - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

Documento sem título



Dr. Pinotti
Deputado Federal DEM-SP Democratas

conteúdos médicos | conteúdos médicos | livro | pesquisa qualitativa | institucional

MENU

- biografia
- biografia
- projetos de lei
- relatorias
- discursos transcritos
- artigos
- comissões
- televisão (Parlatube)
- televisão (Câmara)
- áudios (Câmara)

TV CÂMARA

televisão

televisão

televisão

CARTILHAS - LIVROS

livro | livro | livro

VÍDEOS

televisão

televisão | televisão | televisão

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

discurso transcrito (institucional)

conteúdo jornalístico

conteúdo jornalístico

conteúdo jornalístico

Gabinete do Deputado Federal-Dr. Pinotti-End: Câmara dos Deputados Anexo IV Gabinete 525-Brasília DF-CEP 70160-900-Tel: (61)3215-5525-Fax: (61)3215-2525
email: dr.pinoiti@camara.gov.br

Figura 29 - Página inicial do site de Pinotti (mapeamento)

Documento sem título - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

Documento sem título



Dr. Pinotti
Deputado Federal DEM-SP

CÂNCER DE MAMA PREVENÇÃO SAÚDE DA MULHER CONHEÇA SEUS RISCOS CLÍNICA DR. PINOTTI

MENU	CURRÍCULO
<ul style="list-style-type: none"> Conheça o Dr. Pinotti Currículo Projetos de Lei Relatorias Discursos Artigos Selecionados Comissões Intervenções Plenárias 	<p>JOSÉ ARISTODEMO PINOTTI</p> <p>Nascido em São Paulo, SP, Brasil, em 20 de dezembro de 1934, filho de Alfredo Pinotti, brasileiro, Dentista e Anna Bovo Pinotti, brasileira, Educadora Sanitária, fez Curso Primário no "Grupo Escolar Marechal Floriano da Fonseca" e Secundário no "Colégio Nossa Senhora do Carmo". Graduiu-se na Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Fez residência no Hospital Pérola Byington e Pós-Graduação em Firenze (Careggi Prof. W. Ingulli) e Milão (Istituto Nazionale dei Tumori - Prof. U. Veronesi), na Itália, e na França (Instituto Gustave Roussy - Prof. P. Denoix). Toda sua carreira acadêmica, Concursos Públicos de Doutorado (1968), Livre-Docência (1970), Professor Associado (1972) e Professor Titular (1982) foi feita na UNICAMP e na USP (Universidade de São Paulo), onde fez novamente o Concurso de Professor Titular em 1992, e casado com Suelly Pinotti, Professora Universitária. Pai de Miriela - estudante universitária, falecida; André - Arquiteto e Marianne - médica. Avô de Anna, Gaia, Aristodemo, Enrica e Mirella.</p> <p>1- PRINCIPAIS CARGOS OCUPADOS</p> <p>NACIONAIS</p> <p>1.1. Professor Titular e Chefe do Departamento de Ginecologia e Obstetria da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), São Paulo, Brasil, 1972-1992, com formação ininterrupta de médicos, residentes e pós-graduandos sob sua direção e orientação.</p> <p>1.2. Diretor da Faculdade de Ciências Médicas da UNICAMP, em duas gestões: 1970-1971 e 1978-1980, quando iniciou e posteriormente terminou como Reitor o Hospital das Clínicas da UNICAMP, modernizou a Faculdade de Medicina e criou tantos programas, iniciou o PAISM, que é hoje aplicado no país inteiro e o Programa de Controle de Câncer do Útero (1970), que levou Campinas a ter a menor mortalidade pela doença no Brasil e menor inclusive do que nos USA. Esse programa persiste e é modelo para o país.</p> <p>1.3. Diretor Executivo do Centro de Assistência Integral à Saúde da Mulher (CAISM) da UNICAMP, São Paulo, Brasil, 1985-1986, primeiro hospital da mulher do país, que idealizou e construiu e hoje é considerado referência para a América Latina.</p> <p>1.4. Reitor da UNICAMP, São Paulo, Brasil, 1982-1986, tirando-a da crise, dando-lhe estatutos, aumentando sua área física em 114% e projetando-a como a mais moderna da América Latina.</p> <p>1.5. Secretário da Educação, Estado de São Paulo, Brasil, 1986-1987, durante o Governo Monteiro quando implantou o PROFIC (Programa de Formação Integral da Criança), que foi o maior projeto pedagógico da América Latina de crianças (500.000) em tempo integral no ensino público com excelentes resultados.</p> <p>1.6. Secretário da Saúde, Coordenador do Sistema Unificado e Descentralizado de Saúde (SUDS) de São Paulo, Brasil, 1987-1991, implantou a Municipalização e o SUDS em São Paulo e aperfeiçoou o Sistema de Saúde com dezenas de novos Hospitais entre os quais o Instituto da Mulher e centenas de Centros de Saúde.</p> <p>1.7. Presidente da Associação Brasileira de Reprodução Humana e Nutrição Materno-Infantil (RENUMI), 1975-1988; promovendo o PAISM</p> <p>1.8. Presidente do Departamento de Obstetria e Ginecologia da Sociedade de Medicina e Cirurgia de Campinas, São Paulo, Brasil, 1969-1971;</p> <p>Gabinete do Deputado Federal-Dr. Pinotti-End: Câmara dos Deputados Anexo IV Gabinete 525-Brasília DF-CEP 70160-900-Tel: (61)3215-5525-Fax: (61)3215-2525 email: dep.dr.pinoth@camara.gov.br</p>

Figura 30 - Exemplo de página de conteúdos no site de Pinotti

Documento sem título - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

Documento sem título

Dr. Pinotti
Deputado Federal DEM-SP

ORDEM E PROGRESSO

Democratas

CÂNCER DE MAMA PREVENÇÃO SAÚDE DA MULHER CONHEÇA SEUS RISCOS CLÍNICA DR. PINOTTI

MENU

- Conheça o Dr. Pinotti
- Currículo
- Projetos de Lei
- Relatorias
- Discursos
- Artigos Selecionados
- Comissões
- Intervenções Plenárias

conteúdo acessados

Gabinete do Deputado Federal-Dr. Pinotti-End: Câmara dos Deputados Anexo IV Gabinete 525-Brasília DF-CEP 70160-900-Tel.: (61)3215-5525-Fax: (61)3215-2525
email: dep.dr.pinoth@camara.gov.br

Figura 31 - Página de conteúdos no *site* de Pinotti (mapeamento)

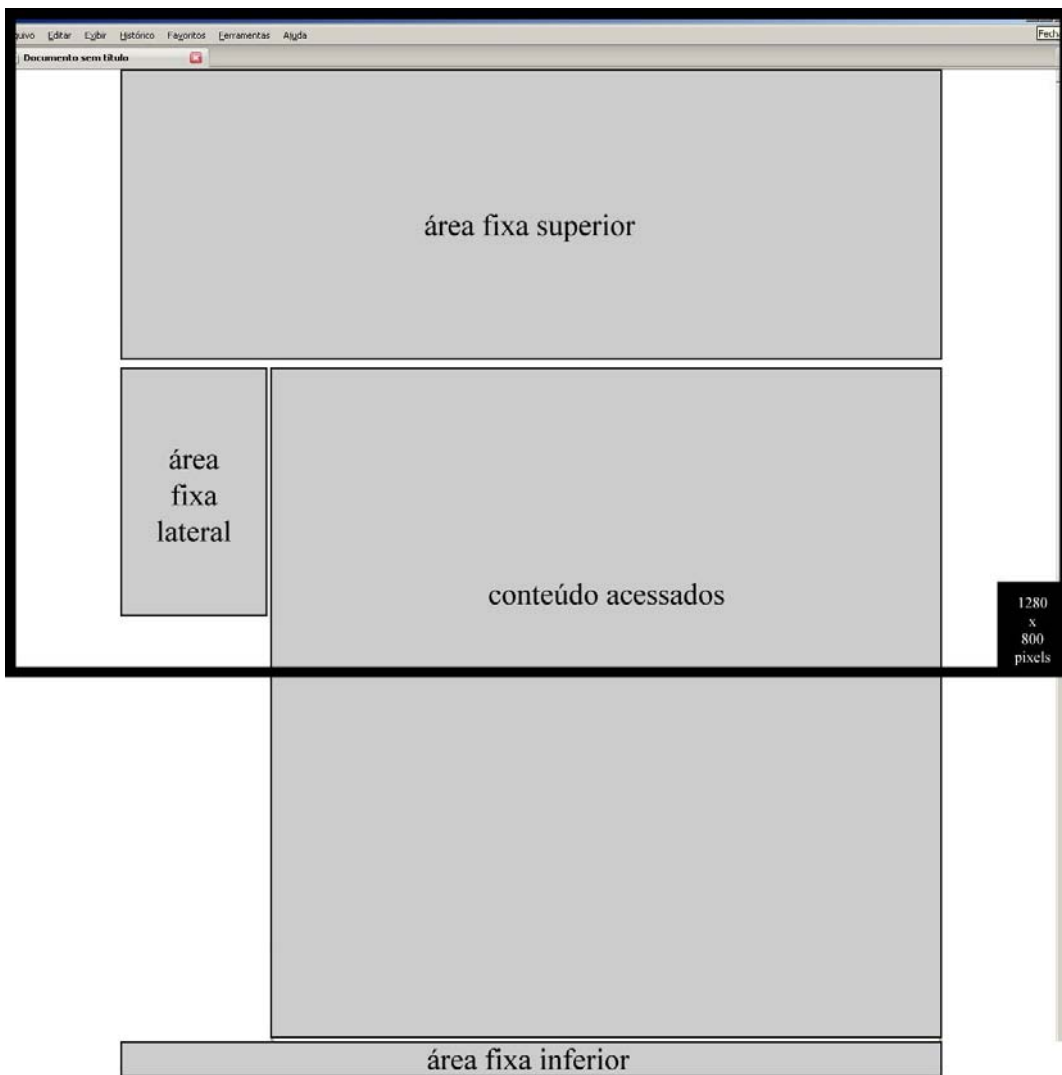


Figura 32 - Aproveitamento das páginas de conteúdo do *site* de Pinotti

1.2. A FALA E SUAS FERRAMENTAS

É possível reconhecer a fala como meio de comunicação nos discursos proferidos na Câmara, todos transcritos no *site* da Câmara dos Deputados - falas taquigrafadas. No *site* de Fernandes, o meio de comunicação fala foi encontrado em “Discursos”, que direciona para o *site* da Câmara dos Deputados, em *layout* fora do padrão do *site* da Câmara, mas semelhante à identidade visual do *site* de Emanuel. Nessa página estão os discursos transcritos de Fernandes, organizados por data, número da sessão e fase. Somente ao escolher algum discurso para verificar seu conteúdo, direciona-se para o *site* da Câmara em seu *layout* original.

http://www2.camara.gov.br/emanuel/site/discursos/discursos_deputado

Brasília, 21 de Julho de 2009

Página Inicial | Fale com o Deputado

buscar

acessar

Discursos

Data	Sessão	Fase
07/07/2009	172.3.53.O	Pequeno Expediente

Sumário: Imediata revisão, pela Polícia Rodoviária Federal, do limite de velocidade estabelecido para o tráfego de caminhonetes na Rodovia Presidente Dutra.

http://www2.camara.gov.br/emanuel/site/discur

Figura 33 - *Site* da Câmara, sob a máscara do deputado Fernandes. Na parte inferior, ampliação da barra de endereços indica o endereço eletrônico da Câmara.

CÂMARA DOS DEPUTADOS

A casa de todos os brasileiros.

Glossário | Mapa do Portal | Fale Conosco

Buscar no Portal

Você está aqui: [Página Inicial](#) » [Deputados](#)

Menu Principal

Deputados

Pesquisa

Suplentes em Exercício

Bancadas dos Partidos

Histórico de Movimentação Parlamentar

Frentes Parlamentares

Mulheres no Parlamento

Arquivo (formato excel) com informações dos Deputados

Discursos e Notas Taquigráficas

Bancada na Eleição

Bancada na Posse

Lideranças

Líderes e Vice-Líderes dos Partidos

Relação Simplificada

Reuniões do Colégio de Líderes

Dados do Deputado

DR. PINOTTI *** não está em exercício: falecido ***

Nome Civil: JOSÉ ARISTODEMO PINOTTI

Aniversário: 20 / 12 - Profissão: MEDICO

Partido/UF: DEM - SP - Titular

Legislaturas:

Biografia

Proposições de sua autoria

Proposições relacionadas

Discursos proferidos em Plenário (nesta legislatura)

Atuação na atual legislatura:

Votações: 2007 2008 2009

Presença em Plenário: 2007 2008 2009

Presença em Comissões: 2007 2008 2009

Figura 34 - *Site* da Câmara dos Deputados, em seu *layout* padrão

No *site* de França, as falas transcritas encontram-se em “Discursos”, onde localizam-se as transcrições dos pronunciamentos por ocasião de posse de França aos cargos de vereador e prefeito de São Vicente (SP) e do título de Cidadão Iguapense. No *site* de Pinotti, assim como no *site* de Emanuel, “Discursos”, no menu vertical, leva ao *site* da Câmara, sem uso de máscara, encaminhando o internauta diretamente para a página de busca, com os resultados dos discursos proferidos pelo deputado. Há ainda um discurso transcrito disponível na capa do *site* de Pinotti, ao lado das notícias.

1.3. A ESCRITA E SUAS FERRAMENTAS

São encontrados nos *sites* dos deputados diversos gêneros e formatos de materiais escritos: livros e outros impressos, letreiro digital, tabela de dados, agenda, texto biográfico, carta, artigo, notícias e releases para imprensa, além de lista de emendas parlamentares e projetos de lei.

Por si, a publicação dos projetos de lei confirmaria as hipóteses de que os *sites* são usados como meio de prestação de contas de mandato, mas outros elementos também apresentam a função de prestação de contas. Os *sites* dos três deputados disponibilizam textos sobre seus Projetos de Lei, na íntegra ou parcialmente. No *site* de Fernandes, em “Propostas e Projetos”, o internauta encontra página diagramada com três *links*. O terceiro *link* “Projetos” direciona o internauta para o *site* da Câmara, sob a mesma máscara ilustrada na figura anterior. No segundo *link*, “Um mandato ético e transparente”, encontrou-se a descrição dos objetivos do *site* de Fernandes:

Neste site, por exemplo, você encontra várias formas de participação. Pode dar sua opinião por meio de enquetes ou encaminhar uma mensagem eletrônica, fax ou carta para os endereços em Brasília e em São José dos Campos. Sempre que necessário farei consultas diretas junto à população, coletando informações e sugestões em visitas frequentes às cidades da região. Outro objetivo é sempre prestar contas do meu mandato, com informações e notícias de todas as atividades parlamentares. (FERNANDES, website)

No *site* de França, os Projetos de Lei encontram-se resumidos em um único texto. Não há direcionamento para o *site* da Câmara, como o fazem os *sites* de Fernandes e Pinotti, mas o *site* da Câmara é citado no texto. O único *link* encontrado nessa página dá acesso para

“Entenda o Processo Legislativo”, texto que dá noções sobre democracia, Estado Democrático de Direito, os Três Poderes, os níveis Municipal, Estadual e Federal, o Congresso Nacional e suas duas casas, Senado e Câmara dos Deputados, além de noções de como funciona o processo Legislativo, indicando de forma clara a linha editorial do *site*:

Olá! Se você está lendo este texto é porque, provavelmente, têm dúvidas sobre como funciona a elaboração das leis no Brasil, ou seja, o processo legislativo nacional. Fique tranquilo, pois você não é o único. Afinal, esse é um assunto que não faz parte do dia-a-dia da maioria das pessoas. (FRANÇA, website)

No *site* de Pinotti, os Projetos de Lei são encontrados no menu vertical, em “Projetos de Lei”, que direciona para o *site* da Câmara, diretamente para a página de buscas com os resultados que indicam proposições de autoria de Pinotti. Neste mesmo menu encontram-se “Relatorias” e “Comissões”, que também direcionam para o *site* da Câmara, a primeira com os resultados das comissões em que o deputado é relator, a segunda um texto com as comissões em que Pinotti participou como titular ou suplente.

O gênero da escrita predominante nos *sites* de Fernandes e França são as notícias. A linguagem jornalística é característica predominante no *site* de França, que diagrama seus textos sem uso de imagens, exceção às notícias muito recentes. As notícias do *site* de França são divididas em seis editorias, cinco acessíveis somente pela página inicial, uma pela área fixa superior. Pela página inicial acessa-se “Frente de Esquerda”, que traz notícias sobre um grupo de 76 deputados federais de seis partidos diferentes (PSB, PCdoB, PDT, PMN, PRB e PHS) e “Secretaria Especial dos Portos”, editoria que dá notícias sobre a secretaria do governo federal “com status de ministério e sob comando do ministro Pedro Brito (PSB/CE)” (FRANÇA, *website*).

A terceira editoria do *site* de França é o *clipping*, acessível na página inicial em “Márcio na Mídia”, que publica as quatro últimas notícias incluídas no *clipping* de notícias do deputado. Uma quarta editoria, “Releases”, contém os materiais escritos produzidos pela assessoria de imprensa do deputado, e é acessível em “Imprensa”. A quinta e maior editoria de notícias do *site* de França, “Notícias”, configura-se como o meio escrito com mais espaço em todo o *site*, utilizando-se de dois formatos (texto e letreiro digital) e duas ferramentas (imagem e busca de conteúdos, que serão discutidas mais adiante). Há ainda uma sexta editoria, a fotográfica, que será abordada mais adiante.

A página inicial do *site* de França contém 10 *links* de notícias. As quatro mais recentes estão na parte superior da página inicial: manchete principal (com a notícia mais recente),

mais três manchetes secundárias (segunda, terceira e quarta notícias mais recentes). As outras seis notícias encontram-se no letreiro digital, localizado na área fixa superior, erroneamente com o título “Últimas Notícias”. Outra especificidade sobre a editoria de notícias do *site* de França está em “Mais Notícias”, um *link* pequeno e sem destaque, localizado na página inicial, mas que funciona como o único acesso do *site* à página que contém todas as notícias da editoria geral e ferramenta de busca (as outras editorias não possuem ferramenta de buscas). Uma busca ao banco de dados da editoria geral do *site* de França encontra um histórico de 238 notícias publicadas entre janeiro de 2007 e junho de 2009, demonstrando a grande quantidade de produções jornalísticas da assessoria de imprensa do deputado.

NOTÍCIAS

Aqui você encontra todas as notícias já publicadas no site. Colocamos a sua disposição uma ferramenta de busca para facilitar a localização dos textos. Boa leitura!

- 16/7/09 Lei de Diretrizes Orçamentárias garante obras do PAC
- 14/7/09 França participa de Festa do Mar e aniversário da Colônia dos Pescadores
- 3/7/09 São Vicente abrigará Instituto de Pesquisa do Pré-Sal
- 1/7/09 Márcio França propõe financiamento dos ensinos Médio e Técnico

NOTÍCIAS ANTERIORES

2009

[+ Janeiro](#)
[+ Fevereiro](#)
[+ Março](#)
[+ Abril](#)
[+ Maio](#)
[+ Junho](#)

2008

[+ Dezembro](#)
[+ Novembro](#)
[+ Outubro](#)
[+ Setembro](#)
[+ Agosto](#)
[+ Julho](#)
[+ Junho](#)
[+ Maio](#)
[+ Abril](#)
[+ Março](#)
[+ Fevereiro](#)
[+ Janeiro](#)

2007

[+ Dezembro](#)
[+ Novembro](#)
[+ Outubro](#)
[+ Setembro](#)
[+ Agosto](#)
[+ Julho](#)
[+ Junho](#)

BUSCA AVANÇADA

Palavra chave no título:

Palavra chave no texto:

Data: / / até / /

[+ voltar](#)

Figura 35 - Página do *site* de França com todas as notícias da editoria geral, arquivo e ferramenta de buscas, acessíveis somente por um pequeno link na página inicial

Encontraram-se também no *site* de França conteúdos propagandísticos, que valem-se de linguagem jornalística, acessíveis somente pela página inicial, em *link* animado. Durante o período de observação dos *sites* dos deputados, o *site* de França veiculou três campanhas, que ficaram mais tempo disponíveis na página inicial do que qualquer notícia: “Anistiados da CODESP”, divulgando a lista dos 46 portuários anistiados que haviam sido demitidos arbitrariamente, durante o governo Collor, pela Companhia Docas do Estado de S. Paulo, “Taxa de Terrenos da Marinha”, campanha pelos prejudicados por aumentos considerados abusivos, realizados pela Secretaria do Patrimônio da União (SPU), em taxas de ocupação, foros e laudêmios, e “Vamos fazer uma Sociedade mais Justa”, campanha de filiação para o partido do deputado.



