



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

Josileide Carvalho de Araújo

A festa da política: participação e representação sobre o voto

Orientadora:
Profa. Dr^a. Elizabeth Christina de Andrade Lima

Campina Grande/ Paraíba – Brasil.

Dezembro, 2019.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

Josileide Carvalho de Araújo

A festa da política: participação e representação sobre o voto

Orientadora:
Profa. Dr^a. Elizabeth Christina de Andrade Lima

Defesa da tese a ser apresentada ao programa ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais de Campina Grande (PPGCS) na área de concentração Cultura e Identidades, como exigência para a conclusão do doutorado, sob a orientação da Profa. Dr^a. Elizabeth Christina de Andrade Lima.

**Campina Grande/ Paraíba – Brasil.
Dezembro, 2019.**

A663f Araújo, Josileide Carvalho de.
A festa da política: participação e representação sobre o voto. /
Josileide Carvalho de Araújo. – Campina Grande, 2020.
193 f.: il. color.

Tese (Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais) –
Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2020.
"Orientação: Profa. Dra. Elizabeth Christina de Andrade Lima".
Referências.

1. Representação política. 2. Voto. 3. Comportamento eleitoral. I.
Lima, Elizabeth Christina de Andrade. II. Título.

CDU 321.7(043)

FICHA CATALOGRAFICA ELABORADA PELO BIBLIOTECARIO JESIEL FERREIRA GOMES CRB-15/256

JOSILEIDE CARVALHO DE ARAÚJO

A FESTA DA POLÍTICA: PARTICIPAÇÃO E REPRESENTAÇÃO SOBRE O VOTO

TESE APRESENTADA E APROVADA EM: 03/12/2019

BANCA EXAMINADORA:

Dra. Elizabeth Christina de Andrade Lima
(Orientadora)

Dr. Valdonilson Barbosa dos Santos – CDSA/UFCG
(Examinador Externo)

Dr. José Ferreira Júnior – FPST/EPP
(Examinador Externo)

Dr. Vanderlan Francisco da Silva – PPGCS/UFCG
(Examinador Interno)

Dr. Ronaldo Laurentino de Sousa Filho – PPGCS/UFCG
(Examinador Interno)

Ata da Sessão Pública de Defesa de Tese de Doutorado da aluna Josileide Carvalho de Araújo do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

Após três dias do mês de dezembro do ano de dois mil e dezenove, às 09:00 horas, no Auditório Fábio Freitas - CH/UFGO, campus de Campina Grande, reuniu-se, na forma e termos dos artigos 63, 64 e 65 do Regulamento Geral dos Cursos e Programas de Pós-Graduação "Stricto Sensu" da UFGO, Resolução nº 02/2006 da Câmara Superior de Pós-Graduação da UFGO, a Banca Examinadora, composta pelos professores, Dra. Elizabeth Christina de Andrade Lima - PPGCS/UFGO, na qualidade de Presidente e Orientadora, Dr. Vanderlan Francisco da Silva (PPGCS/UFGO - examinador interno), Dr. Ronaldo Laurentino de Sales Júnior (PPGCS/UFGO - examinador interno), Dr. Valdonilson Barbosa dos Santos (PPGCS/UFGO - examinador interno) e Dr. José Ferreira Júnior (AESET/FAPOPST - examinador externo) na qualidade de Membros Titulares, para julgamento da Tese de Doutorado da aluna Josileide Barbosa de Araújo, intitulada "A FESTA DA POLÍTICA: participação e representação sobre o voto". A sessão pública foi aberta pela professora Dra. Elizabeth Christina de Andrade Lima. Após a apresentação dos integrantes da Banca Examinadora, a candidata iniciou a exposição do seu trabalho, sendo este seguido das arguições dos examinadores. A professora Dra. Elizabeth Christina de Andrade Lima convidou o professor Dr. José Ferreira Júnior para iniciar a arguição e os professores Dr. Valdonilson Barbosa dos Santos, Dr. Ronaldo Laurentino de Sales Júnior e Dr. Vanderlan Francisco da Silva prosseguiram com as arguições. Em seguida, a banca examinadora solicitou a retirada da Assembleia para, em sessão secreta, avaliar a candidata. Após análise da Banca Examinadora foi atribuído o conceito ATEGVAPSO, conforme o artigo 65 da Resolução 02/2006 da Câmara Superior de Pós-Graduação da UFGO. Nada mais havendo a tratar, eu, Rinaldo Rodrigues da Silva, Secretário, lavrei a presente Ata que, lida e aprovada, assino com os membros da Banca Examinadora.

Campina Grande, 03 de dezembro de 2019.

Rinaldo Rodrigues da Silva
Secretário Acadêmico


Dra. Elizabeth Christina de Andrade Lima
Orientadora e Presidente da Banca


Dr. Vanderlan Francisco da Silva
Membro Titular


Dr. Ronaldo Laurentino de Sales Júnior
Membro Titular


Dr. Valdonilson Barbosa dos Santos
Membro Titular


Dr. José Ferreira Júnior
Membro Titular


Josileide Carvalho de Araújo
Aluna

A minha filha, minha vida.
A meu esposo, cúmplice e companheiro.
A minha família, meu tudo.

AGRADECIMENTOS

Este exercício é atravessado por idas e vindas. Por experiências singulares. Agradeço por este momento que é especial. Agradeço pela oportunidade de concluir um ciclo na Universidade Federal de Campina Grande que foi minha casa também durante esses treze anos dedicados a vida acadêmica. Agradecer por todos aqueles que fizeram parte desse processo de construção como pesquisadora, como pessoa.

Este texto foi possível por ter em nossas contribuições a fala do outro. A fala daqueles ajudaram na compreensão sobre o voto. Agradeço a todos os entrevistados que permitiram o exercício da pesquisa e escrita.

Sou Grata ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPGCS) pela aprovação do projeto de pesquisa que buscava entender os fenômenos eleitorais sobre a representatividade das mulheres na política, mas que sofreu mudanças durante a escrita e se construiu da forma que se encontra aqui. Agradeço o apoio financeiro da CAPES que nos possibilitou operacionalizar o curso de doutorado e a pesquisa.

Seguidamente, agradeço a todos os professores do doutorado com a oportunidade de aprendizado. São parte da minha formação e que incentivaram a dar continuidade a vida acadêmica que iniciei desde a graduação em Ciências Sociais. .

O mais sincero agradecimento à professora Elizabeth por ter me acompanhado desde a graduação, meu ingresso no PET-Antropologia e que tem me incentivado como orientadora desde a monografia até o fechamento desse ciclo que se concretiza nesse texto e me fez entender que a relação é bem mais que acadêmica, entre professora e aluna, entre orientadora e orientanda. É uma relação de confiança, de amizade, de apoio nos momentos que nos sentimos sem direção.

A minha família que não deixou de me dar apoio e que nos momentos que precisei estiverem sempre disposto a ajudar e incentivar nos caminhos que escolhi.

Ao meu companheiro de vida, meu esposo e meu maior incentivador. Que não deixou de acreditar em mim e que me deu toda a força que precisava para continuar na construção desse texto.

A minha filha, o mais puro amor. Com sua chegada, de mulher virei mãe e a maternidade que não é nada fácil, me fez cada vez mais forte.

A Deus, pela minha vida e de estar compartilhando todos os momentos com aqueles que amo.

RESUMO

Esta tese tem por objetivo analisar as representações do voto através dos eleitores: suas motivações e significados. O cenário da pesquisa é a cidade de Campina Grande - PB e tem no eleitor a peça chave para entender os processos eleitorais. Tomamos como um dos elementos de estudo a participação dos candidatos nas eleições que objetivam conquistar a adesão e voto do eleitor. Trazemos a história política do Brasil e como se deu os processos que garantiram o voto para todos os cidadãos. Se fez necessário discutir sobre a questão da democracia e das disputas eleitorais. É nesse cerne que o voto é representação, é escolha dos representantes. Pretendemos com esta pesquisa analisar as representações que os eleitores constroem sobre o voto. São diversas as razões de escolha de um candidato e acreditamos que a proposta contribui ao estudo das motivações sobre o voto e comportamento eleitoral sob a perspectiva da Antropologia Política.

Palavras-Chave: Representação política, voto, comportamento eleitoral.

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the representations of voting through voters: their motivations and meanings. The research scenario is the city of Campina Grande - PB and has the voter key to understand the electoral processes. We take as one of the elements of study the participation of the candidates in the elections that aim to win the adhesion and vote of the voter. We draw the political history of Brazil and how the processes that guaranteed the vote for all citizens were given. It was necessary to discuss the issue of democracy and electoral disputes. It is at this core that the vote is representation, it is the choice of the representatives. We intend with this research to analyze the representations that the voters construct about the vote. There are several reasons for choosing a candidate and we believe that the proposal contributes to the study of motivations about voting and electoral behavior from the perspective of Political Anthropology.

Key words: Political representation, voting, electoral behavior.

RÉSUMÉ

Cette thèse a pour objectif d'analyser les représentations du vote par le biais des électeurs: leurs motivations et leurs significations. Le scénario de recherche est la ville de Campina Grande - PB et dispose de la clé d'électeur pour comprendre les processus électoraux. Nous prenons comme l'un des éléments d'étude la participation des candidats aux élections qui visent à obtenir l'adhésion et le vote de l'électeur. Nous décrivons l'histoire politique du Brésil et expliquons comment les processus garantissant le vote à tous les citoyens ont été appliqués. Il était nécessaire de discuter de la question de la démocratie et des conflits électoraux. C'est en ce sens que le vote est une représentation, c'est le choix des représentants. Avec cette recherche, nous avons l'intention d'analyser les représentations que les électeurs construisent à propos du vote. Il y a plusieurs raisons de choisir un candidat et nous pensons que la proposition contribue à l'étude des motivations relatives au vote et au comportement électoral du point de vue de l'anthropologie politique.

Mots clés: représentation politique, vote, comportement électoral.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
REFLEXÕES SOBRE PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO	19
FUNDAMENTOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS DO FAZER POLÍTICA	25
CENÁRIO, ENCONTROS E DIZERES SOBRE POLÍTICA	30
1.CAPÍTULO: Os candidatos na eleição	39
1.1. O real e o imaginário: o ser e o parecer ser, o perfil do candidato político	39
1.2 Representação e Imagem Pública	50
1.3 As redes sociais no contexto da política	65
1.4 Mídias sociais	72
2.CAPÍTULO: Os avanços na História Política e Voto: Brasil em caminhos da democracia	85
2.1 A política e o ser político	85
2.2 Conquista do voto e o ser cidadão	93
2.3 Luta das mulheres pelo direito ao voto e outras conquistas	101
3. CAPÍTULO: Democracia e disputas eleitorais	112
3.1 Brasil: um país democrático	112
3.2 Disputas eleitorais: participação dos candidatos e eleitores	120
4.CAPÍTULO: Motivações e significados do voto	146
4.1 Entre eleitor e candidato: o que se espera?	146
4.2 O que pensa os eleitores sobre o voto ser obrigatório	155
4.3. O voto e suas razões: significados e importância	162
5.CONSIDERAÇÕES FINAIS	175
6.REFERÊNCIAS	180
7.ANEXOS	
8. ROTEIRO DE ENTREVISTAS	189
9. DESCRIÇÃO DOS ENTREVISTADOS	191

A FESTA DA POLÍTICA: PARTICIPAÇÃO E REPRESENTAÇÃO SOBRE O VOTO

O voto pra mim é muito importante. Acho que apesar de viver num país democrático, acho que o voto ainda é obrigatório, mas ainda é importante pra mim para que a gente mude realmente as questões públicas que estão em dificuldades no momento. Pra votar a gente tem que pensar em quem votar e votar consciente. Votar naquele candidato que realmente acha que deve continuar ou não. Que não esteja na política e quer entrar na política. Pra gente pensar nas propostas dos candidatos e ver se ele cumpre com aquilo. Não só votar, mas votar e tentar cobrar aquele que seja eleito faça o bem para toda população. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó).

INTRODUÇÃO

Esse trecho fez parte de uma entrevista que realizei na pesquisa de campo durante o processo eleitoral municipal de Campina Grande no ano de 2014 para a construção da tese, fato que nos trouxe muitas questões sobre a escolha do voto dos eleitores. O questionamento era sobre o que é voto. O informante é um homem adulto e que já há vários anos participa da prática política da cidade e que demonstra em sua fala a necessidade de escolher políticos que façam a diferença na sociedade. Muito mais do que isso ele enfatiza a questão do país ser uma democracia, mas o voto ainda é obrigatório o que pode revelar um caminho de reflexão para nosso texto. O discurso me chamou atenção e provocou questões que passaram a nortear a proposta de pesquisa, o interesse é em entender as motivações do voto dos eleitores ao escolher seus representantes. O objetivo desse texto é trazer a participação dos eleitores no momento mais importante das eleições que é o voto. É através da fala de nossos informantes que a representação sobre voto revela como a festa da política é um

evento complexo com suas mais diversas motivações para escolher os candidatos.

O eleitor é a peça chave no momento da eleição. É durante o processo eleitoral que os cidadãos são procurados como eleitores e que são eles os mais importantes para destinar os rumos da política. Campanhas são importantes, propostas mais importantes ainda, mas são os eleitores que fazem a diferença nesse momento. O voto é a maior chance do eleitor para fazer diferença na eleição e é nessa escolha que podemos entender sobre a representação do voto. Nessa relação de escolha de um determinado candidato está em volta um jogo de emoções, laços, relações de confiança, esperança por melhorias de vida. O voto representa “a voz” do povo e da democracia.

Por esta razão, o voto é percebido para discussão como um elemento fundamental no processo eleitoral e no próprio exercício da cidadania é que esta pesquisa tem como objetivo entender as motivações do voto e quais os elementos são levados em consideração para a escolha dos representantes. Se antes na pesquisa para o mestrado o tema política e gênero era meu interesse e com uma preocupação de entender a questão da baixa representatividade das mulheres nos espaços de poder, isso não deixa de passar pelas escolhas dos eleitores. Se as mulheres estão mais presentes nas campanhas e ainda ausentes nos espaços do poder o caminho que pode nos ajudar a entender é olhando para os eleitores e a significação do voto. O voto é escolha, decisão e é ele que abre as portas para o entendimento da nossa realidade política. Para ser o representante tem que conquistar os representados. Sem isso não há êxito numa eleição.

Outro fator importante para nossa análise é observar a eleição como um momento de festa e participação. As campanhas eleitorais e o dia da eleição são encarados como forma de criar vínculos, promover laços entre eleitores e candidatos. É um momento único que estão vivendo e que as escolhas de cada eleitor se expressam nos adesivos nos carros, nas cores das camisas, no muro pintado, nas rodas de conversa e no que é compartilhado nas redes sociais. Muitas vezes, o processo eleitoral também se apresenta como conflitante. Algumas discordâncias são levadas ao limite, quando se transformam em agressões verbais e físicas, mas também em mudança de escolha do eleitorado,

que pode definir seu voto diante da urna. Para nós, como pesquisadores, a festa não é percebida somente como diversão. A festa, como a participação em eleições, é uma manifestação cultural e faz parte de fenômenos que apresentam traços de nossas experiências e vivências.

Analiso o voto como representação que passa pela relação direta entre eleitor e candidato e que nessa relação se constrói uma rede de significados que faz com que o eleitor escolha determinados candidatos e outros não. O cenário para essa pesquisa é a cidade de Campina Grande/PB. Assim como os candidatos, também procurei pelos eleitores, com outros objetivos, obviamente, para buscar informações sobre as motivações do voto. Interessante esse processo de investigação que não nos deixa de pensar na tarefa de transformar o familiar em exótico. Isso me faz voltar aos estudos de Antropologia Urbana, principalmente na perspectiva de Ulf Hannerz (1980). O autor apresenta um olhar sobre a exploração da cidade com a investigação dos fenômenos urbanos, e, no nosso caso específico, o fenômeno da política. Robert Park (1980) um dos representantes da Escola de Chicago tem a preocupação pelo aspecto da “ordem moral”, na cidade encontra-se uma ordem moral nas relações centrado em dificuldades especiais. O indivíduo é reconhecido a partir da posição social que ocupa que tem o enfoque no estilo e nas formas de viver. Apesar dos estudos se direcionarem as relações superficiais, Park mostra que na cidade também existe vínculos íntimos, estáveis, o meio urbano influencia o modo como esses vínculos se constituem.

Descobrir os diferentes “mundos sociais” e “aspectos morais” era a principal tarefa dos sociólogos de Chicago, e que a partir dessa investigação, os autores são levados a outros questionamentos do mundo urbano. A cidade é um espaço onde coexistem mundos distintos, que se encontram entre o distanciamento e a proximidade que a cidade proporciona, eles coabitam-se, mas não se compartilham das mesmas experiências, é o que Robert Park chama de “mosaico de pequenos mundos”. E são esses pequenos mundos trazidos pela voz dos eleitores que me direcionei a entender suas motivações para o voto.

A intenção é fazer um recorte temporal que é a época das campanhas eleitorais. A investigação se inicia nesse momento para aproveitar as diversas

manifestações trazidas pelos eleitores. Manifestações são encaradas como modo pelo qual os eleitores entendem esse processo e quais suas opiniões sobre a questão do voto.

Não posso deixar de atentar que a eleição é um processo ritual. Trazendo a perspectiva de Victor Turner (1974), os ritos de passagem acompanham toda mudança, transição. O cenário para a nossa investigação envolve manifestações que tornam esse momento da política único e apreciativo. Candidatos, eleitores e todos aqueles que interagem nesse momento, constroem um universo típico que poderíamos tratar como uma festa, mas podemos encarar mais apropriadamente como um rito de passagem, entre ser candidato e ser futuramente um governante, como afirma Irlys Barreira (1998). Nos ensina Victor Turner que “o ritual é transformador”;

O sujeito ritual, seja ele individual ou coletivo, permanece num estado relativamente estável mais uma vez, e em virtude disto têm direitos e obrigações perante os outros de tipo claramente definido e “estrutural”, esperando-se que se comporte de acordo com certas normas costumeiras (...). (TURNER, 1974, p. 116-159).

Diante disso, os ritos de passagem se caracterizam por três fases: separação, limen e agregação. Para o autor, “(...) Considero que o termo designa, também, a condição de uma pessoa tal como é determinada pelo seu grau de maturidade culturalmente reconhecido, como quando se fala do “estado de casado ou solteiro” ou do “estado de infância”. O termo “estado” pode aplicar-se, igualmente, as condições ecológicas, ou à condição física, mental ou emocional em que uma pessoa ou grupo se encontra num determinado momento.” E por que não, estado de eleitor? Ele ainda considera “as entidades liminares não se situam aqui nem lá; estão no meio e entre as posições atribuídas e ordenadas pela lei, pelos costumes, convenções e cerimonial”. Trazendo toda essa discussão para nosso objetivo o eleitor antes das eleições não é mais que um cidadão, que passa a se afastar de um indivíduo ou grupo social estado anterior na estrutura social e quando estamos próximo do processo eleitoral esse cidadão ganha mais valor. A pessoa do cidadão é encarada com “transitante” sem muito domínio do passado ou futuro. Ele é encarado como eleitor que vai ser procurado, e talvez, conquistado por determinados candidatos, nesse ponto ele se agrega a essa nova experiência e situação de vida. É um

momento de euforia para os eleitores em que o estado emocional é bem específico. Não é surpresa que nesse momento escutamos e observamos situações de acirramento nas ruas e redes sociais. Até mesmo dentro de casa junto à família não está livre de uma discussão política que pode acabar em desentendimentos. É necessário o destaque da participação dos eleitores nessa dinâmica de adesão e conquista do voto, quais as estratégias que eles utilizam para a escolha dos candidatos.

O momento das eleições é único e nesse texto a política é tratada como festa da participação. Schwartzberg (1978) chamou atenção para a “sociedade do espetáculo” e ainda nesse caminho,

(...) O jogo eleitoral se identifica há muito tempo aos jogos televisivos na consciência do povo. Este que sempre serviu de álibi e de figurante para a representação política, se vinga entregando-se a representação teatral da cena política e de seus atores. O povo tornou-se público. É o jogo, o filme ou os desenhos animados que servem de modelos de percepção da esfera política. (BAUDRILLARD, 1994, p.34).

No processo eleitoral que temos eleitores avaliando o discurso e imagem dos candidatos, na dúvida do voto ou na certeza de em quem vai votar se instaura um clima diferente. As emoções tomam conta do que é dito, compartilhado e praticado. Quantas pessoas não estiveram nas ruas para ver seus candidatos de perto ou mesmo pela motivação de estar junto aqueles que pensam da mesma forma. Ou mesmo, usando as redes sociais para defender seus candidatos e compartilhar notícias e imagens que propagavam a campanha. As vivências e experiências do momento das eleições criam vínculos sociais entre eleitores e candidatos. As casas, os carros, as ruas são meios de apresentar as escolhas do eleitorado. Da mesma forma, candidatos se utilizam de vários meios para conquistar o voto dos eleitores. O discurso político que referencia mudanças no país ou mesmo uma imagem que apresenta características aprovadas pelos eleitores. E a política passa a ser,

Conjunto de atitudes, crenças, códigos de comportamentos, próprias a vários grupos que compõem a sociedade; enquanto processo de simbolização e prática significativa, e é exclusivamente dentro desse quadro que podemos tomar a

política enquanto objeto de elaboração e reelaboração simbólica, enquanto prática que adquire distintos significados em diferentes culturas. (MAGALHÃES, 1998, p.28).

O processo eleitoral se destaca e foge a rotina das pessoas e cria laços entre eleitores e candidatos, que podem perdurar durante o mandato do político. Não tenho a intenção de realizar uma análise do que é permitido ou não, e muito menos do que é certo ou errado nas motivações dos eleitores. A proposta é contribuir ao estudo das representações do voto e comportamento eleitoral nessa relação entre cultura e política. O exercício proposto é de analisar as práticas políticas através da fala dos eleitores, possibilitando que ele narre sobre suas perspectivas e motivações ao escolher determinados candidatos. E essa fala pode nos dizer muito sobre a dimensão complexa que é a relação entre cultura e política, entre candidato e eleitor. Tal análise possibilita um caminho para explicar as práticas culturais e eleitorais.

O texto é composto pelo primeiro capítulo que tem por objetivo tratar da participação dos candidatos nas campanhas eleitorais e quais os mecanismos se tornam sua imagem acessível aos eleitores. Como os meios de comunicação que são espaços de divulgação da campanha dos candidatos. Todas as ações são voltadas a conquista e adesão do eleitor.

No segundo capítulo busco analisar a história sobre o voto e como se deu o processo de garantir o direito ao voto de pessoas que não podiam participar das eleições até os dias de hoje. É importante ressaltar o voto como principal elemento transformador. O voto garante a escolha dos representantes, pelo menos é assim que deve ser em Estados democráticos, como o Brasil.

No terceiro capítulo meu foco é a questão da democracia e as disputas eleitorais. Como se dá o processo de conquista na política brasileira a partir do modelo democrático de escolha.

No quarto e último capítulo objetivo compreender as motivações e significados do voto. Trazendo para a discussão quais os elementos que estão em volta no processo de escolha do voto.

Por fim, este texto é um esforço de pesquisa e análise do voto que diz respeito aos fenômenos políticos e culturais. O olhar se direciona a compreensão de que o voto é adesão, é identificação que diz muito do que e como se dá o

processo de escolha, mais do que isso diz muito de sobre a nossa cultura política e práticas sociais e culturais.

Reflexões sobre processo de investigação na construção do conhecimento

Nesta Tese proponho tratar a questão do voto tendo como principal ator o eleitor e não posso deixar de trazer as perspectivas de autores que contribuíram para a forma de lidar com fenômenos e como tratar de forma científica. Cabe salientar que aqui se lida com o olhar do outro sobre fenômenos, sobre suas escolhas e motivações. É preciso ter o cuidado de tratar todas as informações reveladas nas entrevistas de forma séria. Desde a graduação tive a oportunidade de ter acesso há várias perspectivas de estudos e objetos de estudos traduzidos nas obras de importantes autores nas Ciências Sociais.

Conclui a graduação no ano de 2011 e tive a oportunidade de tomar conhecimento de vários pensadores da Sociologia e antropólogos que ajudaram a entender os cenários de pesquisa que enfrentei para defender certas reflexões e posições. É nesse caminho que abro espaço no texto para discutir como pesquisadores e pensadores elaboraram seus estudos trazendo várias percepções de mundo de como entender os fenômenos. Esse texto é uma proposta de conclusão de tudo que vivenciei desde a graduação. Essa é uma forma de também agradecer pelo caminho percorrido até aqui e como professores e tantos autores ajudaram a chegar nesse momento.

Na perspectiva sociológica Max Weber (1994) defende a questão dos juízos e relações com valores das Ciências Sociais. O método Weberiano trata da necessidade de que os resultados de pesquisa sejam válidos, comprovados empiricamente. Weber defende que a Sociologia é a ciência que busca compreender de forma subjetiva as ações dos indivíduos, ainda formula:

uma apreensão interpretativa do sentido ou da conexão do sentido: a) efetivamente visado no caso individual (na consideração histórica), ou b) visado em média e aproximadamente (na consideração sociológica em massa), ou c) o sentido ou a conexão de sentido a ser construído cientificamente (como “ideal típico”) para o tipo puro (tipo ideal) de um fenômeno frequente. (WEBER, 1994, p.06).

Dessa forma cabe a perspectiva da Sociologia compreender de forma interpretativa, as ações dos indivíduos. Essa ação é dotada de sentido e requer da parte do ator e observador um tipo de situação que garanta uma interpretação correta e resultados precisos. Isto é, o método proposto por Weber contribui com a ideia de que as Ciências Sociais não pode reduzir a realidade empírica a leis, nem na escolha do tema de pesquisa, muito menos a explicação do acontecimento.

Weber propõe o conceito de ação social juntamente com a construção de tipos ideais. Esse modelo guia o Cientista Social para analisar as sociedades e as formas de ação. E aqui ação é entendida como comportamento humano na medida em que o agente e observador o relaciona com seu sentido subjetivo. De tal forma que ação social é um comportamento humano no qual os indivíduos se relacionam de forma subjetiva. O autor defende que uma ação social acontece quando o ator atribui a seu comportamento um significado, e esse significado se relaciona com o comportamento de outros indivíduos. O principal instrumento de investigação é o tipo de ideal que possibilita ao cientista social selecionar explicitamente a dimensão do objeto de estudo e apresentar de maneira pura.

Weber oferece um método de análise sociológica conhecida como compreensivo ou interpretativo. É um método de grande importância nas Ciências Sociais que guia muitas pesquisas realizadas no presente. Sua perspectiva não é única orientação na Sociologia e contribui para entender que numa pesquisa é possível utilizar várias orientações e escolher aquela que oferece o melhor caminho reflexivo. Para tanto, é possível ter acesso a métodos e instrumentos de investigação que possibilitam uma aproximação da realidade e a ciência cabe o esforço de interpretar os fenômenos, de forma clara e objetiva. O voto representa uma relação muito mais complexa com os candidatos. O sentido do voto é diferente para cada leitor que usa de várias motivações para a escolha. Nesse caminho, a proposta de Weber contribui para a reflexão ao possível entendimento do que leva o eleitor a votar em determinados candidatos e outros não.

Buscar um método que possa ser um dos fundamentos para compreender a realidade. O meu esforço tem início ao escolher uma temática e sentir a

vontade de explorar todos os caminhos possíveis para sua compreensão. Somos nós, cientistas sociais, que damos valor significativo a escolha do tema. E não poderia ser diferente ao ter como objeto de estudo o voto. Ter nos encontros e desencontros com os eleitores esse encantamento que nos fascina. Em cada fala, em cada opinião estar presente um indivíduo que dar voz a suas escolhas e a maneira que escolhe determinados candidatos.

Nesse caminho, Weber atenta que a ciência não consegue explicar uma realidade completamente e propõe uma ciência da realidade. Defende que é possível construir conhecimento científico objetivo selecionando aspectos particulares que possam explicar certos fenômenos. Essa objetividade é o que possibilita a construção de conhecimento válido. No cerne dessa perspectiva cabe ao pesquisador ter o esforço de estar preparado para a investigação. Pesquisar não é algo fácil e podemos encarar várias dificuldades, que não deixam de ser parte da pesquisa. Durante o curso disciplinas como teorias de conhecimentos e métodos e técnicas de pesquisa me prepararam para esse momento. Ter contato com leituras que possibilitasse garantir uma metodologia objetiva e que contribuísse com a pesquisa, foi o grande objetivo. Na prática como lidar com isso? Se está, na verdade, amparado por tudo que se lê antes da pesquisa? Mais ainda, como realizar uma pesquisa? Como construir objetos de pesquisa? Tais questões são pertinentes e acompanhou todo o meu processo de investigação.

Retomando algumas leituras importantes, não poderia deixar de mencionar as contribuições de Pierre Bourdieu em seu “Ofício do Sociólogo” (2007) e “O poder simbólico” (2001) nas reflexões sobre a construção do objeto e ter uma atitude científica na construção do conhecimento.

Semelhante tarefa, propriamente epistemológica, consiste em descobrir no decorrer da própria atividade científica, incessantemente confrontada com o erro, as condições nas quais é possível tirar o verdadeiro do falso, passando de um conhecimento menos verdadeiro a um conhecimento mais verdadeiro (BOURDIEU, 2001, p. 17)

Para Bourdieu, a linguagem, as crenças religiosas compartilhadas, os símbolos coletivos, os códigos morais, as normas do direito, os costumes e tradições passados de geração em geração formam uma realidade *sui generis* que se constitui como o objeto de estudo científico da sociologia. O sociólogo,

portanto, deve identificar as leis sociais, ou seja, as regularidades do denominado reino social.

Um indivíduo ao nascer é incorporado pela sociedade, e este deve se adequar a sua forma, assim, os indivíduos adquirem costumes, hábitos, crenças. Ou seja, o aprendizado é passado pelas instituições, onde somos ensinados a ser membros da sociedade que se faz parte, aprende-se a viver. Começa pela família, no qual ele incorpora as formas de viver e pensar de sua família entrando no processo de socialização que o prepare para outras instituições, depois tem a escola, em que ele vai adquirir uma outra visão de mundo, experiências, crescimento social e intelectual que irão preparar para a vida em sociedade, e etc. Para o autor, as representações sociais, são exteriores as consciências coletivas, mas a sociedade está no indivíduo e vice-versa. A sociedade pensa, age, sente através da consciência do indivíduo que é cooperado com os outros, passando de geração a geração.

Diante do que é proposto pelo autor o pesquisador na construção do seu objeto de pesquisa deve refletir sobre suas paixões. Desde o que encontra no campo e no momento da escrita. O autor ensina:

é um trabalho de grande fôlego, que se realiza pouco a pouco, por retoques sucessivos, por toda uma série de correções, de emendas, sugeridos por o que se chama ofício, quer dizer, esse conjunto de princípios práticos que orientam as opções ao mesmo tempo minúsculas e decisivas. (BOURDIEU, 2001, p. 26-27).

O pesquisador tem o esforço de trazer o que é verdadeiro, não cabe a ilusão com o que se lida no campo com o que se vê. A pesquisa deve ser reveladora e se distinguir do que é comum. Nem tampouco dar vazão ao profetismo. Em suas considerações na obra “Economia das Trocas Simbólicas Gênese e Estrutura do Campo Religioso”, o autor refere-se à religião como um conjunto de práticas e representações revestidas de sagrado. A linguagem nesse caso tem um papel fundamental, pois linguagem é uma forma de comunicação, é o modo pelo qual se apreende o mundo, pois os indivíduos não apreendem o mundo diretamente, existe uma mediação da linguagem, como apresenta o autor, “à religião é concebida como linguagem, aplica-se também às teorias e, sobretudo, às teorias da religião como instrumentos de construção dos

fatos científicos.” (BOURDIEU, 1992, p. 27). Outro ponto discutido por Bourdieu é concorrência pelo monopólio da gestão dos bens religiosos. A Igreja tende a impedir que novas empresas entrem no mercado de bens de salvação, para que se mantenha seu controle na produção e reprodução desses bens. O campo religioso, propriamente dito, tem como princípio a existência de um grupo especializado na produção dos bens religiosos (o clero) e de um grupo que produz excedente econômico (os leigos) para sustentar esse grupo especializado que, em troca, produz o sustento espiritual.