Figura 36 - Imagem de links animados para acesso das campanhas de França

Assim como no *site* de França, o *site* de Fernandes tem o conteúdo jornalístico como característica predominante, com um histórico de 237 notícias entre janeiro de 2007 e junho de 2009. Da mesma forma que o *site* de França, as notícias do *site* de Fernandes configuram a estrutura que apresenta maior crescimento. As notícias do *site* de Fernandes geralmente são diagramadas com imagens, e divididas em três editorias: “Investimentos Estaduais”, “Notícias” e “Publicações”. A editoria Investimentos Estaduais tem como pauta o Governo Serra, sendo acessível somente pela página inicial. As editorias Notícias e Imprensa são acessíveis de todas as páginas do *site*, pois localizam-se na área fixa superior: Imprensa contém o *clipping* do deputado, enquanto Notícias engloba todas as publicações produzidas pela assessoria de imprensa do deputado. O *site* de Pinotti não produz histórico de notícias, e apresenta somente as últimas três notícias, na página inicial.

Depois das notícias, o gênero da escrita mais encontrado nos *sites* dos deputados são artigos. No *site* de Pinotti, em “Artigos”, estão disponíveis 45 artigos de autoria do deputado, divididos em “Política de Saúde”, “Planos de Saúde”, “Educação”, “Mulher: Saúde &

Direitos” e “Previdência Social/ Outros”. Esses artigos são, erroneamente, classificados como “livro” na página inicial do *site*, o que não corresponde a seu conteúdo, pois cada artigo contém um acesso específico (não é possível obter todos os artigos em apenas um acesso, mas sim artigo por artigo, da mesma forma como nos *sites* de Fernandes e França). No *site* de Fernandes, em “Artigos”, os textos encontrados foram separados entre os escritos pelo deputado (seis artigos) e os artigos de outros autores (23 artigos). No *site* de França, em “Artigos”, encontram-se onze artigos, nove de autoria do deputado.

No *site* de França, na página inicial, há um acesso chamado “Emendas 2009”. Ali encontram-se a publicação de 25 Emendas Parlamentares Individuais propostas por França e aprovadas no Orçamento 2009. As Emendas Parlamentares são recursos destinados no Congresso Nacional, nas assembleias legislativas e nas câmaras de vereadores para investimentos em obras e serviços públicos. Para cada orçamento anual, cada deputado apresenta emendas dentro de um volume fixo de recursos que é dividido e distribuído para atender às necessidades das diversas regiões do Estado. As emendas são propostas ao orçamento anual, previstas no Plano Plurianual (PPA) e na Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO). Cada parlamentar tem direito de apresentar, além das emendas de bancadas, emendas individuais. Os beneficiados e os respectivos valores recebidos por meio das Emendas 2009 de França são os seguintes:

Tabela 21 - Municípios que receberam verbas de França no Orçamento 2009

MUNICÍPIO	TOTAL DE VERBAS	CLASSIFICAÇÃO DE AGENDA ELEITORAL	% ELEITORES DE FRANÇA NO MUNICÍPIO
SÃO VICENTE - SP	R\$ 6.250.000	PRINCIPAL	63,093
PEDRO DE TOLEDO - SP	R\$ 350.000	SECUNDÁRIA	16,084
CANANÉIA - SP	R\$ 300.000	SECUNDÁRIA	14,284
IGUAPE - SP	R\$ 300.000	SECUNDÁRIA	26,714
PERUÍBE - SP	R\$ 300.000	SECUNDÁRIA	9,400
PRAIA GRANDE - SP	R\$ 300.000	PRINCIPAL	18,918
REGISTRO - SP	R\$ 300.000	TERCIÁRIA	2,800
SANTOS - SP	R\$ 300.000	PRINCIPAL	13,201
GUARUJÁ - SP	R\$ 200.000	PRINCIPAL	6,812
ITANHAÉM - SP	R\$ 150.000	SECUNDÁRIA	5,055
MONGAGUÁ - SP	R\$ 150.000	SECUNDÁRIA	6,965
PARIQUERA-AÇU - SP	R\$ 100.000	SECUNDÁRIA	6,109
BARRA DO TURVO - SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	0,024
CAJATI - SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	0,564
ELDORADO- SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	0,359
ILHA COMPRIDA - SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	4,186

IPORANGA - SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	0,220
ITARIRI - SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	6,117
JACUPIRANGA - SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	3,212
JUQUIÁ - SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	1,834
MIRACATU - SP	R\$ 100.000	SECUNDÁRIA	4,325
SETE BARRAS - SP	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	0,638

Fonte: FRANÇA, *website*

A exclusividade de publicação dessa informação ilustra as idéias de Carvalho a respeito do comportamento distributivista para deputados de perfil dominante/concentrado, explícito pelas informações obtidas nos *sites* do deputado. No caso de França, observando suas Emendas, verifica-se que os municípios classificados neste trabalho como “principais” e “secundários” são os maiores beneficiários das emendas individuais de França, enquanto também recebem verbas (de menor valor) os municípios “terciários” e “quaternários” vizinhos destes municípios principais e secundários.

Tabela 22 - Municípios que receberam verbas de França no Orçamento 2008

MUNICÍPIO	TOTAL DE VERBAS	CLASSIFICAÇÃO DE AGENDA ELEITORAL	% ELEITORES DE FRANÇA NO MUNICÍPIO
SÃO VICENTE	R\$ 3.310.000	PRINCIPAL	52,706
IGUAPE	R\$ 400.000	SECUNDÁRIA	1,935
PERUÍBE	R\$ 240.000	SECUNDÁRIA	1,339
CANANÉIA	R\$ 200.000	SECUNDÁRIA	0,431
REGISTRO	R\$ 150.000	TERCIÁRIA	0,378
SANTOS	R\$ 150.000	PRINCIPAL	14,721
MIRACATU	R\$ 130.000	SECUNDÁRIA	0,220
JACUPIRANGA	R\$ 120.000	QUATERNÁRIA	0,133
JUQUIÁ	R\$ 120.000	QUATERNÁRIA	0,095
PARIQUERA-AÇU	R\$ 120.000	SECUNDÁRIA	0,279
PEDRO DE TOLEDO	R\$ 120.000	SECUNDÁRIA	0,348
MONGAGUÁ	R\$ 120.000	SECUNDÁRIA	0,672
CUBATÃO	R\$ 120.000	PRINCIPAL	3,216
ILHA COMPRIDA	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	0,097

Fonte: FRANÇA, *website*

Valendo-se do conteúdo da notícia “Márcio França libera R\$ 5,35 mi para Baixada e Vale do Ribeira”, publicada dia 27 de outubro de 2008 no *site* de França, foi possível elaborar a tabela acima, com as Emendas Individuais ao Orçamento 2008 propostas por Márcio França. Os dados referentes a 2007 não foram encontrados no *site* de França. Assim, com

base nas duas tabelas foi possível fazer um mapa comparativo entre as cidades em que o deputado França teve boa votação e as cidades beneficiárias de suas emendas. O resultado é um mapa que confirma a idéia de Carvalho de que a política brasileira favorece a provisão de bens locais, geograficamente separáveis, nas ações parlamentares do deputado.

O *site* de Fernandes não publicou as emendas do deputado em área específica, mas disponibilizou as emendas 2007 como conteúdo de um informativo impresso chamado “Por dentro do mandato”, disponível no *site* apenas no início de 2008. As Emendas 2008 de Fernandes foram publicadas como conteúdo da notícia “Governo empenha R\$ 1,6 milhão em emendas parlamentares apresentadas por Emanuel Fernandes”, publicada em 25/06/2008. Assim, verifica-se nas tabelas a seguir que o perfil de Fernandes é análogo ao de França, (dominante/concentrado, com comportamento distributivista), em que suas cidades classificadas como “terciárias” e “quaternárias” e que sejam vizinhas às suas cidades “principais” e “secundárias” também receberam verbas oriundas das Emendas individuais de Fernandes.

Tabela 23 - Municípios que receberam verbas de Fernandes no Orçamento 2007

MUNICÍPIO	TOTAL DE VERBAS	CLASSIFICAÇÃO DE AGENDA ELEITORAL	% ELEITORES DE FERNANDES NO MUNICÍPIO
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	R\$ 1.800.000	PRINCIPAL	60,992
JACAREÍ	R\$ 1.250.000	PRINCIPAL	42,263
CAÇAPAVA	R\$ 500.000	PRINCIPAL	32,011
MONTEIRO LOBATO	R\$ 300.000	SECUNDÁRIO	55,115
JAMBEIRO	R\$ 300.000	SECUNDÁRIO	51,438
SANTA BRANCA	R\$ 300.000	SECUNDÁRIO	36,812
PARAIBUNA	R\$ 300.000	SECUNDÁRIO	37,551
CUNHA	R\$ 250.000	SECUNDÁRIO	19,298
SANTO ANTONIO DO PINHAL	R\$ 150.000	SECUNDÁRIO	24,081
PINDAMONHANGABA	R\$ 300.000	TERCIÁRIO	6,715
TAUBATÉ	R\$ 300.000	TERCIÁRIO	4,841
LAGOINHA	R\$ 150.000	QUATERNÁRIO	10,473
SÃO LUIZ DO PARAÍTINGA	R\$ 150.000	SECUNDÁRIO	14,872

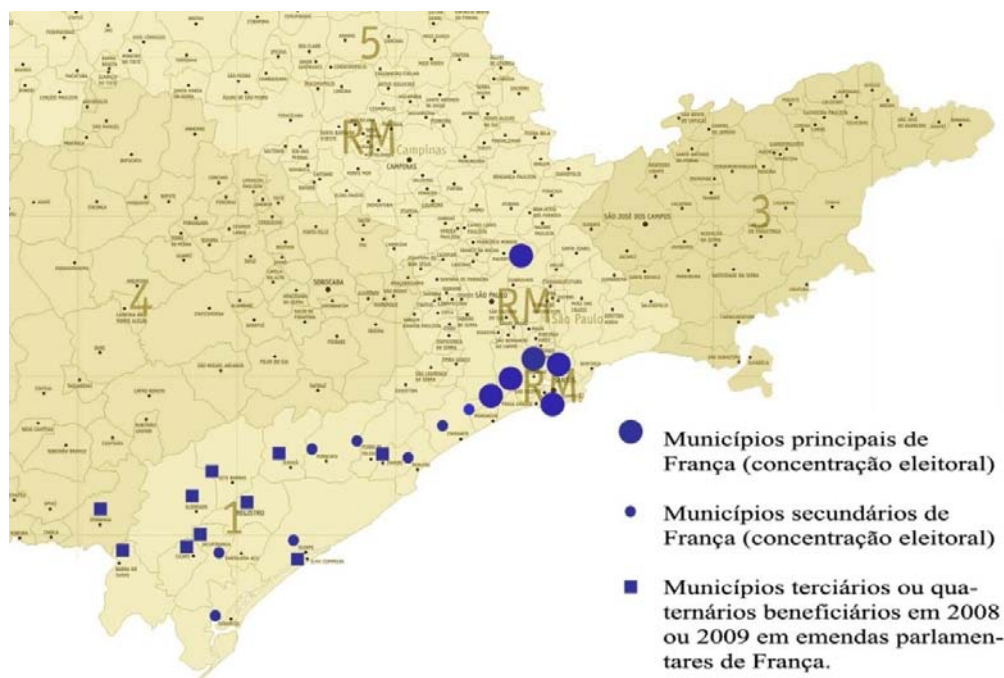
Fonte: FERNANDES, *website*

Tabela 24 - Municípios que receberam verbas de Fernandes no Orçamento 2008

MUNICÍPIO	TOTAL DE VERBAS	CLASSIFICAÇÃO DE AGENDA ELEITORAL	% ELEITORES DO DEPUTADO NO MUNICÍPIO
CAÇAPAVA	R\$ 500.000	PRINCIPAL	4,521349464
JACAREÍ	R\$ 250.000	PRINCIPAL	14,37686842
MONTEIRO LOBATO	R\$ 225.000	SECUNDÁRIA	0,465773275
TAUBATÉ	R\$ 150.000	TERCIÁRIA	2,00008524
PARAIBUNA	R\$ 120.000	SECUNDÁRIA	1,127597523
SILVEIRAS	R\$ 105.000	QUATERNÁRIA	0,141862971
TREMEMBÉ	R\$ 100.000	SECUNDÁRIA	0,53274721
LORENA	R\$ 100.000	SECUNDÁRIA	1,312384698
SANTA BRANCA	R\$ 100.000	SECUNDÁRIA	0,918151763
CRUZEIRO	R\$ 100.000	TERCIÁRIA	0,291336617
CACHOEIRA PAULISTA	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	0,142776252
ROSEIRA	R\$ 100.000	QUATERNÁRIA	0,102896318

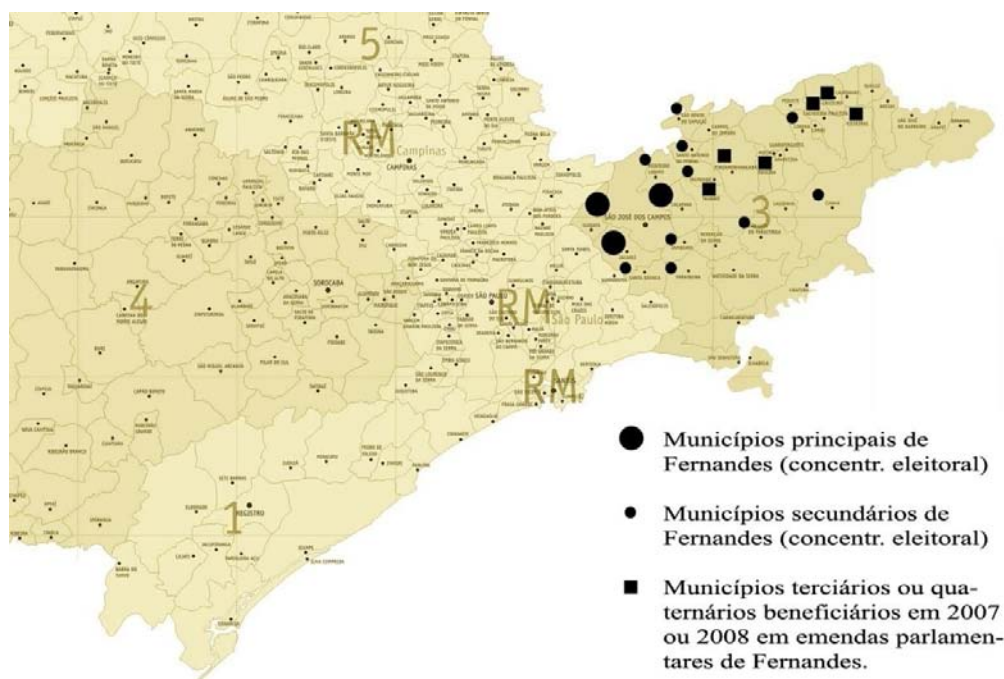
Fonte: FERNANDES, *website*

Com base nas tabelas das Emendas de Fernandes e França, foi possível fazer um mapa comparativo entre as cidades em que os deputados tiveram boa votação e as cidades beneficiárias de suas emendas.



Mapa 12 - Representação cartográfica dos agendamentos entre: as eleições 2006; as publicações do deputado França na Internet; suas ações parlamentares.

O *site* de Pinotti não publicou na Internet seus dados com suas emendas parlamentares, e o *site* da Câmara também não fornece os dados das emendas parlamentares de cada deputado em separado, apenas os relatórios de Orçamento, separados por setor, com as emendas de todos os deputados.



Mapa 13 - Representação cartográfica dos agendamentos entre: as eleições 2006; as publicações do deputado Fernandes na Internet; suas ações parlamentares.

Porém, alguns exemplos das Emendas Individuais de Pinotti denotam que o fator geográfico-eleitoral também exerce influência em sua destinação das verbas, mas não sendo a influência predominante. De acordo com a classificação de Carvalho, Pinotti tem o perfil “partilhado/concentrado”, típico dos deputados eleitos por metrópoles, e destinou verbas para as cidades em que teve alta concentração eleitoral, como Santa Cruz da Conceição (classificada neste trabalho como secundária), com 2.716 eleitores, em que 28,92% dos eleitores votaram em Pinotti, Corumbataí (quaternária), cidade com 3.227 eleitores, em que 14,04% votaram em Pinotti, e Morungaba (secundária), com 8.034 eleitores, em que 8,84% votaram em Pinotti, receberam verbas do deputado:

M. das Cidades, IMPLANTAÇÃO OU MELHORIA DE OBRAS DE INFRA-ESTRUTURA URBANA EM MUNICÍPIOS COM ATÉ 100.000 HABITANTES / Ações de Infra-estrutura Urbana - Corumbataí - SP, R\$100.000

Fundo Nacional de Saúde, APOIO À MANUTENÇÃO DE UNIDADES DE SAÚDE / Apoio à Manutenção de Unidades de Saúde - Santa Cruz da Conceição - SP, R\$100.000

Fundo Nacional de Saúde, APOIO À MANUTENÇÃO DE UNIDADES DE SAÚDE / Apoio à Manutenção de Unidades de Saúde - Morungaba - SP, R\$100.000

Comando da Aeronáutica, Curso de Graduação em Engenharia - Nacional, R\$50.000

Fundo Nacional de Cultura, Fomento a Projetos em Arte e Cultura/(MUSEU-MASP) - Estado de São Paulo, R\$200.000

Fundo Nacional de Cultura, APOIO À MANUTENÇÃO DE UNIDADES DE SAÚDE/Apoio à Manutenção de Unidades de Saúde (Hospital de Tiradentes) - São Paulo, R\$100.000

M. da Educação, APOIO A ENTIDADES DE ENSINO SUPERIOR NÃO FEDERAIS/Apoio ao Centro de Atenção Integral à Saúde da Mulher - CAISM da UNICAMP - Campinas - SP, R\$200.000

M. da Educação, APOIO A ENTIDADES DE ENSINO SUPERIOR NÃO FEDERAIS / São Paulo - SP (Fund. Fac. De Med. da USP - PROJETO PAISM), R\$300.000

M. da Cultura, Instalação de Espaços Culturais / Rio de Janeiro-RJ, R\$200.000 (CÂMARA DOS DEPUTADOS, Relatórios Setoriais)

Os *sites* dos três deputados, além dos projetos de lei e as emendas orçamentárias, também apresentam textos de gênero biográfico ou institucional. No *site* de Fernandes, em “Perfil”, três textos contam a biografia de Emanuel, sua história política e suas vitórias nas eleições que participou, “Isto é Emanuel” apresenta textos sobre as ideologias do deputado, além de depoimentos de políticos do PSDB, enquanto “Cidade Empreendedora”, na parte inferior da página inicial mostra texto institucional sobre a cidade de São José dos Campos, onde tem votação majoritária, com quase 61% dos votos da cidade. No *site* de França, em “Trajetória”, além de fotos, encontra-se um texto biográfico. No *site* de Pinotti, são usados dois menus para cumprir essa função: “Conheça o Dr. Pinotti”, trazendo conteúdos biográficos e “Currículo”, com informações curriculares do deputado, trazendo informações específicas da Plataforma Lattes.