O profeta tem suas próprias necessidades religiosas sem mediação da Igreja, mas que busca através do capital religioso prestar serviços religiosos aos indivíduos, o que não se pode descartar é fato de mesmo sendo uma prática sem intermédio da Igreja, o profeta pode se tornar um conservador e administrar sua própria instituição e produzir também bens de salvação. O profeta possui uma linguagem que passa uma mensagem que as pessoas querem escutar, ele é um personagem que marca a história, revolucionária do mundo, e ao mesmo tempo, marca o pensamento religioso. Pois, a Igreja faz com que os indivíduos sintam a necessidade de procurar esses produtos de salvação, e o profeta pode ser um meio dessa procura. O sacerdote passou por um processo de conhecimento da religião para conseguir formas de passar esse conhecimento para os leigos, que legitimam essa prática sacerdotal, eles possuem esse conhecimento, basta afirmá-los e consumir seus materiais religiosos. O sacerdote seria aquele que representa a instituição estabelecida. Ele não produz o novo. “O profeta, ao contrário, é o agente religioso que, em situações extraordinárias, de crise, ou a partir de grupos marginais, produz por seu discurso ou sua prática uma nova concepção religiosa”. Já o feiticeiro é um autônomo que utiliza o imaginário religioso para “atender interesses imediatos e utilitários de sua clientela”, que podemos caracterizar como uma prática mais popular.

Diante disso, a prática sociológica deve ter o cuidado de resistir ao profetismo e não tomar o que cada interlocutor diz como seu próprio discurso para não correr o risco do que atenta o autor sobre substituir suas pré-noções pelas pré-noções dos outros. O pesquisador não deve se anular. É fundamental ter a clareza das suas escolhas e como abordar seus pressupostos e os interlocutores. Ouvir o outro, ter a clareza do que é dito, pode não ser testemunha

de uma neutralidade de pesquisa. Ter referências, seguir uma perspectiva que lhe convém é importante, mas bem mais que isso é saber lidar com suas escolhas e refletir sobre os encontros e desencontros de pesquisa, sobre o que é dito, sobre suas observações e orientações. É refletir sobre nós mesmos. Assim nos diz: “sociólogo que não submete suas próprias interrogações à interrogação sociológica não estaria em condições de fazer uma análise sociológica verdadeiramente neutra das respostas que elas suscitam”. (BOURDIEU, 2007, p. 55-56).

Pensando numa Antropologia que reflete sobre questões políticas, o estudo voltado para a cidade trouxe novas perspectivas para a Antropologia e a importância da etnografia nas Ciências Sociais. Nosso interesse é sobre política o que nos leva para os espaços urbanos, onde a política, preferencialmente, acontece. É nesse contexto que as considerações de Karina Kuschnir (2003) são importantes ao atentar para a reflexão de que o pesquisador está diante de seu próprio universo e que a pesquisa pode não ser adequada como pretendia. Ele encara processos e redes de relações a que está inserido. É uma tarefa árdua para o antropólogo e que deve se deter ao que será revelado aos olhos dele. Essa é a magia da pesquisa. Quando destaco trabalhos como o de Irllys Barreira (2006) em seu artigo “A política de perto: recortes etnográficos das campanhas eleitorais” enfatizando o exercício de pesquisa no momento da campanha eleitoral e Roberto Cardoso de Oliveira (1998) em seu livro “O Trabalho do Antropólogo” eles me ensinam como o olhar, o ouvir e o escrever são esforços de pesquisa que devem ser constituídos de forma atenta.

Diante de tudo que foi exposto, os olhares de sociólogos e antropólogos são perspectivas de leituras, técnicas e métodos de pesquisa, teorias e considerações que estabelecem o pesquisador. São os caminhos escolhidos como orientação no exercício de pesquisa de campo, no esforço da escrita e na interpretação de todos os dados. Quando falo em política, sou também parte desse processo. Somos, enquanto coletividade, cidadãos e eleitores que ao refletir sobre processos eleitorais e o que diz meus interlocutores me ajudam a refletir sobre nós e sobre nossas escolhas. E tais processos não se esgotam. São processos e aspectos da vida cotidiana das pessoas, e a partir deles é possível a construção de um objeto de estudo antropológico.

Fundamentos teóricos e metodológicos do fazer política

A construção do conhecimento científico acontece na relação entre teoria e prática, da pesquisa e observação, da ruptura e constatação e possivelmente a compreensão da realidade social. Nossa proposta consiste em realizar um estudo antropológico ao falar sobre o fenômeno da política. Lançar um olhar através da voz de nossos eleitores e informantes.

Desse modo, como pesquisadora me insiro em um universo, numa realidade complexa que faz parte das manifestações culturais e políticas e fazem parte das minhas questões. Nesse sentido, o meu objeto de estudo está muito próximo, não há como se manter distante ou mesmo estranho a esse processo. Nesse caminho é salutar a pesquisa o que propõe Da Matta (1978) na tarefa do antropólogo: a transformação do exótico em familiar e do familiar em exótico. A primeira modalidade diz muito sobre as primeiras investigações e pesquisas tradicionais. O antropólogo saia de seu lugar para se tornar um viajante, explorador que revelaria o sistema de significados que não faziam parte do meio social do lugar que estava inserido. A segunda modalidade dessa transformação corresponde ao esforço que se tem feito no presente, quando a Antropologia se direciona a nossa própria sociedade. Com o interesse de compreender nossas ações e sentidos nas práticas institucionais e culturais. É saber mais de nós do que deles. Assim, o autor propõe o exercício da estranheza dos vínculos que fazemos parte, colocar dúvidas e questões em alguma regra social e familiar e nela constatar o exótico, o que está por trás da capa de um determinado grupo ou classe, de uma instituição que são resultados de um processo de socialização e legitimação. É ser parte de algo e tentar não ser. É sentir parte e se desligar emocionalmente. Ao que proponho é fundamental esse distanciamento do objeto de estudo.

Nesse caminho, é importante colocar-se no lugar do “outro”, também tomei a contribuição de Velho (1978) ao abordar sobre exótico-familiar/familiar-exótico. O autor aponta que podemos compreender melhor o que está fora de nós, o que não faz parte da nossa mesma cultura. Podemos nos familiarizar, mas não necessariamente conhecer, como afirma Velho. Ele ainda defende que possuímos mecanismos de familiarizar com situações sociais de nosso

cotidiano, sentir parte de um lugar, de um grupo, uma posição, entretanto não significa que conhecemos a visão de mundo daqueles que fazem parte de uma situação social. São várias visões de mundo diferentes e regras de interação que só são revelados nesse exercício de relativização e empatia.

Ainda nesse caminho, Kuschnir (2003) apresenta que a pesquisa em grandes centros urbanos possibilita que o pesquisador enfrente diversas tradições culturais e visões de mundo. Com isso, o pesquisador se depara com diferentes níveis de compreensão sobre o que se entende por “familiar” e “exótico”, no lugar e espaço que ocupa, dentro da sua cidade, do universo que se faz parte. Quanto mais experiência no campo de pesquisa mais o pesquisador acumula capacidade de compreensão, conforme a autora. Ele consegue atentar o que naturalizou e o que deixou escapar de significados apreendidos nos processos de socialização. Ela ainda contribui na reflexão sobre o processo de pesquisa e obtenção dos dados,

Devem estar explicitadas nos relatórios de pesquisa questões como a forma de entrada do pesquisador no campo, os acordos realizados e os laços sociais acionados e evitados. Não se trata apenas de satisfazer a curiosidade dos leitores, mas de usar esses dados como objeto de análise das categorias de entendimento do próprio universo estudado. (KUSCHNIR: 2003, p. 27).

Encarei muitas dificuldades na pesquisa de campo. Ir a campo e enfrentar um universo que até então não tinha problemas, nem trazia algum questionamento é desafiador. Coletar dados, refletir e problematizar o que obtemos em campo permite o chamado “fazer antropológico”. Participar das campanhas eleitorais e adentrar nos espaços da política requer coragem e reflexões por parte do pesquisador. A pesquisa como toda prática traz no início certa insegurança. Dar o primeiro passo nem sempre vai trazer o que você pretende encontrar. Talvez aí esteja a ideia de surpreender na pesquisa com descobertas que nem imaginava ao propor caminhos de pesquisa. Poderíamos chamar da mágica que há em fazer pesquisa.

Ao fazer a pesquisa, observei os fenômenos, colhi informações, lidei com as novidades e diversidades, e me dei conta que não deveria adequar meus fatos e observações à teoria, e sim ampliar o conhecimento trazendo novas informações sobre os fenômenos. Pude tomar como contribuição o que

apresenta Foote-Whyte (1975) sobre a observação participante que requer condições de entrar num universo desconhecido. Essa entrada permite ao pesquisador fazer parte daquele cenário. Nós construímos uma relação com as pessoas. Somos sujeitos, que nos separamos por sermos pesquisadores e pesquisado. Nosso objeto está constantemente sendo construído e apresentando novas possibilidades de investigação, pois lidamos com processos que são culturais e, ao mesmo tempo, dinâmicos, o que nos tornam pessoas que não podem se conformar com o que é falado e demonstrado, temos que desnaturalizar as falas dos eleitores para que nossas reflexões sobre nossas hipóteses e objetivos tornem possível a pesquisa.

Quando se pretende realizar uma pesquisa é preciso deixar claro qual o método que irá guiar a investigação. É sabido que a teoria oferece um caminho, oferece instrumentos e guia para realização de uma pesquisa adequada. Pois, se lida com um objeto que é igual a pesquisador, pesquisador e pesquisado são parte de um mesmo grupo de ser, que se diferencia pelas perspectivas e visões de mundo. É nesse aspecto que minha pesquisa não é algo fácil a ser realizado, e é preciso instrumentos que ajudem a investigar um fenômeno que contribua para a construção do conhecimento.

A perspectiva que o pesquisador toma é uma das possibilidades que ele pode assumir diante das contribuições dos seus referenciais. Ao relacionar teoria e prática se expressa um posicionamento teórico-metodológico, que leva uma das versões possíveis numa pesquisa, seja ela quantitativa, qualitativa ou comparativa. Nesse aspecto, é necessário ter a clareza dos referenciais que o pesquisador se apoia, e qual o seu real objetivo ao realizar uma pesquisa, pois não é algo que seja aleatório, e sim que requer uma organização dos materiais que se quer trabalhar e os interesses de pesquisa, sem necessariamente conceber uma teoria.

Nesse aspecto, Denzin (1989) e Bailey (1982) nos ensina que ao realizar uma pesquisa podemos optar pela orientação quantitativa, qualitativa ou mesmo a comparativa, ou relacionar as orientações. De forma sucinta, a metodologia quantitativa se caracteriza pelo desenvolvimento da investigação com base em técnicas específicas, utilizando de testes e comprovações, e assim buscar o mais

geral. Uma pesquisa qualitativa se refere a técnicas como a observação participante e entrevistas. Nessa orientação lidei com os sujeitos, atores sociais, buscando-se o diálogo, informações importantes para a pesquisa e a observação das ações dos sujeitos pesquisados, o que requer uma interpretação do objeto de estudo, e nesse tipo de orientação que o trabalho se baseia. E nos estudos comparativos, abre-se a relação entre a história e a sociologia, que ainda abre para muitas discussões sobre o uso da história no campo sociológico. É nesse aspecto que se percebe a importância de se ter clareza do que se quer investigar, e ao mesmo tempo, escolher um método que possa ajudar a chegar às respostas a questões propostas à investigação.

Diante da nossa proposta, os caminhos possíveis da minha investigação é o uso do método qualitativo que demonstra reais chances de chegar a algumas conclusões, o que não significa afirmar que não usei outros métodos, mas que especificamente, a abordagem qualitativa foi mais interessante diante do que se propõe esta Tese. Como também tomaremos contribuições de autores que possam ajudar a compreensão da temática, incluindo artigos e outras leituras que relacionam comportamento eleitoral, representação, imagem pública e escolha de candidaturas, que podem ser explicadas pela construção de gênero como proposta em nossa hipótese. Realizar entrevistas abertas e semiestruturadas com o eleitorado durante o processo eleitoral, ajudou a compreender e analisar das motivações do voto. Entretanto, não quer dizer que durante o processo de investigação não utilizei outras orientações de pesquisa, no mais, o esforço é compreender o mundo social e político, a partir de uma reflexão do próprio trabalho e ampliar o conhecimento da relação entre cultura e política. Na esteira desta problemática Camerford e Bezerra ensina,

Desenvolver uma antropologia da política deveria permitir refinar, acionando a etnografia e a comparação que estão no cerne da tradição antropológica, a percepção das complexas maneiras pelas quais uma determinada sociedade estabelece recortes de domínios, classificações e descontinuidades significativas; bem como descrever e analisar o que, em cada contexto, é delimitado como pertinente à política. (CAMERFORD E BEZERRA, 2013, p. 468-469)

Ainda sobre a metodologia realizada se fez uso de uma revisão bibliográfica, teórica com os principais estudos que envolvem o tema política e cultura. Como também foi feita uma análise de artigos publicados em endereços eletrônicos que trazem a temática. Um dos caminhos que traçamos para alcançar um melhor entendimento do trabalho foi a realização de quinze entrevistas com homens e mulheres com idades e profissões diferentes. Eles trouxeram visões e relatos sobre a participação na política, e das motivações do voto para a escolha de determinados candidatos.

Pierre Bourdieu (1999) afirma que não é possível dissociar teoria e método, pois a construção do conhecimento só se realiza na compreensão do mundo social. A prática científica não garante que a investigação esteja totalmente certa. O trabalho do sociólogo emprega técnicas da teoria do conhecimento, o que significa que o mesmo pode rever os conceitos e criticar a própria construção do trabalho, pois no desenvolvimento da pesquisa, estou sendo testada, reflito e questiono minha própria maneira de lidar com os fenômenos e nos métodos que utilizei na Tese; assim produzir conhecimento requer o esforço de pensar e repensar o próprio trabalho, combinando a prática científica e o que não é aparente nos fenômenos sociais, é um processo de descoberta e produção do conhecimento, segundo o citado autor.

Com o desenvolvimento econômico, político, social e cultural da sociedade, as Ciências Sociais se deparam com várias temáticas que podem ser analisadas cientificamente. Esse modo de análise busca realizar abordagens sem a interferência do subjetivo, isso requer um esforço intelectual do pesquisador que tenta eliminar as interferências do senso comum, e ao mesmo tempo interpretar os fenômenos do cotidiano da sociedade. Quando me deparo com a relação entre teoria e método, tenho que ter a noção que não estou tratando de uma receita simples, em que os ingredientes já estão dados. Nas Ciências Sociais lido com autores clássicos que construíram teorias que perduram até hoje. Ao fazer pesquisa observamos os fenômenos, colhe-se informações, lida-se com as novidades e diversidade, ao se dar conta que não se deve adequar os fatos e observações à teoria, e sim ampliar o conhecimento trazendo novas informações sobre os fenômenos. A teoria oferece um norte,

oferece instrumentos e guia para realizar uma pesquisa adequada. Nesse aspecto, a teoria e método devem ser trabalhados paralelamente, sem se deixar cegar ao ponto de acreditar totalmente na teoria e realizar uma pesquisa que nada vai acrescentar, e sim confirmar teorias.

Essa discussão complexa oferece um novo modo de conceber a relação entre teoria e prática, métodos, conceitos, as novas propostas diante de fenômenos também complexos. Trazendo a questão que é sempre colocada, como se apropriar das teorias e métodos para orientar nossas pesquisas. A teoria e prática não podem ser pensadas como oposições. A primeira pensada como a ideia, a especulação, anterior à experiência. A segunda é explicitada como a experiência, o trabalho de campo, como se teoria e prática devessem ser separadas, e na verdade há uma simultaneidade na reflexão que permite a produção do conhecimento.

Cenário, encontros e dizeres sobre política

Uma pesquisa não se baseia somente em leituras, acesso a textos bibliográficos e artigos que tratem da temática cultura e política. O trabalho de campo é imprescindível para aproximação com o objeto de estudo. O caminho proposto para dar início a pesquisa não poderia ser outro, o momento das eleições é especial e foge de toda uma rotina. O navegar antropológico se deu no Centro da Cidade de Campina Grande nas eleições de 2014 no período de Setembro a Novembro do mesmo ano, quando foram feitas visitas aos comitês eleitorais da cidade com a intenção de encontrar pessoas que estivessem dispostas a conversar sobre política, opiniões e voto. Não é uma tarefa fácil, muitas vezes estive tão envolvida com o tema que acreditei que as informações iam ser colhidas rapidamente e que em questões de dias tudo estaria esclarecido, mas não foi bem assim. Encontrei pessoas com medo de falar, com medo de se envolver e se prejudicar no serviço que estava realizando ou que simplesmente não queriam tocar no assunto porque não gostam de política. Muitas visitas, apesar da insistência, não tiveram êxito pela indisponibilidade do tempo, mesmo sugerindo um outro dia, um outro horário. Entretanto, tive que ser firme em meu intento e não tem como desistir quando tudo já estava se encaminhando. Afinal, a peça mais importante da pesquisa não poderia faltar.

Em meio a muitos não eu consegui a colaboração de 15 pessoas, fora as que conversaram comigo, mas não queriam gravação o que também trouxe outras questões de pesquisa. Aqui o não envolvimento pode ser encarado como um tipo de movimento político, o querer falar, mas não querer registrar algumas considerações nos mostra ainda que as pessoas se preocupam com a temática, até mesmo os que dizem não gostar de política também emitem uma opinião.

Das entrevistas realizadas três delas fui convidada para fazer uma visita na casa e conversar mais à vontade. Ser convidada a ir aos lares dos informantes foi uma grande conquista e de algum modo um início de uma relação de confiança. Não convidei qualquer pessoa para a minha casa, não que estivesse me sentindo importante, mas fiquei muito satisfeita com tal aceite. Todo esse percurso será melhor apresentado com as falas dos informantes.

O estudo sobre política e voto, como já destacado, se realiza na cidade. A proposta é transformar o familiar em exótico. É o esforço de contribuir com novos olhares e conhecimento sobre o método etnográfico, nesse caminho Magnani (2003) nos diz,

Há, certamente, um perigo a identificar. Ao tomar como objeto do seu estudo as sociedades chamadas complexas, a antropologia urbana não deixa de ser antropologia, de forma que deve encarar um desafio: manter-se fiel ao patrimônio teórico e metodológico da disciplina, ao mesmo tempo em que é obrigada a trabalhar com outro tipo de recorte. E aqui está o problema, que é o de tentar reproduzir, principalmente no cenário das grandes metrópoles, aquelas condições tidas como clássicas na pesquisa antropológica: a dimensão da aldeia, da comunidade, do pequeno grupo. (MAGNANI, 2003, p.82)

Nas contribuições da Escola de Chicago, a cidade é um lugar complexo, dinâmico e marcado por mundos sociais. É o lugar dos vários “eu”, de tempo e espaço diferente, composto de vários cenários e interações. É desafiador ao exercício da pesquisa. Nesse caminho Magnani (2003) nos aponta que o método etnográfico pode ser fundamental para realização de pesquisa na cidade. Os indivíduos estão inseridos em grupos e cenários, compartilhando visões de mundo. A etnografia é pensada pelo autor como um caminho possível quando a busca por padrões nos comportamentos sociais passa a ser interesse em sociedades complexas. Na relação entre pesquisador e pesquisado está em

embate o que é rede de significados vivenciada pelo indivíduo e a experiência como categoria de análise (MAGNANI, 2002).

O olhar antropológico voltado para o campo político permite a entrada nas relações de estratégias, ser convidado a estar nas casas das pessoas, nas relações familiares e de trabalho. No processo ritual das eleições permite a compreensão do que se leva em consideração nas escolhas dos eleitores. Como nos aponta Scotto (1996) “(...) uma condição fundamental para que se vote em um candidato é o fato dele ser reconhecido pessoalmente(..)”. Não só planos e programas de governos são avaliados pelos eleitores. Os candidatos ao lançarem seus nomes numa campanha eleitoral são considerados pela sua experiência, atitudes e comportamentos que podem conquistar a adesão. No contato com os eleitores, o candidato pode ser considerado como representante ou não ser escolhido. A autora ainda nos traz a ideia que no campo da política encontramos relações personalizadas. Um aperto de mão, saudações, um abraço, um beijo passa a ter significado político. Nesse caminho, Scotto (1996) aponta,

O termo reconhecimento é empregado aqui para sintetizar dois sentidos diferentes da palavra: o reconhecimento como (re) conhecimento, isto é, como identificação concreta de uma pessoa conhecida; a ideia de reconhecimento de alguém ou de alguma coisa como boa, verdadeira ou legítima (por exemplo) “com o triunfo nas eleições, o povo reconheceu seu excelente desempenho como deputado”. O uso da palavra nesses dois sentidos não é uma escolha arbitrária; ao contrário, com ela me refiro à relação entre o reconhecimento no primeiro sentido e a possibilidade de transformá-la em um reconhecimento no segundo sentido. (SCOTTO, 1996, 166)

O campo da política permite relações de distanciamento, proximidades entre eleitores e candidatos. Aderir a uma campanha e defender um candidato é uma condição de identificação com proposta, com a experiência vivenciada por ele. É identificar no candidato alguma coisa do eleitor. Nesse ponto trazer a contribuição da autora nesse entendimento é importante para o que pretendemos nessa pesquisa. Dar voz aos eleitores é buscar as razões que eles consideram no momento de escolher determinados candidatos e outros não. O que o eleitor reconhece para determinar sua escolha? A autora acrescenta,

Ser (re) conhecido, estabelecer uma proximidade com o eleitor, ser saudado e saudar, dar a mão e beijar crianças, tudo isto deve ser realizado por um candidato como parte fundamental de sua campanha. E não deve ser realizado; de ser “bem” realizado. Ou

seja, não deve ser um abraço dado de qualquer forma, nem uma criança beijada sem 'jeito'. Os candidatos disputam não apenas o reconhecimento, mas também a interpretação do significado dos contatos estabelecidos. (SCOTTO, 1996, 168).

Como estou falando sobre política não posso deixar de fazer alguns apontamentos sobre as eleições no Brasil. Mesmo em um momento de crise política muitas pessoas se manifestaram para defender seus candidatos nas eleições de 2018. Tivemos 13 candidatos disputando o cargo de presidente, mas queremos destacar o presidenciável Jair Messias Bolsonaro (PSL¹) que teve êxito na campanha vencendo a eleição. Com um discurso polêmico e cheio de controvérsias, o candidato conquistou uma parcela da população com o lema de que iria combater a corrupção e varrer o Partido dos Trabalhadores do Governo Federal. Outro lema em destaque era o de armar a população “de bem”, para que as famílias protegessem sua propriedade privada com o direito de possuir uma arma em casa. Para muitos, essa questão nunca esteve tão presente na realidade brasileira. Quando se tem um índice muito alto de violência e assassinatos. Ele teve muito apoio por ter encorpado seu discurso com base na segurança e ficha limpa. Para outra parte da população essa questão era frágil demais e poderia trazer um custo muito alto a população, que ao invés de combater a violência poderia acirrar ainda mais. A autora ao atentar para essa relação de proximidade e distanciamento podemos trazer isso na prática como foi o momento da campanha para presidente.

Uma das formas polêmicas do candidato se dirigir a seus eleitores e simpatizantes era o fato de sempre fazer o gesto de uma arma. Era um recado ao que ele se propôs na sua campanha, ao falar coisas do tipo “vamos metralhar a “petralhada” conquistou parte da população que tem o interesse de trazer um novo partido para governar o país e se” livrar da corrupção” e o direito de ter arma. Mas uma imagem que chamou atenção na campanha, e que foi motivo de muitas discussões, é essa que está em destaque de uma criança imitando uma arma. Para o candidato essa imagem não tinha nenhum problema e que as pessoas deixassem de frescura. Essa imagem representa seu discurso e podemos crer que a intenção era que até crianças podem se defender. Além

¹ Partido Social Liberal

dos presidenciáveis, o candidato sofreu críticas por parte da população. O vídeo gravado em Goiânia foi publicado no dia 19 de Julho de 2018 e causou polêmica nas redes sociais.



Fonte: <https://www.emaisgoias.com.br/chega-de-frescura-diz-bolsonaro-sobre-foto-de-crianca-que-imita-arma-com-a-mao/>

Durante a campanha teve início um movimento contra esse tipo de situação. A questão da educação passou a ser um tema prioritário de discussão dos candidatos. E uma das frases que representavam a posição deles era “mais livros, menos armas” que não se pode defender as crianças com o uso de arma e sim com uma boa educação. O meu texto não está livre de trazer algumas situações de campanha e isso se torna interessante quando posso aludir questões que envolvem muito mais do que política. São questões morais e culturais que a todo o momento se faz presente no jogo da política.

O candidato Bolsonaro apareceu para a população em um momento que o país passava por uma crise política. A relação com os políticos estava estremecida com os escândalos que a todo momento eram expostos na mídia. Muitos acreditavam que a culpa pela corrupção no país e pela falta de segurança era do PT². A chegada de um candidato que surge com promessas de que iria tirar do Congresso Nacional o culpado dos problemas acima citados oferecia uma esperança a população que acabou o elegendo como presidente do Brasil.

Nesse caminho Goldman (2006) atenta para a dimensão subjetiva nos estudos da política. No tempo e espaço onde a política acontece muitos

² Partido dos Trabalhadores

elementos devem ser considerados. As relações de poder, conquista do eleitor, estratégias de campanha e adesão e até mesmo da opinião pública ganham novas formas na prática e revelam que a política se reinventa. Assim como a cultura, ela também se transforma.

O olhar antropológico se volta para o campo político na expectativa de que em alguma medida possamos compreender todos esses elementos que fazem parte do processo político.

Diante do exposto, escolher um cenário de pesquisa tão próximo e ter como objetivo compreender o comportamento eleitoral é algo desafiador. Problematizar situações, refletir sobre todos os dados colhidos é bem complexo e diante desse cenário enriquecedor podemos encontrar visões de mundos e respostas sobre política que esses outros olhares e vozes ao refletir sobre suas escolhas também falam de nós enquanto ser cultural que está imerso em relações sociais e dinâmicas da sociedade.

Com isso, tomo como contribuição o que diz James Clifford (1998) sobre a autoridade etnográfica de ser a capacidade do olhar antropológico ser traduzido na escrita, na produção textual do que é vivenciado. O objetivo é uma observação participante em que nós também fazemos parte da relação e interação com nossos interlocutores. Entretanto, somos nós que analisamos e interpretamos o que é dito e não dito, construímos nosso pensar na escrita, envolvendo teorias e a prática que nos dispomos. Em cada antropólogo há essa autoridade.

No ano de 2014 como pesquisadora organizei meu tempo para poder participar da campanha eleitoral na Cidade de Campina Grande. Pude realizar uma observação no que acontecia nas redes sociais sobre os candidatos. As redes sociais se tornam espaços importantes para ter informações sobre os candidatos e nesse espaço que observamos uma participação bem ativa por parte dos internautas-eleitores, se assim posso chamar.

Como também participei de algumas situações de campanha como comícios, passeatas para também sentir o clima das eleições e o que isso poderia nos ajudar na pesquisa. Esse clima das campanhas eleitorais é para todos os envolvidos um momento de festa. Ao participar das passeatas em meio as músicas de campanha, fogos de artifício brindando a chegada do candidato,

a distribuição de propagandas eleitorais faz do processo eleitoral um momento único. E o que impressiona é como tudo é articulado nas mídias sociais.

O convite para alguma ocasião se dissemina muito rápido nesses espaços. A troca de informações é simultânea. Curtir uma postagem, confirmar a participação num evento faz parte desses novos processos que a política se envolve e que é necessária para se reinventar. Por trás de tudo isso há uma equipe que planeja e é responsável por divulgar a imagem do candidato. Tudo que é necessário para o candidato se fazer presente em todos os espaços. Campanhas para postar *hashtags* mencionando algo do candidato, imagens e vídeos que “viralizam” na internet e os vários perfis criados em defesa ou críticas aos candidatos acabam gerando uma maior participação dos internautas.

O universo para essa aventura antropológica foram os eleitores da cidade de Campina Grande. O objetivo era realizar uma pesquisa nas campanhas eleitorais no ano de 2014 e 2016. Com a vivência da maternidade nem tudo que foi planejado pude realizar. A pesquisa maciça como dedicação exclusiva se deu no ano de 2014.

O ano de 2016 foi estar dividida entre ser mãe e ser pesquisadora. Confesso que nessa balança o peso maior foi para minha filha, que exigiu de mim bem mais do que poderia imaginar. Mas como temos que nos envolver na escrita ser mãe não poderia mais ocupar a prioridade nesse momento, apesar de estar sempre na ansiedade de uma ligação para falar alguma coisa dela e/ou necessidade. Escrever sobre essa experiência é uma tarefa árdua e requer de nós uma maior dedicação. E o que podemos pedir nesse momento é que o universo conspire ao nosso favor para fluidez das reflexões e impressões textuais.

Mas não posso de deixar de mencionar como o ano de 2016 foi marcante na História política brasileira. A presidenta Dilma Vana Rousseff reeleita no ano de 2014 foi destituída de seu cargo no dia 31 de Agosto de 2016 por meio de um processo de *Impeachment*. Esse processo foi iniciado no ano de 2015 quando a Câmara dos Deputados recebeu vários pedidos de *Impeachment* contra ela. Mas, somente um desses pedidos foi aceito pelo então presidente da Câmara, o deputado Eduardo Cunha. Após o recebimento do pedido, este foi encaminhado para apreciação na Câmara dos Deputados e foi decidido pelo prosseguimento. Com a admissibilidade de 367 deputados, o pedido seguiu para o Senado

Federal. Dos 81 senadores, 55 votaram favor da abertura do processo, a partir de então Dilma teve que se afastar do cargo de Presidenta até a conclusão do processo. O vice-presidente Michel Temer assumiu de forma interina. O crime de responsabilidade atribuído contra a presidente da República está previsto em lei no artigo 85 da Constituição Federal. Mesmo com a defesa da presidenta de que os argumentos usados contra ela não passariam de um “golpe” parlamentar contra a presidente, o relator do processo, Senador Antônio Anastasia aceitou a denúncia. Ao final do processo, o texto da sentença foi posto em votação e ela foi destituída de seu cargo. Ao contrário do que está previsto no artigo 52 da Constituição Federal, Dilma Rousseff não perdeu os seus direitos políticos.

O cenário político se encontrava frágil. Esse era o segundo processo de *Impeachment* que o país enfrentava. Era difícil falar de política quando o país passa por um momento de crise e a descrença nas instituições só aumenta. Essa descrença atingiu até a mim enquanto pesquisadora. Buscar inspirações e ter de volta a chama de pesquisar era complicado. Não tinha como não se afetar diante disso. Além da maternidade não permitir me dedicar da forma como queria, esse processo afetou também a minha visão de mundo enquanto pessoa e eleitora. Não tinha como nos desvincular de tudo que acontecia. Se as pesquisas são desafiadoras, elas se tornam ainda mais quando perdemos o brilho e o encantamento que tanto buscamos. Mas, como seres humanos temos que seguir em frente. A pesquisa tinha que continuar e a inspiração tinha que estar na volta aos eleitores, nos encontros e conversas.

Outro fator que chama atenção durante as eleições de 2014, principalmente para o cargo de presidente, é uma queda de eleitores que se identificavam com o discurso do PT. A campanha adotada pelo PT e PSDB foi bem agressiva que em outras campanhas, a vitória de Dilma Rousseff no segundo turno foi apertada com 51,64% dos votos, segundos os dados do TSE (Tribunal Superior Eleitoral). O “antipetismo” teve início mais fortemente nas manifestações de Junho de 2013 e abriu espaço para o fortalecimento de uma direita autoritária, mais conservadora e extremista. E com os resultados das eleições presidenciais de 2018 ficou claro que a onda “antipetismo” ainda persiste e motivou a votação de muitos eleitores por um candidato que trouxe o discurso de defesa do Brasil da corrupção e do apoio a família. Estamos tratando sobre voto e motivações e são as escolhas dos eleitores que permite entender a razão

de termos certos candidatos ocupando cargos e outros estarem de fora dos espaços de poder.

Nunca foi a intenção de determinar quem seriam os interlocutores, mas para ter um planejamento melhor de como seria esse encontro optei em visitar os comitês de campanha. Essa escolha foi uma forma de crer que seria mais fácil encontrar pessoas dispostas a serem entrevistadas e falar sobre política. A ideia era ter acesso às razões pelas quais os eleitores escolhem seus candidatos e ter a clareza que não importava a quantidade de entrevistas, e sim o que essas vozes têm a falar sobre a representação do voto.

A princípio planejar as visitas aos comitês de campanha foi uma forma de observar e conversar para conhecer quem eram as pessoas daquele espaço. Das conversas foram surgindo à oportunidade de encontrar interessados a falar e até indicar outros possíveis informantes. Os dias e horários para realização das entrevistas foram combinados com os informantes. Muitos deles tinham compromissos e a entrevista tinha que ser nos momentos de descanso ou mesmo sem muita movimentação nos comitês. Das 15 entrevistas 3 foram realizadas nas casas das pessoas. Nesse momento é só agradecer pela atenção e generosidade de todos que fazem parte desse texto e que contribuíram para essa realização. E mesmo aquelas que não quiseram ser entrevistadas ou puderam ceder uma entrevista não prejudicou o andamento da pesquisa para a coleta de dados. De uma forma ou de outra o desenvolvimento da temática pode ser construído. Imprevistos, impossibilidades vão acontecer numa pesquisa. Não é possível trabalhar com certezas e sim que ao aparecer situações de dificuldades não desistir de continuar a trilhar seu próprio caminho na busca do conhecimento.

CAPÍTULO I - OS CANDIDATOS NA ELEIÇÃO

1.1. O real e o imaginário: o ser e o parecer ser, o perfil do candidato político

A presença das novas formas de se comunicar trouxe mudanças na forma que se estabelece a política na contemporaneidade. Tradicionalmente, o Brasil é um caso bem interessante para se estudar sobre política, os partidos políticos não possuem tanta importância na escolha do voto. Dessa forma, a escolha eleitoral, muitas vezes apresenta escolhas personalistas, ou seja, nas campanhas eleitorais a maioria dos partidos políticos centra suas propagandas políticas na imagem de um candidato. Hoje, a política é espetáculo, e o cidadão é público-consumidor, é nesse sentido que tentarei fazer um estudo sobre os mecanismos de convencimento que esses candidatos utilizam na composição de sua imagem durante a campanha eleitoral, assim, os indivíduos passam por um processo de aceitação e adesão a imagem que for mais bem encenada e convincente.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNS91yi8FcbrJalxzua38GG_cmusYQ:1582069843462&q=imagens+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjM6J24pdznAhVMlbkGHbAICrAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 08 de setembro de 2019.

Para que uma imagem seja introduzida no cotidiano das pessoas, será preciso para uma campanha eleitoral canais, seja ele televisivo, através do rádio ou da internet que tornem possível uma maior visibilidade do candidato favorecendo a construção de sua própria imagem. É nesse contexto que os meios de comunicação se inserem no campo político, sendo este, dependente desse meio para atingir um maior número de pessoas, e conseqüentemente, um maior número de adesões possíveis.

Os meios de comunicação de massa, presentes nas relações dos indivíduos, introduziram uma nova forma de se praticar a democracia na sociedade. Com uma maior dependência da política desses meios, a política se vê atrelada a esse espaço midiático, é nesse meio que se estabelecerá a propaganda política dos candidatos à prefeitura de Campina Grande, mostrando o modo que se comportam e como encenam o seu perfil criado, chamando atenção das pessoas, principalmente, pelos atributos que lhes são colocados.

A campanha eleitoral no município de Campina Grande nos anos de 2014 e 2016 trouxeram várias opções de candidatos, as disputas que se estabelecem numa campanha eleitoral toma proporções que podem definir a candidatura de um indivíduo, sendo assim, os políticos estão sendo bem acompanhados pelos “marqueteiros” políticos, que têm a função de preparar o candidato numa campanha, e principalmente, na construção de sua imagem, ao utilizar meios de desconstruir a imagem do candidato adversário, ou até mesmo, na utilização de músicas que fixem o nome, número e atributos físicos dos dois candidatos.

Nesse caminho o *marketing político* tem se tornado uma ferramenta de campanha para todos os candidatos. O cuidado com a imagem e do que é apresentado é um dos objetivos dessa profissão que está cada vez mais requisitado. Como afirma Manhanelli,

Definimos as estratégias utilizadas em marketing político como sendo a arte de impetrar ações com o intuito de destacar um nome e suas qualidades junto aos eleitores de forma mais clara e definitiva possível, levando, nestas ações, informações de conteúdo que façam o eleitorado assimilá-las com o objetivo de, no primeiro instante, eleger o dono do nome a um cargo eletivo, e posteriormente alimentar este conceito e defendê-lo. (MANHANELLI, 1988, p.13)

O profissional do *marketing* entende o candidato como um produto a ser vendido. Todas as informações devem ser bem disseminadas para tornar a

imagem dele como a mais confiável e aquele que merece o voto. O eleitor é procurado no momento da campanha em meio as disputas entre os candidatos. Manhanelli entende o processo eleitoral como uma guerra e todos os grupos envolvidos numa campanha devem estar cientes do projeto político do candidato e quais as ações a serem realizadas para a conquista do voto. São muitos candidatos envolvidos e muitos nomes de homens e mulheres disputando um cargo público. São adversários que aproveitam todos os espaços de disputa para apresentar as razões pelas quais os eleitores devem o escolher. É nesse cenário de guerra que observamos a grande festa da política. O momento das eleições é especial e mesmo aqueles que não dizem não gostar de política fazem parte desse evento.



Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/08/haddad-repete-lula-em-2002-e-comeca-campanha-de-rua-pelo-piaui.shtml>. Acesso em 02 de setembro de 2019.

O candidato Fernando Haddad (PT) usou a imagem de Lula³ durante boa parte de sua campanha. A imagem utilizada foi da campanha realizada em Teresina-PI no dia 17 de Agosto de 2018. O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) se entregou à Polícia Federal (PF) e foi preso no dia 07 de Abril de 2018 para cumprir mandado de prisão expedido pelo então Juiz Sérgio Mouro. A campanha de Haddad foi tomada pela ideia do “Lula Livre” e que “Lula é Haddad e Haddad é Lula”, como forma de levar a confiança aos eleitores de que Haddad levaria adianta os projetos políticos de Lula. A militância foi às ruas defender Lula e renovar as esperanças que a qualquer momento ele seria solto.

³ Lula Foi solto no dia 08 de Novembro de 2019, um dia após a decisão do Supremo Tribunal Federal que um condenado só pode ser preso após o trânsito e julgado.

Foi um momento de festa para as pessoas que se vestiram de vermelho para defender Lula e o então candidato Haddad à presidência.

Nesse caminho, para Baudrillard (1981) a simulação é a criação de modelos de um real sem origem nem realidade. A pessoa já não percebe que está sendo enganada, havendo uma confusão entre o real e aquilo que é dissimulado. Ela é parte do real que não faz parte da realidade. Tomando a campanha de Haddad, a política acabou sendo uma fantasia de que o ex-Presidente Lula seria solto. Por mais que tivessem os processos, os julgamentos, e a prisão, as pessoas acreditaram no que estava o tempo todo sendo produzido com a ideia “Lula livre”. Assim nos diz,

Nesta passagem a um espaço cuja curvatura já não é a do real, nem a da verdade, a era da simulação inicia-se, pois, com uma liquidação de todos os referenciais – pior: com a sua ressurreição artificial nos sistemas de signos, material mais dúctil que o sentido, na medida em que se oferece a todos os sistemas de equivalência, a todas as oposições binárias, a toda a álgebra combinatória. Já não se trata de imitação, nem de dobragem, nem mesmo de paródia. Trata-se de uma substituição no real dos signos do real, isto é, de uma operação de dissuasão de todo o processo real pelo seu duplo operatório, máquina sinalética metaestável, programática, impecável, que oferece todos os signos do real e lhes curto-circuita todas as peripécias. O real nunca mais terá oportunidade de se produzir – tal é a função vital do modelo num sistema de morte, ou antes de ressurreição antecipada que não deixa já qualquer hipótese ao próprio acontecimento da morte. Hiper-real, doravante ao abrigo do imaginário, não deixando lugar senão à recorrência orbital dos modelos e à geração simulada das diferenças. (BAUDRILLARD, 1981, p. 9).

Baudrillard ainda considera que a simulação assim como o simulacro, necessita estar junto da realidade, mas sem estar presa a ela, por isso o caráter de ilusão. O autor define o simulacro como algo “nunca mais passível de ser trocado por real, mas trocando-se em si mesmo, num circuito ininterrupto cujas referência e circunstância se encontram em lado nenhum.” (BAUDRILLARD, 1981, p.13) Desse modo, no simulacro, a pessoa pode perceber que está sendo enganado. É uma criação e tão inimaginável que se acredita nela.

Assim entendo que político, na medida em que passa pelo processo de construção de sua imagem para assumir um cargo, não o faz sozinho, ele estará rodeado de pessoas que terão o papel de manter e reforçar sua imagem na campanha eleitoral. Os chamados “marqueteiros” atrelados na ideologia de seu

representante terão a missão de coordenar as ações do político, ou seja, terão a responsabilidade de planejar o discurso para que ele não diga algo que possa comprometer sua campanha, já que o discurso se estabelece como um componente essencial na legitimação de um candidato nos períodos eleitorais, pois mostra a boa retórica do candidato e as estratégias de persuasão para o convencimento. Também terão que cuidar da propaganda política nos meios de comunicação de massa, do que o candidato está vestindo para parecer ter bom gosto e elegância, para assim, ajudar no desenvolvimento da construção da imagem pública.

Não significa apenas melhorar os aspectos visíveis de um candidato, ou seja, sua imagem física, mas “adaptar” a presença do candidato ao “imaginário e aos anseios” do eleitorado. No discurso dos que atuam, no campo do marketing político, sobre a imagem, características como “histórico de vida”, “honestidade”, “seriedade”, “experiência”, “responsabilidade”, “sensibilidade”, “iniciativa”, “criatividade”, “dedicação”, “competência”, “coragem”, “autoridade”, “carisma”, “simpatia” etc., na atualidade são os atributos que devem ser agregados à “personalidade” do candidato para atrair a simpatia e ganhar a adesão dos cidadãos (SCOTTO, 2004: 30).

O *marketing* tornou-se uma área fundamental numa campanha eleitoral; com o fim da ditadura nos anos 80 e a realização de eleições diretas, o *marketing* político começou a desenvolver-se profissionalmente no país. Antes, a política se dava pela apresentação de ideias, boas propostas políticas, no qual os políticos mostravam o que pensavam para a sociedade e as soluções para tal, este era um instrumento utilizado na campanha eleitoral. Hoje, o que se percebe numa campanha é a presença marcante de vários assessores, ou seja, os “marqueteiros” políticos, que tem o objetivo principal de construir uma imagem de candidato político no processo eleitoral.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNS91yi8FcbJalxzua38GG_cmusYQ:1582069843462&q=imagens+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjM6J24pdznAhVMlBkGHbAICrAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 08 de setembro de 2019.

Os meios de comunicação de massa, principalmente a TV, exercem grande poder para chamar atenção da sociedade, gerando várias alternativas de personagens políticos, que passam por um processo de convencimento e aceitação de seu eleitorado, e aquele que melhor convencer será o escolhido como representante do povo, e os candidatos já perceberam a necessidade de serem bem assessorados na imprensa, publicidade, TV, o rádio e *ciberespaços* em suas ações para conquistar o eleitorado, pois possuindo bons profissionais a sua disposição, o candidato poderá ter uma chance a mais para chegar aos cargos políticos.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNS91yi8FcbJalxzua38GG_cmusYQ:1582069843462&q=imagens+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjM6J24pdznAhVMlBkGHbAICrAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 08 de setembro de 2019.

Por meio dessa discussão, é que se podemos pensar como a política local se insere na vida das pessoas deste município, e como esta usa os diversos mecanismos para convencer os eleitores de que a imagem passada é verdadeira, e que o político, apesar de ser político, é uma pessoa presente no cotidiano das pessoas, através das bandeiras postas em suas casas, nas músicas que são ouvidas no carro, nas manifestações nas ruas, e mais ainda, presente nas relações que se estabelecem na própria cultura.

Na política contemporânea um candidato passa a ganhar uma maior visibilidade nos meios de comunicação de massa, com uma disputa de representatividade numa campanha, o candidato usa instrumentos que são importantes para a construção e veracidade de sua imagem. Tudo que é passado para o público possui significado e deve ser muito bem elaborado, as mensagens que são veiculadas são recepcionadas pelos indivíduos sob diversas formas. O poder será personalizado por um candidato, pois hoje se reduz a política ao personagem político. O candidato irá performatizar o que as pessoas querem ver, o seu prestígio é legitimado pela adesão das pessoas à sua imagem, se tornando representante real e imaginário de uma sociedade, tendo a importância de cuidar do bem público, e ao mesmo, atender a perspectivas particulares.

A política é feita, em parte, da fabricação de uma certa 'imagem' e, em parte, da arte de levar a acreditar na realidade dessa imagem. (SCHARTZENBERG, 1978, p. 14)

A pessoa da política deve representar uma imagem de si mesmo, mesmo que ele possua certas qualidades que diz ter, sua representação deve ser convincente, para que as pessoas aceitem seu discurso e sua forma de representar como sendo algo bem real, mas possuindo significados diferentes no imaginário das pessoas. O candidato apresenta um conjunto de instrumentos que irão compor sua imagem que representa, sendo esta, uma escolha entre muitas alternativas possíveis de construir um perfil, que deverá manter-se até o fim das eleições e governabilidade, para que não perca a legitimidade que lhe foi dada. Ao se inserir no campo político, o candidato faz da própria política um projeto pessoal, mas como o público também se projeta na sua candidatura a imagem assume, ao mesmo tempo, individualidade e coletividade, pois se passa

uma imagem que será aceita pelas pessoas, e que se tornará também a representante de milhões de pessoas. Ao necessitar de canais de visibilidade, o candidato à política deve se ajustar aos moldes da comunicação de massa, a exemplo, temos o ex-presidente da República do Brasil, Luís Inácio Lula da Silva que teve que se adaptar as formas como os políticos são construídos pelos meios de comunicação, no ano de 1989 para se tornar um possível candidato à presidência. Se antes Lula possuía um temperamento agressivo, que criticava as ações neoliberais, defendendo radicalmente as questões da reforma agrária, usando roupas comuns na campanha de 2002 passou a ter uma postura de mais seriedade, harmonizada, usando paletó, dessa forma, as pessoas acreditariam em seu perfil de candidato e o aceitariam como seu representante, pois ele se adequou ao perfil do político que as pessoas imaginam ser e que querem ter. E quando Lula se tornou presidente do Brasil, as pessoas o elegeram não somente porque este pertencia ao PT, mas porque apresentava qualidades condizentes com a imagem de um estadista, o aceitando como seu representante. Essa aceitação passa por um processo de convencimento para que os indivíduos incorporem o que está sendo mostrado no discurso.

A política, outrora, eram ideias. Hoje, são as pessoas. Ou melhor, as personagens. Pois cada dirigente parece escolher um emprego e desempenhar um papel. Como num espetáculo. (SCHARTZENBERG, 1978, p. 9).

Na era da comunicação de massa os políticos não precisam mostrar suas ideias ou capacidade teórica, e sim vender sua imagem como mercadoria, e conseqüentemente, o público irá consumi-la, mas para tal, a imagem deve atrair atenção das pessoas para que elas desejem o que está sendo apresentado, se Lula venceu as eleições, isso se deve, em grande medida, a sedução que se fez em seu discurso e em suas ações durante a campanha, e mais ainda, por ter construído uma imagem que atendia as necessidades que as pessoas passavam naquele momento, ou seja, Lula trazia o caráter de mudança, que naquele momento, era o que as pessoas também desejavam, e o candidato à presidência incorporou esse perfil de salvador e que traria melhores condições de vida para as pessoas, o que se acrescentou para que ele chegasse à presidência.

O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. (SAISI, 2006, p.166).

(...) discurso 'que funciona' permite, certamente, que o indivíduo se reconheça nele e ainda mais: dando-lhe uma imagem de si, relaciona-se com o coletivo. (BOUGNOUX, 1994, p. 43).

O político é um reflexo da própria sociedade, as práticas coletivas são reveladas através das campanhas eleitorais. O espaço midiático colocado à disposição da política favorece e reforça a construção da imagem, que possuirá uma linguagem própria, pois cada candidato passará de maneira própria sua imagem, os discursos numa boa retórica não são suficientes para aceitação de uma candidatura, mesmo que o ato de se comunicar passe por um processo de apropriação das informações, do conhecimento, é preciso criar um perfil que chegue ao imaginário dos indivíduos. Devem-se criar valores que causem identificação entre o representante e os governados. Assim, a mídia veiculará diversas formas de relações e manifestações nas quais o público irá se identificar, a exemplo, numa novela por mais que seja uma ficção, os indivíduos em alguma situação apresentada observam alguma semelhança de uma cena com um traço de sua vida cotidiana.

Os meios de comunicação de massa ocupam um lugar importante no espaço social e cultural dos indivíduos, principalmente a televisão que consegue alcançar a grande maioria da população e um espaço procurado pela política, que hoje se dá pelo espetáculo, pela arte de mostrar e de fazer ver com os mecanismos audiovisuais, e será nesse espaço que os dois candidatos terão uma maior visibilidade, e é nesse caso que sua candidatura se manifesta, quanto mais visto, maior será a presença dele no cotidiano das pessoas. O que não quer dizer, que o candidato também não usará outros meios para se deixar ver, como carreatas, comícios, passeatas, esses meios também são percebidos na sua campanha eleitoral, pois também favorecem a personificação do político, já que os eleitores votam, antes das ações políticas, na pessoa do candidato que com o apelo mais comovente e “verdadeiro” convence o eleitor.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNS91yi8FcbrJalxzua38GG_cmusYQ:1582069843462&q=imagens+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjM6J24pdznAhVMlbkGHbAlCrAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 09 de agosto de 2019

A propaganda política é tratada como atividade que se desenvolve com o propósito de chamar atenção das pessoas pela emoção e não pela razão. O jogo de encenação, o equilíbrio do corpo, controle das emoções e do que se diz faz parte da construção das candidaturas políticas que, por meio dos mecanismos televisivos, interpenetram na imaginação dos indivíduos, que por meio de suas reinterpretações, aceitam, ou não, a imagem passada pelo político, pois, é necessário envolver as pessoas no discurso e no controle de todas as instâncias do poder.

Todo candidato, para se tornar popular, depende da habilidade que ele terá para tornar verdadeira a imagem que construiu. Os políticos buscam manter uma imagem que não comprometa sua vida privada, mesmo que eles mostrem imagens de sua família e de sua vida particular, já que hoje a política deixou de ser uma esfera pública, pensando no bem comum, para tornar-se privada, pensando na vida particular do candidato, que por sua vez, pode tirar vantagens dessa exposição, eles a utilizam como forma de mostrar valores importantes nas relações dos indivíduos como a família, o bem-estar da casa e da crença, assim, a política fica reduzida a esse jogo de estratégias para manutenção da imagem de sucesso político, e conseqüentemente, a manutenção do poder, que no

campo midiático, floresce a luta entre os personagens encenados pelos candidatos.

É também o discurso que torna o ser político digno ou indigno do uso do espaço público para administrar recursos e influência. Agir retoricamente é agir sobre o mundo, através de palavra e outros símbolos, definindo a realidade a partir de certo ponto de vista que se deseja compartilhado pelos interlocutores ou públicos, para fomentar comunhão de sentimentos e/ou cooperação em torno de decisões. (HALLIDAY, 1994 p. 93)



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNS91yi8FcbrJalxzua38GG_cmusYQ:1582069843462&q=imagens+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjM6J24pdznAhVMlbkGHbAICrAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 07 de outubro de 2019.

O campo midiático trouxe novas características para a democracia. Com a expansão dos instrumentos da mídia eletrônica, a política se vê atrelada a esse campo midiático, pois a mídia possui um papel importante nos processos eleitorais, já que é nesse espaço que se mostraram como se dá o processo eleitoral, veiculando a propaganda eleitoral, a campanha dos candidatos, o jogo de disputa para convencer o eleitorado, e no espaço do horário gratuito político eleitoral na TV, que se firma personagens criados para que possa fazer parte da realidade. A mídia também interfere na agenda do político, seu tempo de apresentação e até o que será falado do candidato nesse espaço, é por essas razões que o campo midiático provocou alterações no modo que se estabelece a democracia. A relação entre o candidato e eleitor também sofreu alterações, pois hoje se tende a personalizar o voto e valorizar o que uma imagem de um candidato pode provocar no imaginário dos indivíduos.

1.2 Representação e Imagem Pública

A vida em sociedade oferece a oportunidade de conviver com várias pessoas e vivenciar muitas situações diferentes, que requer do sujeito formas diversas de encarar os fatos e dialogar com as pessoas. A maneira com que falamos, agimos pode nos dizer um pouco como somos, e podemos representar uma imagem em certos momentos que passa pela avaliação de outras pessoas, que acreditam ou podem julgar como falsa aquilo que é passado.

Na vida política, principalmente nas campanhas eleitorais, candidatos disputam eleitores oferecendo uma imagem de um bom político, que podemos supor que seja aquele que administrará de forma responsável uma cidade, atendendo as necessidades da população. No chamado “tempo da política”, muitos artifícios são utilizados estrategicamente para garantir a adesão de eleitores. Nesse momento de festa envolvendo eleitores e candidatos imagens e informações dos candidatos são apresentadas a todo momento em todos os espaços possíveis. Desde as ruas com o uso dos “santinhos” ao espaço das redes sociais. Políticos com alguns anos de experiência e os recém-chegados a vida política se moldam em discursos e imagens que possam aproximá-lo dos eleitores. Sobre essa questão Canelas Rubim (2003) destaca que:

A construção de uma imagem aciona dimensões espaciais e temporais. Do passado, a imagem acolhe a história compartilhada, a tradição sedimentada e os estoques simbólicos que conformam a personalidade do ente político. (...) Do presente, a imagem reivindica um encaixe adequado no cenário político atualizado, recolhendo e reconhecendo suas demandas e seus constrangimentos. (...) Do futuro, a imagem deve captar qualidades que deixem antever a possibilidade de construir novas perspectivas. (RUBIM, 2003, p. 52)

É recorrente se escutar as pessoas falarem de figuras políticas que são retratadas de diversas formas, e se deparar com a candidata simpática e atenciosa, candidata mãe, candidato amigo do povo, político pai, político arrogante, candidatos falsos, enfim vários adjetivos que configuram a imagem de um determinado candidato (a), que ele mesmo deve crer no que representa, e as pessoas devem acreditar no que é representado. Nas observações de Erving Goffman (2011), ele usa o termo “representação” para se “referir a toda

atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (GOFFMAN, 2011, p. 29), quando um indivíduo representa e desempenha um papel, os sujeitos observadores tem uma impressão da imagem que está sendo representada, acreditando ser verdade, mas não de um modo determinante que não possa ser questionado, de um modo geral, as coisas são como parecem ser, pois as mensagens que são veiculadas não se esgotam no conteúdo das ideias, e sim pela forma como é apresentada.

Quero deixar bem claro que representar não é somente observado entre candidatos e políticos, é óbvio que todas as pessoas em todos os momentos da vida cotidiana representam papéis. Esforço-me para compor uma imagem que acredito ser verdadeira e que seja bem avaliada pelos outros, isso não quer dizer que não faça parte da minha personalidade, mas quando estou diante de grupos, pessoas observando, o que represento pode gerar influência sobre os outros. Posso encarar essa discussão ao termo que Goffman chama de “fachada, portanto, é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 2011, p. 29).

Isso não é diferente da vida política, pois os candidatos, ao cumprirem atividades de campanha, participam de vários espaços e são avaliados por aqueles que produzem as notícias, como também por aqueles que pretendem escolher um candidato para votar. Dessa forma, os candidatos precisam tomar cuidado com o discurso, a fala, o jeito de se dirigir as pessoas, isso faz parte do processo de construção da imagem pública, como já apresentei alhures. A constituição da imagem pública é um processo contínuo e vital para a visibilidade e reconhecimento de “sujeitos políticos”, segundo Weber (2004), “trata-se de um processo de construções e desconstruções de verdades, realidades e de legitimidade, tanto de quem fala sobre si próprio, como sobre os próprios espelhos – mídias, espaços, palcos.” (WEBER, 2004, p. 260). Certas situações e eventos provocam mudanças e adaptações dos sujeitos à imagem representada e percebida. Uma imagem pode exercer certa influência sobre os outros, imagem significa algo para aquele que gera e aquele que recebe, seja de forma positiva ou negativa. No calor da emoção uma imagem pode ser tão próxima a nós que nos sentimos parte do processo e totalmente envolvidos com

aquele que representa. O apoiamos e defendemos até o fim, talvez aqui não haja dúvidas sobre o que é verdade ou mentira, e sim que possamos ter o controle da situação. Rubim assevera:

Construção da imagem política é sempre disputa pública – em especial em um momento político singular e intenso como a eleição – que se realiza em meio a demandas e constrangimentos do tempo (passado, presente e futuro) e do espaço geográfico e/ou eletrônico. A imagem pública aparece como dado fundamental para o ator político existir socialmente na contemporaneidade e para adquirir possibilidade efetiva de competir, porque bem posicionado na cena da competição política. (RUBIM, 2003, p. 52)

Weber ensina que “a imagem pública dos sujeitos políticos vai sendo formada, individual e simultaneamente, a partir da combinação das representações visuais e das representações mentais.” (WEBER, 2004, p. 261). Para que uma imagem seja difundida são necessários canais que permitam o acesso a estas. Candidatos recorrem às mídias sociais e digitais para garantir que as pessoas os percebam, a propaganda política e o Horário Eleitoral Gratuito - HGPE se somam a materiais impressos de campanha e o uso das redes sociais como espaços de divulgação de atividades e informações sobre os candidatos. Sobre o HGPE, Rubim (2003) acrescenta:

O horário eleitoral na televisão e no rádio pode ser acionado com base nas estratégias de campanha dos candidatos, para tentar reinstalar determinados temas na agenda pública da eleição, garantindo a possibilidade de disputa em torno da interpretação da realidade. (RUBIM, 2003, p. 48)

Os espaços de veiculação das imagens dos candidatos é parte da construção do voto dos eleitores e não posso deixar de apresentar falas que nos remetem sobre a maneira que eles encaram esses espaços e constroem suas reflexões durante o processo eleitoral

Os informantes também apresentam suas opiniões sobre o HGPE,

Assisto. O programa é muito bom. Eles falam muito, prometem muito. Agora tem uns que vejo que eles são muito inteligentes, que faz mesmo. Tem algumas pessoas que são inteligentes,

prometem que vai fazer e estou confiando nessas pessoas. (Empregada Doméstica, 58 anos, Dinamérica)

Engraçado, primeiramente engraçado, segundo tem pessoas que não gostam, mas acho que é uma coisa que deve existir. Um exemplo, minha mãe ela não usa computador, ela não tem contato com as redes sociais, essas coisas aí não teria como ela ter um senso crítico ou saber dos projetos dos candidatos sem a TV. Acho isso correto, ela assiste comigo, às vezes critica e diz será que ele vai fazer isso. (Estudante, 18 anos, Dinamérica)

Interessante notar que a primeira informante nos diz sobre a questão das promessas de campanha e como os políticos passam a imagem de pessoa inteligente e tudo que ele apresenta na propaganda eleitoral é tido para ela como uma verdade que gera confiança. Ela vota acreditando que aquele candidato vai cumprir o que está prometendo e por saber dos problemas e ter projetos políticos para solucioná-los é de confiança. Já a segunda informante apresenta a importância da propaganda eleitoral como forma de informar aos eleitores que não se utilizam de outros espaços para obter informações dos candidatos, como as redes sociais. Nesse ponto, percebemos que todos os espaços de propagação de um candidato têm suas peculiaridades e são indispensáveis para que os candidatos apresentem seu nome, seu projeto político e todas as informações que podem ser consideradas relevantes para que o eleitor faça a sua escolha na votação.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNS91yi8FcbrJalxzua38GG_cmusYQ:1582069843462&q=imagens+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKewjM6J24pdznAhVMlbkGHbAICrAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 10 de setembro de 2019

Nesse aspecto, posso rememorar a pesquisa para dissertação quando analisei a construção da imagem pública de Tatiana Medeiros (PMDB)⁴ de como foi a campanha, principalmente, no embate com o candidato Romero Rodrigues (PSDB)⁵ e no segundo turno das eleições 2012, é notório como eles, a partir de suas falas, buscavam conquistar os eleitores. O candidato se utilizou de imagens de postos de saúde e hospitais, como também de fala de usuários do SUS para criticar a saúde, e conseqüentemente, a atual gestão. Já Tatiana que representava a atual gestão, não só por ser a candidata do prefeito Veneziano, mas por ter feito parte de sua equipe como Secretária de Saúde, se utilizou do espaço para mostrar os avanços na área da saúde, desde o aumento dos postos de saúde na cidade, como também da implantação do primeiro Hospital de Criança e Adolescente, e que o que o candidato, seu opositor, criticava, não passava de falácias. Essa foi uma das estratégias de campanha dos candidatos, mas não cabe a eles quem está falando a “verdade”, e sim aos eleitores que prestavam atenção em suas falas e nas imagens apresentadas, interpretar e avaliar quem deve ganhar a sua adesão e voto:

a imagem pública da política, enquanto dispositivo acionado pelos pactos e disputas de poder, entre sujeitos, instituições e mídias, é o fator axial de funcionamento da comunicação contemporânea, entre organizações, indivíduos e sociedades que necessitam de visibilidade favorável nos planos pessoal, institucional, político e mercadológico. (WEBER, 2004, p. 261)

E acrescenta a autora:

a imagem pública é resultante da imagem conceitual, emitida por sujeitos políticos em disputa de poder e recuperada na soma das imagens abstratas (o inatingível, a imaginação), com as imagens concretas (o tangível, os sentidos). (WEBER, 2004, p.262).

Para a autora, a imagem pública é inerente ao exercício da política e diz respeito à coisa pública. Porém, a imagem pública faz parte de um processo social, isso quer dizer que não só se refere a vida política, quando tratamos das

⁴ Partido do Movimento Democrático Brasileiro que hoje voltou a ser Movimento Democrático Brasileiro.

⁵ Partido da Social Democracia Brasileira.

campanhas eleitorais, percebemos que a vida privada dos políticos interfere na vida pública. Quando um candidato é questionado sobre suas ações ou ausência delas, sua imagem pública pode estar em risco, pois dependendo do que é veiculado pode ter uma repercussão pública a seu favor ou contra, “a repercussão pública é desencadeada pelas mídias, adversários, grupos sociais, indivíduos, através da veiculação de suas opiniões e imagens sobre a ação do sujeito político”, segundo Weber (2004, p. 262).