Um formato específico da escrita, o livro, também foi encontrado nos *sites* dos deputados. No *site* de França, na página inicial, em "O Segredo de Márcio França", é disponibilizada a versão digital de livro homônimo, que traz a biografia do deputado assinada pelo jornalista Clóvis Vasconcellos. No *site* de Pinotti, “Livros e Cartilhas” indica três obras: “Cartilha de Fiscalização Financeira e Controle”, “Livro Saúde da Mulher” e “Livro com Principais Artigos”, lembrando que este último não corresponde a uma obra única, acessível com apenas um clique, mas sim a uma coletânea de artigos, onde cada artigo tem seu acesso específico. Além disso, há livro em “Saúde da Mulher”, nas área fixa superior.

Além do livro, outros dois formatos da escrita são encontrados no *site* de França: materiais impressos e letreiro digital. Os materiais impressos podem ser acessados pela página inicial, em “Conexão Brasília”, que contém um exemplar da “Revista Márcio França” e um exemplar de “Conexão Brasília”, enquanto o letreiro digital encontra-se na área fixa superior, exibindo quatro depoimentos de caráter institucional, continuamente, enquanto o internauta acessa o *site*:

“Não tenho receio em liberar recursos para Márcio França porque vejo que ele gasta bem o dinheiro.” Mário Covas, ex-governador de São Paulo.

“Não cultivo a cinza dos antepassados, mas a chama imortal que os animou”. Ariano Suassuma, escrito e filiado ao PSB/PE.

“O difícil se faz logo, o impossível demora um pouco mais”. Miguel Arraes, líder histórico do PSB.

“O Márcio (França) é o meu líder no Estado de São Paulo”. Ciro Gomes, deputado federal e ex-governador do Ceará. (FRANÇA, website)

VOTO A VOTO

Os 215.388 votos obtidos no Estado de São Paulo em 2006 fizeram de Márcio França o deputado federal mais votado do litoral paulista e o segundo mais votado no Brasil dentre os candidatos do PSB. Confira a votação por município. A lista abaixo está disposta em ordem alfabética e os dados foram obtidos junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Busca por município:

Exemplo: São Vicente

Município	Eleitorado	Votos Válidos	Votos Nominais	(%)
ADAMANTINA	26284	17935	30	0,17
AGUAÍ	21870	15804	18	0,11
ÁGUAS DA PRATA	5884	4359	5	0,12
ÁGUAS DE LINDÓIA	12163	8689	25	0,29
ÁGUAS DE SANTA BÁRBARA	4344	2807	8	0,29
ÁGUAS DE SÃO PEDRO	3027	2152	5	0,23
AGUDOS	25969	18651	6	0,03
ALTAIR	3032	2004	1	0,05
ALTINÓPOLIS	12414	8532	7	0,08
ALTO ALEGRE	3576	2480	2	0,08
ALUMÍNIO	11221	9039	2	0,02

Figura 37 - Trecho da página “Voto a Voto” com as votações de França, por ordem alfabética
Fonte: (FRANÇA, website)

Outros dois formatos muito difundidos da escrita são utilizados pelo deputado França: tabelas de dados e agenda. A primeira tabela localiza-se em “Eleições 2008”, que direciona para o *site* do PSB, mostrando o desempenho de prefeitos e vereadores do PSB nas respectivas eleições. No *site* de França, em “Voto a Voto”, a outra tabela disponibilizada contém dados fornecidos pelo TSE, os mesmos utilizados nesta pesquisa para a confecção dos

mapas de público-eleitorado para os onze deputados mais bem votados. A importância que o deputado coloca ao pleito de 2006 é notável pela politicamente correta ordem alfabética das cidades e pelo texto de abertura.

A agenda, no *site* de França, encontra-se na área fixa lateral, onde há acessos para a programação dos próximos dois dias de compromissos do deputado. Há ocasiões em que a seção Agenda nada informa. Também encontra-se agenda no *site* de Fernandes, em “Agenda”, onde há espaço para seis compromissos. O *site* de Fernandes costuma apresentar a agenda do deputado, mesmo que desatualizada. O *site* de Pinotti não publica a agenda de deputado.

Outro formato encontrado apenas no *site* de França é a carta, em “Parabéns”, seção periódica em que o *site* do deputado publica uma carta aos habitantes das cidades em época de aniversário.

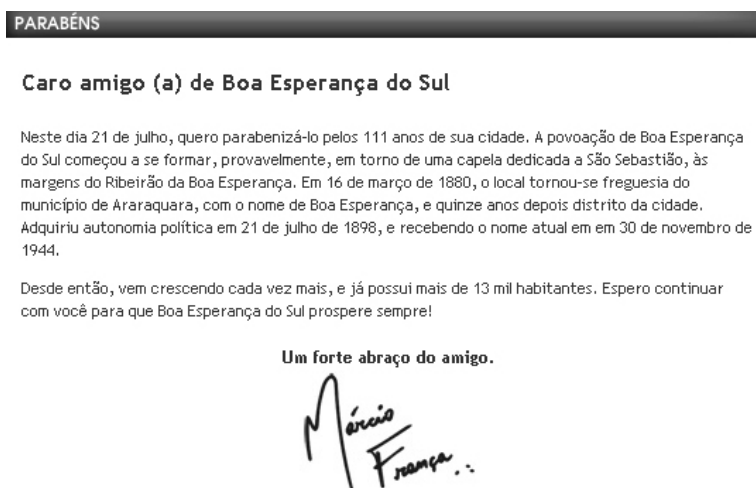


Figura 38 - Carta de França disponível no *site*.

1.4. IMAGEM E SUAS FERRAMENTAS

Encontram-se galerias de fotografias nos *sites* dos deputados Fernandes e França. No *site* de Fernandes, as fotografias são acessíveis pela área fixa superior, ou pela página inicial do *site*, em “Galeria de Fotos”, e são divididas em cinco galerias temáticas: Parlamento (12 fotos), Emanuel no Vale (37 fotos), Prefeito de São José (2 fotos), Secretário Estadual de Habitação (1 foto) e Campanhas Eleitorais (com fotos das Eleições 2006, retiradas após as eleições 2008). No *site* de França, há duas galerias de fotos, acessíveis ou em “Trajetória” ou

em “Imprensa”. Neste último, disponibilizam-se nove fotos em alta resolução, que podem ser usadas por veículos impressos, enquanto no primeiro encontram-se fotos com baixa resolução, de caráter biográfico ou institucional. O *site* de Pinotti não contém galeria de fotos.

Um recurso da imagem usado no *site* de França é o *slide* automático, na área fixa superior, onde são alternadas imagens institucionais do deputado, a cada oito segundos. Essas imagens não funcionam como *link*, e ilustram de forma clara qual o público-alvo do *site* de França. O *slide* automático também é usado, na parte superior da página inicial, como ferramenta das quatro últimas notícias publicadas no *site*. As únicas notícias que contém fotografias no *site* de França são as quatro mais recentes; quando uma notícia não consta entre as quatro mais recentes, tem sua respectiva imagem apagada.



Figura 39 - Slide automático do *site* de França mostra Brasília/DF, Iguape/SP, Santos/SP e Porto de Santos/SP



Figura 40 - No site de França, somente notícias da página inicial contém imagens.

Outro uso da imagem no *site* de França é a fotografia jornalística, em “CLICK 40”, a editoria jornalística fotográfica do *site* de França, uma das poucas áreas do *site* de França que não funciona como *link*. As imagens publicadas nessa seção também não são arquivadas. Há ainda outros dois usos de imagens nos *sites* dos deputados, os gráficos e os mapas. Nos *sites* de Fernandes e de França, os gráficos são usados para representar os resultados das enquetes. Um mapa é encontrado no *site* de França, acessível em “Eleições 2008”, que direciona ao *site* do PSB/SP, onde o mapa do Estado de São Paulo é dividido em regiões metropolitanas e administrativas, e são encontradas tabelas, já citadas anteriormente, que indicam o desempenho do PSB nas eleições 2008 no Estado de São Paulo.

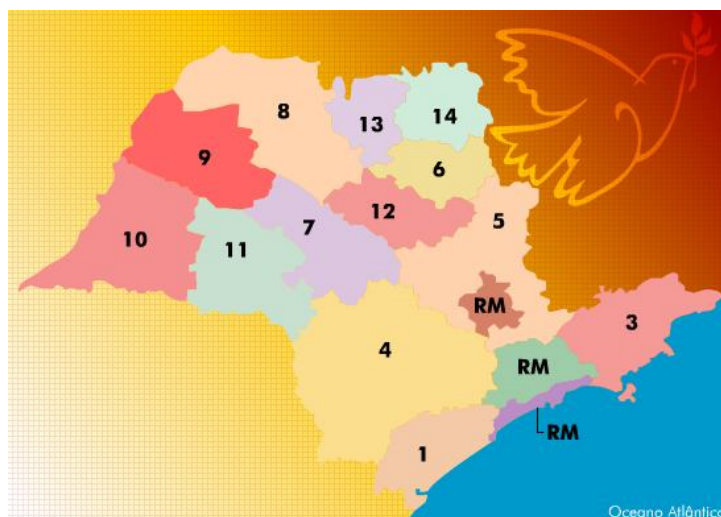


Figura 41 - No *site* do PSB, o mapa funciona como acesso a dados sobre as Eleições 2008



Figura 42 - Exemplos de fotografias de uso jornalístico, no *site* de França

1.5. OS AUDIOVISUAIS E SUAS FERRAMENTAS

Encontram-se rádio e televisão nos *sites* dos três deputados. Especificamente no *site* de Pinotti, a televisão é um meio com destaque. Em sua página inicial encontram-se dez vídeos, além de uma coletânea de 13 *links* para o *Site* da Câmara, encontrados no menu vertical, em “Arquivo de Vídeo”, mais três *links* para o *Site* ParlaTube em “Intervenções plenárias”. No *site* de Fernandes, em “Imprensa”, junto aos arquivos de rádio e notícias do *clipping* do deputado encontram-se dez vídeos. No *site* de França, ficam disponíveis seis vídeos do PSB e do deputado Márcio França, na área fixa lateral, em “Multimídia”.

O meio rádio também é encontrado no *site* dos três deputados, e o *site* de Pinotti novamente destaca seus audiovisuais, em “Arquivos de Áudio”, onde são encontrados 111 *links* de arquivos de áudio, divididos em oito páginas. Os 111 *links* direcionam para o *site* da Câmara, na página de pesquisa da “Rádio Câmara”, com os resultados que contenham “Pinotti” em seu conteúdo (assim como os discursos dos deputados, os arquivos de áudio da Rádio Câmara também são transcritos). No *site* de Fernandes, é possível encontrar nove arquivos de áudio, em “Imprensa”. No *site* de França, na área lateral fixa, em “Rádio MF”, ficam disponíveis cinco entrevistas do deputado.

Figura 43 - Site Parlatube contém 3 vídeos indicados pelo site de Pinotti

1.6. INTERNET E SUAS FERRAMENTAS

A palavra falada encontrada nos *sites* dos deputados não se configura como diálogo, mas apenas como registros de discursos. A possibilidade do diálogo existe pela fala, pelo telefone e agora pela Internet, possibilitando determinados tipos de relacionamentos, ainda limitados na relação entre deputados federais e seu eleitorado, entre políticos e cidadãos, por razões sociais, culturais, políticas e também comunicacionais. A Prof^a. Dr.^a Elizabeth Saad Corrêa acredita que as mídias sociais são um processo de duas mãos:

[...] estimulado por conversações e diálogos entre tudo e todos, e que na política isso só pode ocorrer de forma completa se tanto os usuários como os políticos estiverem na rede, usando as ferramentas e plataformas sociais. Se o ciclo estiver completo, com certeza as pessoas participam. Torna-se natural (CADÊ..., 2009).

Em tempos de Internet, os políticos e seus partidos já começam a inovar em suas políticas de comunicação, com objetivos de se aproximarem tanto de seus potenciais eleitores, em períodos eleitorais, como dos cidadãos, durante exercício de mandato, principalmente seus votantes. Não se limitam aos meios impressos e televisão, valendo também de uma

comunicação na Internet. Neste trabalho, o aspecto qualitativo de um *site* será indicado por seu caráter unidirecional ou por sua configuração comunicativa bidirecional e interativa:

[...] aspectos mais significativos das redes digitais de comunicação e informação: uma tecnologia bidirecional que coloca produtor e receptor da informação no mesmo patamar; que possibilita diálogos interpessoais e intergrupais sem a intervenção do produtor da informação; com potencial de uso não apenas de distribuição e captação de informações, mas também de gerenciador de dados e criador de sentido para grupos de usuários de qualquer porte (SAAD, 2003, p. 25).

Para distinguir as características bidirecionais dos *sites* dos deputados federais, as ferramentas de Internet encontradas serão divididas entre interativas e não-interativas (informativas). Os serviços interativos encontrados nos *sites* dos deputados foram enquetes e gráficos, formulários para cadastro, pesquisa qualitativa, formulários de contato, mural de recados, além área para acessos restritos e ferramentas de busca. São ferramentas desse tipo que possibilitam trocas do sistema aberto *site* com o meio ambiente, quando o internauta, além de acessar, cria registros, alimentando o *site*, permitindo sua função de intercâmbio com o meio ambiente.

Além dos serviços interativos, encontram-se também os serviços de caráter unidirecional, aqui qualificados como serviços informativos. São área para imprensa, serviços de envio de *emails*, *blog*, *microblog*, periódicos eletrônicos, boletins informativos, além dos *links* e suas coletâneas. Com essa separação, verificou-se com maior precisão quais as intenções dos deputados e suas respectivas assessorias em utilizarem-se da Internet: se unicamente promover a imagem do deputado, ou também promover interação com seu público-eleitorado, abrindo canais para a troca de conteúdos.

Os serviços interativos de enquetes são encontrados, no *site* de Fernandes, em “Dê a sua opinião”, acessível pela página inicial do *site*, onde o internauta pode votar na atual enquete e verificar os resultados de enquetes anteriores, em relatório único, composto de gráficos. No *site* de França, na página inicial em “Na boca do Povo”, o funcionamento é semelhante, porém os resultados das enquetes devem ser acessados enquete a enquete. No *site* de Pinotti não há enquetes.



Figura 44 - Site de Fernandes produz relatório com resultados das enquetes.

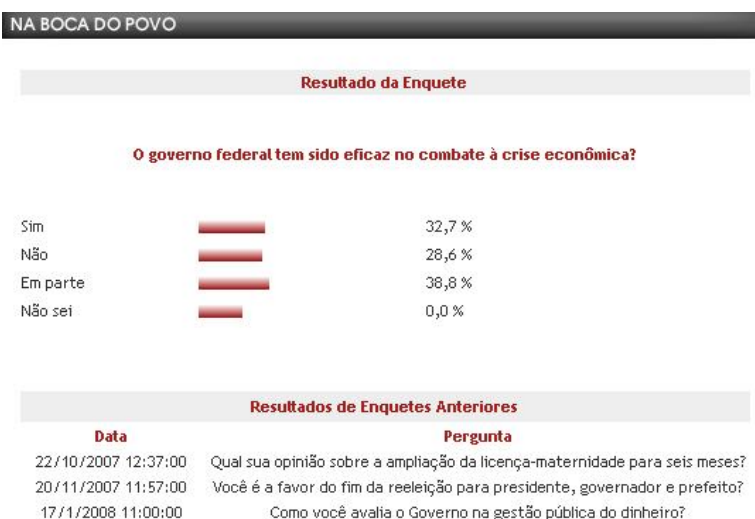


Figura 45 - No site de França, é preciso verificar os resultados enquete a enquete.

Outro serviço interativo encontrado são os formulários para cadastro, no *site* de Fernandes, em dois acessos: um permanente na área fixa superior, outro na página inicial. Além de nome e *email*, o cadastro solicita, opcionalmente, estado, cidade, idade e telefone, possibilitando um cadastro mais completo. No *site* de França, apenas nome e *email* são

solicitados em “Boletim Informativo”, na área fixa lateral. No *site* de Pinotti não há formulário para cadastro.

No *site* de Pinotti é encontrada uma pesquisa qualitativa, acessível pelo menu horizontal, em “Conheça seus Riscos”, onde há direcionamento para o *site* Saudeprev, que contém cadastro e um longo questionário médico, específico para mulheres, com objetivo de conhecer o grau de risco de dez doenças e informar sobre hábitos de vida orientados à prevenção destas mesmas doenças. A pesquisa qualitativa de Pinotti solicita dados pessoais diversos, questionando também sobre antecedentes cirúrgicos, antecedentes hereditários, hábitos de vida e história reprodutiva. O *site* de Fernandes e o *site* de França não possuem pesquisa qualitativa. Na lista de artigos de Pinotti, no artigo “Manual de Instruções de nossa Morada” (enumerado como “4.30”), o deputado dá mais informações sobre a pesquisa qualitativa disponibilizada em seu *site*:

Nos últimos dez anos, em uma pesquisa conjunta de matemáticos, programadores, médicos e epidemiólogos, ensinamos o computador a dialogar com as mulheres e conseguimos criar um programa que, analisando as respostas dadas a um questionário com 90 perguntas, em poucos segundos oferece avaliação individualizada de risco para as 12 principais doenças que podem acometê-las e a razão desses riscos. Esse é o início do processo de educação que, ao usar como modelo a própria pessoa, desperta sua atenção. A seguir, é oferecida uma completa orientação personalizada sobre mudanças de hábitos. Tudo pode ser impresso em três ou quatro folhas e levado para casa, lido, relido e discutido com os demais membros da família. Um médico, para fazer isso, leva quatro horas; o computador faz em poucos minutos. [...] Estamos conseguindo, depois de 15 anos de trabalho, universalizar, a um custo baixíssimo, um processo de educação para saúde personalizado.

Dados Pessoais

Nome

Senha

Nascimento

E-mail

Grau de Instrução Primária Secundária Superior Analfabeta

Raça Branca Parda Negra Amarela

Estado civil Casada/União livre Separada Solteira Viúva

Figura 46 - Trecho da pesquisa qualitativa do site de Pinotti

Outro serviço interativo é o formulário de contato, encontrado no *site* de Fernandes em “Ideias e Sugestões”, onde o internauta pode enviar mensagens de até 1.200 caracteres, podendo informar, opcionalmente, Estado, cidade, idade e telefone. O *link* para formulário de contato repete-se mais duas vezes na página inicial de Fernandes, demonstrando a intenção de

chamar o internauta para enviar mensagens. Quando enviada uma mensagem, o *site* retorna uma mensagem automática.

No *site* de França, em “Fale com o Márcio”, a página de contato permite enviar mensagens e disponibiliza dados para contato com o Gabinete do deputado em Brasília, com a Executiva Estadual do PSB e com o Escritório Político Regional. No formulário, é necessário que o internauta informe a cidade e o Estado de onde escreve. Quando uma mensagem é enviada, uma resposta automática é enviada para o endereço de *email* fornecido. No *site* de Pinotti não há envio de mensagens.

Outro serviço interativo é o mural de recados, encontrado no *site* de Fernandes, disponível a cada texto publicado no *blog*, onde o internauta pode fazer comentários de até 750 caracteres, sem moderação, ou seja, com publicação imediata.

As últimas ferramentas interativas são o indicador do *site*, no *site* de Fernandes, que dispara um *email* indicando o *site* do deputado, o indicador do texto, que dispara um *email* indicando um texto específico do *blog* e as buscas de conteúdo, encontradas no *site* de Fernandes em três bases de dados: uma que pesquisa todo o *site*, outra que pesquisa somente o *blog*, outra que pesquisa somente o *site* da Câmara (por meio da máscara). No *site* de França, a ferramenta de busca é encontrada duas vezes: em “Voto a Voto”, para localizar a votação de França no município especificado, e na seção de notícias, em “Mais notícias”, fazendo buscas somente entre as notícias da editoria geral. O *site* de Pinotti não tem ferramentas de buscas de conteúdo. No *site* de França, em “Clipping MF”, ainda encontra-se uma área de acesso restrito.