O eleitor é percebido como expectador, nas palavras de Hanna Arendt (1993) o sujeito espectador percebe toda a cena, ele avalia o cenário e a performance do ator, que muitas vezes não percebe o que acontece ao seu redor, e nesse caso quem toma a cena são as situações que fogem do controle do ator, que se preocupa em realizar bem o seu papel para o público presente. Como expectador ele pode criticar sobre o discurso e ações dos políticos, dessa forma o eleitor utiliza de estratégias para escolher seus candidatos, é uma associação entre legitimidade e credibilidade. E como apresenta Joly (2007, p. 27), parece que a imagem pode ser tudo e o seu contrário – visual e imaterial, fabricada e natural, real e virtual, móvel e imóvel, sagrada e profana, antiga e contemporânea, vinculada à vida e à morte, analógica, comparativa, convencional, expressiva, comunicativa, construtora e destrutiva, benéfica e ameaçadora. Dessa forma é possível entender que uma imagem vale mais do que mil palavras, segundo o ditado popular. Como se fosse uma fotografia o discurso político se cristaliza em forma de imagem, as pessoas podem até esquecer os nomes e os textos produzidos como legenda de imagens, mas a forma como é divulgado e repercutido, podemos encontrar vários atributos, a imagem é construção e desconstrução ao mesmo tempo. Como afirma Weber (2004, p. 266), todos os sujeitos políticos cobiçam a aprovação pública, tornando-se dependentes de outras visibilidades não específicas do campo político.

O campo midiático é cobiçado pelos políticos, espaço de disseminação de informações sobre os candidatos, nos revela a linha tênue entre a vida política e privada. Nas palavras de Weber (2004) a imagem pública é uma estratégia de “visibilidade de resultados”, a causa e o efeito desejado. Ainda continua a autora, “os entornos visuais, sonoros, digitais, pessoais, fazem da imagem o pêndulo da

política, definindo a capacidade de gerar votos, coligações, pactos e disputas com a mídia” (Weber, 2004, p. 267). A autora utiliza o termo “política de imagens” como mais adequado no qual as imagens não têm mais objetivos que elas mesmas. Nesse aspecto, tomo como contribuição o termo a política de imagem definida por Wilson Gomes (1999), que abre a discussão sobre a questão da imagem, e revela,

“Imagem” em sentido próprio é imagem no sentido visual ou plástico do termo. Qualquer outro sentido, inclusive quando falamos da imagem que aqui estamos adjetivando como “pública”, será certamente, um sentido figurado, analógico, metafórico. De qualquer sorte, aqui também é preciso identificar a propriedade comum entre os dois fenômenos designados pela expressão “imagem”, justamente o que autoriza a homonímia. Trata-se certamente do fato da representação. (GOMES, 1999, p.148)

Já política de imagem o autor trata como “fenômeno que transforma a arena política numa competição pela produção de imagens dos atores políticos, pelo controle do modo de sua circulação na esfera pública, pelo seu gerenciamento nos *media* e pela sua conversão em imagem pública”, (1999, p. 194). O autor problematiza que existem situações que afetam a identificação com a imagem pública, essas dificuldades acontecem, pois

este ator é um constante produtor de atos e expressões que sempre podem ser lidos de modo diferente, gerando, portanto, uma outra imagem; ou porque o contexto e circunstâncias, que funcionam como chave hermenêutica para a associação que se faz entre atos e discursos e personalidade, também esses podem mudar constantemente, gerando novas condições interpretativas, portanto, novas imagens; ou, enfim, porque os indivíduos que compõem o público onde se formam tais imagens são diversos entre si, sensíveis a mudanças de contexto e circunstâncias (...) e, afinal de contas, volúveis como só os humanos costumam ser. (GOMES, 1999, p.153)

Uma imagem não pode ser resumida em si mesma, ela faz parte de uma representação social realizada por atores e instituições que pode ser modificada; para o autor, imagem passa pela subjetividade humana. Ele ainda apresenta três funções referentes a política de imagem: a primeira, criação ou produção de imagem, tornar uma imagem visível e que determinado indivíduo ou grupo crie uma imagem daquele que representa; segunda, está no plano ideal que adequa

o autor a imagem que ele construiu; e terceira, gerenciamento, administração e controle. Para Gomes (1999),

administrar a imagem pública significa justamente tentar mantê-la conforme a intenção da emissão, tentar evitar que as sucessivas codificações, decodificações e recodificações dos sinais transtornem de tal modo a interpretação, que a mensagem recebida se distancie da imagem-modelo da mensagem emitida. (GOMES, 1999, p.154)

A política se refere a um jogo de encenação, interesses, disputas pelo poder e, principalmente, de significados e símbolos que se aproximam do real e produz sentido. É uma relação que se estabelece entre o político e o eleitor, um é a sombra do outro, na política é necessário o tempo de reconhecimento das figuras políticas e a aceitação por parte dos eleitores. Não podemos pensar que a escolha de determinado candidato acontece aleatoriamente, a avaliação e adesão são peças fundamentais para pensarmos que o povo sabe votar, como afirma Nara Magalhães (1998). O que é comum entre o político e seu eleitorado são os elementos que vão tecer os laços entre o ator e o sujeito. Como afirma Weber, o conceito de aprovação desejado por sujeitos políticos é a soma das imagens sociais, conceituais e visuais acumuladas no imaginário, indicativas da identidade de quem fala (Weber, 2004, p. 269).

Helena Weber usa o termo carisma weberiano ao discutir a relação entre política e imagem. A autora destaca que o carisma em Weber (1972) é um conceito fundador que faz parte dos três tipos puros de dominação legítima que podem ser racional, tradicional ou carismático. Nas relações sociais encontramos relações de poder e interesses, só há dominação onde existe quem manda e quem obedece, ou seja, autoridade. Dentre os tipos de dominação de Max Weber (1972), a nossa discussão se debruça sobre a dominação carismática, ela é influenciada diretamente pelos fatores emocionais e afetivos, a obediência se deve pela crença nas qualidades pessoais do líder, à força heroica, ao caráter sagrado. A obediência ao ser carismático é um tipo de dominação instável, pois nada garante que haja uma perpetuação da devoção. A obediência não é estabelecida por regra ou cargos, o líder carismático é revolucionário do seu tempo que se coloca em oposição consciente a algum aspecto estabelecido da sociedade que faz parte. É necessário que os

dominados considerem o discurso e ações do líder como legítimo, estabelecendo uma lealdade de tipo pessoal. Segundo Max Weber (1972),

As imagens e os discursos políticos propõem a legitimação de quem os veicula, os quais, dotados de energia e ilusão, produzirão efeitos reais”. (...) “é no papel de homem de honra que ele se torna especialmente vulnerável às suspeitas, às calúnias, ao escândalo, em resumo, a tudo que ameaça a crença, a confiança e torne visível, faça aparecer atos e segredos. (WEBER, 1972, p. 270-271).

Nessa discussão não posso deixar de trazer o termo liderança que está intimamente relacionado com dominação. Ser um líder é ter a capacidade de comandar e conduzir as pessoas, e de fato, influenciar os outros. O líder é percebido como aquele que tem capacidade persuasiva, argumentativa e carismática. Como contribuição de Max Weber sobre construção de tipos ideais como forma de aproximação do real, podemos trazer uma certa liderança que conquistou o voto dos eleitores e ganhou a eleição para presidente em 2018.

O candidato Jair Bolsonaro⁶ constrói uma imagem de um líder carismático e inovador. A sua campanha foi embasada em apresentar os problemas no país ligados a corrupção e que estava disposto a defender a população e tirar os corruptos do poder. Além de trazer um partido novo para o conhecimento dos eleitores, o PSL até então não tinha grandes representantes nacionalmente. Depois de 13 anos de Governo Federal pelo Partido dos Trabalhadores surge uma opção nova com esse partido. A todo momento a propaganda do candidato era baseada na ideia de mudança. Um aspecto interessante do candidato é a sua maneira de se expressar e falar com as pessoas, este tenta estrategicamente passar uma imagem que ele é “do povo” e, portanto, sabe falar para o povo, se comunicar com ele. O candidato sempre fez questão de frisar que esteve nas ruas e viu de perto os problemas do país. E mais do que isso conversou com as pessoas e foram elas que impulsionaram esse plano de mudar o Brasil.

⁶ O Presidente Jair Bolsonaro anunciou a saída do PSL no dia 12 de Novembro de 2019 e cria novo partido, chamado Aliança pelo Brasil.

Mais uma vez a discussão entre dominação e liderança nos remeteu a formação de uma imagem pública. Pois uma imagem para ser aceita deve ser bem representada e passar credibilidade. Para Weber (2004):

Todas as imagens são fabricadas, tornadas acessíveis e perseguem a avaliação positiva aferida pelas pesquisas. A imagem pública e institucional começa a ser constituída nas informações e sinais informativos e persuasivos emitidos por instituições e sujeitos públicos, a respeito de seus projetos e suas necessidades, na forma de “imagem desejada” (real) Termina de ser constituída individualmente, por todos aqueles que recebem as informações e sinais e, em algum nível, somam às informações visuais, auditivas, emocionais, intelectuais, ou rechaçam a proposta. O resultado é a “imagem percebida”, também real, onde reside a dúvida. No plano do imaginário, a complexidade dos elementos conceituais e simbólicos, que formam as referências imagéticas, distanciam o objeto “imaginado” do objeto real, mesmo sendo a “imagem” do objeto compreendida e defendida como “real.” (WEBER, 2004, p. 273).

Tal linha de análise remete ao fato que um político se esforça em controlar o que fala e a maneira como age com os eleitores, mas não pode controlar como essa representação chega até eles, pois estes avaliam se ele está fingindo ou se age com naturalidade, e para elas pode ser real fingir e ser falso, ser natural e verdadeiro, positivo ou negativo, pois todos os indivíduos e instituições que participam da vida pública estão vulneráveis de críticas, julgamentos, que formam a opinião, a imagem. Nesta relação, sujeitos e instituições que disputam espaços e representação pública têm sua imagem mantida viva através de mediações (comunicação direta com seus públicos) e midiatizações (comunicações atravessadas pelas mídias).

A citada autora acrescenta que:

A imagem pública da política é um texto em aberto que produz uma semiose decorrente do resultado, primeiro individual e depois coletivo, da recepção ou rejeição, ao serem processados e combinados com outras imagens e símbolos armazenados pelas culturas, histórias, concepções de vida e projeto político, do indivíduo e do grupo. A proposta de constituição chega a cada indivíduo como fragmento, cuja assimilação depende de um processo de adição contínua de fatos e valores que se tornarão o todo, quando confirmados por grupos sociais, quando derem noção de pertencimento do indivíduo à proposta, quando aguçarem os sentidos. (WEBER, 2004, p. 273).

Sobre a constituição e manutenção de uma imagem pública, não podemos pensar que somente o discurso e ação dos políticos determinam a sua escolha, dessa forma a autora elenca alguns elementos que ajudam a refletir sobre a imagem:

- a) “Identidade” de quem cobiça a imagem favorável é a primeira parte do processo, ativado por especialistas políticos, profissionais de *marketing* e de comunicação, que vasculham a história privada e pública do sujeito institucional e identificam a sua diferença. (WEBER, 2004, p. 276).

Aqui o que se espera é que os candidatos possam mostrar algum diferencial dos outros. Sabemos que todos disputam o cargo político, mas as qualidades pessoais são reveladas e demonstradas para que o político se destaque. Vale também pensar sobre a trajetória política, o quanto ele teve sucesso durante seus mandatos e o que as pessoas acham dele, ou o fato de recém-chegado, pode passar a ideia de inexperiência ou que o novo pode ser interessante para política. Enfim, tudo é avaliado.

- b) “Objetos e públicos” para obter uma imagem pública favorável são definidos e implicam obedecer aos projetos políticos, individuais e institucionais, tendo em vista o tempo, o espaço e as relações políticas e as midiáticas. (WEBER, 2004, p. 277)

A imagem construída deve ser convincente e positiva. O político não pode se envolver em escândalos para que a sua imagem perca a credibilidade, ele está diante de seus eleitores e seguidores, pessoas que formam uma opinião, que escrevem notícias sobre ele, e nesse aspecto ele deve manter a coerência de seu discurso, suas ações ou mesmo do projeto partidário do qual faz parte.

- c) A “produção e emissão de estratégias de sinais visíveis e invisíveis” é o processo desencadeado para gerar ações e relações estratégicas, mediante a remessa contínua de provocações, insumos visuais, fragmentos conceituais sobre o sujeito e a instituição, sobre aqueles que deseja aferir a imagem e usar os índices. (WEBER, 2004, p. 277-278).

As estratégias de campanha são mais diversas possíveis que ajudam a manter ou melhorar uma imagem ou mesmo para desconstruir a imagem dos adversários. Por isso, quando falamos em campanhas eleitorais estas são sinônimos de espetáculo, pois vemos notícias e imagens que podem não parecer ter ligação com a política, mas que trazem a discussão de como o processo eleitoral é complexo e imerso no jogo de encenações e insinuações, fatos, imagens e sons inseridos num processo social de significados.

- d) A “circulação pública de informações e ações” é a etapa em que as instituições e sujeitos políticos são colocados no jogo estratégico da visibilidade, com seus produtos institucionais – visíveis e invisíveis. (WEBER, 2004, p. 279)

A necessidade de canais que permitam o acesso a informações sobre os candidatos faz com que aquele que representa e tenha uma imagem constituída não controle como as informações são passadas para seus receptores. É certo que muitas notícias que são reveladas durante a campanha, seja oficialmente ou nos bastidores, podem trazer desconforto ao político, pois não sabemos se é verdade ou mentira, se deveria ser mesmo noticiado ou ocultado, o que sabemos é que a circulação de informações ocorre de forma rápida, e como afirma o adágio popular, quando cai na “boca do povo” não tem como mais tirar. Nesse aspecto, as mídias desempenham um importante papel na imagem pública dos políticos, passam informações que favorece uma imagem ou que deixa dúvidas nos expectadores. Podemos controlar as mensagens, discursos e ações, mas não como essas mensagens são recepcionadas e interpretadas pelas pessoas.

- e) A “mídiatização” é a parte da circulação de informações nas redes do “Sistema Global de Comunicações”, domadas pelos investimentos financeiros e os consequentes interesses, econômicos e políticos. (WEBER, 2004, p. 280)

Não podemos negar o fato que as instituições de comunicação têm seus interesses e podem favorecer aquele político ou candidato que melhor lhe convém.

f) Mas são as “mediações” o espaço mais próximo do modo político de agir, denominação para diferenciar daqueles espaços apenas tocados pelas mídias. É o espaço das variáveis incontrolláveis, mantidas pelos outros poderes, que ficam atrás do espelho: entidades de classe, a própria sociedade, o poder jurídico e os profissionais de jornalismo que são eticamente acionados para alterar a pauta. Aqui abre um debate sobre a sociedade, indivíduo, sujeito que são entendidos como centro de mediações de conceitos e ações políticas, econômicas, culturais e midiáticas. É o sujeito que carrega as paixões como um poder capaz de quebrar as rotinas, de fazer existir as celebrações da vida e da morte. A paixão é entendida como o único capital indestrutível diante do poder de manipulação dos discursos da política, da sedução dos objetos e da moral midiática, porque desenha o círculo no qual se encontram as expressões da emoção suscitadas por um acontecimento, a apropriação das imagens e textos que comprovam a expressão dessas paixões pelas mídias (sons, notícias, fotografias) e pela propaganda e difusão da expressão que gera mais emoções. As paixões são entendidas como dispositivos de compreensão do espetáculo. (WEBER, 2004, p. 287).

As imagens que possuem legitimidade e credibilidade para as pessoas podem passar a verdade e conseguir que as pessoas a defendam e apoiem em certas situações. A ligação entre um político e seu eleitor demonstra o quanto é importante perceber que não é somente uma questão de votar num determinado candidato, a escolha passa por uma avaliação, pode ter sido constituída mesmo antes das eleições, por uma questão familiar, por amizade, vários elementos são acionados para sabermos que não é aleatória a escolha por um candidato. E principalmente, o maior poder durante as eleições não é do político, e sim de seus eleitores que tem o poder da escolha.

g) A sequência de ações manifestas de “atração, interesse e repercussão” é desejada pelas instituições e sujeitos da política que desencadearam o processo de formação da sua imagem. Desejam que este processo de recepção e difusão seja capturado pela opinião pública, opiniões individuais e coletivas, e seja ampliado. (WEBER, 2004, p. 290).

O momento do processo eleitoral é encarado para o candidato como definidor para ser escolhido como aquele que vai gerir uma cidade ou país. Nesse aspecto, as notícias e informações que são circuladas formam sua imagem e pode repercutir favorável ou não. Quando falamos em campanhas, a história de vida e política do candidato vem à tona para compor sua imagem, em que as pessoas podem se identificar ou não.

- h) “As técnicas de aferição da imagem”, decorrentes destas etapas, têm exigido, cada vez mais, a qualificação de pesquisas para que sejam obtidos índices determinantes da legitimidade, força e vulnerabilidade da imagem aferida. (WEBER, 2004, p. 290-291).

O objetivo é avaliar a repercussão de um nome, as qualidades pessoais e políticas de um candidato, suas atitudes, comportamento para perceber se ele tem condições de ser escolhido, e conseqüentemente, votado.

Apresentamos até agora sobre a constituição de uma imagem pública, e quais as estratégias para mantê-la. Mas a imagem pública é construção e (des) construção, pois ela faz parte de um processo individual e social que não está imune às mudanças. Por isso que para Weber,

O jogo das imagens públicas é monitorado pela emissão permanente de informações, propaganda e objetos institucionais que deverão ser apropriados pelos espectadores, cujo olhar sobre o espelho determinará ações e comportamentos. Cabe a ele decifrar as máscaras e as suas próprias ilusões. Todas as informações estão acessíveis, os espelhos se multiplicam e o espectador é cobiçado, tanto quanto a imagem favorável. Quem disputa o poder pretende controlar o modo de ver e o de ser visto. (WEBER, 2004, p. 292).

Rubim também acrescenta que,

construção da imagem pública na política sempre acontece em um campo de forças, no qual o protagonista, seus aliados e seus adversários disputam a cada instante a construção e desconstrução das imagens públicas dos entes envolvidos no jogo político. Nas eleições, um momento político, singular, tal competição de potencializa e se acelera. (RUBIM, 2003, p. 51)

O político é moldado e (re)moldado para cair nas graças de seus eleitores. Numa campanha eleitoral ocorre a disputa pelo poder que solicita que o discurso

seja persuasivo para capturar a mídia que o reproduz, e para capturar o indivíduo, que formará uma opinião, segundo Weber. Através de marcas visuais, discursos, material de campanha, ocupação de espaços na mídia, comunicação visual gráfica, eletrônica e digital, assessoria, não podemos pensar a campanha apenas no jogo de imagens e conceitos, temos que nos remeter a uma equipe de campanha e espaços que viabilizem a reprodução da imagem e informações sobre o candidato. A autora acrescenta,

Os sujeitos políticos dependem da imagem pública e as informações que a constituirão estão vinculadas à demarcação das diferenças, das qualidades do sujeito político em relação aos outros. Poderá ser próxima à imagem desejada quando forem acionados os especialistas e técnicas de produção e circulação de mensagens estratégicas sobre seu projeto e seu estilo. Poderá ser uma imagem distante da desejada quando as referências ao projeto e ao estilo são produzidas em outros lugares em “redes de circulação de imagens”, onde a disputa é permanente. Neste sentido, a imagem formada sobre uma instituição ou sujeito político é um processo contínuo e alternado de construções e desconstruções. A fabricação de conceitos e imagens é um processo racional e emocional dinâmico, aberto à inclusão e exclusão de informações que são assimiladas como realidade pelos espectadores. Sejam as imagens geradas pelo comportamento institucional, pelas marcas estéticas, personalizadas pelo estilo, materializadas por diferentes suportes, é do olhar do espectador que sujeitos e instituições dependem para a formação de imagem e publicação de resultados. Dar visibilidade a uma ideia, sujeito ou instituição, significa provocar reações. Significa estimular a imaginação em busca de outros códigos de confronto ou adesão. (WEBER, 2004, p. 294-296).

Construir e (des)construir uma imagem é caminhar numa mesma direção, na mesma proporção. Ter uma imagem pública favorável é a cobiça da política hoje, entre sujeitos e instituições, pois se uma imagem é positiva ou negativa isso pode ser requisito para se manter ou perder o poder. Para Rubim (2003), “a imagem pública emerge como um passaporte que possibilita a existência visível do ator político na contemporaneidade.” (Rubim, 2003, p. 51).

Nesse caminho, a imagem dos candidatos ocupam todos os espaços possíveis para estar em evidência. Um dos importantes espaços são as redes sociais que trazem de forma instantânea as informações dos candidatos e que muitos eleitores passam a ser internautas e interagem na propagação de imagens, notícias e tudo que leva o nome do candidato para defender ou criticar.

As redes sociais nos chama atenção e passa a ter destaque no texto e melhor discutida no próximo sub capítulo.

1.3 As redes sociais no contexto da política

Esse tema fez parte das conversas com os informantes e que por ser um espaço que muitos usam para ter informações dos candidatos não poderia passar despercebido quando as campanhas eleitorais cada vez mais são realizadas nas redes sociais. Estar online é também estar presente na festa da política que acontece nesses espaços. Os eleitores como internautas e seguidores usam de vários mecanismos para defender e criticar os candidatos. Lugar onde as informações são disseminadas rapidamente uma imagem pode valer mais que mil palavras e uma palavra “mal dita” pode desconstruir uma imagem de um candidato. Desse modo, nosso texto traz a discussão das redes sociais como forma de entender como os informantes usam esses espaços e quais suas opiniões sobre elas.

A presença das novas formas de se comunicar trouxe mudanças no modo como se estabelece a política na contemporaneidade. Hoje, a política é espetáculo, e o cidadão é público-consumidor, pois hoje a política traz ao cidadão o seu papel ativo através do voto. Os candidatos políticos usam mecanismos de convencimento que estão presentes na composição de sua imagem durante a campanha eleitoral, assim, os indivíduos passam por um processo de aceitação e adesão a imagem que for mais bem encenada e convincente. Tivemos acesso, até o momento, a poucas discussões sobre a temática de redes sociais na perspectiva das Ciências Sociais, o que existe como uma produção já bastante considerável é a investigação das mídias e redes sociais no campo de estudos da Comunicação Social a proposta não é pensar numa relação dicotômica entre indivíduos e sociedade, ou melhor, entre indivíduos e grupos sociais, e sim como as relações nas redes sociais apresentam laços de compromisso, opiniões que podem influenciar no comportamento das pessoas.

Os meios de comunicação de massa presentes nas relações dos indivíduos introduziram uma nova forma de se praticar a democracia na

sociedade. Nesse contexto, a Internet tem funcionado como uma ferramenta para popularizar candidaturas durante as campanhas eleitorais, e conseqüentemente, o *marketing* político tem usado esse instrumento como estratégia de propaganda política, como também, é perceptível que essas mudanças têm sido acompanhadas por novas formas de interação, uma nova forma de se comunicar e disseminar o discurso político. Percebemos que as eleições demonstram o quanto às campanhas se utilizam de materiais e estratégias para a conquista do voto, e a cada momento das eleições os candidatos buscam se adaptar as novas demandas de socialização, como as redes sociais.

Pierre Lévy (1999) elabora algumas reflexões sobre “as implicações culturais do desenvolvimento das tecnologias digitais de informação e de comunicação” (LÉVY, 1999, p.17). O enfoque traz a problematização das novas possibilidades de trocar informação através de computadores, assim o autor traz a ideia de uma virtualização da informação. O autor usa por diversas vezes o termo “*ciberespaço*” que no seu entendimento significa um “novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (LÉVY, 1999, p.17), ou seja, os indivíduos estariam conectados no mesmo ambiente de informação, no qual a circulação das mensagens se dá simultaneamente entre “emissores” e “receptores” em tempo real, o que permite a criação de redes sociais, e possibilita aos sujeitos a construção de relacionamentos sem hierarquia, uma ligação social e identitária em que os mesmos podem exercer os papéis de emissor e receptor ao mesmo tempo.

As redes sociais têm cada vez mais importância na sociedade, entretanto, a participação dos usuários só se tornou possível com o compartilhamento de informações, interesses com objetivos comuns. Essa estrutura social tem como característica uma circulação de informação descentralizada, são os próprios usuários da rede que a partir de suas interações promovem os conteúdos, oferecendo o desenvolvimento de novas práticas.

Para Deroy-Pineau (1994), o conceito de rede possui uma dupla eficácia: a “utilização estática” e a “utilização dinâmica”. A primeira se detém à rede estruturada como forma de compreender a sociedade ou grupo social por sua estrutura, já a segunda explora a rede de sistema na perspectiva de trabalhar rede como uma estratégia para gerar instrumentos de mobilização. Como o

trabalho tem como foco nas redes sociais na internet, a perspectiva se aproxima do conceito de “utilização dinâmica” justamente pelo espaço dinâmico de informações que a internet desempenha, como também de possibilidades de construir novos grupos sociais. E claro, a política entendeu bem a importância desse meio na vida das pessoas que utilizou a internet como espaço de promoção de campanhas de candidatos e na procura de uma maior adesão das pessoas.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNS91yi8FcbJalxzua38GG_cmusYQ:1582069843462&q=imagens+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjM6J24pdznAhVMIbkGHbAICrAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740#imgrc=fS4UsQ76s_PVIM. Acesso em 08 de setembro de 2019

No artigo produzido por Jaqueline Porto intitulado “Marketing político enfrenta desafios das redes sociais”, ela apresenta a posição do professor Paulo Vicente sobre a utilização da internet no processo de adesão de eleitores.

Coordenador do Núcleo de Gestão Executiva da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ) e professor do curso de extensão em Marketing Político, Paulo Vicente afirma que a popularização dos novos meios de comunicação cria uma discussão infinita sobre como conseguir votos. “Ainda estamos descobrindo se a relação direta entre político e eleitor é mais eficiente ou se vale apostar em intermediários”, diz. Segundo o professor, cerca de 75% dos eleitores ainda votam por impulso e carisma, com menos envolvimento partidário. Este grupo precisa ser conquistado. “A massa que usa a web de forma mais crítica está carente de envolvimento e cabe ao profissional criar isso. As pessoas selecionam o que querem ler, consumir e ouvir e o desafio é atrair quem não acredita mais nas estratégias do passado. Infelizmente, isso ainda não está funcionando de forma

eficiente nas classes C, D e E”, crítica. (Artigo da página *on-line* do Jornal O Globo).

Vale salientar que, ao contrário do discurso acima descrito, de que o eleitor votaria movido pelo impulso ou pelo carisma do candidato, temos defendido a necessidade de construir reflexões que levem em consideração a relação entre cultura e política bem como o cuidado de não reproduzir a ideia de que o povo não sabe votar, ou defender que a maioria vota por questões emocionais e/ou irracionais. De acordo com Nara Magalhães (1998), a política é abordada numa perspectiva cultural, no qual os eleitores são percebidos como atores políticos que escolhem seus candidatos baseados em valores coletivos. Segundo a autora, os discursos dos candidatos são apropriados e reelaborados pelos receptores. Dessa forma, o político pode até controlar o que fala, mas não pode controlar a interpretação das mensagens recebidas pelo eleitor. Sabemos que a escolha de um determinado candidato passa por um processo de avaliação que não podemos chegar ao ponto de dizer que as pessoas não sabem votar. Tudo é considerado pelas pessoas, desde os laços de amizade, o medo de perder o emprego, o pedido de um parente, a identificação com certo candidato ou partido é uma relação lógica e estratégica entre eleitor e candidato.

Os informantes ao serem indagados sobre a participação nas redes sociais e a importância nas campanhas eleitorais revelam que não deixam de acessar as redes sociais e há necessidade do cuidado com o que é postado para saber se é verdade ou não e acabar compartilhando e disseminando uma ideia errada sobre as pessoas e candidatos. Assim nos diz,

A internet é um grande avanço, mas temos que ver as redes sociais e sabendo diferenciar como uma verdade e uma mentira. Por que a gente não sabe nem o que posta e vai compartilhando sem procurar saber a verdade. Tem que saber usar, porque é tanto para o mal como para o bem. Nem tudo que está nas redes sociais é verdade. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó)

Importante porque as redes sociais é mais um modo de expor seu ponto de vista e juntando uma pessoa com outra elas podem realmente dialogar se o candidato fez isso. Juntando tudo isso vai formando a opinião da pessoa. Até pode mudar de voto ou não. Isso é importante. Mobilização na parte dos políticos sim, mas dos eleitores acho que não muito. A maioria prefere ficar na sua, não dá sua opinião justamente por ter pessoas que podem ser contrárias que causa uma discussão nas redes sociais. Eu já vi muitas, ah por que você vai votar nesse, esse não presta. (Estudante, 18 anos, Dinamérica)

As redes sociais têm assumido um papel importantíssimo na medida em que possibilita discussões que envolvem um número inimaginável de participantes, o que possibilita uma maior abertura de horizontes através do debate e discussões. A internet tem se mostrado como meio de comunicação ágil e eficiente, inclusive, na difusão de informações acerca das eleições e candidatos. (Estudante de Gastronomia, 24 anos, Propriá-SE)

As falas dos informantes desperta para a importância do uso das redes sociais e como isso tem mudado a maneira da participação dos eleitores nas campanhas eleitorais. Muitos ainda vão as ruas defender seus candidatos, mas pelo que se observa nas últimas campanhas é que o chamado para participar de passeata e toda forma de mobilização para expor em quem está votando se inicia no espaço das redes sociais. É nesse espaço que as opiniões são colocadas, as curtidas são feitas e o maior compartilhamento de imagens e informações acontece e até mesmo situações de desentendimentos e brigas por defender seus candidatos e atacar os adversários.

A adesão do eleitor não é somente explicitada nas ruas ou em suas casas, com o acesso de parte da população a Internet é possível pensar em outros meios de manifestar o compromisso com certo candidato. Diante do que foi colocado pelo professor Paulo Vicente ele ainda faz a crítica de que essa nova abordagem da política nas redes sociais continua inacessível a boa parte da população brasileira; então, se as antigas estratégias de buscar maior número de votos não estão funcionando de forma mais efetiva, como a Internet pode propiciar essa função quando parte da população ainda não tem acesso ao mundo digital? Não quero dizer que as próximas campanhas eleitorais vão deixar de utilizar o espaço do horário eleitoral, da entrega dos santinhos, carros de som, passeatas para promover campanhas, e sim que as redes sociais vão se somar na utilização de estratégias e instrumentos feitos por equipes de *marketing* e candidatos, para assim atender a todos os tipos de públicos.

Foi no ambiente das redes sociais que as campanhas de 2012, 2014 e 2016 e 2018 ganharam mais força e mais usuários com o objetivo de defender seus candidatos. Os internautas participaram de debates, defenderam os seus candidatos, criticaram ou aderiram as notícias veiculadas sobre seus candidatos e toda uma conjuntura que favoreceu a participação mais ativa dos eleitores.

Não quero com isso afirmar que a campanha fora do meio da Internet não são importantes, mas a princípio, acreditamos que as pessoas se sentem mais a vontade de colocar suas visões de mundo em relação à política nas redes sociais do que publicamente nas ruas, fato este que pode ser comprovado pelo medo de perder o emprego, de prejudicar alguém próximo, enfim, várias possibilidades de entender o porquê de uma participação mais ativa na Internet. Outro fato a ser considerado é o anonimato que nos espaços da internet se encontra a possibilidade de não se identificar e usar o dito “fake” para divulgar qualquer informação.

As campanhas eleitorais na Internet possibilitaram aos eleitores o acesso a informações sobre seus candidatos em *sites*, *blogs* e outros canais de informação. Vale salientar que a utilização do espaço das redes sociais por candidatos deve ser feita com certo cuidado para não levar uma informação errada ou mal colocada, pois como parte dos eleitores têm acesso a essas informações, eles podem considerar ou não o que está sendo veiculado, e podem até mudar sua relação com o candidato. Pois, na consideração do eleitor como tendo um papel atuante na campanha eleitoral, ele pode disseminar projetos de campanha, como também defender o próprio candidato de notícias que possam desgastar sua imagem, ou ainda passar para o lado do adversário dependendo de seu olhar diante das notícias. Como diz os seguintes informantes ainda sobre a importância das redes sociais,

Eu acho bom porque hoje é tudo bem atualizado, facilita mais. Eu acho muito bom pelo fato de que você ver lá as propostas dos candidatos, ver outras pessoas criticando, ver se o candidato fez isso ou aquilo. (Autônoma, 21 anos, Palmeira)

Mobilização na parte dos políticos sim, mas dos eleitores acho que não muito. A maioria prefere ficar na sua, não dá sua opinião justamente por ter pessoas que podem ser contrárias que causa uma discussão nas redes sociais. Eu já vi muitas, ah por quê você vai votar nesse, esse não presta. (Estudante, 18 anos, Dinaméria)

Não se pode negar o fato da importância das redes sociais na política. As informantes atentam o fato de se ter o cuidado de usar as redes sociais para não se expor e acabar se envolvendo em discussões, muitas vezes desnecessárias, por defender e atacar os candidatos. E mesmo a imposição de candidaturas por parte dos usuários da internet e isso pode causar um certo desconforto.

Ninguém quer que seu candidato seja criticado. Como também o fato de ter um acesso rápido a qualquer informação dos candidatos, sejam os de preferência ou não. É possível pensar se esse tipo de participação dos eleitores na internet pode ser enquadrado na chamada democracia participativa; o eleitor passa a ser peça chave nas redes sociais, como um potencial defensor dos projetos dos candidatos. Eleitores visitam *blogs*, debatem em salas de bate-papo, de forma tal que parece que o jogo da política se instaurou de forma mais ativa no mundo virtual, os valores utilizados pelas pessoas para interação não mudam por estarem acessando a Internet, é no espaço das mídias digitais que temas tais como: questões de gênero, filiação partidária, religião e orientação sexual, por exemplo, vão abrir canais para discussão, e muitas vezes eclosão de práticas e discursos de discriminação e preconceito de toda sorte, e tais situações vão se intensificar e abrir discussões em torno dos candidatos. A Internet é ainda um espaço dinâmico de informações, e cabe aos marqueteiros e eleitores promoverem informações corretas sobre os candidatos para que nada prejudique a campanha dos mesmos. Até mesmo candidatos e políticos podem disseminar informações que podem causar críticas⁷. Lévy ensina,

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do poder, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universo por contato. (LÉVY, 1999, p.130).

Percebi, durante a pesquisa, que no espaço da Internet há um processo de apropriação dos usos sociais do virtual, o que é real passa ser virtual e o que é virtual passa ser real, uma relação dialógica no espaço-temporal. A forma com que os sujeitos usam as redes é diferente, como nos casos do uso desses espaços na propaganda política, seja para divulgar os projetos e ações dos

⁷Tomando como exemplo de quem acompanha o twitter e as notícias já pode observar que o Presidente Jair Bolsonaro, que possui quase 6 milhões de seguidores no Twitter, promove algumas postagens que tornam-se polêmicas e se transformam em pautas de discussão e críticas por parte da imprensa brasileira e internacional.

candidatos, como também postar fatos, e até mesmo boatos que possam desconstruir a imagem dos adversários. O virtual é uma dimensão de nossa realidade posta num ambiente de interação, em que não há um controle central, aqueles que têm acesso a esse tipo de ferramenta participam de forma equilibrada, pois não estão presas num lugar e muito menos num tempo determinado, as mensagens ocorrem em diferentes momentos e de diversas partes, mas com a capacidade de unir as distâncias num mesmo espaço interativo, assim como afirma Lévy, “o ciberespaço encoraja um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos (telecomunicação, telepresença) e de coincidência dos tempos (comunicação assíncrona)”. (LÉVY, 1999, p.49) A interação entre candidatos e eleitores ocorre no mesmo lugar virtual, eles se encontram no mesmo jogo de comunicação, dessa forma a expansão constante das redes sociais se tornam novos espaços de informação, em que emissão e recepção das mensagens estão no mesmo universo de significação, o autor ainda informa que “o virtual não substitui o real, ele multiplica as oportunidades de atualizá-lo” (LÉVY, 1999, p. 88).

1.4. Mídias sociais

Um fenômeno que se intensificou nas últimas eleições brasileiras foi o uso das mídias sociais pelos candidatos para compor as campanhas eleitorais oferecendo uma nova forma de relação entre candidatos e eleitores. Uma das investigações da pesquisa foi realizar visitas em *blogs*⁸, como forma de analisar esses espaços de troca de informações e interação entre os usuários, tendo como foco a visita em sites, *blogs*, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* que divulgavam informações sobre as eleições. O objetivo desses espaços é disponibilizar as campanhas dos candidatos, seus projetos, todo o material veiculado que esteja relacionado com os mesmos e o estímulo à participação

⁸Um blog ou blogue (contração do termo inglês Web log, diário da Web) é um site cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos chamados artigos, ou posts. Estes são, em geral, organizados de forma cronológica inversa, tendo como foco a temática proposta do blog, podendo ser escritos por um número variável de pessoas, de acordo com a política do blog. Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

dos usuários, seja militante ou não, na forma de opinar sobre as ações dos candidatos, e ao mesmo tempo defender suas estratégias e sua imagem, principalmente, com relação aos boatos constantes nas mídias. Como também hoje nós temos o que é conhecido como “*digital influencer*” que são pessoas que tem o poder de influenciar pessoas e grupos e que viram até celebridade. No ano de 2018 percebemos bem mais ativa essa influência quando muitos desses profissionais postavam em quem iam votar ou mesmo se resguardar no direito do voto secreto. Muitos foram criticados por revelar seu candidato, o que causou grandes discussões nos comentários da postagem, Em muitos comentários se percebia o tom agressivo e famoso “vou deixar de seguir” como forma de não aceitar a decisão do outro. Pelo que se viu nas redes sociais isso foi muito revelador do quanto somos incapazes de respeitar as decisões e posição do outro e que vai abrir outros espaços de discussão desse tema tão recente.

Para encontrar os elementos que pudessem explicar o significado do uso das redes sociais e seu impacto no processo eleitoral, parti de alguns temas que me guiasse no início da pesquisa. Buscar em *blogs* temas que se fizeram presente nas campanhas de forma a desconstruir a imagem dos candidatos, como discutir a relação de gênero, e outros temas como: religião, comportamento que nos tocaram quanto à forma que os temas foram apresentados, e o quanto incomodam as pessoas de tratarem sobre certas questões, e ainda se eles podem influenciar na escolha de determinado candidato, assim como afirma Lévy, “As manipulações e enganações sempre são possíveis nas comunidades virtuais, assim como o são em qualquer lugar: na televisão, nos jornais impressos, no telefone, pelo correio ou em qualquer reunião “em carne e osso””. (LÉVY, 1999, p. 129). As informações que circulam nos *blogs* podem ser um assunto particular, comentários sobre fatos e discursos, como também por temáticas, e nesse aspecto a política se enquadra como uma fonte importante para entendermos sobre as interações nas mídias sociais, podemos utilizar aqui mais uma contribuição do autor, “Qualquer que seja a mensagem abordada, encontra-se conectada com outras mensagens, a comentários, a glosas em evolução constante, às pessoas que se interessam por ela, aos fóruns onde se debate sobre ela aqui e agora”. (LÉVY, 1999, p. 118).

O poder político é exercido por uma composição de práticas institucionais e culturais, a sua legitimidade depende da relação que se estabelece entre

eleitores e candidatos que se expressa na forma do voto. Podemos dizer que as redes sociais tornaram-se um fenômeno de massa, pois o acesso e a dimensão com que elas se espalham atingem pessoas de todo o mundo, ao buscarem relacionamentos, empregos, e temas de interesse. A participação em redes sociais não é única forma de participação política, percebemos que elas se tornam espaços de debates que complementam os instrumentos e estratégias de políticos para conseguir um maior número de adeptos.

Os novos espaços de informações apresentam uma forma de mobilização social diversa, em que os usuários participam sob diversas formas, o que pode trazer a noção de igualdade entre os membros, que podem compartilhar vivências e experiências com os outros. Nesse sentido, as ferramentas disponibilizadas pelas mídias sociais proporcionam uma aproximação de sujeitos situados em contextos socioculturais distintos no espaço virtual, apresentando uma nova forma de comunicação nesse processo interativo. Quando trazemos esse aspecto para o campo da política, apresenta-se uma nova forma de participar e debater sobre a política, os usuários se mobilizam nas redes sociais, opinam sobre as ações e atitudes dos candidatos, apoio e defesa, denúncias, que expressam um novo modo de exercer a cidadania.

No processo eleitoral são diversas as formas de se veicular a propaganda política, uma delas é o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), no qual os candidatos se apresentam e divulgam os seus projetos políticos para os telespectadores e ouvintes. Outra forma do candidato veicular a sua imagem pública é através da participação em debates televisivos, rádios, como também, comícios e passeatas pelos bairros da cidade. Os eleitores nesses momentos podem observar o que cada candidato diz, o modo como se comporta, como se veste, enfim, todo esse conjunto que compõe sua imagem nesses espaços de propaganda política. Diante da importância das propagandas e guia eleitoral,

Eu acho importantíssimo, eu acho que a HGPE tem tempo, comodidade para prestar atenção nas propostas, escutar direitinho cada um, olhar o partido, analisar, você não precisa estar agoniado na rua. Eu acho que guia eleitoral é suficiente para tirar dúvida dos eleitores. Não precisa de carro de som, não precisa de material gráfico, de bandeira. Todo mundo assiste e tem um determinado momento que a TV está ligada e elas assistem. Claro que lá pelo fim da propagando está sendo repetitivo aí não interessa mais. (Professora, 56 anos, Presidente Médice)

Eu acho muito bom, principalmente dos candidatos que não podem custear. Tanto para o eleitor como para o candidato é importante. Até o povo que vota no candidato espera pelo guia eleitoral, ver a proposta dele. (Professor, 44 anos, Jardim Paulistano).

Mesmo com o aumento do uso das redes sociais, há espaços de divulgação de informações sobre os candidatos que são relevantes para os eleitores como o guia eleitoral e toda propaganda que possa oferecer informações mais cuidadosas dos candidatos. Sabemos que a disseminação de informações na internet acontece de forma muito rápida, mas pode ocorrer o compartilhamento de informações erradas e sem o cuidado que pode chegar a manchar a imagem das pessoas, dos candidatos. Enquanto, nesses outros espaços os comentários são feitos nas rodas de conversa, na reunião familiar, de forma mais privada, assim acredito. O eleitor acaba se tornando vítima nesses espaços que exige cada vez mais responsabilidade de quem usa as redes sociais.

Outra forma dos eleitores expressarem suas opiniões é através da participação nas redes sociais, no qual a troca de informação é instantânea, na forma de *post*, que é uma das formas de apresentar comentários, e ao mesmo tempo receber a resposta de outros usuários, e dessa forma, permitir a troca de opiniões sobre os candidatos.

As mais recentes experiências demonstram novas práticas políticas que necessitam de uma melhor investigação relacionando as novas formas de comunicação e circulação de informação no campo político. A dinâmica própria do campo político nos revela uma construção de uma linguagem diferenciada que resulta do comportamento dos usuários que utilizam as mídias sociais, enquanto uma nova expressão de modos de agir e pensar, e principalmente, de interagir. Assim, como afirma Balandier (1969):

Como disciplina que ambiciona adquirir o estado científico, a antropologia política impõe-se, a princípio, como modo de reconhecimento e conhecimento do exotismo político, das “outras” formas políticas. É um instrumento de descoberta e estudo das diversas instituições e práticas que asseguram o governo dos homens, bem como dos sistemas de pensamento e dos símbolos que a fundam. (BALANDIER, 1969, p. 8)

Um bom exemplo a ser citado, foi à campanha de Barack Obama nas eleições de 2008 nos Estados Unidos, o candidato soube utilizar o espaço das mídias sociais para realizar sua campanha, e como resultado desse papel da Internet na política, Obama Digital é um vídeo documentário feito por alunos da Faculdade de Mackenzie que apresentam a importância das mídias sociais no contexto das eleições de 2008; entretanto, o candidato não foi eleito apenas por ter utilizado o *Twitter*⁹ e o *Facebook*¹⁰, o objetivo do documentário é analisar como a internet pode ser um novo instrumento de campanha para os candidatos conseguirem um maior número de votos.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNO1HWHcpZr_LAceHu_T7l8sHQKaKw:1582071491943&q=imagem+de+obama+em+campanhas+na+internet&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKewidhKXKq9znAhUGEbKcGHcgZBrEQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 05 de agosto de 2019

A política é capaz de criar novas formas de atuação como a utilização das redes sociais, aquilo que era espetacular nas ruas parece ser mais aparente agora na Internet, e a política não pode fugir dessas novas tecnologias. Podemos

⁹ Twitter é uma rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como "tweets"), por meio do website do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento. Fonte: Wikipédia, a enciclopédia livre.

¹⁰ Facebook é uma rede social lançada em 4 de fevereiro de 2004. Usuários criam perfis que contêm fotos e listas de interesses pessoais, trocando mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos. A visualização de dados detalhados dos membros é restrita para membros de uma mesma rede ou amigos confirmados. Fonte: Wikipédia, a enciclopédia livre.

notar que as campanhas dos candidatos foram marcadas pelas trocas de acusação entre Dilma e Aécio Neves, nas Eleições de 2014 e se refletem, com muito mais força nas Eleições de 2018. É a era da “*Fake News*” produzindo uma série de notícias falsas contra os candidatos Fernando Haddad e Bolsonaro, por exemplo. De tal forma que os e-mails eram bombardeados por notícias de ataque e defesa dos candidatos frente a alguns temas como aborto e religião, como pedidos de votos e não adesão a determinado candidato, vídeos foram veiculados no *Youtube*¹¹, debates nos *blogs* e *Orkut*¹². O que não se pode negar é que foram inúmeras notícias e informações que, a todo momento, acirraram os debates dos candidatos e dos próprios eleitores nas redes sociais.

Nesse contexto, convêm discutir como se processa a relação do campo político diante das redes sociais. Em relação ao campo social, a sociedade é um conjunto de campos sociais, mais ou menos autônomos, atravessados por lutas entre classes sociais, segundo Bourdieu (2006). O mundo social é o lugar de um processo de diferenciação progressiva, espaço de relações objetivas que possuem certa lógica e de uma necessidade específica que regem os campos, conforme a visão de Bourdieu, ou seja, se formos pensar no campo político segue uma lógica diferente do campo econômico. Para Bourdieu, a imagem da sociedade é como um *campo* de batalha, em que as posições dos agentes se encontram fixadas anteriormente, definindo-se como uma concorrência entre os atores em torno de interesses específicos.

Cada campo é caracterizado por mecanismos específicos de capitalização dos recursos legítimos que lhe são próprios, ou seja, o campo político é um campo de lutas entre os candidatos pelo poder, que se utiliza de várias estratégias e usos, e não só é realizado nas ruas, no horário eleitoral, mas também nas redes sociais. No caso do espaço digital, não é plausível pensar em dominantes e dominados, pois boa parte dos eleitores tem acesso às informações na Internet e sabem o que é importante para ser absorvido ou

¹¹ YouTube é um site que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital. Fonte: Wikipédia, a enciclopédia livre.

¹² O Orkut é uma rede social filiada ao Google, criada em 24 de Janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a conhecer pessoas e manter relacionamentos. Fonte: Wikipédia, a enciclopédia livre.

descartado, podem eles mesmos veicular informações, e outro ponto interessante é que as notícias podem ser de autores anônimos. Não precisa se identificar na Internet, é por isso que acreditamos que o espaço das redes sociais pode propiciar uma maior participação das pessoas, claro não deixa de ser uma relação de compromisso entre o eleitor e o candidato, mas é como se as pessoas perdessem o medo de participar de forma mais ativa nas campanhas de seus candidatos, já que nesse meio podem ser criados nomes virtuais que não comprometem a relação com parentes e amigos, e não afetam no emprego ou no possível emprego. É o que apresenta Cardoso (2007) ao colocar que a Internet nos faz desenvolver filtros individuais ou repensar a necessidade de criar novas instâncias de controle da mediação. Portanto, o uso das mídias sociais representa novas práticas sociais, e criam novos espaços de interação que estabelecem relações de proximidade e afetividade, conflitos e solidariedade.

As mídias sociais não são fatores determinantes em torno dos resultados das eleições, devemos levar em consideração o contexto social e a conjuntura política de cada realidade social. Os discursos promovidos pelos candidatos são percebidos de formas diferentes de acordo com o contexto, que podem influenciar na construção de sua imagem. Os veículos de informação dos candidatos como às propagandas eleitorais, jornais televisivos, rádio e mídias sociais apresentam uma determinada imagem ou personagem político, ou melhor, uma representação que tem significados distintos para o público, referenciado em um contexto determinado. Conforme Soares (1994), “a conjuntura pré-eleitoral, que é a situação de início do jogo político, só pode ser compreendida pela análise de inúmeros fatores condicionantes.” Percebe-se que a construção da imagem passa por um processo que se inicia bem antes do processo eleitoral em si, mas que se torna espetacular durante o processo, quando nos deparamos com as mídias sociais.

Para Manuel Castells (1999), as redes estabelecem as lógicas da organização social contemporânea, caracterizando-se pela geração, processamento e transmissão da informação como fontes fundamentais de produtividade e poder. A política soube utilizar o espaço da internet não como uma substituição de formas e usos de estratégias fora do mundo digital, e sim uma forma de adaptação da própria política nas mídias em rede. As redes sociais são conjunto de relações sociais nas quais indivíduos e grupos estão vinculados

e que há uma relação de compromisso, pois como já foi apresentado anteriormente, se constroem laços dentro das redes, uma forma das pessoas estarem conectadas umas com as outras, de modo que a relação que se estabelece pode mudar o comportamento dos sujeitos ou da organização social. A Internet constrói uma linguagem própria, uma dinâmica diferente de outros meios de comunicação como a TV, cinema, rádio etc. e a política não poderia deixar de se atualizar e se inserir nesse campo digital para conquistar eleitores por outras formas de convencimento.



Fonte:

https://www.googleimagem.com/search?sxsrf=ACYBGNS91yi8FcbrJalxzua38GG_cmusYQ:1582069843462&q=imagens+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjM6J24pdznAhVMibkGHbAICrAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740#imgcr=fS4UsQ76s_PVIM. Acesso em 15 de agosto de 2019

O político constrói uma imagem que ele deve manter durante a campanha eleitoral, a política se torna um jogo de encenação para que o candidato não perca o vínculo com os eleitores, que por sua vez se reconhecem nele. Nos ensina Shakespeare: “O mundo é um palco, e todos os homens e as mulheres são apenas atores: eles têm suas entradas e saídas; e desempenham muitos papéis de cada vez”. O palco de nossa realidade é diferente do que é apresentado na vida teatral, nossas relações são compostas de símbolos culturais, que na medida que atuamos nas diversas situações que nos deparamos e para os diferentes públicos, temos comportamentos culturais diferenciados na estrutura social. Esse processo de interação é importante para perceber que nós somos atores sociais, e é fundamental para a vida social. Esse pensamento é conhecido como teatralização discutido por Erving Goffman (2011) que está presente em todos os rituais sociais. O artigo “Políticos devem

se render às redes sociais”¹³ de Luiz de França, apresenta a visão de políticos e especialistas sobre esse tema:

Estamos vivendo uma carência de posições e de ideologias e essas ferramentas possibilitam estimular o debate com a sociedade”, diz o deputado federal Eliseu Padilha, presidente da Fundação Ulysses Guimarães, que capitaneia a discussão sobre o uso das redes sociais pelo PMDB. Por ora o PV é a única legenda presente em cinco redes. DEM e PT ainda não definiram como será a participação dos seus candidatos na web em 2010, embora expoentes das agremiações já estejam em ação nos espaços virtuais.

Outro especialista em marketing político, o consultor Gaudêncio Torquato, diz que as redes sociais podem mudar a cultura de participação dos brasileiros no processo político. “Agora, existe a opinião pública virtual, que é muito influenciada pelo que circula na internet”, explica. “Nunca se viu tanta propagação de mensagens de interesse político na internet: se acontece um escândalo, uma votação polêmica em Brasília, imediatamente as pessoas começam a se manifestar nos blogs e twitters.”

A utilização das redes sociais pelos candidatos é uma forma de aproximação com seus eleitores, facilitando a comunicação entre eles. Como o espaço das redes não tem uma relação entre dominantes e dominados, como também é um espaço aberto pra todos os usuários sem que eles precisem pagar pra ter acesso as redes, as campanhas eleitorais se tornam mais presentes nesses espaços, além de não ter gastos na participação, é nesse ambiente de interação que o candidato utiliza novas estratégias de adesão de votos.

Os eleitores estão cada vez mais engajados nesses espaços digitais, onde as informações são circuladas a todo momento, e ainda com a possibilidade de responder ao que é veiculado, e, portanto, interagir ao mesmo tempo com outras pessoas. Os “marqueteiros” perceberam essa nova situação como uma importante estratégia para políticos que somaria aos instrumentos de convencimento e voto, na construção de um espaço *on-line* real entre candidatos e eleitores.

A ex-senadora e candidata Marina Silva, do Partido Verde (PV) nas eleições presidenciais de 2010 no Brasil, difundiu, por exemplo, o uso das mídias sociais como forma de mobilização dos usuários e eleitores na formação do

¹³ Artigo publicado no site www.veja.abril.com.br/noticia/brasil/eleicao-2010-internet-redes-sociais.

movimento “onda verde”. Marina utilizou as redes sociais como ferramenta de campanha, apresentando uma forma prática de contato com os eleitores e ainda uma forma de promover uma campanha sem “altos custos”. Enquanto o partido verde declarou R\$ 24 milhões ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), os gastos de José Serra e Dilma Rousseff somaram mais de R\$ 300 milhões no mesmo período. A candidata teve apoio de mais de 100 mil fãs no *Facebook*, enquanto o candidato Serra contava com 38 mil. Já no *Twitter*, Marina atingiu 393 mil seguidores, que tornou um meio importante de campanha com os eventos “Sala de Marina”, que segundo o mesmo *site*, “especialistas discutiam temas propostos pela candidata, foram transmitidas ao vivo pela rede, gerando interação entre eleitor e político”. O caso da candidata Marina revela a atuação dessas mídias sociais, e como estas funcionam como canal de comunicação entre eleitores e candidatos.



Fonte: <https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNSrD-o38jqiskNujDs-9WbLblwa2A:1582072538534&q=imagem+marina+silva+na+internet&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwiz8Ku9r9znAhUaHrkGHU2cBhYQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740>.

Acesso em 04 de julho de 2018.

Para Max Weber (1987) o conceito de comunidade compreende relações mais amplas, e simplesmente existe quando fundamentada em sentimentos e relações que levam à comunhão e à reciprocidade com o intuito de unir ações para formar o todo. Portanto, comunidade se baseia numa relação social que tenha orientação de uma ação social, ou seja, que tenha sentido de solidariedade. O termo comunidade evoluiu e passou a integrar outros grupos, e passou a ter outros significados. Segundo Beamish (1995), a comunidade refere-se ao local geográfico que possibilita a relação dos indivíduos devido à

proximidade física e do interesse direcionado do grupo social, ou seja, é no espaço virtual que os indivíduos se aproximam e possibilita a aglomeração de interesses. Nesse contexto, encontramos os elementos que formam a comunidade virtual.

De fato, as novas tecnologias trouxeram transformações significativas na comunicação e informação, e com isso, uma nova linguagem foi estabelecida nos novos espaços de interação entre as pessoas. Assim como afirmou Lévy, o surgimento da *cibercultura* e da Internet possibilitou novas práticas sociais, distribuição e recepção de informação própria desse ambiente. Com o crescimento acelerado de acesso a Internet, foi possível a criação de comunidades virtuais. De acordo com Howard Rheingold (1994), “as comunidades virtuais são agregados sociais surgidos na Rede, quando os intervenientes de um debate o levam por diante em número e sentimento suficientes para formarem teias de relações pessoais no ciberespaço”. (RHEINGOLD, 1994, p.18). O que é perceptível nas comunidades é a ideia de “pertencimento”, cada membro que faz parte delas é levado por várias razões, mas que em contato com outras pessoas demonstram o que há de comum entre elas, os interesses que compartilham como também os temas mais buscados, afinidades, projetos, valores, na medida em que participam também se tornam responsáveis pelas informações que são veiculadas. Outro ponto interessante nessa questão, é que os usuários não são obrigados a fazer parte das comunidades virtuais, eles só pertencem quando realmente estão envolvidos e interessados em participar. Dessa forma, a comunidade virtual é movimentada pelos usuários, pois eles compartilham interesses em comum.

Verón (1997) apresenta a mídia virtual como uma dimensão coletiva por ter um expressivo acesso de usuários e de mensagens que são produzidas e circuladas no espaço. Segundo o autor, um meio de comunicação social é um aparelho tecnológico de produção e reprodução de mensagens associado a determinadas condições de produção e a certas práticas de recepção dessas mensagens que depende do contexto que está inserido.

Martín-Barbero (2004) reflete sobre as mudanças na política a partir de fatores como a desarticulação das massas em um novo tipo de sociabilidade: “Una socialidad de red, hecha de nudos que la rearticulan cuando las grandes instituciones de la modernidad, la política, el trabajo y la escuela, han entrado en

crisis” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.31). Segundo a percepção do autor, o espaço virtual cria uma nova maneira de se relacionar e criar vínculos que não necessita de um lugar fixo, mas de identidades plurais. A lógica da transmissão de informação é realizada não por uma lógica hegemônica, mas sim por um grupo de usuários de forma descentralizada e distribuída para vários públicos.

Para Hine (2004), a Internet pode ser entendida simultaneamente como cultura e como artefato cultural. A primeira noção se refere à mediação do computador no espaço da interação; e a segunda se baseia na Internet como resultado da tecnologia, um produto da cultura com objetivos definidos conforme seu uso. É interessante pensar que ao utilizarmos o termo usuário não quer dizer que todos utilizavam de forma homogênea a internet, cada um pode buscar algo diferente na Internet e nem sequer ter a necessidade de participar de redes sociais, mas o objetivo do trabalho é perceber o grupo de pessoas que se interessam pelas redes relacionadas ao tema cultura e política, como afirma Eugênio Trivinho (1998), um “sujeito que está agora em situação de interface, transformando-se num operador” (TRIVINHO, 1998, p. 117).

De acordo com Manuel Castells (2001) há um novo tipo de sociabilidade que se baseia no espaço virtual. A Internet constrói uma relação interativa que traz novos padrões de comunicação, segundo o autor “a Internet tem uma geografia própria.” (CASTELLS, 2001, p.245), ou seja, as noções de tempo e espaço ganham novo significado, pois a internet tem um modo próprio de atuação e constrói uma relação social específica, em que não precisamos estar ao lado das pessoas pra conversar, e muito menos pra compartilhar informações. A Internet pode ser um espaço privilegiado de troca de informações, ela é usada por parte dos cidadãos como espaço que eles desempenham sua cidadania, e por parte dos políticos o uso é feito para divulgar suas ações e interagir com os usuários, favorecendo essa forma de comunicação interativa, diminuindo a distância entre eleitores e políticos. Segundo Castells (2001), a internet tem um potencial comunicativo que permite a circulação de valores, sentimentos, ideias, desejos, afinidades que pode contribuir para o bem público, e através das redes sociais os cidadãos podem redefinir como se faz a participação dos eleitores nas campanhas e até mesmo como isso pode influenciar no que acreditamos ser uma democracia. Todo esse processo faz parte de algo bem maior é falar sobre a participação dos eleitores e como isso foi mudando ao longo da história política

do país. O capítulo seguinte tem a preocupação de trazer discussões sobre política e os avanços no nosso sistema político que possibilitou o direito ao voto das mulheres e uma maior participação nas campanhas eleitorais e como isso refletiu para uma realidade mais democrática no país.

CAPÍTULO II - OS AVANÇOS NA HISTÓRIA POLÍTICA E VOTO: BRASIL EM CAMINHOS DA DEMOCRACIA

2.1 A política e o ser político

A eleição presidencial de 2018 foi marcada por intensas discussões sobre os problemas políticos no Brasil. O país tem sido marcado por constantes crises políticas que ameaçam a democracia. Na presente conjuntura o que percebemos é que avançamos muito pouco na relação entre política e democracia. Os problemas sociais, políticos e econômicos ainda persistentes no país traz um certo pessimismo na política, afinal diante dos principais problemas o que mais se vê é troca de acusações, disseminações de informações sem o cuidado de saber se são verdadeiras ou fonte confiável nos locais que o interesse da população deve ser prioridade. Como também o envolvimento de políticos em casos de corrupção trouxe uma desconfiança e uma sensação de insegurança sobre os rumos do país. E na própria população como reflexo político tem se mostrado cada vez mais insatisfeita com a democracia. Aqueles que deveriam apresentar exemplos de preservação e avanços na democracia que conquistamos recentemente parecem estar a tornando mais frágil e pessimista. Para entender nosso atual sistema político devemos abrir espaço para discutir sobre nossa própria história política e quais os avanços realizados para tornar o Brasil um país democrático de fato.

Primeiramente, se faz necessário antes de pensar sobre a questão do voto, apresentar alguns pontos sobre política, o próprio significado do que venha a ser política. O problema de ter uma explicação mais objetiva sobre o conceito é que ele é muito abrangente, não podemos negar o fato que as pessoas pensam que o tema política se dirige apenas para aqueles que estão no poder, mas acreditamos que pensar sobre a política não se limita à participação nas eleições, nem muito menos no sentido objetivo. Segundo Sartori (1981):

(...) vale observar que a noção de “política” qualifica tudo, e portanto nada tem de específico, enquanto esfera que reúne a ética, a economia e o estudo político-social permanece unida, não se manifestando materialmente em diferenciações estruturais, em estruturas e instituições qualificáveis como “políticas”, distintas das econômicas, religiosas e sociais. A separação mais difícil é aquela entre o “político” e o “social”, entre o âmbito da política e a esfera da sociedade. (SARTORI, 1981, p.157)

A ideia que temos da política é que é uma atividade para a tomada de decisões de um grupo com determinado objetivo, é a arte de governar, organizar a sociedade nos diferentes âmbitos para manter a ordem pública, usando do seu próprio poder para defender os direitos de cidadania. Assim, política é também uma forma de se expressar e de ter uma opinião, portanto, faz parte da sociedade e da vida dos indivíduos. O cidadão é passível de análise política, não restringindo sua atuação apenas no momento do voto. Dessa forma nossa pesquisa problematiza a questão da política não como instituição burocrática, mas como uma criação cultural em seus aspectos subjetivo e simbólico com vistas a analisar sobre a participação e representação sobre o voto.

E posso considerar que a política está atrelada a ideia de democracia que acompanha o pensamento de muitos pesquisadores e que se iniciam desde os filósofos e que faz parte das discussões do nosso cotidiano. Não poderia deixar de fazer alguns apontamentos sobre política de uma forma mais clássica desde os primeiros filósofos que ajudam a entender formas de governo e realidade política de nosso país e de outras experiências. É importante salientar que todas as formas de governo estão ligadas a um tipo de constituição. As primeiras observações de experiências políticas foram trazidas por Platão que trazia um pensamento que todas as formas de governo eram más, pois representam uma corrupção da única forma boa, que é a ideal e Aristóteles que formulou a “Política de Aristóteles” ou podemos chamar de “aristotélica” que apresenta que algumas formas de governo são boas, mas não boas do mesmo modo e que as formas más de governo há alguns piores. Ainda sobre Platão em seu diálogo de “A República” apresenta que todos os estados reais são corrompidos, mesmo em forma desigual por não se ajustaram a constituição ideal e nos diz “A forma de uma virtude é uma só, mas o vício tem uma variedade infinita” (Platão, 445c).