Entre as ferramentas informativas, encontram-se área para imprensa, no *site* de Fernandes, em “Imprensa”, onde estão todos os vídeos, os áudios e o *clipping* de notícias do deputado. No *site* de França, também em “Imprensa”, encontram-se os contatos dos assessores na base do deputado e em Brasília, *releases* produzidos pela assessoria do deputado, além de fotos em alta resolução, já citadas anteriormente.

Outra ferramenta informativa é encontrada em “Boletim Informativo”, no *site* de Fernandes. No boletim de maio de 2008, a notícia “*Site* de Emanuel contabiliza mais de 21 mil visitas” deixa claro o significado político do *site* de Fernandes:

Há pouco mais de nove meses no ar, o site oficial do mandato do deputado Emanuel Fernandes (PSDB) já contabiliza mais de 21 mil visitas. Desde o lançamento oficial, em 27 de julho, data do aniversário de São José dos Campos, a página eletrônica vem registrando mês a mês crescimento constante e contínuo de acessos. Em abril último, 3.550 internautas acessaram o site, principal ferramenta de comunicação entre Emanuel e a

população. Acessando a página, você pode encaminhar mensagens e sugestões ao deputado e conferir as idéias e propostas que Emanuel defende no Parlamento.

Publicada no boletim de outubro de 2008, a notícia “Emanuel quer punição mais rigorosa para manifestantes que bloqueiam rodovias”, demonstra que o *site* de Fernandes já serviu como meio de agendamento entre a agenda social e a agenda parlamentar do deputado:

A proposta apresentada pelo deputado Emanuel Fernandes tem como base a sugestão do munícipe José Sebastião de Oliveira, de São José dos Campos, que a encaminhou por meio do site oficial do mandato, dentro de um canal criado especificamente para receber essas colaborações. A sugestão foi encaminhada no final de maio, período em que a Via Dutra, na altura de São José dos Campos, foi paralisada várias vezes por sindicalistas. Antes da apresentação do projeto de lei, a sugestão foi analisada pela Consultoria Legislativa da Câmara Federal que deu parecer favorável à proposta.

Os *emails* enviados pelo *site* de Fernandes contem os mesmos conteúdos dos boletins informativos publicados no *site* do deputado. O *site* de Fernandes enviou *emails* com regularidade média de uma mensagem mensal, entre o 2º semestre de 2008 e 1º semestre de 2009, conforme indica o histórico de mensagens recebidas:

Tabela 25 - Emails enviados pelo *site* de Fernandes

remetente	Título do <i>email</i>	data de envio
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRÔNICO	29/6/09
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRONICO	18/6/09
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRONICO	26/5/09
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRONICO	14/5/09
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRÔNICO	8/4/09
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRONICO	24/3/09
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRONICO	4/3/09
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRONICO	13/2/09
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRONICO	5/2/09
Dep. Emanuel Fernandes	<i>BLOG</i> EMANUEL	22/1/09
Dep. Emanuel Fernandes	<i>BLOG</i> DO EMANUEL	6/12/08
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRÔNICO	24/11/08
Dep. Emanuel Fernandes	<i>BLOG</i> DO EMANUEL	17/11/08
imprensa@emanuelfernandes.com.br	BOLETIM ELETRÔNICO	7/11/08
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRÔNICO	23/10/08
Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRÔNICO	6/10/08
Dep. Emanuel Fernandes	<i>BLOG</i> DO EMANUEL	23/9/08

Dep. Emanuel Fernandes	BOLETIM ELETRÔNICO	9/9/08
Dep. Emanuel Fernandes	BLOG DO EMANUEL	27/8/08
Dep. Emanuel Fernandes	BLOG DO EMANUEL	5/8/08
contato@emanuelfernandes.com.br	Emanuel Fernandes - Deputado Federal - PSDB	29/7/08

Fonte: Arquivo Pessoal

Tabela 26 - Emails enviados pelo *site* de França

Título do email	Envio
NEWSLETTER - Deputado Federal Marcio França - Edição nº 3 Junho de 2009	15/6/09
NEWSLETTER - Deputado Federal Marcio França - Edição nº 2 Junho de 2009	3/6/09
NEWSLETTER - Deputado Federal Marcio França - Junho de 2009	2/6/09
NEWSLETTER - Deputado Federal Marcio França - Maio de 2009	20/5/09
NEWSLETTER - Deputado Federal Marcio França - Maio de 2009	20/5/09
Seminário Top40 PSB SP	17/2/09
NEWSLETTER - Deputado Federal Marcio França - Dezembro de 2008	18/12/08
NEWSLETTER - Deputado Federal Marcio França - Dezembro de 2008	17/12/08

Fonte: Arquivo Pessoal

O envio de *emails* pelo *site* de França aconteceu sempre pelo remetente “contato@marciofranca.com.br”, com nove mensagens no período verificado, demonstrando que, apesar da constante atualização do *site*, o envio de *emails* foi irregular, enquanto o *site* de Pinotti não oferece cadastro nem serviço de envio de *emails*.

Outra ferramenta informativa é o *blog*, encontrado no *site* de Fernandes, acessível somente pela página inicial ou em “Isto é Emanuel”. É um *blog* estritamente político, que tem como tema recorrente o Governo Lula ou a própria figura do presidente Lula:

Este espaço é destinado a discutir o País de maneira livre. Às vezes com ironia, provocações, bom humor... Outras vezes de forma séria, contundente, objetiva. A meta é uma só: compreender e ajudar a melhorar o Brasil. (FERNANDES, website)

A primeira publicação do *blog* de Fernandes, publicada em 26 de Fevereiro de 2008, afirma que o mesmo será “provocativo e, por isso, crítico”, descrevendo as frentes de atuação da assessoria de comunicação do deputado e afirmando que o objetivo do *blog* é “complementar a comunicação estabelecida com os eleitores, correligionários e interessados em política, além do *site*, dos boletins eletrônicos e do material impresso”.

Encontra-se também *blog*, no *site* de França, na área fixa lateral, em “*Twitter*”, onde o internauta é direcionado para o *site* homônimo. O *Twitter* é um *blog* onde é possível digitar no máximo 140 caracteres por mensagem, configurando-o como *microblog*. O *blog* de França é informal, como indica sua descrição: “*Márcio França, Brazil, Deputado Federal, Presidente do PSB(SP), Advogado, Cozinheiro nas horas vagas*”. O *microblog* de França é basicamente sobre política, mas também são publicados comentários sobre futebol ou curiosidades gastronômicas, como verifica-se abaixo com a sequência de cinco mensagens publicadas no dia 15 de julho de 2009. O intervalo entre as publicações das mensagens registrou a velocidade de produção e publicação que a Internet possibilita. No *site* de Pinotti não encontra-se *blog* ou *microblog*.

agora pouco, sessão solene pra homenagear a UNE...lembrei do passado e de amigos: Eduardo Sanovics, Paulo Hilário, DA Alex de Gusmão etc... 10:14 AM Jul 15th from web

ontem jante no restaurante franciscoi com o gilson bargieri de peruibe e amigos de lá...ele esta super disciplinado, comeu só tomates !!! 10:11 AM Jul 15th from web

parceria da oscip adesafv , banco itaú e pref de sv..aliás o pref terció e muitos outros estão em brasilia hoje...marcha dos prefeitos 10:09 AM Jul 15th from web

de 3 a 7 de agosto, gde exposição em brasilia, na Câmara, sobre o espetaculo de jan/2010: a encenação da vila de sv...vai ser um gde fuzuê!! 10:08 AM Jul 15th from web

fico o final de semana...entre papos e politica, pretendo COZINHAR!!!!!! lá tem carneiro dos bons!!! 10:05 AM Jul 15th from web (TWITTER, website)

The image shows a screenshot of a Twitter profile for user 'marciofranca40'. The profile header includes the Twitter logo, navigation links (Home, Profile, Find People, Settings, Help, Sign out), and the user's name and handle. The bio reads: 'Deputado Federal, Presidente do PSB(SP), Advogado. Cozinheiro nas horas vagas'. Statistics show 21 following and 204 followers, with 67 updates. A tweet from July 18th is visible, mentioning a trip to SP and a dinner with politicians. The tweet text is: 'voo á tarde pra sp...pela manhã o grilo com prefeitos e vereadores da região de itapeva/sp..assunto:psb e verbas ..claro!'. Below the tweet, there is a partial view of another tweet: 'jantei com o terció , pref. de sv, num rest japones, que no cardápio caro,tinha agua viva pra comer(como tem na Ilha Comprida/sp)voo'.

Figura 47 - Trecho da página de Márcio França no microblog Twitter

31 de Março de 2008 | 14:43

Políticos e Artistas

Sempre evito adotar a estética e a liturgia que se usa em atividades políticas: comícios, showmícios, caravanas de políticos com assessores, cloques etc. Alguma coisa me parecia estranha. Eu sempre me perguntava: "Por que, de repente, uma pessoa passa a ter um comportamento diferente do usual após se tornar político? Por que o mundo da política tem uma estética e uma liturgia diferentes?"

Ao longo do tempo foi se cristalizando uma ideia de que, no fundo, no fundo, a maioria das pessoas que entra na política gostaria de ser, na verdade, um artista. De preferência, um cantor. Porém, como ela não sabe cantar, o caminho mais fácil é ser político, porque a estética e a liturgia são muito parecidas. Vejamos.

A estética de comícios e reuniões políticas em geral compõe-se de: um palco, um microfone, um público e um ambiente de show. Tal como num show artístico.

A liturgia também é parecida:

- há música, locutores, "tietas" esquentando o clima para o grande momento.
- De repente, o locutor anuncia: "E agora, com vocês, o... FULANO DE TAL" (palmas)
- O político procura emular emoções com seu discurso.

A única diferença litúrgica é que como o político não sabe cantar, ele discursa.

Às vezes, a liturgia aproxima as duas formas de expressão (artística e política). São os showmícios. Acredito que, nessas ocasiões, os políticos se sentem realizados (está entre "pares"). Mas essa realização é ilusória. Um showmício é, na verdade, um show como outro qualquer, em que o "preço" da entrada é "suportar" o discurso dos políticos no meio das apresentações dos artistas.

Para mim, política não é isso. Vez por outra, quando o momento exige, os discursos são necessários para motivar mudanças do inércia. Na maior parte do tempo, ao invés de discursos, são necessárias reuniões onde se procura identificar o que nos une (consensos) e o que nos divide (dissensos). O "valor adicionado" dos políticos é enfatizar os primeiros (consensos) e regulamentar os segundos (dissensos). Essa tarefa dos políticos é algo nobre, trabalhosa e difícil.

Por isso a abordarei em outra ocasião, com mais profundidade. Mas que a maioria dos políticos gostaria de ser artista, gostaria.

Comentários (8) Enviar para um Amigo Imprimir

23 de Março de 2008 | 11:03

A adolescência social de nossas elites

Boa parte das elites de nosso país têm um comportamento sociológico interessante. Acreditam em algumas coisas que, quase sempre, nos fazem tomar um "atalho" mais complicado, mais longo. Temos uma complexação típica do adolescente. Aliás, se essas elites fossem uma pessoa, seria um adolescente:

- acha que tem um grande futuro mas não o persegue com tenacidade;
- acredita que a história começou ontem;
- acredita que a simplificação de seus propósitos é suficiente para mudar o mundo para melhor;
- Fica procurando provar que o outro não é perfeito.
- É uma vontade à procura de uma idéia.
- Transforma qualquer pequeno problema em "problemaão".
- É autoritária e acredita que o que está errado são os outros ("o brasileiro é burro", o brasileiro não sabe votar" i.e., sempre se excluindo);
- Acredita (na verdade é uma "cisma") em coisas nebulosas onde não há "fio-terra"
- 3) simplificar as leis e valorizar os princípios claros e simples.

Enfim, devemos parar de tutelar nossa gente.

Comentários (20) Enviar para um Amigo Imprimir

44 Este espaço é destinado a discutir o País de maneira livre. Às vezes com sardas, provocações, bom humor. Outras vezes de forma séria, contudente, objetiva. A meta é uma só: compreender e ajudar a melhorar o Brasil." Emanuel

Arquivo

- Junho / 2009
- Mais / 2009
- Abri / 2009
- Fevereiro / 2009
- Janerio / 2009
- Dezembro / 2008
- Novembro / 2008
- Outubro / 2008
- Setembro / 2008
- Agosto / 2008
- Julho / 2008
- Junho / 2008
- Mais / 2008
- Abri / 2008
- Março / 2008
- Fevereiro / 2008

Dicas de Leitura

As etapas do pensamento sociológico - Raymond Aron
Trabalho de conclusão de curso de Sociologia, Universidade de São Paulo, 1968

A Vantagem Competitiva das Nações - Michael E. Porter
Trabalho de conclusão de curso de Administração, Universidade de São Paulo, 1988

230 mi
 É o valor dos contratos de Petrobras supostos de superfaturamento, segundo o TCU

Artigos

Luz, afinal? Por Fernando Henrique Cardoso
Trabalho de conclusão de curso de Sociologia, Universidade de São Paulo, 1968

Os equívocos do PT - Por Alberto Goldman
Trabalho de conclusão de curso de Sociologia, Universidade de São Paulo, 1968

Figura 48 - Blog de Fernandes

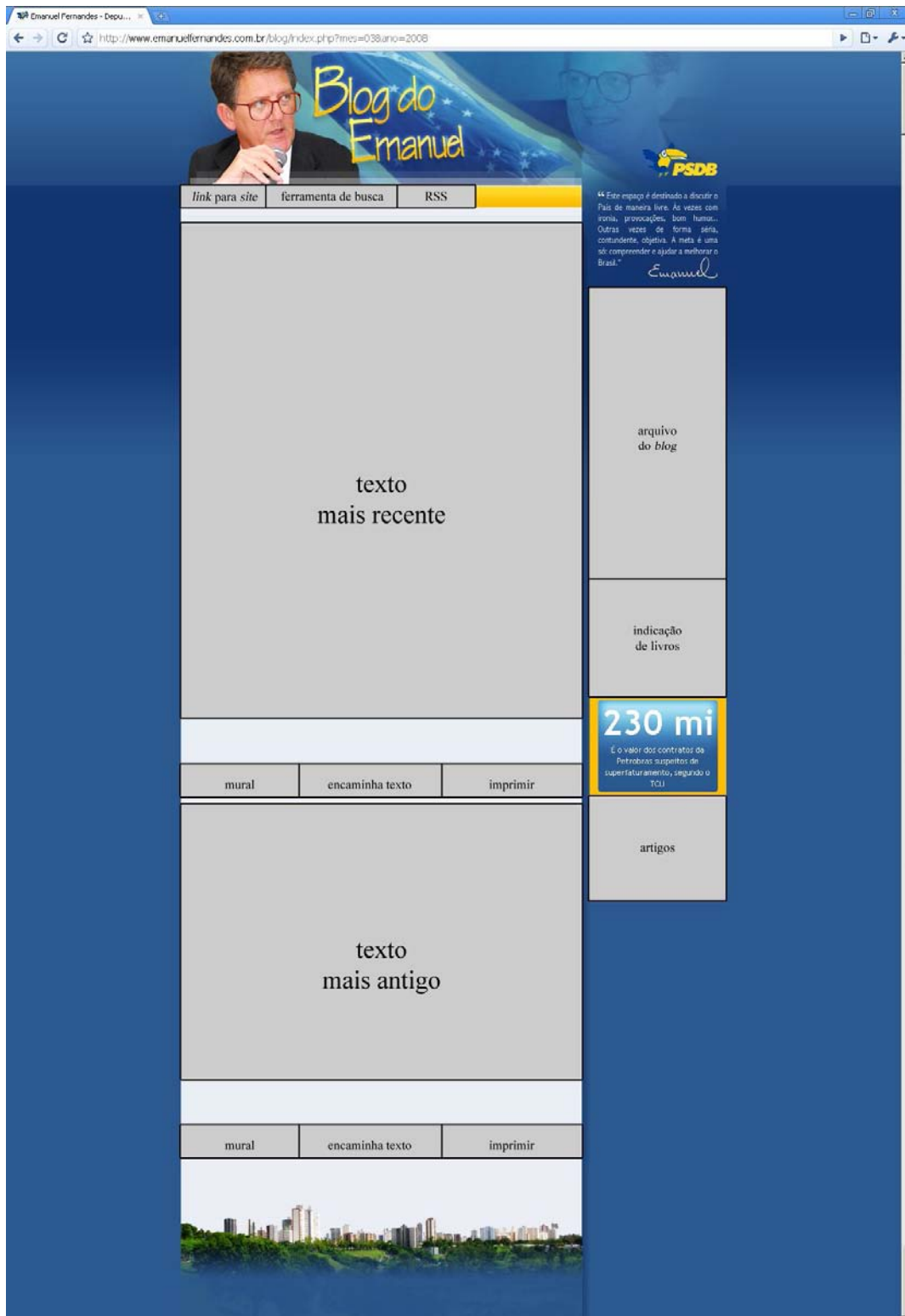


Figura 49 - Blog de Fernandes (mapeamento)

Além do envio de *emails* e publicações no próprio *site*, existem os periódicos eletrônicos dos *sites* dos deputados, em que notícias podem ser enviadas por RSS. RSS é abreviatura de "Real Simple Syndication", que alude a programa utilizado para receber informações, em geral boletins jornalísticos. É similar a um programa de *emails*, visto que serve para receber mensagens, mas não há necessidade de senhas. O usuário, ao invés de configurar uma conta de *emails*, apenas indica de onde virão as informações (geralmente de produtores de conteúdo jornalísticos). No *site* de Fernandes, encontra-se este serviço em "Assinar RSS", disponível apenas no *blog de* Fernandes. O RSS do *site* de Fernandes nunca funcionou. O RSS do *site* de França localiza-se na área fixa lateral, e dispara uma mensagem a cada nova notícia que entra no *site*. O *site* de Pinotti não possui este serviço.

As coletâneas de *links* também foram consideradas como uma ferramenta informativa da Internet. No *site* de Fernandes, encontram-se na área fixa inferior, ou pela página inicial do *site*. Os *links* de Fernandes indicam *sites* do PSDB e de outros políticos, da Câmara dos Deputados, da Prefeitura de São José dos Campos e do Governo do Estado de São Paulo. No *site* de França, a coletânea de 34 *links* é encontrada em "Favoritos", e os *links* são divididos em quatro categorias: "PSB na rede" (*sites* relacionados ao partido do deputado); "Blogs de Política", "Portais" (jornalísticos); Outros (*sites* da Assembléia Legislativa do Estado de São Paulo, da Câmara dos Deputados, do Senado Federal, da Presidência da República, entre outros relacionados à política). Na área fixa lateral do *site* de França ainda encontra-se *link* para rede social, em "Orkut", onde o internauta é direcionado à página da comunidade do deputado na respectiva rede de relacionamentos. Os *sites* de Fernandes e Pinotti não redirecionam para redes sociais, e o *site* de Pinotti também não contém coletânea de *links*. Além dessas ferramentas informativas, o *site* de Fernandes contém a função de adicionar à lista de "Favoritos", fazendo que o *site* do deputado conste na coletânea de *links* do computador de onde o internauta está acessando a Internet.

1.7. ACESSOS E FACILIDADES DE ACESSO

Considera-se que um conteúdo tenha acesso dificultado quando não seja acessível por nenhum tipo de área fixa, seja ela superior, lateral ou inferior. Com isso, verifica-se a preocupação na facilidade de encontrar conteúdos: quanto mais conteúdos são acessíveis a partir de áreas fixas, melhor a organização do *site*, pois facilita a navegação do internauta.

No *site* de Fernandes, a editoria jornalística sobre o Governo Serra, “Investimentos Estaduais”, tem acesso somente pela página inicial. O *blog* é encontrado apenas na página inicial ou em “Isto é Emanuel”, junto aos *links* com conteúdo biográfico. As enquetes estão disponíveis apenas na página inicial, assim como os depoimentos de internautas e o texto institucional sobre São José dos Campos.