A teoria clássica, Norberto Bobbio utiliza o termo “politeia” afirmando que a constituição é a estrutura que organiza a cidade para designar as formas de governo. É nesse contexto que apresenta as diferentes constituições em Aristóteles. A ordem hierárquica das seis formas é: Monarquia, Aristocracia, Tirania, Política, Democracia, Oligarquia. Para Aristóteles o que separa as formas boas das más é o interesse comum ou interesse pessoal que irá determinar a classificação das formas. Entendendo que as formas boas são aquelas que

visam o interesse comum e as más os governantes só visam o interesse próprio. Interessante notar que além dessa análise Aristóteles revela que um governo estável é aquele que tem as formas de oligarquia e democracia. Nem dar vantagens aos ricos e penalizando por não participarem das atividades públicas. E premiar os pobres que participam. E Bobbio apresenta na discussão em Aristóteles que é positivo uma política que use oligarquia e democracia como forma de governo. Nem oligarquia é o governo de poucos e nem a democracia é o governo do povo. Há um equilíbrio de forças que garante a estabilidade.

A política e as formas de governo foram observadas e analisadas pelos pensadores, mas essa ebulição de pensamento apenas estava começando e é na virada dos séculos que observamos as transformações sociais e políticas. Nos séculos XIII e XV ocorrem muitas mudanças com a transição da Era medieval para a Era moderna. Chegava o fim do feudalismo nasce no interior da Europa o capitalismo. Surgia um novo conjunto de valores e crenças que trouxe significativas transformações econômicas, políticas, sociais e culturais. O crescimento do comércio, expansão de áreas de cultivo, aumento da produção de alimentos possibilitou o crescimento populacional e urbano e favoreceu o crescimento e desenvolvimento de antigas cidades romanas.

É nesse contexto de importantes acontecimentos políticos que surgem reflexões sobre a relação do Estado e política. E surge uma das mais importantes contribuições para Ciência Política de Nicolau Maquiavel. Com ele há uma nova forma de classificação de governo. Na sua obra “O príncipe” apresenta que “todos os Estados que existem e já existiram são e foram sempre repúblicas ou monarquias”. Entre vontade coletiva e a vontade um soberano. Maquiavel trata principalmente da Itália do Século XV. A Itália estava dividida em pequenos principados governado pelo poder despótico, gerando situações de crises. É com a força que o príncipe governa, e é com ela que será passado para outro senhor. O que Maquiavel considera como hereditariedade do principado.

A Itália que tinha um desenvolvimento econômico resultado no êxito econômico vindo da expansão do capital mercantil e financeiro passou a ter clientes importantes como a Igreja, burguesia, grandes feudos, aristocratas e Estados feudais. Porém com a queda do feudalismo, a Itália se enfraquece pela organização das cidades-estados.

A preocupação de Maquiavel era com o Estado, mas o Estado real, que fosse capaz de manter a ordem, rejeitando idealistas como Platão. Um ponto a ser considerado é a realidade concreta, dando ênfase a realidade efetiva das coisas. A realidade como ela é.

Um governo onde não há uma igualdade entre os cidadãos, constitui-se um principado, o príncipe é um fundador do Estado, é um agente da transição numa fase em que a sociedade passa por conflitos. Quando há igualdade entre os cidadãos se estabelece uma república, em que o povo é virtuoso e as instituições são estáveis.

A força é a virtude, quem possui *virtú* é capaz de manter o domínio e garantir respeito dos governados. O poder se funda na força, como aponta Maquiavel, mas é preciso virtude para se manter no poder. Um governante que possui *virtú* cria instituições que ajudem na sua dominação. Sendo assim, para o bom desempenho do príncipe é necessário que ele tenha posse da *virtú* para governar. Assim afirma José Nivaldo Júnior:

Príncipe, hoje, é todo aquele que detém o poder executivo, em qualquer dos escalões, quer seja no espaço público ou na área privada. Príncipe é todo aquele que conquistou, de alguma forma, autoridade legítima sobre outros seres humanos. (NIVALDO JR., 2005, p. 161)

Nesse sentido Bobbio (1998) atenta quem a tradição Romana na forma de governo República traz um sentido na concepção de democracia. A contraposição à monarquia. O pensamento de Maquiavel sobre o principado e a manutenção no poder traz discussões sobre a questão da democracia que se amplia com o surgimento do capitalismo e novas transformações sociais e políticas. O surgimento do Estado burguês oferece novas formas de observar e pensar de que tratam outros pensadores como Thomas Hobbes, John Locke e Jean-Jacques Rousseau. Autores da teoria contratualista.

Rousseau acredita que o homem é bom por natureza e em seu estado de natureza ele não é sociável. No estado de natureza os homens não tinham contato com um com o outro e viviam bem porque tiravam tudo da natureza, não conheciam propriedade privada. É justamente nesse momento que surge a propriedade privada e a frase conhecida de que “o homem é bom por natureza, a sociedade é que lhe corrompe”. Ao ter contato com outro grupo social, o homem criou o direito à propriedade privada, e conseqüentemente, cria

desigualdades. É necessário voltar ao estado de natureza em que os homens são todos livres e iguais. Assim acreditava Rousseau. Para se chegar a essa sociedade ideal, livre e igual era necessário um contrato social. Os direitos se impõe através de um acordo que os homens fazem com a comunidade. O autor defende a ideia de um Estado Democrático e desenvolve a concepção de vontade geral como algo que se aplica a todos. Da vontade geral nasce a soberania que tem as seguintes características: é inalienável, é indivisível, é infalível. A soberania precisa ser parte da vontade geral. Se uma vontade particular está acima do contrato social esse contrato não dura. É o que ele chama de Inalienável. A vontade é geral ou não é. É o que chama de indivisível. A vontade geral tende para a utilidade pública. É o que chama de infalível. Assim nos diz,

A soberania não pode ser representada pela mesma razão que não pode ser alienada; consiste essencialmente na vontade geral, e a vontade não se representa: ou é a mesma, ou é outra – não existe meio termo. Os deputados do povo não são, pois, nem podem ser os seus representantes; são simples comissário, e nada podem concluir definitivamente. (ROUSSEAU, 1996, p.114)

Dessa forma, só o povo quando é diretamente consultado pode fazer leis, “o pacto social dá ao corpo político um poder absoluto sobre todos os seus, e é esse mesmo poder que, dirigido pela vontade geral, recebe, como ficou dito o nome de soberania”. (ROUSSEAU, 1996, p. 39).

No entanto, o pensador entende que da mesma forma como um indivíduo poderia estabelecer sua vontade sobre a vontade coletiva, o Estado poderia conter a vontade geral. Assim ele não seria soberano por si só. Mas todas as suas ações seriam em nome da soberania do povo. Fato que nos chama atenção por dar importância a questão da democracia.

Thomas Hobbes é um dos pensadores que traz suas outras observações em relação ao Estado. Ele entende que no estado de natureza o homem vive em guerra permanente. A única lei é a lei do mais forte. A força para conquistar e conservar. Para fazer cessar esse estado de guerra é necessário o Estado Civil que cria o poder político e as leis. O estado de natureza à sociedade civil se dá por meio de um contrato social.

O homem renuncia sua liberdade natural e o soberano teria o poder de criar e aplicar leis. Ele seria uma autoridade política. Todos são livres por natureza e por natureza uns são mais fortes que outros. De tal forma que o contrato social só tem validade se tiver o consentimento dos que fazem parte do contrato. Na sua mais importante obra *Leviatã* o autor aponta que os homens são egoístas e sem uma sociedade civil os homens competem entre si. O soberano tem o poder de manter o contrato social e punir aqueles que o descumprem. O Estado é pleno.

Na tradição Contratualista, às vezes se distingue um contrato de *associação* (pelo qual se forma a sociedade) do contrato de *submissão* (que institui um poder político, um governo e é firmado entre “a sociedade” e “o príncipe”). A novidade de Hobbes está em fundir os dois num só. Não existe primeiro a *sociedade*, e depois o *poder* (“O Estado”). Porque se há um governo, é justamente para que os homens possam conviver em paz: sem governo, já vimos, nós nos matamos uns aos outros. Por isso, o poder do governante tem que ser *ilimitado*. (RIBEIRO, 2011, p.63).

Observe-se o pensamento dos dois autores em relação as transformações sociais e econômicas vivenciadas na Era Moderna: de uma solidariedade social passa-se a ter contratos sociais que se transformam em individualismo. Nessa realidade política, a democracia não tem como ser mantida. Nos séculos XVI e XIX é onde diversas transformações históricas ocorrem. A sociedade estava passando por um processo de transição, em que a Sociedade teológica militar, que era uma sociedade de proprietários de terra, que tinha uma organização de exércitos, a igreja tinha controle sobre o pensamento científico, estava desaparecendo, dando lugar a Sociedade científica industrial, em que a classe dominante era dos empresários, gerando conflitos entre patrões e operários. Estava também ocorrendo uma reforma intelectual, em que os cientistas substituiriam os sacerdotes. E com o renascimento, surgem movimentos humanistas que enfocam o homem como detentor da razão e da ciência e a partir disso abrem espaço para a construção da intelectualidade e das ciências humanas e sociais.

Diante dessas transformações, o liberalismo surge como uma ideia que fortalece a sociedade burguesa. Surge da passagem do feudalismo para o capitalismo. Marilena Chauí (2000) afirma que o mesmo se consolidou em 1668 na Inglaterra. Os princípios fundamentais do liberalismo podem ser sintetizados

em: Liberdade, Tolerância, Defesa da Propriedade Privada e Individualismo. Na visão dos liberais, essa liberdade é a liberdade de pensamento, de expressão e religião. Tolerância se caracteriza como a liberdade religiosa. A defesa da propriedade privada proporciona a ideia de preservação das relações capitalistas de produção. Em relação ao individualismo, segundo o Dicionário de Ciências Sociais (1987, p. 689):

Como uma teoria política que enfatizando os direitos da propriedade como condição necessária à liberdade, procura delimitar os poderes governamentais no desenvolvimento dos processos social e econômico. Também é entendido como crença de que o indivíduo é um fim em si próprio e, como tal, deve compreender seu ego e cultivar seu próprio julgamento, apesar das pressões sociais no sentido da conformidade.

É interessante destacar que John Locke é um dos autores considerados como teórico liberal. Ele propõe a teoria dos direitos naturais do homem. O homem é livre e proprietário de si e de seu trabalho. O trabalho desempenhado na matéria bruta que se encontra em estado natural trazia a concepção de propriedade privada. Estabelecendo sobre ela um direito próprio. O autor defende que uma constituição conserve a propriedade acumulada pelos homens,

O estado de natureza tem para governá-lo uma lei de natureza, que a todos obriga; e a razão, em que essa lei consiste, ensina a todos aqueles que a consultem que, sendo todos iguais e independentes, ninguém deveria prejudicar a outrem em sua vida, saúde, liberdade ou posses (LOCKE, 1998, p. 384).

E propõe que:

[...] o governo civil é o remédio adequado para as inconveniências do estado de natureza, que certamente devem ser grandes; quanto aos homens é facultado serem juízes em suas próprias causas, pois é fácil imaginar que aquele que foi injusto a ponto de causar injúria ao irmão dificilmente será justo o bastante para condenar a si mesmo por tal (LOCKE, 1998, p. 392).

Os homens que possuem propriedades devem buscar meios de conservar o que possuem. E aqueles que não possuem bens, nem propriedade privada

podem vender sua força de trabalho. A sociedade civil deve defender e conservar o direito de liberdade e propriedade.

O grande problema trazido por esses pensadores é na existência de direitos particulares, de defender o que é seu, tornando muito mais frágil o reconhecimento dos direitos do outro. É nesse momento que o termo Democracia passou a ter valor quando pensamos em um sistema representativo de governo. Ou seja, no que tange a democracia moderna a representação significa forma de governo do povo. Assim, “forma de governo em que o povo não o toma mesmo as decisões que lhe dizem respeito, mas elege seus próprios representantes, que devem por ele decidir”. (BOBBIO, 2000, p. 33-34). Uma forma de governo que a tomada das decisões seja pela maioria, garantido os direitos políticos, a liberdade. É nesse contexto que a democracia representativa alia duas concepções até aqui discutidas: Liberalismo e Democracia.

Na dosagem dessas duas formulações políticas se ampliam as discussões sobre as desigualdades. Daqueles que exploram e são explorados. Dos políticos que enriquecem às custas da população. A distância que separa ricos e pobres só aumenta. As formas de governo demonstram que concepções políticas e relações de poder tem seus desafios. E isso não é diferente hoje. Passamos a buscar formas de atender as necessidade do povo e tomar decisões políticas que faça parte do que se entende por uma democracia representativa. Estamos diante de fenômenos complexos que devem ser cuidadosamente analisados. A questão democrática e a desigualdade é uma realidade que afeta diretamente o exercício democrático.

As desigualdades sociais afetam profundamente o funcionamento da democracia e, nela, da representação política. Há um ciclo de realimentação, em que os prejudicados pelos padrões de desigualdade têm maior dificuldade de se fazer representar (nos espaços formais e informais de deliberação) e, ao mesmo tempo, sua ausência nos processos decisórios contribui para a reprodução desses padrões. Elementos materiais e simbólicos se combinam para reduzir as possibilidades de ação política dos indivíduos de grupos prejudicados pelas desigualdades. (MIGUEL, 2014, p.301)

As diferenças e desigualdade se estendem para outras questões como as desigualdades de gênero. Até pouco tempo no Brasil as mulheres não tinham sequer o direito de votar. Foram lutas travadas para que essa conquista fosse possível, assim como a sua participação em eleições e assumir cargos públicos.

Tomo esse exemplo como forma de trazer como é desafiante a construção de uma representação política. Como pensar que as mulheres não tinham uma representação nos espaços de poder, daí a dificuldade em se fazer representar quando direitos como votar não existiam. É através do voto que podemos ter uma representação de fato. Escolher representantes que nos seus projetos políticos diminuam as desigualdades. “Na prática política os cidadãos não escolhem representante para promover seus interesses, formulação que lhes concede papel ativo. Ao contrário, eles apenas reagem diante das ofertas que o mercado político apresenta”. (MIGUEL, 2014, p.117). Na realidade, quem nos representa está ali porque foi eleito através do voto. E esse voto reúne uma rede de significados, razões e motivos e aquele que está lá pode não defender formas de atenuar as desigualdades. É de fato complexo pensar sistemas políticos e experiências políticas, como o caso brasileiro. É na busca no entendimento da nossa História política, no nosso sistema político que podemos abrir caminhos de discussão sobre conquista de uma democracia recente e dos fenômenos políticos. É o que pretendemos nas próximas discussões.

2.2. Conquista do voto e o ser cidadão

A princípio vou me ater ao momento histórico que mesmo minimamente causa certa mudança na questão política do Brasil. Trazendo alguns apontamentos das discussões que iniciamos com a nossa dissertação e não de ter uma relação de continuidade com a proposta aqui presente. Antes minhas preocupações estavam ligadas a questão de política e gênero, principalmente ao fato de termos ainda um número baixo de mulheres nos espaços de poder. Por mais que elas participem de campanhas eleitorais e busquem conquistar os eleitores, a explicação para esse fenômeno pode ser melhor entendida quando passamos o olhar para o voto, e por essa razão abrimos algumas discussões sobre os avanços no sistema político no Brasil.

Só tardiamente, no ano de 1932, é que a mulher conquista o direito a votar em Campanhas Eleitorais. E não podemos deixar de lembrar que a Constituição de 1891 afirmava no seu art. 70 que "são eleitores os cidadãos maiores de 21 anos que se alistarem na forma da lei". Diante disso as mulheres não poderiam exercer o direito ao voto.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNSolEMxSUIqzaosWWcymY8d3r9MiQ:1582073130242&q=imagens+de+sufragistas&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwi1-b7XsdznAhVHKrkGHQ_ZA8MQsAR6BAGKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 06 de agosto de 2018.

Concomitante ao direito ao voto a mulher passa a buscar outros direitos, como os direitos humanos e sociais, trazendo em si uma possibilidade de diminuir as desigualdades existentes entre homens e mulheres na sociedade. Entretanto, essa potencialidade não quer dizer que todos os direitos estariam garantidos, tanto que observamos no século XIX lutas proletárias envolvendo vários segmentos da sociedade para que tivessem melhores condições de trabalho, e possivelmente, a garantia de alguns direitos. Dessa forma, os direitos de cidadania poderiam se tornar algo mais real atingindo todos os segmentos da sociedade. Para tanto, Marshall (1967) estabelece uma distinção entre três tipos de cidadania: civil, política e social. A cidadania civil refere-se à conquista necessária a liberdade pessoal, como a liberdade de ir e vir, a liberdade de pensamento e a justiça. A cidadania política refere-se ao direito de voto e ao direito de acesso a cargos públicos, direito a participação do poder político. Já a cidadania social é o conjunto de direitos e obrigações que possibilitam a participação igualitária de todos os membros de uma comunidade, direito ao bem-estar econômico, segurança, ter garantias de padrões básicos de vida. Entretanto, para que haja reais garantias desses direitos a todos os cidadãos é necessário um aparato de instituições burocráticas, e a nossa realidade aponta que ainda é preciso buscar outros mecanismos que possam diminuir as desigualdades na sociedade.

Voltando um pouco na nossa história, na apresentação da História do voto no Brasil Jairo Nicolau (2002) reconstituí como ocorreram as primeiras eleições do país até os dias de hoje. Segundo o autor, “o objetivo é descrever as regras que nortearam as eleições (sistema eleitoral, fraudes, alistamento, procedimentos de voto e apuração) e o envolvimento dos cidadãos com o processo eleitoral (participação)” (NICOLAU, 2002: 09).



https://www.google.com/search?q=Imagens+da+Hist%C3%B3ria+do+Voto&tbm=isch&ved=2ahUKEwi3iZ7ZsdznAhXnJrkGHYDiCBEQ2-cCegQIABAA&oq=Imagens+da+Hist%C3%B3ria+do+Voto&gs_l=img.3...148043.157774..158696...0.0..0.563.8894.2-1j24j1j1.....0....1..gws-wiz-img.....35i39j0i67j0i131i67j0i131j0i30j0i8i30.5HV0gUy5XIg&ei=LYVMXve-NufN5OUPgMWjiAE&bih=740&biw=1600#imgrc=vyOC03r3UTQXQM. Acesso em 06 de agosto de 2018.

O autor ainda informa que as primeiras eleições para escolha dos representantes à Corte de Lisboa aconteceram em 1821, sendo promulgada a primeira lei eleitoral brasileira no ano de 1823.

Já se passaram 180 anos de eleição no Brasil, e muitas mudanças foram perceptivas. Antes era usada uma cédula eleitoral para votação, o eleitor já levava a cédula assinada por ele para o local destinado a votação. Eram feitas distribuições de cédulas que deveriam ser colocadas em envelopes específicos em 1932. Já em 1935 foi confeccionada uma cédula oficial para ser usada nas eleições presidenciais, sendo apresentada uma lista com os candidatos, cabendo ao eleitor escolher entre esses representantes. No ano de 1962, a cédula oficial foi utilizada pela primeira vez nas eleições para o Congresso, como

afirma Nicolau. Só em 1996 foi implementada a urna eletrônica, em que a tarefa do eleitor era digitar os números do candidato ou partido.

Nas eleições no Império (1824-89) quem podia participar das eleições eram os homens com pelo menos 25 anos, mulheres e escravos não tinham direito ao voto. Também era exigida uma renda anual de 100 mil réis por ano para ser votante e 200 mil réis para ser eleitor para que tivessem direito ao voto. Em 1824, os eleitores precisavam assinar as cédulas, o que limitou a participação de analfabetos¹⁴. Só a partir do ano de 1842, os analfabetos puderam ser eleitores. Na verdade, durante todo o período colonial houve votações, e houve analfabetos votando. O que bastava era dizer em que votaria. Nesses mesmos anos, o alistamento era feito no dia da eleição em paróquias que funcionavam como mesa eleitoral, com a participação de um juiz que tinha a tarefa de identificar os eleitores, o que deu margem para fraudes. O processo eleitoral não era regulado, o eleitor não recebia nenhum tipo de documento que o identificasse no momento da eleição.

Em 1875 foi empregado o primeiro título de eleitor, constando: nome, idade, estado civil, profissão, renda, domicílio, elegibilidade, e a autorização para os analfabetos votarem. A votação ainda ocorria na paróquia, mas agora era regulada por uma junta municipal, sendo exigido um documento que comprovasse a renda do eleitor. A partir do ano de 1881 o alistamento passou a ser de responsabilidade dos Juízes de Direito, sendo de iniciativa do votante para se alistar. Nesse mesmo ano, a eleição passou a ser direta.

¹⁴ Os analfabetos vão ser proibidos de votar na Lei Saraiva, Lei nº 3029 do dia 09 de Janeiro de 1881. Essa Lei vem a partir de uma construção de que é necessário ler e escrever para votar.



Fonte:

https://www.google.com/search?q=Imagens+da+Hist%C3%B3ria+do+Voto&tbm=isch&ved=2ahUKEwi3iZ7ZsdznAhXnJrkGHYDiCBEQ2-cCegQIABAA&oq=Imagens+da+Hist%C3%B3ria+do+Voto&gs_l=img.3...148043.157774..158696...0.0..0.563.8894.2-1j24j1j1.....0....1..gws-wiz-img.....35i39j0i67j0i131i67j0i131j0i30j0i8i30.5HV0gUy5XIg&ei=LYVMXve-NufN5OUPgMWjiAE&bih=740&biw=1600#imgrc=vyOC03r3UTQXQM. Acesso em 06 de agosto de 2018.

Na Primeira República (1889 – 1930) uma primeira mudança aparente no processo eleitoral é a abolição da renda do eleitor e candidato para votar e ser votado, já os analfabetos foram proibidos de votar. A idade mínima para votação foi reduzida de 25 anos para 21 anos. Segundo Nicolau, “A primeira Constituição da República confirmou o direito de voto para os homens maiores de 21 anos e a exclusão dos analfabetos”. (NICOLAU, 2002:27). Cada Estado ficou encarregado de organizar o processo eleitoral, tanto para escolhas de governadores, como também das assembleias legislativas. O Congresso no ano de 1892 promulgou uma nova lei que estabeleceu novas regras para o alistamento facilitando a politização, já que antes era o judiciário que organizava o alistamento.

No ano de 1904¹⁵ a lei mudou a composição do alistamento, para ter o direito ao voto o cidadão deveria provar que sabia ler e escrever. Nesse mesmo

¹⁵ Esse é um momento importante para História do Brasil quando passamos a ter a política dos governadores com o voto do cabresto. Temos a figura do Coronel, Governador e Presidente e passamos a ter a Comissão Verificadora das Eleições com o objetivo de garantir que o Congresso tivesse a mesma intencionalidade do Presidente.

ano o voto secreto foi mantido, mas foi introduzido o voto a descoberto que violava o princípio do sigilo, pois ao votar o eleitor levava duas cédulas, depois de assinadas, uma cédula era colocada na urna e a outra ficava com o eleitor, o que permitia o controle do voto pelas lideranças, o que reproduzia e legitimava o poder de determinados grupos. A figura do judiciário reaparece em 1916 quando se responsabilizou pela qualificação dos eleitores, tornando o alistamento mais exigente, entretanto, essa mudança não conseguiu acabar com as fraudes, nem as pressões no voto dos eleitores.

Os anos de 1930 ao Golpe militar de 1964 trouxeram mudanças significativas ao processo eleitoral brasileiro. Em 1930, Getúlio Vargas designa uma subcomissão para promover alterações no processo eleitoral, que resultou no Código Eleitoral de 1932, e uma das principais modificações foi à extensão do voto às mulheres, como também trouxe a exigência de registro prévio dos candidatos antes da eleição e outras alterações no processo eleitoral. Entretanto, o Código Eleitoral da época era bem claro ao apresentar que apenas mulheres casadas (com autorização do marido), viúvas e solteiras e com renda própria pudessem exercer o direito ao voto. Por meio de decreto a mulher conquista o direito de votar nas eleições do país. Apesar das grandes dificuldades de conquista ao voto, é importante refletir como diante de uma transformação tão significativa em torno do direito ao voto da mulher pode abrir caminho pra sua inserção mais ativa na política brasileira, e abre espaço para que ela conquiste o direito de ser votada. O código permitiu duas formas de fazer alistamento: por iniciativa do cidadão ou automaticamente. Depois de alistado o eleitor recebia um título com sua foto, que servia como documento até mesmo para trabalhar como funcionário público. Duas medidas foram estabelecidas para o sigilo do voto: a primeira, o eleitor era obrigado a usar a sobrecarta, no qual a cédula deveria ser inserida; a segunda, introdução de um lugar apropriado para o eleitor colocar sua cédula na sobrecarta oficial.

Para tornar as eleições menos fraudulentas foi criada a Justiça Eleitoral com o objetivo de organizar o alistamento, as eleições, apuração e a proclamação dos eleitos. A constituição de 1934 reduziu a idade mínima para votação de 21 anos para 18 anos, hoje nos deparamos com a permissão de pessoas com 16 anos com direito ao voto de forma facultativa, como também estabeleceu o sistema proporcional nas eleições da Câmara dos Deputados e

obrigação de alistamento e voto para homens e funcionárias públicas, conforme Nicolau. Em 1945, as eleições se apresentaram mais limpas e com um aumento da participação de eleitores. No ano de 1950, o Código Eleitoral só permitiu o alistamento por iniciativa do eleitor. Com a Constituição de 1988 foi adotado o sistema de maioria absoluta nas eleições para Presidente, Governadores e Prefeitos de Municípios com pelo menos 200 mil eleitores.

Temos garantias dos direitos fundamentais presentes no artigo 5º, diz que: Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, afirma que o que todos fazem deve fazer em nome da lei – princípio da legalidade. Nega a tortura, afirma que ninguém sofrerá um ato desumano; liberdade de expressão e pensamento e a garantia acesso à justiça na forma de defesa e contraditório. Esses direitos foram garantidos a todos que vivem no solo brasileiro e cabe ao Estado garanti-los. A constituição tem a intenção de proteger o cidadão.

Bem, o Brasil comemorou, no dia 05 de Outubro de 2018, 30 anos da promulgação da Constituição. Infelizmente, apesar das conquistas e avanços no campo social, muitos discursos inflamados tentam introduzir retrocessos ao texto que deve ser praticado diariamente por todos. Nessas eleições de 2018 foi um momento para refletirmos realmente o que queremos mudar no país e como pensamos nosso futuro. Quando muitos discursos foram disseminados, muitas vezes agressivos, sobre a questão das armas, tortura e mesmo a violência.

De forma geral, ao avanços que nos interessa para a nossa temática, o princípio democrático previsto no parágrafo único do artigo 1º, que diz: "Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos diretamente, nos termos desta Constituição". No artigo 14º da Constituição nos diz, "A soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos, e, nos termos da lei, mediante". O povo conquistou o direito de escolher seus representantes através do sufrágio universal. O voto é livre e secreto, garantia a todos os homens e mulheres aptos a votar e que vivem em solo brasileiro. Como também a garantia de além de votar ser votado, ser eleito e eleger. A urna eletrônica utilizada nas nossas eleições recentes foi pela primeira vez adotada nas eleições municipais de 1996,

em 57 municípios. Com a nossa constituição foi possível pensar numa sociedade mais justa e de fato democrática.



Fonte:

https://www.google.com/search?q=Imagens+da+Hist%C3%B3ria+do+Voto&tbm=isch&ved=2ahUKEwi3iZ7ZsdznAhXnJrkGHYDiCBEQ2-cCegQIABAA&oeq=Imagens+da+Hist%C3%B3ria+do+Voto&gs_l=img.3...148043.157774..158696...0.0..0.563.8894.2-1j24j1j1.....0....1..gws-wiz-img.....35i39j0i67j0i131i67j0i131j0i30j0i8i30.5HV0gUy5XIg&ei=LYVMXve-NufN5OUPgMWjiAE&bih=740&biw=1600#imgsrc=vyOC03r3UTQXQM. Acesso em 06 de agosto de 2018.

Em 1998 a novidade foi a instituição de cotas para os cargos proporcionais nos níveis estadual e federal. Cada partido ou coligação teve que reservar o mínimo de vinte e cinco por cento e o máximo de setenta por cento para candidaturas de cada um dos sexos, como consta na Lei 9.504/1997. Ou seja, fixando que os partidos devem garantir um mínimo de trinta por cento para um dos sexos na composição partidária. Essa foi uma forma de garantir igualdade na política. Em 2009, a reforma eleitoral visou garantir que no mínimo trinta por cento de mulheres nas chapas proporcionais. Também obriga aos partidos destinarem cinco por cento dos recursos partidários devem ser usados para incentivar a participação feminina. E a propaganda eleitoral deve destinar dez por cento do seu espaço para as mulheres.

Outro avanço importante foi a Lei Complementar nº 135, de 2010, conhecida pela Lei da Ficha Limpa, que restringe candidaturas e as tornam inelegíveis. Essa lei foi fruto de um projeto de lei de iniciativa popular,

encabeçado por entidades que fazem parte do Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE) e mobilizou outros setores da sociedade. É importante falar dessa lei num momento em que o país vive uma crise política e que muitos candidatos levantaram a bandeira de combater a corrupção. Tudo que foi observado durante as eleições levou a crer que um dos critérios usados pelos eleitores na escolha de seus representantes seria o fato de que estes não estariam ligados a partidos que se envolveram em casos de corrupção. Claro que outros elementos são considerados e que vamos poder ter acesso a partir do que os eleitores tem a dizer sobre o voto e o que ele representa.

E não podemos deixar de perceber que as eleições se tornaram mais democráticas quando tivemos a inclusão de mulheres como eleitoras na escolha dos candidatos e como candidatas disputando cargos eleitorais. É uma importante conquista para as mulheres, mas também para nossa política brasileira.

2.3. Luta das mulheres pelo direito ao voto e outras conquistas

A inserção da mulher nos diferentes espaços da sociedade é uma conquista recente. Em grande parte das sociedades os investimentos e transformações econômicas realizam-se em um ritmo diferente das mudanças políticas e sociais, segundo Avelar:

Os instrumentos potenciais para a igualdade política, não se difundiram de modo semelhante nos diferentes países do mundo, de outro, os grupos da elite do poder sempre souberam trabalhar as novas forças políticas de modo que não abalasse nem seu poder, nem sua legitimidade. (AVELAR, 2002, 40-41)

A conquista do mercado de trabalho e acesso as Universidades pela população feminina no Brasil não aconteceu no mesmo ritmo que à vida política. Com o advento das cotas nas eleições esperava-se que seria significativa a presença das mulheres na política institucional, entretanto, tal representação continua ínfima se comparada à representação masculina.

A participação política das mulheres encontrou sua manifestação mais ativa no final do século XIX no Brasil na luta pelos direitos políticos femininos. A República foi proclamada no Brasil em 1889 e foi discutida, na Assembleia

Constituinte, o voto feminino, entretanto em 1891 ficou determinado que os eleitores deveriam ser formados por cidadãos alfabetizados e maiores de 21 anos, ficando de fora a menção as mulheres. Muitas manifestações ocorreram após essa determinação, mesmo as mulheres escolarizadas ficaram sem o direito ao voto. Se as mulheres já tinham conquistado o direito ao ensino superior em 1879, por quê não ter o direito ao voto? Na luta pelos direitos da mulher ao sufrágio, as autoras Prado e Franco (2012) nos ensinam que a mulher nunca esteve passiva diante de tal proibição; mulheres como Josefina Álvares de Azevedo fundou o periódico “A Família”, em 1888, como forma de defender a luta pelos direitos das mulheres e a emancipação feminina. As autoras acrescentam,

Josefina Álvares de Azevedo considerava que as mulheres constituíam parte importante da sociedade, que estavam submetidas a leis e que tinham deveres como os homens, não podendo, portanto, ficar alheias às “responsabilidades morais e legais”, passivas diante das decisões do governo, sem nelas pode influir. (PRADO & FRANCO, 2012, 211)

A luta das mulheres não encontrou apoio na Assembleia Constituinte, duas mulheres tiveram o pedido do direito ao voto negado, a advogada Myrthes de Campos e a professora Leolinda Daltro. Leolinda, não conformada com o indeferimento de seu pedido, fundou o Partido Republicano Feminino, em 1910, e organizou uma passeata com 84 mulheres. Sobre tal realidade nos explica Soihet (2013),

Na verdade, havia na sociedade brasileira em geral, e entre autoridades e políticos em particular, forte oposição às reivindicações das mulheres. Respalhando tal oposição, a ciência da época considerava as mulheres, por suas supostas fragilidade e menor Inteligência, inadequadas para as atividades públicas, afirmando que o lar era o local apropriado à sua inserção social e o cuidado com a família, sua ocupação prioritária. (SOIHET, 2013, 218)

Outra figura importante no movimento feminista no Brasil foi Bertha Lutz que provocou curiosidade ao participar do concurso para o Museu Nacional, e terminou classificada em primeiro lugar. Em 1918, Bertha enviou uma carta à Revista da Semana e convocou as mulheres para luta por sua emancipação. Envolvida em outras manifestações, a prioridade de Bertha era a conquista do voto feminino.



Fonte: https://www.google.com/search?xsrf=ACYBGNSWTKQ97p5AbQWOX-u8mzapPH2bPQ:1582073975657&q=Imagens+de+Bertha+Lutz&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwiT_s7qtNznAhWYHbkGHfvfCmAQsAR6BAgJEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 20 de setembro de 2018

No ano de 1919, Bertha Lutz cria a Liga pela Emancipação Feminina, e a figura de Jerônima Mesquita que buscou a conquista do voto feminino, e findou o Movimento Bandeirante do Brasil. Na história do Brasil podemos observar algumas situações inspiradas nas lutas europeias, tanto na política, como também na questão da mulher. Uma das mulheres de destaque é Nísia Floresta, a primeira a se manifestar no Brasil como força defensora da busca de igualdade entre homens e mulheres. Em 1922 ocorre a criação do Partido Comunista Brasileiro, e nesse mesmo ano o País presencia um evento marcante, a Semana da Arte Moderna. Bertha Lutz, considerada pioneira na luta pelo feminismo no Brasil, aproveita esse momento de efervescência e muda o nome da Liga pela Emancipação Feminina para Federação Brasileira para o Progresso Feminino, que recebeu apoio de muitos políticos, sendo visível o aumento da participação feminina na sociedade. O objetivo era a luta pelo direito ao voto, a escolha do domicílio, e ainda ingressar no mercado de trabalho sem a necessidade de autorização do marido.

No Brasil os Estados do Rio Grande do Norte e Minas Gerais foram pioneiros ao legalizar o voto feminino, sendo Celina Guimarães Viana a primeira eleitora registrada. Celina, em 1927, invocou o artigo 17 da Lei Eleitoral do Rio

Grande do Norte. O caso mais notório em nível nacional aconteceu em 1928, quando Mietta Santiago que era escritora, advogada e feminista, notou que a proibição ao voto feminino contrariava o “artigo 70 da Constituição da República Federativa dos Estados Unidos do Brasil (26 de fevereiro de 1981)”, que afirmava: "São eleitores os cidadãos maiores de 21 anos que se alistarem na forma da lei", ou seja, não distinguia os cidadãos por sexo, e sim por idade. Com esse argumento, Mietta impetrou como exercício de advocacia, Mandato de Segurança e obteve sentença que a permitiu votar em si mesma para um mandato de deputada federal. Através dessa iniciativa, o Partido Republicano do Rio Grande do Norte pode realizar a candidatura de Luiza Alzira Soriano Teixeira, a primeira mulher eleita para um mandato político no Brasil.

Os anos de 1930 ao Golpe militar de 1964 trouxeram mudanças significativas ao processo eleitoral brasileiro. Em 1930 Getúlio Vargas designa uma subcomissão para promover alterações no processo eleitoral, que resultou no Código Eleitoral de 1932, e uma das principais modificações foi à extensão do voto às mulheres, como também trouxe a exigência de registro prévio dos candidatos antes da eleição. Nesse mesmo ano o Código Eleitoral criou a Justiça Eleitoral com o decreto nº 21.076, de 24 de fevereiro de 1932 para cuidar das questões de alistamento, organização da votação, apuração de votos, reconhecimentos dos eleitos e julgamento de qualquer questão que envolva o sistema eleitoral. Apesar das grandes dificuldades de conquista ao voto, é importante refletir como diante de uma transformação tão significativa em torno do direito ao voto da mulher pode abrir caminho pra sua inserção mais ativa na política brasileira, e abre espaço para que ela conquiste o direito de ser votada. No ano de 1934, com a inauguração de um novo Estado Democrático de Direito, por via da segunda Constituição da República, os direitos conferidos às mulheres ganham base constitucional, entretanto, se restringiu a votação feminina às mulheres que exerciam função pública remunerada. Como também, foi nesse mesmo ano que se constitucionalizou a Justiça Eleitoral como órgão do Poder Judiciário. Em 1945 trouxe na Lei Constitucional nº 9, de 28.2.45, novamente, a Justiça Eleitoral. E na mesma discussão o Decreto-Lei nº 7.586, de 28.5.45, que recriou o Tribunal Superior Eleitoral e um Tribunal Regional em cada estado e no Distrito Federal. O TSE instalou-se no dia 1º de junho de 1945. Na constituição de 1946, o avanço estava em apresentar que era mais necessário

especificar por sexo, o importante era frisar que eleitores são os brasileiros maiores de 18 anos.

Nos anos 60 e 70, enquanto a Europa e Estados Unidos colocavam em xeque os valores conservadores da sociedade com a mobilização de mulheres, no Brasil a época era de ditadura, mesmo não sendo um momento favorável, surge um movimento feminista através de Romy Medeiros da Fonseca chamado de Conselho Nacional de Mulheres do Brasil, que tinha como objetivo o princípio da igualdade entre marido e mulher no casamento, como também a introdução do divórcio nos dispositivos legais do Brasil. A questão da mulher passou a ganhar destaque nas discussões, o que levou a ONU em 1975 a organizar o “Ano Internacional da Mulher”. Nesse mesmo ano, acontece no México o Congresso Internacional da Mulher, e no Brasil ocorre a Semana de Pesquisa Sobre o Papel da Mulher Brasileira, que resultou na criação do Centro da Mulher Brasileira.

No final do ano de 1975, foi criado o Movimento Feminino pela Anistia comandado por mulheres liderado por Therezinha Zerbini com o objetivo de denunciar as repressões do governo militar que se espalhou pelo Brasil. No ano de 1980 o movimento muda de nome e passa a ser chamado de Anistia e Liberdades Democráticas. Em 1977 foi instaurada uma Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar a situação da mulher no mercado de trabalho, pois se constatou que na atividade desenvolvida no meio rural, a mulher recebia um quinto do salário pago ao homem, exercendo o mesmo trabalho, como também mulheres que engravidavam eram dispensadas de seus empregos.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNO2pqaAG6E6ilh_56yMgkN9J5368w:1582074230202&q=imagens+do+movimento+feminino+pela+anistia&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjClf_jtdznAhVKILkGHXdpCcAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740

Acesso em 20 de setembro de 2018

No ano de 1980 é criado o programa TV Mulher na Rede Globo de televisão. Tal programa é dirigido às mulheres, como espaço de discussão sobre decoração, cozinha e a mulher. O programa tinha como apresentadora Marta Suplicy, a época então candidata à prefeitura de São Paulo pelo PMDB, que passou a discutir, entre outras questões, a sexualidade, o corpo feminino, o prazer e a liberdade. O movimento feminista ganha destaque nas Universidades brasileiras, e a partir do ano de 1979 a questão feminina passa a ganhar espaço na academia. Em 1981 foi ratificada pelo governo brasileiro a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra a Mulher, tendo por compromisso acabar com as restrições a mulher no mercado de trabalho.

No início da década de 80 o Brasil ainda vivia a ditadura e ao longo desse período o país passava por pressões por eleições que culminaram no movimento pelas “Diretas Já” que contou com a participação de partidos, intelectuais, artistas e outras pessoas que ansiavam pela redemocratização do país. Ainda de forma indireta, Tancredo Neves é eleito como primeiro presidente. Em 1988 foi promulgada a constituição que contaria com maior participação da sociedade civil na política e reorganização dos movimentos sociais, batizada de “constituição cidadã”, ampliou os direitos sociais das minorias, entre elas, as mulheres.



Fonte: https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNS4NNV3CwFMtzHkuf-i1rPQMuL2wQ:1582074499155&q=Imagens+Diretas+J%C3%A1!&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjClf_jtdznAhVKILkGHXdpCcAQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740

Na primeira eleição, Fernando Collor vence Luís Inácio Lula da Silva. Na década seguinte sofreu o impeachment. No ano de 1994 com as novas eleições, o candidato Fernando Henrique Cardoso trazia a imagem da esperança, de uma política sem corrupção. Ao assumir a presidência, seu governo foi marcado pelas privatizações e pelo Plano Real para estabilizar economia contendo a inflação. Em 1995, foi criado o programa Comunidade Solidária presidida pela ex-primeira-dama Ruth Cardoso como forma de estratégia no combate a fome a pobreza. FHC conquista o direito de tentar a reeleição após modificar a constituição em seu próprio benefício vence novamente. O segundo mandato de FHC por volta de 1999 é marcado pela atuação mais ativa de Ruth Cardoso que continua à frente do Programa e o redesenha como programa Comunidade Ativa que tem por objetivo o combate à miséria e a exclusão a partir da mobilização social, principalmente nos municípios mais carentes. Dessa forma o governo também contou com a participação da primeira-dama que demonstrou que mesmo não fazendo parte direta do governo, ela esteve à frente de programas que representavam o cuidar das pessoas, de trazer uma melhor qualidade de vida para crianças e famílias carentes.

O movimento de mulheres e feministas que se iniciou nos anos 70 se intensificou nas décadas de 80 e no decorrer dos anos 90. Para Soares, o “movimento de mulheres nos anos setenta trouxe uma nova versão da mulher brasileira, que vai às ruas na defesa de seus direitos e necessidades e que realiza enormes manifestações de denúncia de suas desigualdades”. (SOARES, 1994:13). As mulheres que antes estavam ligadas a esfera do privado passam a adentrar no espaço público para reivindicar direitos. Para Pinto (1992) são nos movimentos sociais que se estabelecem na sociedade que a mulher aparece enquanto sujeito. E tal situação passou a ser interesse de pesquisas na academia. A questão gênero ganha espaço nas discussões e temas como igualdade de gênero e participação das mulheres na política estão presentes no cenário de luta no movimento de mulheres e feministas.

Nos anos de 2003 a 2010, o Brasil teve como presidente Luís Inácio Lula da Silva que, em seus oito anos de governo, imprimiu avanços na economia e na inclusão social, com a diminuição das desigualdades sociais.



Fonte:

<https://www.google.com/search?xsrf=ACYBGNRnQRjdkA2aNfqqIWA1CdIuPMh0Zg:1582074902197&q=Imagens+posse+de+Lula&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjYtba kuNznAhV3IrkGHW-OCZMQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740>. Acesso em 09 de setembro de 2018

Um dos responsáveis por essa mudança foi a criação da Bolsa Família como forma de redistribuição de riqueza. Ele foi criado através do Decreto Nº 5.209, de 17 de Setembro de 2004, tendo como finalidade a transferência direta de renda para famílias pobres e que se encontram em situação de extrema pobreza. Por mais críticas que o programa possa receber, as mulheres passaram a ter mais autonomia financeira com o pagamento sendo realizado para a mulher responsável pela família o que as empoderaram para o enfrentamento da violência doméstica, como também tiveram a chance de se profissionalizar, a partir de diferentes programas de atenção as mulheres. O programa Minha Casa, Minha Vida também fortaleceu essa autonomia. Criado em 2009, o referido programa, com subsídio do governo, deu preferência às mulheres no registro da escritura dos imóveis, já que são elas que assumem a responsabilidade da criação dos filhos em casos de divórcio. Sendo estes programas uma conquista importante para as mulheres defenderem seus direitos e lutarem por uma melhor qualidade de vida para suas famílias.

Durante a gestão do presidente Lula o governo federal investiu em políticas públicas que trouxeram mudanças na economia e no aspecto social do

país. Uma dessas iniciativas foi a criação da Secretaria de Políticas para as mulheres (SPM) que tem por objetivo, dentre outros, a diminuição/eliminação das desigualdades de gênero. Outra importante conquista para as mulheres foi a criação da Lei Maria da Penha (Lei 11.340/2006) que assegura direitos e a defesa de mulheres vítimas de violência, além da mais recente Lei do Femicídio, Lei de n.13.104, de 09 de março de 2015, a qual transforma no *roll* de crimes hediondos o crime de homicídios contra a mulher. Essa Lei é um grande avanço na luta pelo fim da violência contra a mulher. No entanto, vale destacar, que a violência e o homicídio contra a mulher só aumenta no Brasil, o que demonstra que a relação e violência de gênero no Brasil é uma construção muito mais de fundamento cultural do que judiciária. Entrementes, a referida Lei, pelo menos, tem servido para denunciar, de forma contundente, a violência contra a mulher num contexto de uma sociedade ainda caracteristicamente marcada com traços do patriarcado e do machismo.

Nesses quase trinta anos de prática democrática e eleições diretas no Brasil, mulheres que estiveram na disputa em eleições presidenciais e demonstraram forte potencial de vitória, foram Dilma Rousseff (PT) e Marina Silva (PV) nas eleições de 2010. O resultado das eleições culminou com a vitória de Dilma Rousseff, eleita a primeira mulher presidente do Brasil e reeleita, nas Eleições de 2014, entrando novamente para a História como a primeira mulher reeleita à presidência do Brasil. As suas vitórias a ingressou na galeria de líderes do sexo feminino na América Latina. Além dela também foram eleitas na Argentina, Cristina Kirchner, a primeira mulher eleita presidente pelo voto direto, no ano de 2007 e reeleita em 2011 e Michelle Bachelet, a primeira mulher Presidente do Chile em 2006 e em 2014.



Fonte:

<https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNRnQRjdkA2aNfqq1WA1CdIuPMh0Zg:1582074902197&q=Imagens+posse+de+Lula&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjYtba kuNznAhV3IrkGHW-OCZMQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740>. Acesso em 09 de setembro de 2018

Ao refletir sobre as campanhas de 2010 e 2014 no Brasil, os discursos produzidos pela candidata Dilma Rousseff foi focado na sua condição de gênero, podemos enfatizar que boa parte de seu programa eleitoral foi voltado para a mulher; se utilizando de expressões como “mãe do povo”, “mulher trabalhadora”, “mulher avó”, “mulher guerreira”, entre outras expressões que marcaram o seu programa eleitoral.

Assim como no governo de Lula a gestão da presidenta Dilma apresentou avanços quanto à questão das mulheres. Uma das conquistas para as mulheres brasileiras foi a aprovação na Câmara dos Deputados, como já mencionado acima, da Lei do Feminicídio. Ainda nesse ensejo, a Central de Atendimento à Mulher Disque 180 criada em 2006 passa a ser disque denúncia, a partir de 2014, no atendimento e orientação a vítimas de agressão. Outra conquista foi o Programa Rede Cegonha que visa ampliar a qualidade da assistência a mães, bebês e crianças atendidas pelo Sistema Único de Saúde (SUS) desde março de 2011.

Dilma Rousseff foi reeleita presidenta nas eleições de 2014. Ela enfrentou cinquenta pedidos de impeachment no decorrer do ano de 2015 e boa parte desses pedidos foram arquivados por falta de material probatório. Entretanto, um desses pedidos foi aceito pelo então presidente da Câmara, o deputado Eduardo Cunha que seguiu para apreciação na Câmara dos deputados. A denúncia estava baseada no Crime de responsabilidade e apesar da Defesa argumentar que não houve crime, no dia 31 de Agosto de 2016 Dilma teve seu mandato cassado em votação no plenário do Senado. Porém, manteve o direito a exercer funções públicas.

Assim, a partir desse rápido panorama de lutas das mulheres por espaços na sociedade e de poder político é possível observar grandes e importantes avanços o que demonstra que o empoderamento do feminino é uma realidade e um processo de uma constante luta e transformação, sobretudo, dos valores culturais vigentes. E esse processo de conquistas possibilitou um maior interesse de mulheres em participar dos espaços de poder. Antes, a luta era pelo

voto. Hoje, a luta é que possamos ter mais mulheres eleitas e ocupando cargos públicos. Apesar do aumento da participação de mulheres nas campanhas eleitorais o número é ainda insignificante, mesmo que o país teve como presidente uma mulher ao observar outros cargos esse número não reflete bem o número de mulheres nas campanhas eleitorais disputando o voto dos eleitores. E é nesse aspecto do voto que nos chama atenção. Não de entender a razão de termos ainda poucas mulheres nos espaços de poder. Mas é através do voto que podemos entender as motivações dos eleitores para escolher certos candidatos e desconsiderar outros. O voto faz parte de um sistema política e de uma prática democrática. Escolhemos nossos representantes através do voto. E não podemos deixar de abrir um espaço para uma discussão mais ampla sobre a democracia e uma democracia representativa.

CAPÍTULO III - DEMOCRACIA E DISPUTAS ELEITORAIS

3.1 Brasil: um país democrático

Ao longo da história do Brasil pode ser observado vários tipos de formas de governo e organização política e social. Hoje, o regime mais adotado é a Democracia. O termo democracia é designado a um sistema de governo que o povo escolhe seus representantes.

O conceito de democracia surgiu na Grécia Antiga, em 510 a.C., quando o aristocrata Clístenes, progressista, foi o líder de uma revolução contra o último tirano a governar Atenas. Ele iniciou reformas que possibilitaram a implantação da democracia.

A cidade de Atenas se dividiu em dez unidades, chamadas de “demos”. Fato que proporcionou que o novo regime fosse denominado de “demokratia”. O termo, inclusive, tem como significado “poder do povo”. Mas, quem era esse povo em Atenas? O aristocrata Clístenes fazia parte da elite, mas pertencia a elite de poder econômico, sem poder político. A oligarquia existia em Atenas, e os latifundiários detinham o poder. Os novos ricos, na pessoa de Clístenes, propõem uma nova forma de administrar para dar poder ao povo que vai dar vez e voz ao cidadão como povo. Cidadão homem, acima de 18 anos, filho de pai e mãe Ateniense e nascido em Atenas. Então, havia uma exclusão de mulheres, escravos, estrangeiros. Com isso há um recorte de classe e gênero. O povo conquistou a autonomia que podia votar, eleger e destituir, bem diferente do que encontramos no Ocidente.

A democracia no nosso país é uma conquista recente. No de 1964 os militares deram um golpe e tomaram o poder, instituindo a Ditadura Militar. No dia 15 de março de 1985, tomava posse José Sarney, o primeiro presidente civil após 21 anos de governos militares. Nesse mesmo ano com a onda de mudanças no país surge o que conhecemos mais na prática como democracia e que ganhou mais força com a Constituição de 1988. A democracia é aplicada na constituição, na própria organização política e dos poderes e podemos dizer que tem uma relação com a ideia de cidadania.

Entender esse processo político da nossa sociedade é fundamental para pensar como podemos garantir melhoria da qualidade de vida para todos. É

nesse ponto que a questão da cidadania deve fazer parte do debate. Quando o termo se refere ao conjunto de direitos, tais como: civis, políticos e sociais. Na história do Brasil, conseguimos perceber o quanto é frágil garantir que as necessidades do povo sejam atendidas. Intimamente ligada ao fato do povo como cidadão faz parte de um Estado, ele pertence a algo maior e bem complexo: “a identidade nacional se deve a fatores como religião, língua e, sobretudo, lutas e guerras. A lealdade ao Estado depende do grau de participação política”. (CARVALHO, 2003, p. 12).

Pensando na nossa História, o voto é a chave de se ter representantes que garantam direitos dos cidadãos. Na percepção de Jairo Nicolau (2002) sobre a História do Voto no período do Império, as eleições eram realizadas sem a garantia da legitimidade do processo. Não existia título de Eleitor e ocorria o chamado voto por procuração. Nesse período o eleitor era escolhido para decidir quem ocuparia os cargos. O período da Independência se iniciou a partir da Revolução Liberal do Porto que acarretou no rompimento entre Brasil e Portugal em 1822. E as consequências do processo de independência do Brasil foi o surgimento do Brasil como Nação independente. E ainda a construção da nacionalidade “brasileira”, o estabelecimento de uma Monarquia¹⁶ nas Américas. Outro ponto, essa nacionalidade é uma construção que vem de 1850 para ter imagem do passado como luso, heroico e superioridade branca e índios e negros concordando com a dominação branca.

A Constituição do Brasil Imperial foi outorgada em 1824 pelo Imperador D. Pedro I e vigente até a declaração da Constituição de 1889. A constituição surge como forma de legitimar o novo império e garantir o equilíbrio entre os vários grupos que disputavam o poder político. E estabelece os três poderes: O Executivo, o Legislativo e o Judiciário. E, à época um quarto poder, chamado de Moderador, regimentado pelo imperador que se esforça em criar uma sociedade progressista, estabelecendo o voto indireto e censitário.

Podiam votar todos os homens de 25 anos ou mais que tivessem renda mínima de 100 mil-réis. Todos os cidadãos qualificados eram obrigados a votar. As mulheres não votavam e os escravos

¹⁶ As colônias rompem com os países ibéricos e vamos ter somente o Brasil monárquico. Essa monarquia passa a existir, pois ela decorre de um acordo entre as elites, a portuguesa comerciante e brasileira latifundiária e escravista.

naturalmente, não eram considerados cidadãos. Os libertos podiam votar na eleição primária. A limitação de idade comportava exceções. O limite caía para 21 anos no caso dos chefes de família, dos oficiais militares, bacharéis, clérigos, empregados públicos, em geral de todos que tivessem independência econômica [...]. A lei brasileira permitia ainda que os analfabetos votassem. (CARVALHO, 2008, p. 30)

O direito ao voto não era para todos excluindo mulheres e escravos desse processo. O que nos chama atenção é que após a constituição o país passou por sucessivas eleições e a preocupação de regulamentar o processo eleitoral.

A eleição era indireta, feita em dois turnos. No primeiro os votantes escolhiam os eleitores, na proporção de um eleitor para cada 100 domicílios. Os eleitores, que deviam ter renda de 200 mil-réis, elegiam os deputados e senadores. Os deputados eram eleitos em lista tríplice, da qual o Imperador escolhia o candidato de sua preferência. Os senadores eram vitalícios, os deputados tinham mandatos de quatro anos, a não ser que a Câmara fosse dissolvida antes. Nos municípios, os vereadores e juizes de paz eram eleitos pelos votantes em um só turno. Os presidentes de província eram de nomeação do governo central. (CARVALHO, 2008, p. 30).

O exercício do voto no país se torna sigiloso no ano 1875. Uma das medidas para impedir as fraudes nas eleições foi a implantação do título do eleitor. Tal mudança abre caminho para um processo longo que regulamente a eleição e que resultará posteriormente em sistemas reguladores como o Tribunal Superior Eleitoral.

O voto nesse momento era resultado de um jogo de negociação com o chefe local e podemos dizer que há uma atenção maior na importância daqueles que exerciam o voto. Carvalho (2008) atenta que o voto era um ato de lealdade e gratidão. O poder de negociação é algo bem atual quando observamos em eleições mais recentes conquistar o voto do eleitor é tratado como algo que pode barganhar e negociar. O voto é considerado uma mercadoria a ser conquistada de todas as formas possíveis.

Como medida para moralizar o processo eleitoral, o título de eleitor foi instituído em 1881, por meio da Lei Saraiva (abolição do voto indireto). Nicolau (2002) aponta que o alistamento eleitoral acontecia no dia da eleição o que já possibilitava as fraudes.

As transformações sociais e econômicas do país deram condições para a chegada da República. O fim do abolicionismo e a necessidade de mercados

consumidores, como os negros marcaram esse período. Mesmo com a liberdade os negros eram marginalizados.

Após a Proclamação da República em 1889 se encerrava a monarquia constitucional. Nesse período podemos atentar para a transformação do sistema político no país, mesmo assim o exercício do voto ainda não era garantido para menores de 21 anos, mulheres e analfabetos. O país segue o modelo baseado na experiência americana,

A descentralização tinha o efeito positivo de aproximar o governo da população via eleição de presidentes e prefeitos. Mas, a aproximação se deu, sobretudo com as elites locais. A descentralização facilitou a formação de sólidas oligarquias estaduais, apoiadas em partidos únicos, também estaduais. (CARVALHO, 2008, p. 41).

Embora a Constituição de 1891 tenha estabelecido as eleições diretas, o primeiro governante foi escolhido pelo legislativo federal. Era evidente a forte relação entre os presidentes de Estado e o presidente da República.

O coronelismo não era apenas um obstáculo ao livre exercício dos direitos políticos. Ou melhor, ele impedia a participação política porque antes negava os direitos civis. Nas fazendas, imperava a lei do coronel, criada por ele, executada por ele. Seus trabalhadores e dependentes não eram cidadãos do Estado brasileiro, eram súditos dele. (CARVALHO, 2008, p. 57).

O período ficou marcado por fortes revoltas civis e militares. A constituição não garantia direitos civis e políticos. E a questão da cidadania também não se fortalecia. Do período de 1894 a 1930 é a fase em que no país os grandes proprietários de terra detiveram o poder político em defesa de seus interesses.

O movimento de 1930 apesar da ascensão de Getúlio Vargas o país ainda era marcado pelos quadros políticos que continuavam a pertencer às oligarquias. E o termo “revolução de 30” se perde nessa persistente realidade política do país.

Os presidentes de Estado foram afastados e substituídos por interventores nomeados pelo Presidente da República. Estes, em grande parte, tenentes partícipes do movimento revolucionário e desvinculados das tradicionais estruturas do poder local, tornaram-se instrumentos através dos quais se pretendia dobrar a espinha do poder oligárquico, submetendo as

chefias estaduais ao jugo do governo central. (CITADINO, 2006, p.68).

O que chama atenção é o fato de que os chefes de governo eram escolhidos a partir de um sistema que o executivo federal era responsável por nomear as chefias dos governos estaduais, para Souza (1983).

O sistema de interventorias pouco ou nada interferia com os pilares do poder político nos estados, nem era esse seu intuito. [...]. Removia-se assim boa parte dos empecilhos à centralização administrativa e estabelecia-se, através do interventor, uma convivência entre as diversas correntes da política regional, sem que o governo central entrasse em conflito aberto com elas ou sequer acenasse com qualquer ameaça a seus interesses políticos. (SOUZA, 1983, p.86-87).

Ainda no uso das contribuições da autora, essa forma de sistema de interventores era a maneira do poder central ter controle em cada Estado, mesmo com as diferenças entre os Estados. Até então, não houve uma mudança significativa do processo de escolha dos representantes. O avanço se dá na conquista do voto das mulheres através do Código Eleitoral em 1932. Outro ponto a ser destacado é quanto ao voto secreto e as condições de sigilo para esse voto.

Ainda no Governo de Vargas destacamos o projeto de nacionalização como política de desenvolvimento do país. Podemos destacar Nesse período ocorre uma reestruturação do Estado com a criação de agências com o objetivo de formulações de políticas econômicas. E pela primeira vez na história política e social do país Vargas implementou políticas de direitos sociais e trabalhistas. O país apresentava um regime democrático por se identificar com o povo.

De 1930 a 1964 o país foi caracterizado como populismo. A relação direta entre o líder e as massas. Foi uma estratégia na defesa de conciliação das diferentes classes, na identificação com a luta do povo. Entretanto, essa liderança estava baseada no carisma e na troca de favores.

Entre os anos de 1939 e 1945 o mundo passava pelo maior conflito já registrado na história da humanidade, a Segunda Guerra Mundial. Em 1942 o Brasil rompe relações diplomáticas com o Eixo (Alemanha, Itália e Japão) e consolida o acordo com os Estados Unidos. A participação do Brasil no período de guerra acabou colocando a nossa realidade política em cheque. Enquanto, o

Brasil estava numa ditadura¹⁷, na Europa entrava em combate com a ditadura fascista. Diante desses conflitos se questiona no país a situação de ditadura e era inevitável não discutir sobre a redemocratização no país. E Getúlio Vargas surge como o grande defensor do regime democrático. A realização das eleições pelas organizações partidárias aconteceu num período muito curto e elegeu em 1945 o general Eurico Gaspar Dutra. No ano de 1955 a Justiça Eleitoral formula cédulas e exige identificação dos votantes com o objetivo de acabar com as fraudes.

Em 24 de agosto de 1954, após anunciar sua renúncia ao cargo Vargas surpreende a todos com o suicídio cumprindo a frase célebre “sai da vida para entrar na História”. Após sua morte a imagem de Vargas é designada como aquele do povo, o herói do povo. A comoção diante de tal ato revelou uma forma de identificação do povo com o representante e Vargas ficou conhecido como “Pai do povo”.

As eleições que sucederam foram marcadas por tensões. Em 1955 Juscelino Kubitschek consegue se eleger trazendo o plano de metas como modelo de desenvolvimento econômico no país tendo como principal lema fazer desenvolver o Brasil “50 anos em 5”. Após o fim do mandato quem assume o país é Jânio Quadros e a tensão de um possível golpe militar é retomada em 1960. O mesmo teve um mandato polêmico durante apenas sete meses até sua renúncia. A condução política de uma política externa independente de incentivo ao mercado consumidor externo dos produtos brasileiros não estava agradando os políticos. E em 1961 acontece a renúncia de Jânio Quadros. Nesse mesmo ano ocorre o parlamentarismo consequência de um acordo político que garantiu a posse de João Goulart. Parte de seus poderes foram transferidos para o primeiro-ministro. Essa forma de sistema não atribuía poder ao presidente. Durante os quase dois anos de sistema parlamentarista no país tivemos como ministros Tancredo Neves, Brochado da Rocha e Hermes Lima. Em 1963 é antecipado o plebiscito. O povo foi chamado a votar e decidiu pela volta do presidencialismo.

¹⁷ O Estado Novo foi caracterizado por ter uma ditadura civil.

Mas, os anos de 1964 a 1985 reconfiguraram o sistema político. O golpe militar estabeleceu um regime autoritário que marcou profundamente a organização social e política do Brasil.

A ditadura militar, contou inicialmente com dois presidentes militares, eleitos indiretamente, seguidos por uma junta governativa composta por três comandantes militares e mais três presidentes militares. A eleição indireta de Tancredo Neves e José Sarney, seu vice, marca o término da triste forma de dominação política imposta pelos militares, associados às formas mais conservadoras do país e a instauração da “Nova República”. (LIMA, 1999, p. 13).

Uma importante característica do golpe é a falta de garantia do voto direto para Presidente da República. O período foi marcado pela limitação da liberdade de expressão, opinião e de imprensa. As perseguições, prisões e a instauração de interrogatórios trazia medo à população. Era impossível pensar em garantias de direitos civis e políticos.

O início dos anos 70 foi marcado pelo chamado “milagre econômico”. O período é caracterizado pelo crescimento econômico acelerado resultado das reformas ocorridas em governos anteriores. No plano político o país vivia o auge da censura e atos de violência contra os opositores. Outros acontecimentos marcaram a época, como a transmissão à cores na televisão brasileira e o Brasil ganha o tricampeonato mundial de futebol no México momento que o governo usa desse fato para realizar campanhas ufanistas. Na esfera política mundial passamos pela Guerra fria e Guerra do Vietnã. Na América do Sul ocorria o golpe de Pinochet no Chile, em 1973.

Os anos de 1974 ainda marcava o processo eleitoral como não democrático. Através de eleições indiretas o Congresso Nacional escolhe o Presidente da República. Ernesto Geisel assume o governo com a promessa do retorno à democracia. Dentro do projeto de redemocratização do país estão a suspensão parcial da censura sobre os meios de comunicação e a revogação dos mecanismos que cerceavam as liberdades públicas, direitos individuais. Era claro que o regime militar não se sustentava mais. Um aspecto que chama atenção é o forte movimento sindical que junto a partidos como o Partido dos Trabalhadores (PT) realizaram disputas importantes na política com a proposta

da independência do controle estatal. Como também o movimento estudantil começou a reconstruir as organizações representativas.