No *site* de França, quase todo o conteúdo jornalístico só é acessível pela página inicial: as manchetes principal e secundárias, *clipping*, “Frente de Esquerda” e “Secretaria Especial dos Portos”. Os únicos conteúdos jornalísticos que podem ser acessado de qualquer página é a seção “Click 40”, com seu conteúdo fotográfico, além de “Imprensa”. Também são acessados somente pela página inicial os conteúdos sobre as Emendas Parlamentares, as campanhas propagandísticas, as enquetes, “Eleições 2008”, a visualização dos materiais impressos, a carta aos habitantes das “cidades aniversariantes” e o acesso administrativo. Já no *site* de Pinotti, a página inicial e as áreas fixas contem conteúdos exclusivos.

Outra forma de perceber a facilidade de acesso foi verificar a quantidade de *links* por página: quanto mais *links* numa única página, mais poluída visualmente ela se apresenta. O *site* de Fernandes contém, em sua página inicial, 27 *links*, e nas suas áreas fixas 17 *links*. O *site* de França contem 38 acessos em sua página inicial, 23 deles sempre disponíveis nas áreas fixas. O *site* de Pinotti contém 15 acessos pelas áreas fixas, mais 14 acessos exclusivos pela página principal.

Outra característica específica da Internet é o acesso a outros *sites*, por meio de *links*. Além de sua coletânea de *links*, o *site* de Fernandes também direciona o internauta para o *site* da Câmara dos Deputados, para visualizar os Projetos de Lei e os discursos do deputado. No *site* de França, além da coletânea de *links*, há *link* para os *sites* *Twitter*, *Orkut* e para *site* do PSB/SP. O *site* de Pinotti não apresenta uma coletânea de *links*, e direciona para os *sites* *Youtube*, *Parlatube* e *Rede Record*, que disponibilizam vídeos, para o *site* da Câmara, que disponibiliza seus projetos, discursos, entrevistas e vídeos, e para o SaudePrev, onde localiza-se sua pesquisa qualitativa.

CAPÍTULO V

AVALIAÇÕES E CONSIDERAÇÕES

1. A POLÍTICA BRASILEIRA NA INTERNET

Esta dissertação apresentou-se também como um produto acadêmico baseado em uma discussão de natureza jurídica: uma das hipóteses desta pesquisa vai ao encontro da demanda criada no Capítulo II do Código de Ética e Decoro Parlamentar da Câmara dos Deputados, que afirma ser um dos deveres fundamentais de cada deputado¹¹:

Art. 3º São deveres fundamentais do Deputado:

[...]

VIII - prestar contas do mandato à sociedade, disponibilizando as informações necessárias ao seu acompanhamento e fiscalização (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2001, p.6)

McLuhan afirma que a predominância de determinado meio de comunicação pode alterar a percepção de um indivíduo, o funcionamento de uma sociedade inteira ou, porque não, os cursos da História. Afirma também que a proporção existente entre os sentidos altera-se quando um deles exterioriza-se em forma tecnológica - assim como qualquer função corporal ou mental. É exatamente com esta visão, sob as condições dos usos políticos, que o meio de comunicação eletrônico Internet foi analisado neste trabalho: buscando entender que mudanças e significados são trazidos pela própria existência na Internet de *sites* de deputados.

A hipótese principal da pesquisa foi que a Internet criou um ambiente onde os deputados podem cumprir seu dever de prestação de contas de mandato à sociedade, abrindo canais bidirecionais com o cidadão. Foi uma hipótese parcialmente comprovada, visto que os *sites* cumprem a função de prestação de contas, cada qual com seu desempenho na exposição de conteúdos, mas não destacam ou diferenciam as estruturas de exposição de conteúdos das estruturas que servem de contato ou interação com o internauta.

¹¹ (A íntegra dos artigos 55 e 56 da seção V, capítulo I, título IV da Constituição Brasileira; a Resolução 17 da Câmara dos Deputados, de 1989 e a Resolução 25 da Câmara dos Deputados, de 2001 estão disponíveis no Anexo C e também em: <www.camara.gov.br/sileg/MontarIntegra.asp?CodTeor=338579>)

O que se encontrou foram *sites* que se apresentam de forma predominantemente unidirecional, expondo conteúdos. Foram encontrados dois tipos de conteúdos, o primeiro correspondente aos criados pela assessoria de comunicação dos deputados, o segundo correspondentes a seleções de conteúdos disponíveis em outros *sites*, notadamente o *site* da Câmara dos Deputados, conforme previsto pelos agendamentos. Esses tipos de conteúdos são apresentados com pouca ou nenhuma diferenciação entre si, ocupando a maior parte do espaço gráfico dos *sites*, deixando sem ênfase os canais de contato entre o cidadão e o deputado. Por isso, os *sites* colocam o deputado em contato com o internauta, mas o contrário não é oferecido na mesma proporção: o internauta em contato com o deputado.

Sites são sistemas abertos, mas os *sites* estudados denotam, quando às estruturas que promovem o equilíbrio do sistema, que os aspectos bidirecionais são pouco desenvolvidos. O equilíbrio refere-se sobre a característica de um sistema acerca de sua adaptação às dinâmicas dos meios externos, ou *input*, conforme as teorias sistêmicas. Por exemplo, o *site* de Pinotti publica o *email* do deputado na área fixa inferior, mas não contém nenhum outro espaço para contato com o internauta, com exceção de sua pesquisa qualitativa, que serve a outros fins. Essa forma de usar o meio de comunicação Internet é reflexo do modo de pensar os meios de comunicação como suportes de distribuição de conteúdos, mais especificamente, como suportes impressos. Como disse McLuhan, a “obsessão com as velhas estruturas de expansão mecânica e unidirecional, do centro para a periferia,” (1964, p.54) ainda é facilmente encontrada no meio de comunicação Internet, inclusive nos *sites* dos deputados estudados.

A primeira hipótese secundária, de que os *sites* promovem a prestação de contas de mandato especificamente para os eleitores ou potenciais eleitores do deputado foi comprovada. Verificou-se que, muito mais do que influenciar a agenda comunicacional, os resultados das eleições influenciam diversas instâncias do mandato parlamentar dos deputados, conforme Nicolau e Carvalho. Dessa forma, Fernandes e França, que apresentam perfil concentrado/dominante, dedicaram esforços para os públicos de seus redutos eleitorais. Pinotti, com perfil partilhado/concentrado, típico caso dos eleitos pela metrópole, tinha como estratégia política a defesa de temas universais, trazendo como conteúdo de seu *site* as temáticas que defende, no seu caso, relacionadas a saúde, educação e política, como indicam as temáticas dos seus menus, ou as tematizações de seus artigos.

Os mapas produzidos para os deputados ilustraram os perfis de votação dos 11 candidatos mais votados nas Eleições 2006. Carvalho afirma que as ações parlamentares dos deputados são centradas na formação de um mercado eleitoral em áreas específicas, e que seu comportamento parlamentar é regido de acordo com as votações que recebem. Em função

disso, a publicação das Emendas 2009 no *site* de França completou a informação dos mapas eleitorais, correspondendo a um dos aspectos mais interessantes desta pesquisa. No caso de Fernandes, uma análise de conteúdos foi acionada e, cruzando o mapa de Fernandes com as informações fornecidas em suas notícias, demonstrou-se graficamente a existência das relações entre resultados das eleições, ações parlamentares como destinação de verbas, e agenda comunicacional, enquadrando Fernandes em caso idêntico ao de França. Também verificou-se o mesmo fenômeno no caso de Pinotti, em menor escala. Pinotti possui perfil partilhado/concentrado, mas também alocou recursos para cidades em que obteve alta concentração eleitoral. O fator agenda eleitoral também é verificado em estruturas permanentes dos *sites*, como no caso de Fernandes, com o texto institucional sobre São José dos Campos, e pelos conteúdos das imagens do *slide* automático de França.

Assim, todos os *sites* promoveram ações políticas e ações de comunicação sob a lógica da geografia política do voto, com três exceções: 1. uma área para os jornalistas, tanto no *site* de Fernandes como no *site* de Franca, que possuem uma área específica - mas não exclusiva - com materiais específicos de interesse da imprensa; 2. no uso que França faz do formato “carta”, destinada a habitantes das cidades paulistas aniversariantes; e 3. a pesquisa qualitativa apresentada por Pinotti, criada para um público muito abrangente - as mulheres internautas. A pesquisa de Pinotti foi o uso mais interessante de uma ferramenta da Internet entre os *sites* estudados, e será discutida logo adiante.

A segunda hipótese secundária, de que o caráter bidirecional da Internet pode promover maior participação dos cidadãos no processo democrático foi parcialmente comprovada pois, apesar de serem encontradas ferramentas bidirecionais nos *sites* dos três deputados, observou-se que os objetivos dos *sites* não são centrados no compartilhamento de conteúdos, e não promovem uma comunicação no sentido cidadão-deputado. O que se vê é apenas o contrário, o movimento deputado-cidadão, ainda sob a lógica unidirecional dos outros meios de comunicação. Assim, o que se encontrou nessa pesquisa são *sites* que representam mais uma solução ao problema “encontrar uma forma gráfica de encaixar muitos conteúdos a respeito do deputado”, e menos uma solução para o problema “abrir um canal para o cidadão com o deputado”.

A terceira hipótese secundária, de que os *sites* já promovem influências na agenda parlamentar dos deputados, foi comprovada quando encontrado um relato nos boletins eletrônicos de Fernandes, explicando o caso do cidadão José Sebastião de Oliveira, de São José dos Campos, que enviou pelo *site* sua sugestão, cujo assunto era tornar mais rigorosa a punição para manifestantes que invadam ou paralisem o tráfego em rodovias federais e

estaduais no País, que foi acolhida pelo deputado e proposta na Câmara. Segundo o *site* da Câmara dos Deputados, consultado em julho de 2009, a proposta estava com status “Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário”, referente ao andamento da apreciação pela Casa.

2. A INTERNET DA POLÍTICA BRASILEIRA

Em comparação aos sistemas eleitorais norte-americano e brasileiro, Carvalho (2003) afirma que ambos os sistemas eleitorais estimulam o voto personalizado em detrimento do voto partidário e fornecem incentivos à construção da reputação pessoal não só do candidato, como também do deputado. Se as perspectivas eleitorais de um político melhoram como resultado de ser pessoalmente bem conhecido e querido pelos eleitores, então a reputação pessoal faz diferença. E quanto mais isto faz diferença, mais valor tem a reputação pessoal, que precisa ser trabalhada pelos meios de comunicação, inclusive a Internet.

Os políticos sempre respeitaram as lógicas dos meios de comunicação, como foi analisado por Schwartzberg (1978). Para se eleger/reeleger, os políticos precisam ter contato com as pessoas. Essa lógica até então vinha sendo cumprida pelos meios de comunicação massificados, como jornais impressos, rádio e televisão. Agora, a Internet promove outros tipos de contatos, com suas particularidades. Os políticos sabem que na época das eleições haverá demanda por informações sobre os candidatos, fato provado pelas hipóteses de agendamento, com a 2ª pesquisa de McCombs e Shaw (p. 53), e ter um *site* é deixar sempre em aberto as possibilidades de um potencial eleitor conhecer o deputado/candidato e, de acordo com suas experiências no *site*, identificar-se com o deputado e decidir por nele votar.

Os *sites* dos deputados estudados correspondem a mais uma materialização do fenômeno da personalização da política. Os deputados federais poderiam utilizar os *sites* dos próprios partidos para fazer sua prestação de contas, ou entender que a *site* da Câmara dos Deputados já cumpra essa função na Internet. Mas os deputados federais paulistas recorrem a *sites* próprios para prestação de contas de seu mandato, porque há outras necessidades determinadas pelo fenômeno da personalização na política que os fazem criar e ocupar um espaço na Internet. Assim, explicou Schwartzberg, o político procura cada vez mais impor

uma imagem de si mesmo que capte e fixe a atenção do público, imagem essa uma reprodução mais ou menos fiel dele mesmo, um conjunto de traços apresentados à observação pública, uma seleção, uma recomposição. Essa questão da construção da reputação fica bem clara pelo destaque dado por França colocando citações sobre si no letreiro digital de seu *site*. Também vê-se valorizada a questão de mostrar o lado pessoal dos deputados, com a publicação do *blog* de Fernandes, e também pelo *microblog* de França, cujos conteúdos têm caráter extremamente subjetivo e pessoal.

Para entender o meio de comunicação Internet, o termo tradução é importante: o meio é sempre tradução de alguma coisa anterior, sob forma, modo, ou intensidade novos. Logo, a Internet, tanto quanto os outros meios de comunicação, potencializa a personalização na política, valorizando a comunicação do deputado com públicos diversos: facilita o contato com a sociedade para deputados que tenham votação fragmentada, assim como potencializa os contatos para deputados com votações concentradas.

Assim, deputados com uma trajetória orientada para defesa de certas políticas (especialista em temas específicos ou representante de determinados grupos de interesse) ou que pertençam à elite parlamentar podem conseguir espaço na mídia nacional para cobertura de suas atividades e prescindir de realizar ações particularistas para os seus redutos eleitorais, como Paulo Maluf e Paulinho da Força, grandes nomes na política nacional que fazem parte da quinta parte dos deputados que não possuem *site* na Internet. Suas estratégias políticas não são, obviamente, as mesmas de deputados bem votados num grupo contíguo de municípios interioranos, com interesses em levar para seus redutos projetos que lhe serão creditados sem erro pelos respectivos eleitores, como o caso de Fernandes e França. Ao contrário: tenderão a orientar-se por políticas mais gerais, de âmbito mais vasto quanto a impacto e virtuais beneficiários, como é o caso de Pinotti. Por outro lado, parlamentares que não fazem parte da elite parlamentar e/ou foram eleitos com votações hiperconcentradas tendem a privilegiar ações que beneficiem diretamente o seu reduto eleitoral (alocação de emendas do orçamento para a região, intermediação dos prefeitos com o governo federal para provisão de obras e recursos para a região).

Dentro dessas hipóteses, Carvalho (2003) afirmou que todos os deputados investiriam considerável soma de recursos na publicidade de seus respectivos nomes, sendo os das metrópoles priorizando e fazendo posicionamentos em relação a temas (por meios de projetos de lei, do voto em plenário, dos trabalhos em comissões), enquanto os deputados do interior teriam mais incentivos para reivindicar créditos pela alocação de benefícios desagregados para suas respectivas bases. Para ambos, a Internet agora é um canal que os ajudam a cumprir

sua missão de estar presente junto a seus públicos. A conquista do espaço midiático é missão certa para os deputados federais paulistas. Schwartzberg (1978, p.168) afirmou que assim que o poder é conquistado, “o principal recurso para manter os jornalistas informados é, sem dúvida alguma, a conferência de imprensa”. Hoje, os políticos também precisam ocupar o ambiente da Internet, disponibilizando devidamente seus conteúdos na Internet para internautas, colegas de partido, eleitores, adversários, jornalistas.

Há falhas e qualidades em todos os *sites* estudados. Cada um apresenta suas estruturas e padrões em níveis distintos de organização da informação, ou seja, com melhor ou pior desempenho na arquitetura da informação. Uma das premissas da Internet é o acesso fácil (ANDERSON, 2006, p.215) e uma importante ferramenta para facilitar a navegação e a localização de dados, além da própria organização *site*, são as ferramentas de busca. No *site* de Fernandes, verificou-se que as ferramentas de busca são completas, no *site* de França são parciais, e no *site* de Pinotti são inexistentes.

As questões de facilidades de acesso também são melhor resolvidas no *site* de Fernandes, com sua navegação facilitada pelo não uso de área fixa lateral e por apresentar poucos objetos que não tenham acesso pelas áreas fixas. Apesar desse melhor desempenho na organização da informação, o *site* de Fernandes falha ao deixar de fora de suas áreas fixas uma importante ferramenta de exposição do candidato, o *blog*.

No *site* de França, os acessos do *site* estão todos concentrados na página inicial, causando a mesma falha do *blog* de Fernandes - não ser acessível pela área fixa – em quase todo seu conteúdo jornalístico, questão agravada pela dificuldade em localizar os conteúdos de sua principal editoria jornalística, que está acessível somente na página inicial, por um pequeno *link*, junto com outros 37 *links*. O *site* de França, ao invés de usar áreas fixas para organizar os conteúdos, preenche-as com outros conteúdos, prejudicando sensivelmente a organização do seu *site*. No *site* de França, é evidente que o espaço da tela do internauta foi planejado da mesma forma que uma capa de jornal, ou de revista.

O *site* de Pinotti apresenta falhas de diagramação, baixo aproveitamento de tela e não oferece ferramentas de busca. A questão da facilidade de acesso ofusca sua pesquisa qualitativa pela dificuldade em reconhecer a pesquisa frente a tantos outros conteúdos no *site*. Conforme mostrado no Capítulo IV, no *site* de Pinotti é disponibilizado uma pesquisa médica, “Conheça seus Riscos”, assunto de artigo publicado no próprio *site*, onde afirma-se que sua pesquisa é de grande importância para a saúde pública. Porém, não há diferenciação gráfica para o acesso à pesquisa qualitativa, tampouco textual, visto que o título “Conheça seus Riscos” remete indiretamente à avaliação, e o internauta também não encontra textos que

contextualizem adequadamente a pesquisa. Somente o artigo informa sobre a empreitada dos pesquisadores e virtuais benefícios para o entrevistado - um planejamento de saúde, a custo de uma impressão, equivalente a consulta médica de 4 horas. Apesar desses erros, no *site* de Pinotti os conteúdos estão devidamente divididos nas áreas fixas; no grupo vertical de *links* estão os conteúdos de exposição da imagem de Pinotti como deputado federal, e no grupo horizontal estão os conteúdos referentes à atuação de Pinotti como profissional da saúde - local onde encontra-se sua pesquisa qualitativa.

A prestação de contas acabou sendo verificada em vários pontos dos *sites* analisados. O principal modo escolhido tanto por Fernandes como por França para a prestação de contas de seus mandatos foi por meio de notícias constantemente atualizadas. Em um de seus textos institucionais, Fernandes declara que a prestação de contas é a principal função de seu *site*: “Outro objetivo é sempre prestar contas do meu mandato, com informações e notícias de todas as atividades parlamentares.” O conteúdo das notícias de França e Fernandes tem como limitação os interesses em mostrar ao público-eleitorado quais são as atividades em que os deputados estão envolvidos. A prestação de contas acontece também quando os deputados Fernandes e França disponibilizam suas agendas para consulta pública, mesmo que sejam parciais ou imprecisas. É um modo como o representante político pode mostrar planejamento, organização e compromissos.

Pinotti não abriu espaço para notícias em sua prestação de contas, nem agenda, mas recorreu a publicação de vídeos, arquivos de áudio e *links* para mostrar seus projetos de lei, seus discursos na Câmara e as relatorias e comissões das quais participava, tudo baseado em conteúdos produzidos por outros *sites*, principalmente o *site* da Câmara. Outro elemento das prestações de contas encontrado foi o meio de comunicação fala e suas ferramentas, quando Fernandes e Pinotti disponibilizam seus discursos proferidos na Câmara.

Além da prestação de contas de mandato, também verificou-se materiais de interesse público com funções educacionais, quando França publica texto explicando o processo legislativo, e também no *site* de Pinotti, onde são encontrados alguns materiais como a Cartilha de Fiscalização Financeira e Controle da Câmara dos Deputados, que apresenta mecanismos de acompanhamento, busca de informações e denúncia de atividades irregulares sobre o uso do dinheiro público.

No *site* de Pinotti, a ausência de estruturas interativas, como área para contato, denota desinteresse em abrir canais com o cidadão, ou em tornar mais interessante as experiências de navegar no *site*, que segue apenas a lógica da exposição de imagem e conteúdos correlatos. Porém, o melhor exemplo de uso de compartilhamento de informação é justamente no *site* de

Pinotti, por sua pesquisa médica, configurando o uso que melhor se enquadrou à ideia de usar a Internet para gerar informações de acordo com a navegação do internauta, por meio de um questionário.

Foi tímido o uso das ferramentas interativas, tanto no *site* de França, que possui somente áreas de contato e enquetes, como no *site* de Fernandes, que apresenta estas e mais outra ferramenta interativa, o canal para deixar comentários em cada texto publicado em seu *blog*. O *site* de Fernandes afirma ser o principal veículo entre o deputado e a população, sendo lançado no dia do aniversário de São José dos Campos, cidade onde foi candidato com votação majoritária. Ferramentas informativas mais recentes também foram encontradas no *site* de França, como o RSS e o *microblog Twitter*.

3. A MENSAGEM DA INTERNET

McLuhan (1964, p.21) afirma que a ‘mensagem’ de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas, que é preciso perceber a magnitude dos meios de comunicação na transformação do ser humano e das instituições pelas quais ele é organizado, e que a cultura pode ser entendida como o processo em que atuam a estrutura ou organização da experiência na sociedade, o modo pelo qual ela se comunica.

Com o advento dos meios de comunicação eletrônicos, a instantaneidade, a velocidade com que a difusão das mensagens é realizada e o caráter massivo da sua recepção não só permitem a partilha de experiências distantes e longínquas, como promovem novos tipos de aproximações e relações sociais, agora em larga escala. Diante disso, pergunta-se: os *sites* dos deputados federais paulistas na Internet já representam a materialização de novos tipos de relacionamento, em larga escala, entre os representantes e os representados na democracia contemporânea? Ainda não.

Outra pergunta: será que está próximo o dia em que, para conseguir completar o ciclo eleição/reeleição, os políticos precisem não apenas ter *sites*, mas dar abertura para a população participar na política por meio deles? Possibilidades existem. A partir do momento em que ter um *site* na Internet começou a ser tão importante quanto dar entrevistas ou participar do horário eleitoral gratuito na televisão, aparecer em outdoors, jornais impressos

ou outros meios, os políticos já ocuparam o espaço da Internet, mas sem explorar seu diferencial tecnológico.

Em poucos anos, a geração de internautas começará a votar, obrigatoriamente, enquanto a estrutura tecnológica da Internet é incrementada e disponibilizada a maior número de pessoas, diariamente. Se o modo como os políticos usam os meios de comunicação está relacionado diretamente às suas vontades políticas, também é verdade que as eleições determinam as vontades políticas dos deputados. Assim, se os internautas de hoje tornarem-se públicos importantes para os candidatos, e se também demandarem maior participação política através da Internet, os políticos terão que oferecer maior espaço para que as pessoas participem. Caso contrário, poderão não conseguir completar o ciclo eleição/reeleição.

Mudanças nos políticos ou na política não acontecem em um clique. Mas é possível pensar em possibilidades de mudança se a Internet for usada politicamente como um canal entre o cidadão e seu representante. Se pessoas com anseios políticas possam ter suas vontades traduzidas em cliques, elas participarão. Para isso não basta a tecnologia da Internet, não bastam as pessoas, é preciso vontade política. Observando a quantidade de deputados que possuem *sites* na Internet, vê-se que os políticos naturalmente já ocuparam a Internet, mas ainda não abriram devidamente os canais com os cidadãos.

O caso de José Sebastião de Oliveira abre um precedente, e se o projeto de lei de Fernandes for aprovado, será um caso interessante a ser analisado. Usar a Internet é criar formas de recolher dos internautas dados, informações, mensagens, textos completos, fotos, áudios, vídeos, assim como já o fazem campanhas publicitárias de grandes empresas. Usar a Internet é valer-se de sua bidirecionalidade para trazer não apenas o contato e o compartilhamento, mas também possibilidades de descentralização.

Um deputado poderia valer-se de ações simples para promover descentralização por meio do compartilhamento. Por exemplo: antes de encaminhar à Câmara dos Deputados um projeto de lei, o deputado disponibiliza o projeto em seu *site*, dispara uma notícia chamando o internauta a conhecer a proposta e solicitando sugestões, dentro de um prazo de um mês, deixando muito claro que a intenção é que o texto seja alterado de acordo com as sugestões dos internautas. Essa é uma proposta hipotética, e considera a atual construção dos *sites*. Com certeza outras propostas mais interessantes poderiam ser criadas se os *sites* já fossem desenvolvidos a partir do conceito de compartilhamento, na intenção de usar a conectividade como elemento “da transformação gradual do poder da força para o poder da inteligência e poder da ação”, como sugere Kerchkhove (2003). \$;[

A comunicação é o modo pelo qual a experiência é partilhada dentro do propósito comum, criado pela própria estrutura social. Se a estrutura tecnológica hoje é também uma estrutura em rede, pelas conexões eletrônicas da Internet, a mensagem da Internet é esta, o compartilhamento, definido pelo *programa de compartilhamento da informação* criado por Tim Berners Lee, no ano de 1990, e que ganhou uma plataforma gráfica em 1991, a *World Wide Web*, conhecida como Internet. A mensagem da Internet é que suas estruturas possibilitam que elementos importantes da cultura oral sejam restaurados, não apenas o diálogo, mas também o debate público. Para os políticos, a mensagem da Internet é que estes devem ocupá-la promovendo idéias de colaboração, de compartilhamento, de descentralização. Seria um importante passo para representar o cidadão de forma mais direta, mais participativa, de forma colaborativa.

REFERÊNCIAS

ABREU, Diego. *TSE absolve Clodovil da acusação de infidelidade partidária*. G1. Brasília, 12 mar. 2009 Disponível em:
<<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1040906-5601,00.html>> Acessado em 18 mar. 2009.

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 2ª edição.

BIANCHETTI, Lucídio e MARTINS, Josenei. *A educação como atividade comunicacional: interatividade e interdisciplinaridade*. Artigo apresentado no GT Educação e Comunicação - 16 Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação. Caxambu:2000.

BITTENCOURT, Alexandre Marquez e QUITÉRIO, André de Mendonça. *Jornalismo e campanhas eleitorais: estudo de caso da campanha eleitoral de Estela Almagro à prefeitura de Bauru nas eleições de 2004*. Trabalho de Conclusão (bacharelado - Comunicação Social - Jornalismo) - Unesp, Bauru, 2005.

BOBBIO, Norberto. *O futuro da democracia - uma defesa das regras do jogo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BRASIL TEM 59 milhões de internautas maiores de 16 anos, apura pesquisa. Acesa SP. São Paulo, 13 ago. 2008. Disponível em:
<<http://www.acessasp.sp.gov.br/modules/news/article.php?storyid=634>> Acessado em 16 mar. 2009.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004-2006.

CADÊ O #FORASARNEY?, *Blog da Galileu*, acessado em 26 jul. 2009, disponível em <http://colunas.galileu.globo.com/blogdagalileu/tag/politica/>

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Brasil. Constituição Da República Federativa Do Brasil (1988). *Regimento interno da Câmara dos Deputados*. Resolução nº 25, de 2001. Brasília, 2001. Disponível em: <[HTTP://www.camara.gov.br/sileg/MontarIntegra.asp?CodTeor=338579](http://www.camara.gov.br/sileg/MontarIntegra.asp?CodTeor=338579)>. Acessado em 24 dez. 2008.

CARVALHO, Nelson Rojas de. *E no início eram as bases - Geografia política do voto e comportamento legislativo no Brasil*. Rio De Janeiro: Revan, 2003.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 243 p. ISBN 8571107408

COMERCIAL de Barack Obama na TV atinge 22% dos lares norte-americanos. Portal Imprensa. [S.l.] 30 out. 2008. Disponível em:
< http://portalimprensa.com.br/portal/ultimas_noticias/2008/10/30/imprensa23789.shtml>
Acessado em 12 mar. 2009.

CONEXÕES de banda larga chegam a 16% dos domicílios no Brasil. FolhaOnline. São Paulo: 17 mar. 2009. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u536326.shtml>>. Acesso em 17 mar. 2009.

D' AVILA FILHO, Paulo M. *Os partidos são mesmo todos iguais?* Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, 1 jun. 2007. Disponível em:
<<http://www.ibase.br/modules.php?name=Conteudo&pid=1807>> Acessado em 18 mar. 2009.

EISNER, Will. *Quadrinhos e arte seqüencial*. Tradução Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

FERNANDES, Emanuel. *Site do deputado federal paulista Emanuel Fernandes (PSDB)*
<http://www.emanuefernandes.com.br/>

FERRARI, Maria Aparecida. *Relações públicas e a opinião pública no composto de marketing político*. in SANTOS, Célia Maria Retz Godoy (org.) *Opinião pública & marketing político*. p. 141-162 Bauru : FAAC, 2007.

FRACHETTA, Alex. Eleições nos EUA: a campanha do Obama. Blog Marketing, not Adversiting. Disponível em: < <http://alex.frachetta.com/2008/11/04/eleicoes-nos-eua-a-campanha-do-obama>> Acessado em 15 mar.2008

FRANÇA, Márcio. *Site do deputado federal paulista Márcio França (PSB)*
<http://www.marciofranca.com.br/>

FRANÇA, Vera in: Motta, Luiz Gonzaga et. al. (org) *Estratégias e Culturas da Comunicação*. Brasília, EDUNB, 2002.

GASTAL, Susana. *McLuhan: desdobramentos polêmicos de uma teoria (ainda) polêmica*. Revista quadrimestral FAMECOS nº 22. Porto Alegre: dezembro 2003

GOMES, Itania Maria Mota. *Efeito e Recepção. A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media*. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2004.

HOHLFELDT, A., MARTINO, L. e FRANÇA, V. V. *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.

HOHLFELDT, Antônio. *Os estudos sobre as hipóteses de agendamento*. Porto Alegre, Revista Famecos, número 7, novembro de 1997. p.42-51

KERBAUY, Maria Teresa. *Marketing eleitoral e agenda política*. in SANTOS, Célia Maria Retz Godoy (org.) *Opinião pública & marketing político*. p. 163-174. Bauru : FAAC, 2007.

KERCKHOVE, Derrick de. *Texto, contexto e hipertexto: três condições da linguagem, três condições da mente*. Revista Famecos. quadrimestral. Porto Alegre nº 22, dez. 2003.
Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/22/a01v1n22.pdf>> Acesso em: 16 mar. 2009.

LITTLEJOHN, Stephen W. *Fundamentos teóricos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. 407p.

MACIEL, Eliane Cruxên Barros de Almeida. *Democracia Representativa e Consulta Popular*. Brasília, 1998. Disponível em:
< <http://www.senado.gov.br/conleg/artigos/direito/DemocraciaRepresentativa.pdf> > Acessado em 18 mar. 2009

MATTOS, Celso Moreira de. *Imprensa e Câmara : um estudo sobre o agendamento* . Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru: 2005.

MCLUHAN, Herbert Marshall. *A Galáxia de Gutenberg - a formação do homem tipográfico*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 2ª ed., 1977.

MCLUHAN, Herbert Marshall: *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Ed. Cultrix, 1964, 4. Edição.

MCLUHAN, Stephanie e Staines, David. *McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas*. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações, 2005.

MERIGO, Carlos. *Wassup 2008*. 25 de outubro de 2009. Disponível em: <<http://www.brainstorm9.com.br/2008/10/25/wassup-2008>> Acessado em 12 mar. 2009.
MICROSOFT EXCEL 2007. Programa de tabelas, cálculos e gráficos. Califórnia: 2007.

NICOLA, Ricardo. *Cibersociedade: quem é você no mundo online?* São Paulo, Editora SENAC, 2003.

NICOLAU, Jairo. *Como Controlar o Representante?: Considerações sobre as Eleições para a Câmara dos Deputados no Brasil*. Dados. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, 2002, vol.45, no.2, p.219-236. ISSN 0011-5258

NICOLAU, Jairo. *O sistema eleitoral de lista aberta no Brasil*. Dados. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, vol.49, no.4, 2006. p.689-720. ISSN 0011-5258. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582006000400002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 18 Mar. 2009.

NICOLAU, Jairo. *Sistema eleitoral e accountability*. In: SOARES, RENN Gláucio Ary Dillon e Lucio R. Reforma política ed. Ilustrada. Editora FGV Editora, 2006. 357 páginas p. 23-33 Disponível em < <http://books.google.com.br/books?id=g44bycaCZq0C> > Acesso em 17 mar. 2008

O ESTADO DE S. PAULO. *Técnicas de redação e literatura*. São Paulo: 1996

PAIVA, Moriael. *Barack Obama é exemplo de político 2.0* Webinsider, [S.l.] 11 fev. 2008 Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2008/02/11/barack-obama-e-exemplo-de-politico-20/>>. Acessado em 17. Mar. 2209

PÉCORA, Luísa. *Pesquisa mostra democratização da internet no Brasil*. [S.l.], 05 ago. 2008. Disponível em <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2008/08/05/pesquisa_mostra_democratizacao_da_internet_no_brasil_1496097.html> Acesso em: 18 mar. 2009

PINOTTI, José Aristodemo. *Site do deputado federal paulista Aristodemo Pinotti (DEM)* <http://www.drpinotti.com.br/>

POMBO, Olga: *McLuhan - A Escola e os Media*. Lisboa. Editora Universidade de Lisboa, 1994.

QUINO. *Cada um no seu Lugar*. São Paulo Editora Martins Fontes, 2005.

QUINO. *Potentes, prepotentes e impotentes*. São Paulo Editora Martins Fontes, 2003.

SAAD, E. *Estratégias "2.0" para a mídia digital: internet, informação e comunicação*. 2a. ed. São Paulo: SenacSP, 2008. v. 1. 218 p.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O estado espetáculo*. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. *Exclusão Digital - A miséria na Era da Informação*. Editora Fundação Perseu Abramo. 2001

SUBTIL, Filipa. “Uma Teoria da Globalização Avant la Lettre”. In: MARTINS, Hermínio; GARCIA, José Luís (org.). *Dilemas da Civilização Tecnológica*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=subtil-filipa-teoria-globalizacao.html> Acesso em: 16 mar. 2009.

TEIXEIRA, Anísio. *O pensamento precursor de McLuhan*. Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos. Brasília, v.54, n.119, jul./set. 1970. p.242-248.

TRAQUINA, Nelson (org.). *O poder do jornalismo - análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra (Portugal) Minerva, 2000, pp.13-43.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Desempenho dos Partidos. *Banco de dados*. Brasília:2002? Disponível em <<http://www.tse.jus.br/internet/partidos/desempenho.htm>> Acessado em 25 mar. 2009.

UM SÓ MUNDO. *Planeta Sustentável*. [S.l.], jun. 2007. Acessado em 27 fev. 2009. Disponível em <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/atitude/conteudo_248306.shtml>

VITTORIAZ FILHO, Mario. *Eleições nos EUA: a campanha de Barack Obama* [S.l.] 05 nov. 2008. Disponível em <<http://blogs.abril.com.br/digimarketingnews/2008/11/eleicoes-nos-eua-campanha-barack-obama.html>> Acessado em 12 mar. 2009.

VOTAÇÃO NO MUNICÍPIO. Tribunal Superior Eleitoral. Brasília, 2006?. Disponível em: <http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/resultado_2006.htm> Acessado em 13 abr. 2007

WOLF, M. Teorias da comunicação. 1ª edição, Lisboa: Presença, 1987.

ANEXOS

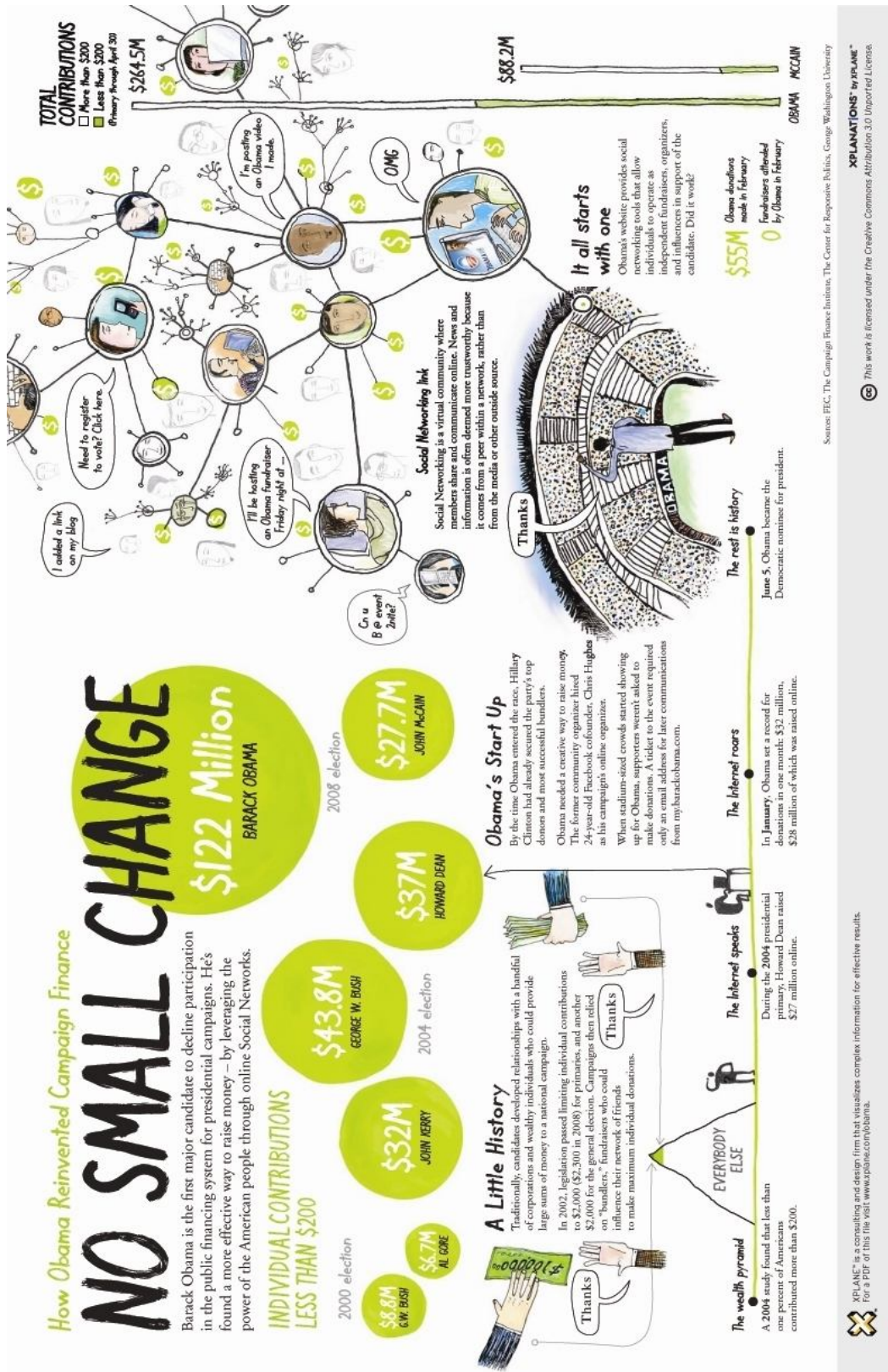
ANEXO A - Programação visual da campanha de Barack Obama na disputa presidencial dos Estados Unidos. Disponível em:

< <http://www.brainstorm9.com.br/2008/01/09/a-campanha-e-design-de-barack-obama/> >





ANEXO B - COMO OBAMA ARRECADOU RECURSOS VIA INTERNET



ANEXO C - Resolução nº 25 da Câmara dos Deputados.

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....
TÍTULO IV
DA ORGANIZAÇÃO DOS PODERES

CAPÍTULO I
DO PODER LEGISLATIVO

.....
Seção V
Dos Deputados e dos Senadores

.....
Art. 55. Perderá o mandato o Deputado ou Senador:

- I - que infringir qualquer das proibições estabelecidas no artigo anterior;
- II - cujo procedimento for declarado incompatível com o decoro parlamentar;
- III - que deixar de comparecer, em cada sessão legislativa, à terça parte das sessões ordinárias da Casa a que pertencer, salvo licença ou missão por esta autorizada;
- IV - que perder ou tiver suspensos os direitos políticos;
- V - quando o decretar a Justiça Eleitoral, nos casos previstos nesta Constituição;
- VI - que sofrer condenação criminal em sentença transitada em julgado;

§ 1º É incompatível com o decoro parlamentar, além dos casos definidos no regimento interno, o abuso das prerrogativas asseguradas a membro do Congresso Nacional ou a percepção de vantagens indevidas.

§ 2º Nos casos dos incisos I, II e VI, a perda do mandato será decidida pela Câmara dos Deputados ou pelo Senado Federal, por voto secreto e maioria absoluta, mediante provocação da respectiva Mesa ou de partido político representado no Congresso Nacional, assegurada ampla defesa.

§ 3º Nos casos previstos nos incisos III a V, a perda será declarada pela Mesa da Casa respectiva, de ofício ou mediante provocação de qualquer de seus membros, ou de partido político representado no Congresso Nacional, assegurada ampla defesa.

§ 4º A renúncia de parlamentar submetido a processo que vise ou possa levar à perda do mandato, nos termos deste artigo, terá seus efeitos suspensos até as deliberações finais de que tratam os parágrafos 2º e 3º

* § 4º acrescentado pela Emenda Constitucional de Revisão nº 6, de 07/06/1994.

Art. 56. Não perderá o mandato o Deputado ou Senador:

- I - investido no cargo de Ministro de Estado, Governador de Território, Secretário de Estado, do Distrito Federal, de Território, de Prefeitura de Capital ou chefe de missão diplomática temporária;
- II - licenciado pela respectiva Casa por motivo de doença, ou para tratar, sem remuneração, de interesse particular, desde que, neste caso, o afastamento não ultrapasse cento e vinte dias por sessão legislativa.

§ 1º O suplente será convocado nos casos de vaga, de investidura em funções previstas neste artigo ou de licença superior a cento e vinte dias.

§ 2º Ocorrendo vaga e não havendo suplente, far-se-á eleição para preenchê-la se faltarem mais de quinze meses para o término do mandato.

§ 3º Na hipótese do inciso I, o Deputado ou Senador poderá optar pela remuneração do mandato.

.....

.....

**REGIMENTO INTERNO
DA
CÂMARA DOS DEPUTADOS**

RESOLUÇÃO Nº 17, DE 1989

Aprova o Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

.....

**TÍTULO VII
DOS DEPUTADOS**

.....

**CAPÍTULO V
DO DECORO PARLAMENTAR**

Art. 244. O Deputado que praticar ato contrário ao decoro parlamentar ou que afete a dignidade do mandato estará sujeito às penalidades e ao processo disciplinar previstos no Código de Ética e Decoro Parlamentar, que definirá também as condutas puníveis.

**Artigo com nova redação dada pela Resolução nº 25, de 2001.*

Art. 245. (Revogado pela Resolução nº 25, de 2001)

Art. 246. (Revogado pela Resolução nº 25, de 2001).

Art. 247. (Revogado pela Resolução nº 25, de 2001).

Art. 248. (Revogado pela Resolução nº 25, de 2001).

.....

.....

RESOLUÇÃO Nº 25, DE 2001

Institui o Código de Ética e Decoro Parlamentar.

Faço saber que a Câmara dos Deputados aprovou e eu promulgo a seguinte Resolução:

Art. 1º. O Código de Ética e Decoro Parlamentar da Câmara dos Deputados é instituído na conformidade do texto anexo.

Parágrafo único. As normas estabelecidas no Código de Ética e Decoro Parlamentar complementam o Regimento Interno e dele passam a fazer parte integrante.

Art. 2º. O § 3º do art. 240 e o art. 244 do Regimento Interno passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 240.....

.....

§ 3º A representação, nos casos dos incisos I e VI, será encaminhada à Comissão de Constituição e Justiça e de Redação, observadas as seguintes normas:

Art. 244 O deputado que praticar ato contrário ao decoro parlamentar ou que afete a dignidade do mandato estará sujeito às penalidades e ao processo disciplinar previstos no Código de Ética e Decoro Parlamentar, que definirá também as condutas puníveis. "(NR)

Art. 3º. Revogam-se os artigos 245 a 248 do Regimento Interno da Câmara.

Art. 4º. Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Câmara dos Deputados, 10 de outubro de 2001.

- 1 AÉCIO NEVES - PSDB - MG
- 2 WALDIR PIRES - PT - BA
- 3 JUTAHY JUNIOR - PSDB - BA
- 4 BARBOSA NETO - PMDB - GO
- 5 INOCÊNCIO OLIVEIRA - PFL - PE
- 6 EFRAIM MORAIS - PFL - PB
- 7 JOSÉ DIRCEU - PT - SP
- 8 ANTONIO CARLOS PANNUNZIO - PSDB - SP
- 9 WILSON SANTOS - PSDB - MT
- 10 CIRO NOGUEIRA - PFL - PI
- 11 BISPO RODRIGUES - PL - RJ
- 12 PAULO ROCHA - PT - PA
- 13 MENDES RIBEIRO FILHO - PMDB - RS
- 14 SEVERINO CAVALCANTI - PPB - PE
- 15 ODELMO LEÃO - PPB - MG
- 16 ARTHUR VIRGÍLIO - PSDB - AM
- 17 INÁCIO ARRUDA - Pcdob - CE
- 18 DE VELASCO - PSL - SP
- 19 EDUARDO CAMPOS - PSB - PE
- 20 WALTER PINHEIRO - PT - BA
- 21 MIRO TEIXEIRA - PDT - RJ
- 22 ROBERTO JEFFERSO - PTB - RJ
- 23 JOÃO MENDES - PFL - RJ
- 24 DOMICIANO CABRAL - PSDB - PB
- 25 ARISTON ANDRADE - PFL - BA

CÓDIGO DE ÉTICA E DECORO PARLAMENTAR DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Este Código estabelece os princípios éticos e as regras básicas de decoro que devem orientar a conduta dos que estejam no exercício do cargo de Deputado Federal.

Parágrafo único. Regem-se também por este Código o procedimento disciplinar e as penalidades aplicáveis no caso de descumprimento das normas relativas ao decoro parlamentar.

Art. 2º As imunidades, prerrogativas e franquias asseguradas pela Constituição, pelas leis e pelo Regimento Interno aos Deputados são institutos destinados à garantia do exercício do mandato popular e à defesa do Poder Legislativo.

CAPÍTULO II DOS DEVERES FUNDAMENTAIS

Art. 3º São deveres fundamentais do Deputado:

I - promover a defesa do interesse público e da soberania nacional;

II - respeitar e cumprir a Constituição, as leis e as normas internas da Casa e do Congresso Nacional;

III - zelar pelo prestígio, aprimoramento e valorização das instituições democráticas e representativas e pelas prerrogativas do Poder Legislativo;

IV - exercer o mandato com dignidade e respeito à coisa pública e à vontade popular, agindo com boa-fé zelo e probidade;

V - apresentar-se à Câmara durante as sessões legislativas ordinárias e extraordinárias e participar das sessões do plenário e das reuniões de comissão de que seja membro, além das sessões conjuntas do Congresso Nacional;

VI - examinar todas as proposições submetidas a sua apreciação e voto sob a ótica do interesse público;

VII - tratar com respeito e independência os colegas, as autoridades, os servidores da Casa e os cidadãos com os quais mantenha contato no exercício da atividade parlamentar, não prescindindo de igual tratamento;

VIII - prestar contas do mandato à sociedade, disponibilizando as informações necessárias ao seu acompanhamento e fiscalização; [grifo meu]

IX - respeitar as decisões legítimas dos órgãos da Casa.

CAPÍTULO III DOS ATOS INCOMPATÍVEIS COM O DECORO PARLAMENTAR

Art. 4º Constituem procedimentos incompatíveis com o decoro parlamentar, puníveis com a perda do mandato:

I - abusar das prerrogativas constitucionais asseguradas aos membros do Congresso Nacional (Constituição Federal, art. 55, § 1º);

II - perceber, a qualquer título, em proveito próprio ou de outrem, no exercício da atividade parlamentar, vantagens indevidas (Constituição Federal, art. 55, § 1º);

III - celebrar acordo que tenha por objeto a posse do suplente, condicionando-a a contraprestação financeira ou à prática de atos contrários aos deveres éticos ou regimentais dos Deputados;

IV - fraudar, por qualquer meio ou forma, o regular andamento dos trabalhos legislativos para alterar o resultado de deliberação;

V - omitir intencionalmente informação relevante, ou, nas mesmas condições, prestar informação falsa nas declarações de que trata o art. 18.

CAPÍTULO IV

DOS ATOS ATENTATÓRIOS AO DECORO PARLAMENTAR

Art. 5º Atentam, ainda, contra o decoro parlamentar as seguintes condutas, puníveis na forma deste Código:

- I - perturbar a ordem das sessões da Câmara ou das reuniões de comissão;
- II - praticar atos que infrinjam as regras de boa conduta nas dependências da Casa;
- III - praticar ofensas físicas ou morais nas dependências da Câmara ou desacatar, por atos ou palavras, outro parlamentar, a Mesa ou comissão, ou os respectivos Presidentes;
- IV - usar os poderes e prerrogativas do cargo para constranger ou aliciar servidor, colega ou qualquer pessoa sobre a qual exerça ascendência hierárquica, com o fim de obter qualquer espécie de favorecimento;
- V - revelar conteúdo de debates ou deliberações que a Câmara ou comissão hajam resolvido devam ficar secretos;
- VI - revelar informações e documentos oficiais de caráter reservado, de que tenha tido conhecimento na forma regimental;
- VII - usar verbas de gabinete em desacordo com os princípios fixados no *caput* do art. 37 da Constituição Federal;
- VIII - relatar matéria submetida à apreciação da Câmara, de interesse específico de pessoa física ou jurídica que tenha contribuído para o financiamento de sua campanha eleitoral;
- IX - fraudar, por qualquer meio ou forma, o registro de presença às sessões, ou às reuniões de comissão.

Parágrafo único. As condutas puníveis neste artigo só serão objeto de apreciação mediante provas.

Art. 6º Ao Conselho de Ética e Decoro Parlamentar compete:

- I - zelar pela observância dos preceitos deste Código, atuando no sentido da preservação da dignidade do mandato parlamentar na Câmara dos Deputados;
- II - processar os acusados nos casos e termos previstos no art. 13;
- III - instaurar o processo disciplinar e proceder a todos os atos necessários à sua instrução, nos casos e termos do art. 14;
- IV - responder às consultas da Mesa, de comissões e de Deputados sobre matérias de sua competência;
- V - organizar e manter o Sistema de Acompanhamento e Informações do Mandato Parlamentar, nos termos do art. 17;

CAPÍTULO V DAS PENALIDADES APLICÁVEIS E DO PROCESSO DISCIPLINAR

Art. 14º A aplicação das penalidades de suspensão temporária do exercício do mandato, de no máximo trinta dias, e de perda de mandato são de competência do Plenário da Câmara dos Deputados, que deliberará em escrutínio secreto e por maioria absoluta de seus membros, por provocação da Mesa ou partido político representado no Congresso Nacional, após processo disciplinar instaurado pelo Conselho de Ética e Decoro Parlamentar, na forma deste artigo.

§ 1º Será punível com a suspensão temporária do exercício do mandato o Deputado que incidir nas condutas descritas nos incisos IV,V,IX do art. 5º e com a perda do mandato o Deputado que incidir nas condutas descritas no art. 4º.

§ 2º Poderá ser apresentada, à Mesa, representação popular contra Deputado por procedimento punível na forma deste artigo.

§ 3º A Mesa não poderá deixar de conhecer representação apresentada nos termos do § 2º, devendo sobre ela emitir parecer fundamentado, determinando seu arquivamento ou o envio ao Conselho de Ética e Decoro Parlamentar para a instauração do competente processo disciplinar, conforme o caso.

§ 4º Recebida representação nos termos deste artigo, o Conselho observará o seguinte procedimento:

I - o Presidente, sempre que considerar necessário, designará três de seus membros para compor subcomissão de inquérito destinada a promover as devidas apurações dos fatos e das responsabilidades;

II - constituída ou não a subcomissão referida no inciso anterior, será remetida cópia de representação ao Deputado acusado, que terá o prazo de cinco sessões ordinárias para apresentar sua defesa escrita e indicar provas;

III - esgotado o prazo sem apresentação de defesa, o Presidente nomeará defensor dativo para oferecê-la, reabrindo-lhe igual prazo;

IV - apresentada a defesa, o relator da matéria ou, quando for o caso, a subcomissão de inquérito, procederá às diligências e à instrução probatória que entender necessárias, findas as quais proferirá parecer no prazo de cinco sessões ordinárias da Câmara, concluindo pela procedência da representação ou por seu arquivamento, oferecendo, na primeira hipótese, projeto de resolução destinado à declaração da suspensão ou perda do mandato;

V - o parecer do relator ou da subcomissão de inquérito, quando for o caso, será submetido à apreciação da Comissão, considerando-se aprovado se obtiver a maioria absoluta dos votos de seus membros;

VI - a rejeição do parecer originariamente apresentado obriga à designação de novo relator, preferencialmente entre aqueles que, durante a discussão da matéria, tenham se manifestado contrariamente à posição do primeiro;

VII - a discussão e a votação de parecer nos termos deste artigo serão abertas;

VIII - da decisão do Conselho que contrariar norma constitucional, regimental ou deste Código, poderá o acusado recorrer à Comissão de Constituição e Justiça e de Redação, que se pronunciará exclusivamente sobre os vícios apontados;

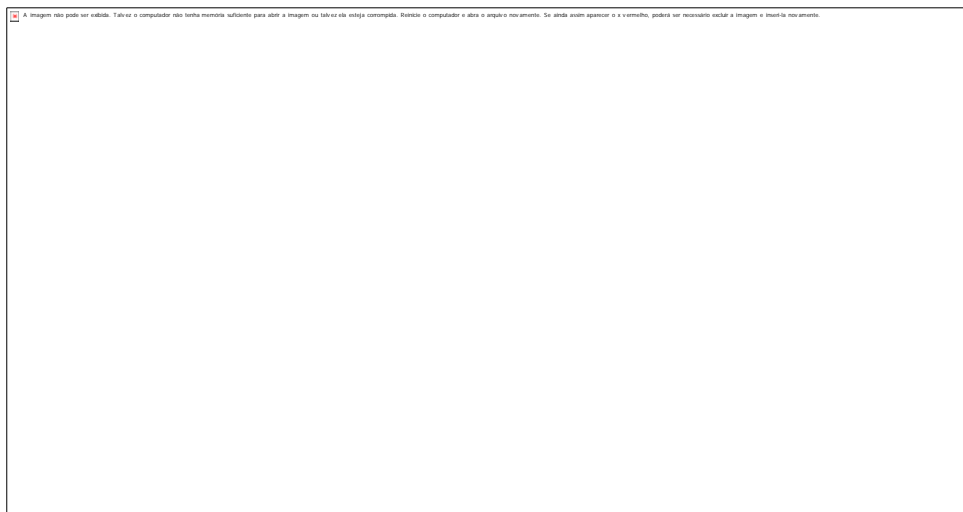
IX - concluída a tramitação no Conselho de Ética, ou na Comissão de Constituição e Justiça e de Redação na hipótese de interposição de recurso nos termos do inciso VIII, o processo será encaminhado à mesa e, uma vez lido no expediente, publicado e distribuído em avulsos para inclusão na Ordem do Dia.

Art. 15º É facultado ao Deputado, em qualquer caso, constituir advogado para sua defesa, ou fazê-la pessoalmente, em todas as fases do processo, inclusive no Plenário da Câmara dos Deputados.

Parágrafo único. Quando a representação apresentada contra Deputado for considerada leviana ou ofensiva à sua imagem, bem como à imagem da Câmara, os autos do processos respectivo serão encaminhados à Procuradoria Parlamentar, para que tome as providências reparadoras de sua alçada, nos termos do art. 21 do Regimento Interno.

.....

ANEXO D - 13 páginas de um dos relatórios do TSE, realizados em 2002 para o deputado federal Celso Russommano (PPB)



ANÁLISE DE DESEMPENHO ELEITORAL PARA DEPUTADO FEDERAL

Celso Ubirajara Russomanno - PPB - SP

Eleições 2002

Tribunal Superior Eleitoral

1. Introdução

O presente trabalho informa sobre o desempenho do candidato nas eleições para Deputado Federal no Estado de São Paulo.

Dessa forma, o candidato poderá definir e direcionar a sua agenda política em função dos seus redutos eleitorais, formulando políticas e agindo de acordo com os interesses do eleitorado de quem recebeu votos.

Analisa-se o desempenho do candidato em relação ao seu partido e aos demais partidos, com indicação das áreas em que contribuiu para o crescimento do partido e aquelas em que dele se beneficiou.

Foram analisados, primeiramente, os municípios que contribuíram para a sua votação, indicando os percentuais de contribuição e o percentual acumulado.

Numa segunda etapa, verifica-se seu desempenho frente aos concorrentes, de forma genérica, mas podendo ser comparados os dados com os de outros candidatos para análise ad doc.

Na terceira parte do trabalho, demonstra-se o desempenho do candidato em relação aos outros partidos e ao seu partido, indicando municípios em que contribuiu com mais de 50% dos votos de seu partido e os municípios onde sua votação superou a votação média dos partidos.

Finalmente, mostra-se como se deu a competição eleitoral, analisando-se os índices de fragmentação eleitoral, número de candidatos efetivos e a colocação do candidato, delineando-se os municípios segundo critérios de concentração eleitoral e dispersão eleitoral, ou seja, onde o eleitorado se fragmentou mais em vista das opções de voto e onde se compactou em torno de alguns candidatos.

2. ANÁLISE DO DESEMPENHO DO CANDIDATO CELSO UBIRAJARA RUSSOMANNO

2.1 NÍVEL DE CONTRIBUIÇÃO PARA A VOTAÇÃO DO CANDIDATO

Os Municípios que mais contribuíram para a votação do candidato Celso Ubirajara Russomanno foram 7, com um total de 69,00% dos votos do candidato. Assim, tem-se: Sao Paulo, Guarulhos, Santo Andre, Sao Bernardo do Campo, Osasco, Amparo, Diadema. Vide tabela abaixo:

TABELA 1

TAL DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DO VOTO PODE SER NOTADA CONFORME O MAPA ANEXO.

Na análise do mapa, atentar para o caráter de contigüidade, ou seja, os municípios são contíguos, que possuem conexões entre si, servem de referência para o delineamento do foco da campanha do candidato e a averiguação da distritalização do voto.

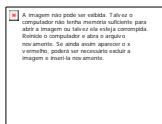
2.2 DESEMPENHO EM RELAÇÃO A OUTROS CANDIDATOS

Neste tópico, destacam-se os municípios onde o candidato Celso Ubirajara Russomanno superou os seus oponentes e os níveis de gradação de sua força eleitoral.

2.2.1 Desempenho em relação à Votação Média dos Candidatos

A **média aritmética** é uma medida estatística de tendência central. É igual ao quociente entre a soma dos valores de um conjunto e o número total de valores e serve, neste trabalho, para indicar a votação média dos candidatos no município.

A média dos votos é expressa pela seguinte fórmula:



Onde:

i é um elemento do conjunto de candidatos; varia de 1 a n

n é o número total de candidatos;



é a votação obtida pelo candidato i ;



é a média aritmética da votação dos candidatos.

O Candidato Celso Ubirajara Russomanno obteve um desempenho acima da média da votação dos candidatos nos Municípios: Sao Paulo, Guarulhos, Santo Andre, Sao Bernardo do Campo, Osasco, Amparo, Diadema, Tabatinga, Praia Grande, Peruibe, Embu, Itu, Araras, Maua, Mogi das Cruzes, Campinas, Guarujá, Francisco Morato, Sao Caetano do Sul, Franco da Rocha, Campos do Jordao, Taboao da Serra, Suzano, Barueri, Itaquaquecetuba, Itapecerica da Serra, Pedreira, Ibiuna, Sao Jose dos Campos, Atibaia, Carapicuíba, Itapolis, Cotia, Sorocaba, Borborema, Braganca Paulista, Poa, Caieiras, Itanhaem, Ferraz de Vasconcelos, Jandira, Jundiai, Sao Jose do Rio Preto, Santos, Jacarei, Ribeirao Pires, Sao Vicente, Sao Roque, Rio Claro, Novo Horizonte, Mairinque, Caraguatatuba, Aruja, Itapevi, Santa Isabel, Pindamonhangaba, Mairipora, Itajobi, Embu Guacu, Mongagua, Bauru, Gavião Peixoto, Assis, Catanduva, Nova Europa, Cesario Lange, Itatiba, Miracatu, Itariri, Ibitinga, Marilia, Salto, Leme, Pedro de Toledo, Campo Limpo Paulista, Cacapava, Itapetininga, Valinhos, Piracicaba, Porto Feliz, Santana de Parnaíba, Lorena, Piedade, Guaratingueta, Taubate, Cajamar, Moji Mirim, Votorantim, Indaiatuba, Itapira, Mococa, Pederneiras, Tatui, Jau, Capao Bonito, Serra Negra, Lindoia, Avare, Vargem Grande Paulista, Varzea Paulista, Aguai, Vinhedo, Gabriel Monteiro, Sao Joao da Boa Vista, Botucatu, Andradina, Ubatuba, Paulinia, Bertioga, Aracariguama, Aracatuba, Americana, Cabreuva, Cubatao, Piracaia, Moji Guacu, Santo Antonio da Posse, Espirito Santo do Pinhal, Santa Barbara D Oeste, Piacatu, Hortolandia, Cerquilha, Jquitiba, Monte Alegre do Sul, Rio Grande da Serra, Tiete, Bebedouro, Lins, Piracununga, Sumare, Boituva, Biritiba Mirim, Paraguacu Paulista, Birigui, Capivari, Registro, Sao Miguel Arcanjo, Lencois Paulista, Iepe, Iguape, Cruzeiro, Itapeva, Barretos, Aguas de Lindoia, Garca, Sao Sebastiao, Socorro, Aparecida, Barra Bonita, Jaboticabal, Conchas, Salto de Pirapora, Nantes, Itupeva, Laranjal Paulista, Louveira, Olimpia, Conchal, Candido Mota, Jarinu, Ourinhos, Bom Jesus dos Perdoes, Sao Manuel, Itatinga, Cerqueira Cesar, Guararapes, Batatais, Aluminio, Pereiras, Jaguariuna, Aracoiaba da Serra, Sao Pedro, Sao Joaquim da Barra, Guariba, Cajati, Monte Mor, Tupa, Salesopolis, Rosana, Guararema, Maracai, Santo Antonio do Pinhal, Jacupiranga, Santa Cruz do Rio Pardo, Promissao, Bastos, Matao, Nazare Paulista, Itarare, Igarapava, Nova Odessa, Joanopolis, Bariri, Artur Nogueira, Cunha, Rio das Pedras, Penapolis, Cravinhos, Ilha Solteira, Piquete, Agudos, Pindorama, Valparaizo, Ipero, Mirassol, Buri, Pariquera-acu, Santa Branca, Pinhalzinho, Porto Ferreira, Rancharia, Sao Jose do Rio Pardo, Guaira, Pilar do Sul, Pradopolis, Descalvado, Sete Barras, Itai, Presidente Epitacio, Ilabela, Santa Cruz das Palmeiras, Juquia, Cachoeira Paulista, Pereira Barreto, Jales, Vargem Grande do Sul, Santa Rosa de Viterbo, Paraibuna, Coroados, Turiuba, Santa Adelia, Igaracu do Tiete, Monte Alto, Morungaba, Buritama, Sao Lourenco da Serra, Ilha Comprida, Ariranha, Cordeiropolis, Aguas de Santa Barbara, Avai, Palmital, Jose Bonifacio, Igarata, Pacaembu, Colina, Monte Aprazivel, Pirapora do Bom Jesus, Casa Branca, Santa Rita do Passa Quatro, Taruma, Pompeia, Mineiros do Tiete, Tremembe, Tabapua, Macatuba, Itaporanga, Queluz, Paranapanema, Aguas da Prata, Ipuá, Iracemapolis, Torrinha, Nova Granada, Pirajui, Barrinha, Pirapozinho, Bofete, Taquarituba, Quadra, Sao Luis do Paraitinga, Guaracai, Potirendaba, Elias Fausto, Ribeirao Grande, Regente Feijo, Pitangueiras, Tambau, Urupes, Uchoa, Brotas, Pedra Bela, Ibirá, Lucelia, Viradouro, Monte Azul Paulista, Sao Sebastiao da Gramma, Santa Fe do Sul, Caconde, Marapoama, Rifaina, Panorama, Jardinopolis, Iacanga, Severinia, Auriflama, Nhandeara, Teodoro Sampaio, Cedral, Rafard, Roseira, Fartura, Altinopolis, Rinopolis, Santo Anastacio, Mirandopolis, Nova Alianca, Natividade da Serra, Porangaba, Pedregulho, Luis Antonio, Itapui, Tupi Paulista, Tuiuti, Terra Roxa, Duartina, Cruzalia, Patrocinio Paulista, Catigua, Charqueada, Capela do Alto, Boa Esperanca do Sul, Sao Bento do Sapucaí, Ribeirao Branco, Neves Paulista, Urania, Vargem, Getulina, Alvares Machado, Icem, Ipaucu, Guapiara, Lagoinha, Novais, Cafelandia, Castilho, Quata, Sud Menucci, Itirapina, Alto Alegre, Santa Gertrudes, Palmeira D Oeste, Tapirai, Sao Simao, Santa Lucia, Guaranta, Cosmorama, Guareí, Barra do Turvo, Estiva Gerbi, Ibirarema,

Corumbatai, Eldorado, Iacri, Arandu, Barbosa, Taiuva, Pardinho, Tapiratiba, Vera Cruz, Bocaina, Ribeirao Bonito, Clementina, Bananal, Cabralia Paulista, Onda Verde, Holambra, Anhembi, Tarabai, Vista Alegre do Alto, Bilac, Presidente Bernardes, Redencao da Serra, Santo Antonio do Jardim, Nova Campina, Manduri, Lutecia, Guaicara, Echapura, Colombia, Dobrada, Irapua, Aramina, Irapuru, Herculandia, Macaubal, Maraba Paulista, Avandava, Ouroeste, Palestina, Orindiuva, Dourado, Bady Bassit, Parapua, Taquaral, Poloni, Riversul, Iporanga, Jaborandi, Jambeiro, Torre de Pedra, Campina do Monte Alegre, Pongai, Planalto, Pedrinhas Paulista, Cajobi, Cristais Paulista, Santa Maria da Serra, Reginopolis, Silveiras, Caiua, Tres Fronteiras, Barao de Antonina, Zacarias, Campos Novos Paulista, Joao Ramalho, Ipigua, Nipoa, Paraiso, Americo de Campos, Sarapui, Mombuca, Moncoes, Sao Pedro do Turvo, Lavrinhas, Paulo de Faria, Sales, Sabino, Aguas de Sao Pedro, Pratania, Dolcinopolis, Altair, Anhumas, Arapei, Trabiju, Boraceia, Monteiro Lobato, Taciba, Oscar Bressane, Brauna, Magda, Taiacu, Nova Castilho, Santa Rita D Oeste, Caiabu, Buritizal, Monte Castelo, Tejupa, Paranapua, Oleo, Uniao Paulista, Guatapara, Lavinia, Iaras, Lourdes, Mira Estrela, Adolfo, Itaju, Jaci, Ipeuna, Luisiania, Sandovalina, Alambari, Analandia, Julio Mesquita, Pedranopolis, Macedonia, Floreal, Sao Francisco, Motuca, Pontes Gestal, Turmalina, Murutinga do Sul, Cassia dos Coqueiros, Taquarivai, Bom Sucesso de Itarare, Bento de Abreu, Paulistania, Fernao, Piquerobi, Santana da Ponte Pensa, Uru, Nova Canaa Paulista, Guarani D Oeste, Rubineia, Bora, que mais contribuiram para a sua votacao. Porém, como a média da votacao dos candidatos está sujeita a grande variacao, é necessário analisar outros níveis de sua força, fazendo-se uso do desvio-padrão.

O **desvio-padrão** é uma medida estatística de dispersão. É a média quadrática dos desvios ou afastamentos dos valores de um conjunto em relação à média aritmética desses valores e serve, neste trabalho, para verificar a variação dos votos obtidos por determinado candidato em relação à votação média dos candidatos.

O desvio-padrão dos votos é expresso pela fórmula:

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n d_i^2}{n}} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

Onde:

i é um elemento do conjunto de candidatos e varia de 1 a n

n é o número total de candidatos;

x_i é a votação obtida pelo candidato i ;

\bar{x} é a votação média dos candidatos;

$d_i = (x_i - \bar{x})$ é o desvio dos votos do candidato i em relação à média dos votos dos candidatos;

$\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2$ é o somatório dos quadrados dos desvios; e

S é a raiz quadrada da média dos quadrados dos desvios.

Na realidade, quando se compara a média da votação dos candidatos com a votação do candidato em questão, percebe-se a sua posição em relação aos seus concorrentes. Dessa forma, aparecem candidatos com votação acima da média e candidatos com votação abaixo da média. Todavia, o desvio-padrão é que indica quantos votos variaram para cima ou para baixo da média da votação dos candidatos. Nesse sentido, o candidato que estiver entre a média e o desvio-padrão estará no padrão de variação dos votos, tanto para mais como para menos.

A partir daí, tem-se a colocação do candidato em relação à média da votação dos candidatos. Ao somar a média com o desvio-padrão, busca-se avaliar o nível de concentração de votos. Isto é, o candidato que superar a soma da média com o desvio-padrão, não só se destaca entre os demais candidatos, como concentra mais votos que os seus concorrentes.

Neste sentido, o desempenho do candidato Celso Ubirajara Russomanno foi acima deste índice nos Municípios: Sao Paulo, Guarulhos, Santo Andre, Sao Bernardo do Campo, Amparo, Diadema, Tabatinga, Praia Grande, Peruibe, Embu, Itu, Araras, Guarujá, Francisco Morato, Sao Caetano do Sul, Franco da Rocha, Campos do Jordao, Taboão da Serra, Suzano, Itaquaquecetuba, Itapeverica da Serra, Pedreira, Ibiuna, Atibaia, Itapolis, Cotia, Borborema, Poa, Caieiras, Itanhaem, Ferraz de Vasconcelos, Jandira, Sao Roque, Novo Horizonte, Mairinque, Caraguatatuba, Santa Isabel, Mairipora, Itajobi, Embu Guacu, Mongagua, Gavião Peixoto, Nova Europa, Cesario Lange, Miracatu, Itariri, Pedro de Toledo, Porto Feliz, Pederneiras, Serra Negra, Lindoia, Vargem Grande Paulista, Aguai, Gabriel Monteiro, Aracariguama, Cabreúva, Piracaia, Santo Antonio da Posse, Piacatu, Juquitiba, Monte Alegre do Sul, Iepe, Aguas de Lindoia, Conchas, Nantes, Bom Jesus dos Perdoes, Cerqueira Cesar, Pereiras, Santo Antonio do Pinhal, Joanopolis, Coroados, Turiuba, Aguas de Santa Barbara, Quadra. (Vide Tabela 2).

2.3 DESEMPENHO EM RELAÇÃO AOS PARTIDOS

O Candidato Celso Ubirajara Russomanno teve um desempenho acima da média da votação dos partidos, desvinculando-se da estrutura partidária, nos Municípios: Amparo, Tabatinga, Peruibe, Campos do Jordao, Pedreira, Ibiuna, Itapolis, Borborema, Itajobi, Gavião Peixoto, Nova Europa, Cesário Lange, Itariri, Pedro de Toledo, Lindoia, Gabriel Monteiro, Piacatu, Monte Alegre do Sul, Nantes.

2.4 DESEMPENHO EM RELAÇÃO À SOMA DA VOTAÇÃO MÉDIA DOS PARTIDOS COM O DESVIO-PADRÃO

Acrescentando-se à votação média dos partidos o desvio-padrão, o desempenho do candidato Celso Ubirajara Russomanno muda, com um desempenho acima deste índice nos Municípios: Amparo, Tabatinga, Borborema, Gaviao Peixoto, Gabriel Monteiro. (Vide Tabela 3).

2.5 DESEMPENHO EM RELAÇÃO AO SEU PARTIDO

O Candidato Celso Ubirajara Russomanno contribuiu com mais de 50% de votos de seu partido, o PPB, em 31 municípios, ou seja, "carregou" o partido nos seguintes pontos: Guarulhos, Santo Andre, Amparo, Tabatinga, Praia Grande, Peruibe, Embu, Itu, Araras, Francisco Morato, Campos do Jordao, Itapecerica da Serra, Pedreira, Ibiuna, Itapolis, Borborema, Braganca Paulista, Mairinque, Gaviao Peixoto, Nova Europa, Itariri, Ibitinga, Pedro de Toledo, Gabriel Monteiro, Aracariguama, Santo Antonio da Posse, Piacatu, Monte Alegre do Sul, Iepe, Nantes, Avai. (Vide Tabela 3).

3. COMPETIÇÃO ELEITORAL

As variáveis que medem a competição eleitoral são a fragmentação eleitoral (Fe) e o número de candidatos efetivos (Ne). Estas indicam o nível de concentração de votos ou dispersão eleitoral, ou seja, dizem em quantas partes se fragmentou o eleitorado e o número de candidatos relevantes que conseguiram abarcar a maioria dos votos.

Trata-se de uma análise relativamente simples, pois basta comparar a colocação do candidato na eleição, no município, com os indicadores de fragmentação e o número de candidatos que efetivamente aglutinaram a maioria dos votos, averiguando se a colocação do candidato está na faixa do número de candidatos efetivos (Ne).

Podem-se caracterizar os valores do Ne em quatro níveis:

alta concentração eleitoral (valores abaixo de 4,4);

baixa concentração eleitoral (valores abaixo de 4,5 a 6,5);

baixa dispersão eleitoral (valores entre 6,6 e 11,1); e

alta dispersão eleitoral (valores acima de 11,2).

Nos Municípios de Sao Paulo, Guarulhos, Santo Andre, Sao Bernardo do Campo, Amparo, Diadema, Tabatinga, Praia Grande, Peruibe, Embu, Itu, Araras, Guarujá, Francisco Morato, Sao Caetano do Sul, Franco da Rocha, Campos do Jordao, Taboao da Serra, Suzano, Itaquaquecetuba, Itapeçerica da Serra, Pedreira, Ibiuna, Atibaia, Itapópolis, Cotia, Borborema, Poa, Caieiras, Itanhaem, Ferraz de Vasconcelos, Jandira, Sao Roque, Novo Horizonte, Mairinque, Caraguatatuba, Santa Isabel, Mairipora, Itajobi, Embu Guacu, Mongagua, Gavião Peixoto, Nova Europa, Cesario Lange, Miracatu, Itariri, Pedro de Toledo, Porto Feliz, Pederneiras, Serra Negra, Lindoia, Vargem Grande Paulista, Aguai, Gabriel Monteiro, Aracariguama, Cabreúva, Piracaia, Santo Antonio da Posse, Piacatu, Jquitiba, Monte Alegre do Sul, Iepe, Aguas de Lindoia, Conchas, Nantes, Bom Jesus dos Perdoes, Cerqueira Cesar, Pereiras, Santo Antonio do Pinhal, Joanopolis, Coroados, Turiuba, Aguas de Santa Barbara, Quadra houve baixa concentração de votos em torno do candidato.

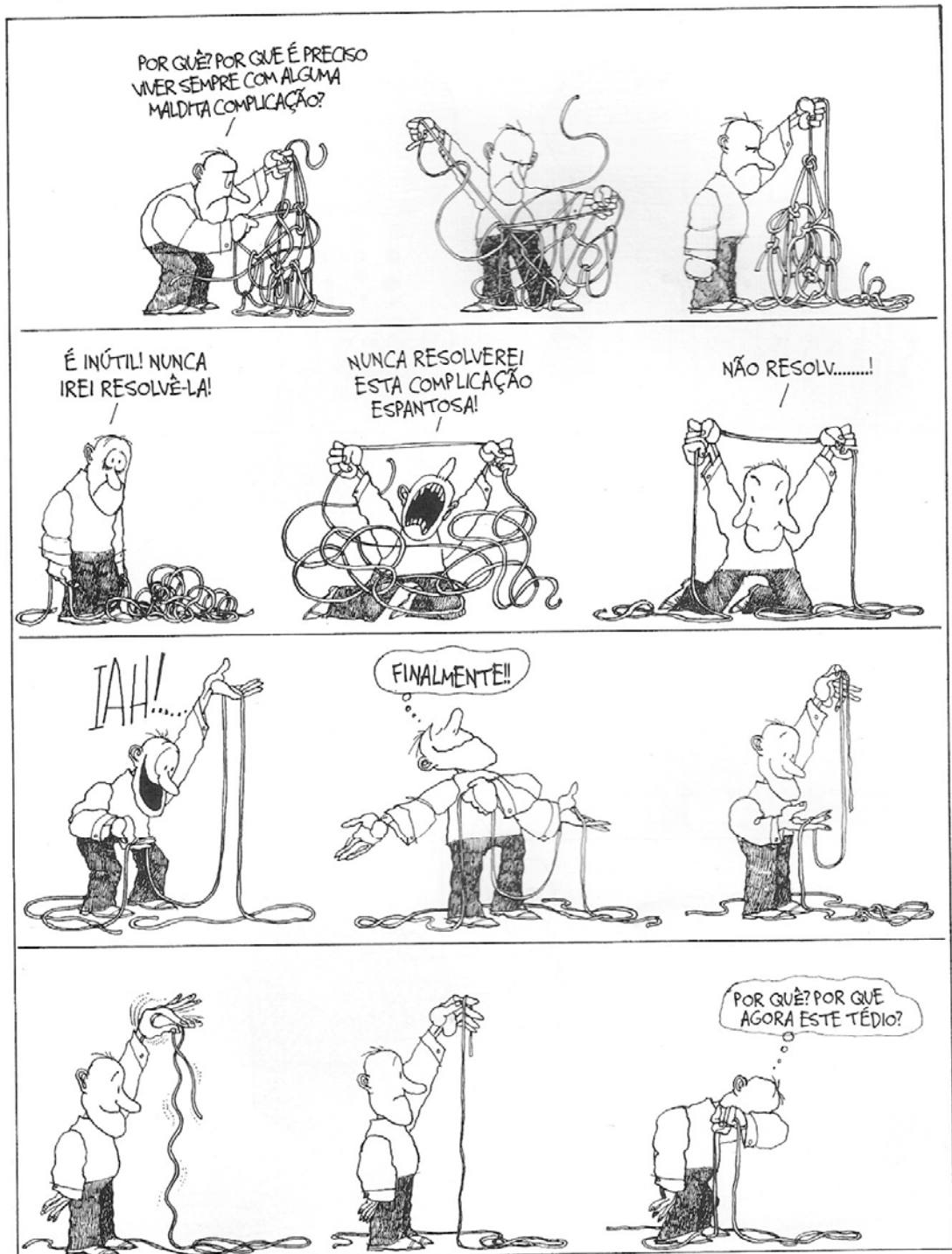
O Candidato Celso Ubirajara Russomanno se manteve competitivo, fazendo parte do grupo dos candidatos efetivos que aglutinaram a maioria dos votos. (Vide tabela abaixo).

4. CONCLUSÃO

Analisando-se os redutos do candidato Celso Ubirajara Russomanno e levando-se em conta os índices de expressão de sua força, tem-se uma idéia dos municípios onde obteve melhor performance, são eles: Amparo, Tabatinga, Borborema, Gaviao Peixoto, Gabriel Monteiro.

Os demais municípios expressam a força do candidato Celso Ubirajara Russomanno que, por estar colocado entre os candidatos efetivos, manteve a sua competitividade, mas em menor intensidade, devido aos padrões de fragmentação eleitoral e ao número de candidatos que disputaram o pleito.

ANEXO E - Linha de pensamento



Fonte: QUINO, 2005, p.89.