A década de 80 ocorre o movimento civil de reivindicação das eleições presidenciais diretas no Brasil chamado de “Diretas Já”,

A campanha para as eleições diretas foi, sem dúvida, a maior mobilização popular da história do país, se medida pelo número de pessoas que nas capitais e nas maiores cidades saíram às ruas [...] Tentativas esporádicas de impedir manifestações, partidas de alguns militares inconformados com a abertura, não tiveram êxito. A ampla cobertura da Imprensa, inclusive da Rede Globo, tornava quase impossível deter o movimento. (CARVALHO, 2008, p. 189).

Uma das maiores manifestações reconhecidas na história política do país as “Diretas Já” começou em maio de 1983 até 1984. Mesmo com as fortes pressões, a emenda do Deputado Federal Dante de Oliveira que previa o fim do Colégio Eleitoral não foi aprovada pelo Congresso Nacional, por uma diferença de 22 votos. O país manteve o sistema indireto de voto para escolha do Presidente da República até 1985. O movimento teve intensa participação popular e traduziu a insatisfação do brasileiro frente a perseguição política e ao regime militar.

É indiscutível a mudança na própria cabeça da população como parte da sociedade em reivindicar o direito de escolher quem os representem. A luta pelas eleições diretas uniu vários segmentos da sociedade. Milhares de pessoas foram às ruas para garantir o direito de votar. Faz desse momento uma festa do povo para o povo que marca nossa história política e reflete em manifestações de protestos nos dias de hoje.

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988, em 5 de Outubro, o Brasil completava a “transição democrática”. Nesse período foi possível pensar numa Democracia Representativa Liberal é o que nos atenta Cordão (2015) que o desejo da conquista democrática não se deu de forma tranquila ao projeto do liberalismo.

A adoção do modelo liberal, desde o império, não se tornou garantia de que o Brasil seria uma sociedade democrática; pelo contrário, produziu a exclusão de grupos historicamente marginalizados. Reações à inclusão de negros e indígenas, de pobres e da população LGBT, expressam o quanto a democracia é vista como um mal por uma parte da sociedade, um empecilho

para a manutenção de sua posição dominante e hierarquizadora. (CORDÃO, 2015, p.28).

A realidade política e econômica do país necessitava de superar o desafio de se ajustar as condições criadas pela nova economia mundial. A autora ainda propõe que esse desafio estimulou a chamada “redemocratização, assim nos diz,

Foi esse medo que estimulou uma “redemocratização” fundamentada no discurso liberal, com uma forte defesa dos ideais de liberdade colocados como oposição ao autoritarismo da ditadura civil-militar, a despeito dos “paladinos da liberdade” terem colaborado com esta. Ao mesmo tempo, houve um esforço por silenciar e ocultar ideias democráticas, não elitistas e, por isso, tidas como “radicais”.

O Brasil após um período de regime militar era necessário a volta da democracia ao país. A proposta liberal e um modelo de redemocratização permite a conjuntura política das primeiras eleições presidenciais diretas no Brasil. Assim seguem-se governos eleitos democraticamente no período de 1994 a 2018. Mas, que democracia é essa que vivenciamos? É notório a dificuldade de atender os interesses individuais e coletivos, de toda forma o que deve prevalecer é o interesse da maioria, gerando assim um governo mais democrático. O país sinaliza uma democracia participativa, como afirma Souza (2002) a ampliação da democracia traz um despertar da redefinição do significado de práticas políticas e temas políticos como questões de tabu como o aborto insistem em aparecer durante as campanhas eleitorais ou mesmo o posicionamento religioso dos candidatos.

O objetivo aqui foi sinalizar os momentos políticos na história do nosso país que permitiram o que hoje entendemos por democracia representativa. O próximo tópico discute sobre as disputas eleitorais e como se dá a participação dos eleitores no chamado “tempo da política” levando em consideração a questão do voto que é bem mais discutido no último capítulo.

3.2. Disputas eleitorais: participação dos candidatos e eleitores

O “tempo da política” é aquele momento em que chamamos de período eleitoral, onde as cidades ficam tomadas de papéis, os políticos distribuem

cartazes de campanha, santinhos dos mais variados tamanhos e tipos, as casas têm seus muros pintados com o nome dos candidatos. Os carros de sons tocam músicas de campanha de ritmo fácil para chegar ao ouvido e na boca dos eleitores, estas são repetitivas, portanto, de fácil apreensão. Esse tempo é especial e demarca a presença destes elementos associados ao aparecimento dos candidatos na mídia e comícios caracteriza o que podemos chamar do tempo da política. Como caracteriza, o tempo da política,

Não gosto muito de falar de política. Política é jogo de marketing, muita coisa é falada que a gente não sabe se é verdade. Os candidatos procuram conseguir o voto a todo custo para se eleger e depois eles nem lembram da população. (Desempregada, 36 anos, Centro)

Nessa fala se destaca ao fato que a informante não gosta de falar de política por entender esse processo como um jogo de disputas que muitas informações são compartilhadas e que podem não ser verdade. Principalmente, num momento em que o uso das “*fake news*” como recurso para desconstruir a imagem das pessoas e influenciar nas opiniões. É interessante esse fato porque a conversa com a informante aconteceu no comitê da então candidata deputada Estela Bezerra em 2014. Ao mesmo tempo que ela afirma não gostar de política ela também expressa sua opinião do que seja política como um momento dos políticos usarem de vários mecanismos para conseguir voto. E por estar num lugar trabalhando para uma candidata, pensamos que isso seria uma forma de indicar que a informante era envolvida mais ativamente na campanha e ali era mais uma forma de conseguir um “extra”. Durante nossa conversa ela me disse que tinha um rapaz trabalhando na campanha para essa mesma candidata, mas já tinha dito que não votaria porque ela era mulher. Fato que chamou atenção porque nesse momento já entra em questões como gênero e política que podem ser mais profundamente analisadas em outro momento. Infelizmente, não foi possível entrar em contato com esse rapaz ou mesmo marcar uma entrevista para entender as razões dele não querer votar numa mulher.

Os políticos estrategicamente com toda a sua equipe, buscam na cultura, na vida cotidiana, elementos para integrar os meios de cooptações que legitimem o voto, através de identificações. Como mostra Irlys Barreira a relação política cotidiana:

Uma floresta de símbolos habita, portanto, um amplo cenário composto de experiências, instituições e espaços em torno dos quais as candidaturas podem fazer emergir os seus enredos. Os símbolos de campanha, não obstante a diferenciação que os caracteriza, têm a função de reavivar os laços entre política e vida cotidiana. (BARREIRA, 1998, p. 210)

Neste tempo das campanhas eleitorais são construídas relações entre eleitores e candidatos que dão cara e cor no processo eleitoral. Como já foi pensado anteriormente nas contribuições de Irllys Barreira (2006) a campanha eleitoral é encarada como um ritual que proporciona proximidade, identificação, é o fazer parte desse universo tão emblemático da representação política. O político vai ao encontro do povo no uso de estratégias de convencimento para angariar votos. Esse momento traz elementos de compreensão dos processos que se constroem as representações sobre a política e voto. É nesse interim que destacamos esse *“tempo da política”* como desafiador e que nos oferece caminho para entender as motivações e significados do voto. Nosso cenário político é a Cidade de Campina de Grande e é nesse lugar que buscamos os eleitores como fundamentais para a construção do texto. Como é a participação dos eleitores?

Esse clima de festa no uso das cores como forma de identificação é o que atenta Marco Antônio Bonelli (1996) ao apontar para a simbologia das cores como recurso dos candidatos. Para o autor as cores usadas são carregadas de significados.

Retomando um pouco das discussões sobre as questões das eleições municipais de Campina Grande – PB em 2008 que foram marcados por dois turnos, os candidatos Veneziano Vital do Rêgo (PMDB) tentando a reeleição e do Deputado Federal Rômulo Gouveia¹⁸, então do (PSDB) proporcionaram o momento das campanhas eleitorais um momento de festa. E o uso das cores nos chamou a atenção, pois utilizaram respectivamente como cores de campanha o amarelo e o vermelho para diferenciar os partidos políticos. A cidade ficou tomada de vermelho e amarelo, as casas e veículos eram enfeitados com

¹⁸ O Deputado Federal Rômulo Gouveia (PSD) faleceu no dia 13 de Maio de 2018.

filhos, bandeiras e cartazes da cor dos candidatos, nos dias de eleições as pessoas também se vestiam com a cores que se destacavam na campanha. A cidade ficou literalmente amarela e vermelha. Em meio a buzinas e músicas, as cores vibravam como um período de festa, extra cotidiano.



Fonte:

<https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNSSiomqUJJn5XQDuhsD18ytb5K06A:1582075526879&q=bandeiras+de+pol%C3%ADticos+em+campanha+eleitoral&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwie96XOutznAhXAILkGHS0hD8wQsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740>. Acesso em 04 de setembro de 2018

A festa da participação dos eleitores na identificação com o candidato, partido e projeto político. É fazer parte de algo bem maior que se expressa bem mais claramente no momento das campanhas. Cessada a campanha política tudo se acalma, a cidade após algumas semanas, não está mais dividida pelas cores, volta-se a normalidade¹⁹, embora que o candidato eleito continue a utilizar a sua cor de campanha como marca de seu governo.

Durante a campanha política é igual jogo de futebol só é discutido enquanto está acontecendo naquele momento, naquele evento, depois que passa acaba. É só febre do momento mesmo. Tem gente que fala, que briga. Às vezes é só porque gosta da pessoa, tem gente que diz “ah vou votar naquela pessoa, porque desde pequenininho meu pai já votava”. Só voto mesmo e pronto, gosto da folia daquele momento. (Autônoma, 21 anos, Palmeira).

¹⁹ Entendendo normalidade como um período de transição do momento das campanhas para o fim do processo eleitoral.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsr=ACYBGNSfeC8GxfJJ4Z7uOCOK_U9CNLfvpQ:1582075670404&q=imagens+de+passeatas+de+candidatos&tbn=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwi5it6Su9znAhWCIbkGHYCuD-4QsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 04 de setembro de 2018.

Essa certa normalidade é o que expressa nossa informante ao comparar os momentos da campanha eleitoral com o jogo de futebol. Eventos diferentes e como dizem por aí, “não se discute”, mas que revelam as emoções dos torcedores e eleitores. Basta observar o clima na cidade quando o nosso time de futebol está participando da Copa do Mundo, a cidade para. O uso das cores verde e amarela é intensa nas ruas e entre a população. Os torcedores se recolhem nos lugares de preferência para assistir os jogos e na ansiedade para ver um gol expressa todas as suas emoções que se extravasam quando um gol acontece. E não é diferente na política. Pessoas vão as ruas, acompanham seus candidatos e torcem para que eles consigam o êxito. E nas apurações dos votos o quanto se fica ansioso para saber o resultado. Com o resultado positivo e a eleição do candidato é a sensação que seu time venceu.



Fonte:

https://www.google.com/search?sxsrfeC8GxfJJ4Z7uOCOK_U9CNLfvpQ:1582075670404&q=imagens+de+passeatas+de+candidatos&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwi5it6Su9znAhWCIbkGHYCuD-4QsAR6BAgKEAE&biw=1600&bih=740. Acesso em 04 de setembro de 2018.

Posso enfatizar claramente o momento da campanha eleitoral como festa da política. Já nas observações de Émile Durkheim sobre as Formas elementares da vida religiosa, o autor afirmava que toda festa tem característica de cerimônia religiosa, assim nos diz

Toda festa, mesmo quando puramente laica em suas origens, tem certas características de cerimônia religiosa, em todos os casos ela tem por efeito aproximar os indivíduos, colocar em movimento as massas e suscitar assim um estado de efervescência, às vezes mesmo de delírio, que não é desprovido de parentesco com o estado religioso.(...) Pode-se observar, também, tanto num caso como no outro, as mesmas manifestações: gritos, cantos, música, movimentos violentos, danças, procura de excitantes que elevem o nível vital etc. (DURKHEIM, 1968, p. 542-544).

Ao perceber os torcedores em estádios de futebol, dos eleitores nas caminhadas com os políticos e dos religiosos na Igreja o que os une é justamente essa possibilidade de estar junto e compartilhar as mesmas emoções. O momento político vivido na cidade de Campina Grande em 2008 pode ser revivido nas eleições de 2018 e por quê não nas futuras. Os eleitores que tinham identificação com o discurso de Jair Bolsonaro candidato a presidente, não pouparam esforços de sair nas ruas vestidos de verde e amarelo, como forma de demonstrar sua escolha. No dia mesmo da votação era claro essa manifestação silenciosa que só veio a tornar-se festa com a confirmação do resultado da eleição. E digo isso, pois a música, os gritos, o estar junto brindando

e comemorando se manifesta logo após o encerramento da votação. E até o resultado final, a tensão ainda persiste e só se sente livre para comemorar quando o nome do seu candidato é confirmado. Conhecem a frase, “Não perdi meu voto” e “votei certo”? Nesse contexto, ela é suave e acalma a alma. É o que Durkheim chama de “efervescência coletiva”. E assim como o processo das campanhas eleitorais é um processo ritual, a festa é ritualística também. Pois, fogem a rotina e do cotidiano.

Desta forma, os indivíduos votam por diferentes razões e utilizam a cor do candidato também por diferentes razões, portanto não se trata de uma relação ingênua, mas de um jogo de cores utilizado estrategicamente e que a cultura é fundamental para compreender tal processo, pois as cores são carregadas de sentidos reconhecidos na cultura, ou melhor, se tornam símbolos na cultura, no cotidiano.

A festa tem sido objeto de estudo de vários pesquisadores. Ela não é mais somente encarada como movimento de desordem. A festa reúne elementos que conservam as tradições, reúne classes diferentes. Ela é uma manifestação da sociabilidade. Ao tratar sobre participação de candidatos e eleitores nos processos eleitorais observamos a construção de vínculos sociais que podem ser gerados antes mesmo das campanhas ou ser manifestadas durante o processo. A festa da participação é justamente esse encontro, festivo, de eleitores e candidatos que estão juntos e se relacionam no momento da campanha. Essa é uma perspectiva que trata a festa como sociação,

A forma lúdica de sociação não tem conteúdo, nem propósitos objetivos, nem resultados exteriores, é uma estrutura sociológica que, em sua relação com a sociação concreta, determinada pelo conteúdo, é semelhante à relação do trabalho de arte com a realidade. (PEREZ, 2002, p.19)

Para que seja possível entender uma sociedade, Georg Simmel (2006) nos atenta para a questão de forma e conteúdo que serve para apreensão dos fenômenos sociais, não só daquela que foi estudada no século XIX de tal momento histórico, mas também não deixa de se atualizar para entendermos nossa própria realidade. Refletir sobre uma sociedade é observar quais os fatores que possibilitam a vida social e o que levam os sujeitos a se agregarem,

a se interagirem. Nesse aspecto Simmel destaca que o processo de interação dos sujeitos são formas sociais, ou seja, formas que os indivíduos se agregam. E são eles que buscam os espaços de socialização para atender a determinados interesses que não podem ser encarados como um meio de atender as necessidades, estar junto é muito maior do que isso. A interação entre os sujeitos constrói um vínculo, um sentimento de algo bom, felicidade, satisfação, tensão. Aqui não há uma preocupação de apresentar a individualidade. E as formas não só nos ajudam a compreender o mundo social, mas também constroem o mundo social e se molda conforme as relações mudam.

De tal forma, o carnaval, futebol, religião e as festas são formas de estar junto, de vivenciar e compartilhar experiências que são únicas. Por mais que sejam acontecimentos que estão no calendário do brasileiro são percebidas como fenômenos únicos e como parte das representações e práticas culturais do país. E a política não foge a essa noção quando temos no momento das campanhas eleitorais a participação de eleitores e candidatos. De um lado eleitores que expressam de várias formas suas escolhas e de outro os candidatos que apresentam como desejam conquistar o eleitorado e dessa forma se constroem os vínculos sociais.

Nos recorda nas eleições presidenciais de 2010, o Brasil pela primeira vez na história podia ter como mulher uma presidenta. Depois da conquista do voto em 1932 chegar quase 80 anos depois a chance de uma mulher assumir a presidência.

No 1º turno Dilma Rousseff teve uma baixa aceitação entre as mulheres, o que fez do seu discurso no 2º turno mais intenso para conquistar adesões e votos, o que acabou dando certo, pois a candidata conseguiu apoio das mulheres de forma impressionante, que culminou num movimento chamado “Movimento Lilás”, criado pelas eleitoras do blog “Mulheres com Dilma”, convocando todas as mulheres a apoiarem a candidata:

Esta semana as mulheres sindicalistas estão colorindo São Paulo com as cores da vitória. Hoje, às 10 horas, elas organizam um ato em Presidente Prudente e, às 15h, em Bauru, para manifestar apoio a Dilma Rousseff. “A semana Lilás é para colocar a mulher na política, pois precisamos de políticas públicas que atendam às mulheres e também a outros grupos excluídos, mas que necessitam de atenção especial como os negros, os jovens e os deficientes. E tenho certeza de que Mercadante é o candidato

mais preparado para implantar estas ações”. (Depoimento de uma das dirigentes do movimento).

Na nossa sociedade as distinções entre homens e mulheres vão além do discurso, comportamento, atitudes. As cores também são elementos utilizados para diferenciar, quando crianças nossos pais já nos ensinam que a cor azul é para meninos e rosa é para meninas. Dessa forma, a escolha da cor lilás para movimento mostra o apelo a condição feminina e a delicadeza das mulheres, como afirma Barreira (2008) “As candidatas femininas constroem estratégias, elaborando um sentido cênico e uma estrutura discursiva, que aparecem como um ‘a mais’ um além que afirma alusões à universalidade de valores”. (BARREIRA, 2008, p. 71).

De tal maneira, que as cores em campanhas eleitorais é um elemento que não pode passar despercebido na relação entre cultura e política. É uma estratégia de campanha que se alinha a outros mecanismos de cooptação de votos. O uso das cores vai estar de forma emblemática no processo eleitoral de 2018. Quando o uso das cores verde e amarelo fez parte da campanha de Jair Bolsonaro a presidência do Brasil como forma de apresentar a ideia que o país é do povo e não dos políticos, principalmente, os corruptos. A ideia de nação, pátria e pertencimento foi retomada durante a campanha. Quando muitos foram às ruas para protestas sobre os casos de corrupção no país e apoiar o então candidato à presidência.

O processo das disputas eleitorais no Brasil apresenta um modelo no qual as relações entre eleitores e candidatos muitas vezes mostram posturas inadequadas para um país que se diz pacífico e que a corrupção é negada como parte do cotidiano. Essa postura faz parte da rotina da nossa sociedade. Casos de violência e corrupção são corriqueiros. As campanhas eleitorais refletem essas práticas que são culturais e que parecem ser naturalizadas. É o troco errado não devolvido, é “furar a fila”, a famosa “carteirada”. É não aceitar a opinião do outro. É o uso da violência que expressa o quanto ainda somos uma sociedade violenta.

Essas práticas são bem expressivas nas disputas eleitorais. Quando passamos a observar nos discursos até de eleitores o clamor pelo fim da corrupção e na prática observamos vários casos que contradizem esse discurso. O comportamento do eleitor nas ações e falas não o fazem de modo ingênuo. É

certo que há uma questão de racional que aquele que defendo vai me dar em troca algo (RUA&BERNARDES,1998). E mais ainda ter uma participação ativa nos processos eleitorais é uma questão que nos remete a identidade entre grupos sociais e partidos políticos. Ser de esquerda ou de direita condiz com a identificação com o discurso, projeto político e ideias defendidas pelos partidos. Esse comportamento é base para pesquisas em Ciência Política e entendimento de uma teoria sociológica do voto. É necessário pensar não numa abordagem de uma certa “racionalidade política” e sim analisar a questão do voto como representação e de significados que configuram as relações de eleitores e candidatos.

O estudo de Antropologia da Política no Brasil tem muito a contribuir para esse processo das relações culturais e políticas. Pensar a política está muito mais além de suas instituições, é necessário refletir sobre as redes de sociabilidade, interações que atuam na construção dos processos eleitorais e de escolha dos candidatos. A política deve ser pensada culturalmente a partir das práticas do cotidiano.

não mais indagar sobre regras e comportamentos, seus ajustes e desajustes, mas sobre *práticas*; de não mais levantar questões relativas a estrutura, funções ou mesmo processos, e sim aquelas sobre *funcionamentos*; de não mais buscar a elaboração de teorias, em geral abstratas, acerca dos sistemas ou processos políticos, mas em tentar construir uma *teoria etnográfica da democracia*, no sentido malinowisciano do termo. (GOLDMAN, 2006, p. 207).

Nesse ponto, a Ciência Política ao tratar o campo político e resultados das eleições como uma questão racional não nos diz muito quando a análise parte em compreender os significados do voto para os eleitores.

Assim, voto é considerado representação. Ele é resultado da interação das pessoas com grupos e redes de sociabilidade.

como uma forma de conhecimento, socialmente elaborado e partilhado, tendo uma interação prática e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social (JODELET, 2001, p. 22).

É na fala do eleitor, no seu comportamento que entendemos que o voto expressa motivações e significados. As representações sociais são

consideradas como categorias de entendimento. De uma sociedade que revela uma imagem que se projeta nas relações, como também da relação entre as pessoas e sociedade que se interagem e constroem suas representações. Elas são parte de um processo social. Parte de práticas e rituais que os indivíduos expressam para dar sentido a vida em sociedade (JOVCHELOVITCH, 2000). Como partem de um processo as representações são mutáveis, podem ser transformadas na medida em que as relações se modificam, “fruto da ação coletiva, isto é, de uma rede de pessoas que interagem e se influenciam reciprocamente por meio de relações complexas e dinâmicas”. (KUSCHNIR, 2007, p. 9).

A campanha eleitoral toma conta da cidade e começa a fazer parte da vida dos cidadãos, ela passa a se constituir de elementos que são vivenciados no cotidiano. Candidatos estão colocando a prova se são dignos do voto dos eleitores e qualquer falha no discurso, numa situação podem prejudicar sua imagem e o mudar o pensamento e opinião dos eleitores.

A despeito de fazer parte de um processo político natural, trocas de acusações são comuns e aceitáveis na medida em que expõe os problemas apontados relativamente à governança do candidato oponente. Porém, tais trocas de acusações devem sempre limitar-se aos fatos ligados à vida política do candidato, jamais fatos de âmbito pessoal, familiar, etc. Acusações temerárias sobre âmbito pessoal de um candidato oponente devem ser sempre evitadas, na medida em que são desnecessárias à confrontação de projetos políticos distintos, que devem ser demonstrados de forma clara, sem que haja envolvimento de elementos de cunho pessoal de cada candidato. (Estudante de gastronomia, 24 anos, Prata)

A fala do estudante destaca que questões ligadas a vida pessoal dos candidatos não devem ser trazidas no jogo político. Pra ele o que interessa são os projetos políticos e as críticas devem ser isentas de expor a vida pessoal dos candidatos. Apesar que saber que na política se usa de quase tudo para influenciar a opinião dos outros e questões sobre religião, gênero acabam vindo a tona.

O “*tempo da política*” é o momento de conseguir a adesão e voto dos eleitores. O candidato tem sua equipe de campanha, sua base aliada, mas sem o voto dos eleitores ele não consegue êxito ao cargo que pretende.

Vindo dos políticos é mais aquele gesto de bondade, de abraçar todo mundo, apertar a mão, mas quando passa ninguém ver passando por um bairro pobre. E os cidadãos continuam babando de certa forma, mesmo sabendo que o político não está nem aí. (Estudante, 18 anos, Dinamérica)

Nessa época o político vai ao encontro dos seus eleitores. A forma como ele os trata são elementos considerados. Abraçar o povo, aperta a mão, parada para um cafezinho e qualquer momento de contato e conversa é observado pelos eleitores e usado na campanha dos candidatos como forma estratégica para apresentar que ele é do povo também. A fala da estudante é crítica para esses momentos. Ao dizer que os políticos só tem interesse de estar com o povo durante a campanha. Logo que acaba esse contato se cessa e culpa os eleitores também. Os cidadãos ainda procuram por esses candidatos mesmo se eles os esquecem depois da campanha, como revela nossa informante.

Mas, todas as ações de campanha dos candidatos são voltadas ao eleitor. Há uma lógica de intencionalidade daqueles que dispõem seu nome e almejam o cargo e aqueles que desejam escolher para quem vai seu voto ou não. A eleição como ritual envolve candidatos e eleitores em relações de confiança e compromisso. O “*tempo da política*” apresenta vários rituais como festas, comícios, passeatas e encontro com os moradores nos seus bairros. Esses rituais são parte das campanhas e é a chance dos candidatos terem o contato com os eleitores.

A caminhada com objetivos políticos típicos de uma campanha eleitoral é exemplo contundente de uma enunciação que faz do trajeto um espaço de afirmação e invenção — pano de fundo de uma apresentação de propostas. É um ritual de caráter extraordinário, na medida em que opera como contrafluxo, subvertendo os espaços em sua organização anterior. Os caminhantes, portadores de uma mensagem a ser publicizada, alteram os sons habituais, andam na contramão, incitam a adesão de outros, afirmando a força do coletivo. (BARREIRA, 2006, p. 02).

Assim diz a entrevistada sobre o que acha das campanhas,

Durante a campanha eles são muito amigos, são agradáveis, falam com todo mundo, mas durante a campanha. Depois todos

eles se fecham né, não é mais aquela pessoa contente, feliz. Eles querem ganhar né. Todos eles querem o que? ganhar né. Se não for amigo, contente. Eu me encontro com um candidato se essa pessoa for mal humorada não vai conseguir. Eles beijam todo mundo porque querem ganhar. Muitos querem ganhar porque eles querem mostrar que é bom, que vai fazer, que vai melhorar o país. Mas muitos estão pensando em que? Na família, empregar a família, beneficiar todos da família. Ele vai procurar benefício para si próprio. Agora tem muitos bons que pensam em melhorar o país, eu acredito, sabe? Você, você se fosse candidata, estou vendo que você ia se candidatar para mostrar que vai fazer o que você prometeu. (Empregada doméstica, 58 anos, Dinamérica)

A fala da informante atenta que nesse contato com os eleitores é um contato intencional. O candidato apresenta durante a sua campanha seus projetos de mandato e quais os temas que serão defendidos se conseguir um cargo público como forma de resolver os problemas da sociedade. O ato de abraçar e beijar um eleitor é uma forma de aproximação, mas ela acredita que o candidato é capaz de qualquer coisa para ganhar. E não só ganhar, mas fazer do seu cargo um negócio de família, beneficiando a todos com emprego.

Ao final de sua fala fomos pegos de surpresa ao escutar que se fosse uma candidata íamos cumprir o que prometemos em campanha. Essa conversa aconteceu na casa da informante. Nos conhecemos no comitê da então candidata Dilma Rousseff que disputava a reeleição para presidente. Como o lugar estava sempre movimentado era impossível ter uma conversa tranquila. Assim, fui convidada para ir a casa dela para realizar uma entrevista. Como pesquisadora me senti privilegiada com o convite. De certa forma, acreditei que ela confiou no que estava passando e permitiu a realização da entrevista em seu lar. E ao mesmo tempo, se fosse uma candidata ela teria essa mesma confiança.

O eleitor está mais atento ao que acontece nas disputas eleitorais, principalmente criticando alguns atos por parte de candidatos e dos próprios eleitores. A campanha é o momento do político se fazer presente, mostrar o que foi feito e o que pode fazer (para os casos de reeleição), de apresentar um nome novo e disputar com aqueles que têm certa experiência na política e no voto dos eleitores.

enquanto atores em situação de competição, realizam a maratona de tarefas agendadas, que os expõem permanentemente. “Ser visto”, constitui o cotidiano de suas vidas nesse momento de construção de imagens e tentativas de pactos públicos de

reconhecimento. Representar é também uma maneira de se apresentar, dotando a presença de uma visibilidade sintomática: o candidato como personagem de um drama. (BARREIRA, 2006, p. 2).

A campanha deve ser encarada como um cenário de disputa por reconhecimento. A participação dos eleitores nas campanhas nos dá a ideia de que ele se reconhece naquele candidato ou mesmo no partido político. O ato de usar a cor do partido, cantar os jingles de campanha, enfeitar carros e casas é a demonstração desse reconhecimento. E mesmo quando me deparei com situações de brigas, desentendimentos é quando esse reconhecimento chegou às últimas consequências e extrapolam qualquer convivência tranquila com aquele que pensa diferente e que defende o candidato opositor. Mas a participação dos eleitores mudou?

Eu acho exatamente pela questão econômica do país mudou a participação dos eleitores. As pessoas tem que ter mais emprego, tem oportunidade de ter seu próprio negócio, de estudar, de ter o que comer. Estão ganhando a vida mais dignamente, sem estar precisando. Antes, corriam atrás por comida, dinheiro, botijão de gás, dinheiro pagar luz e água. O país tem mudado as pessoas estão mais preocupadas em mudança. Eu acredito que eles tenham consciência. Não é mais aquela febre, estão vendo o que está dando certo, estão cuidando mais deles. O debate é hoje, as pessoas estão preocupadas com as ideias, eu acho que tem jeito. Eu fico até satisfeita com essa postura do brasileiro. (Professor, 44 anos, Jardim Paulistano).

O citado informante revela um grande problema que ainda persiste em eleições, a questão da compra de votos é um tema delicado, mas é um fato recorrente, e foi muito mais marcante em períodos eleitorais anteriores. A fala atenta que as pessoas estão em condições de vida melhor. Têm chances de vencer na vida sem a necessidade de estar pedindo por emprego ou acesso a alguns bens. E principalmente, discorre sobre os eleitores estarem mais conscientes em relação a eleição. Estão mais preocupados nos projetos políticos e ideias dos candidatos. E ele mesmo entende que essa postura do eleitor é resultado das mudanças econômicas do país.

Ao mesmo tempo,

O que é pior é a roubalheira dos políticos, claro que tem políticos honestos, acredito que tenha, mas a maioria rouba. De qualquer

jeito vai roubar, em algum projeto, em qualquer coisa vai roubar porque quando o poder sobre a cabeça. Roubar vem de antes, quanto o candidato pode pensar que vai ser mais fácil pegar em dinheiro. Eu nunca vi um candidato sendo preso, na maioria das vezes é só julgado e perde o cargo. Sabendo que vai roubar e não vai ser preso. Até os eleitores tem esse lado corrupto. Para votar em um quero ganhar alguma coisa, algum emprego, quero que ele me dê tal coisa em troca do meu voto para essa pessoa. Então, acho que começa com os próprios eleitores. Se os eleitores mudassem, políticos, provavelmente, ao ver essa mudança também mudariam. (Estudante, 18 anos, Dinamérica)

E mais,

Eu acho que isso está mudando um pouco. Antigamente as pessoas eram mais ignorantes nessa questão de política. Hoje em dia está menor em compra de votos. Antigamente uma pessoa vendia seu voto normalmente, vendia por questão de dinheiro. Hoje em dia acho que a sociedade está se alertando mais um pouco e está procurando votar naquelas pessoas que realmente venha fazer um bem pela nossa sociedade. As pessoas tem mais liberdade de escolher quem quiser. (Estudante, 18 anos, São José)

As duas falas são de duas jovens que iriam exercer o voto pela primeira vez. Elas não participaram de eleições anteriores e tem uma visão que o eleitor está mais consciente para votar. E demonstram em suas falas o peso do que o voto representa. Na interpretação da primeira informante a maioria dos políticos vão roubar e participam de disputas eleitorais com a intenção de roubar o povo. Ainda faz uma crítica as instituições que deveriam punir mais os políticos que cometem esse tipo de ato ilícito. Mas, a crítica que nos chama mais atenção e que faz parte das duas falas é o fato das estudantes culparem os eleitores de terem mais consciência e responsabilidade no voto. Existe uma rede de compra de votos, daqueles que oferecem bens, dinheiro e daqueles que aceitam. A mudança talvez esteja em não mais aceitar esse tipo de atitude dos candidatos. Se há os que corrompem, há também aqueles que se deixam corromper. A mudança depende de todos os envolvidos nos processos eleitorais.

E mais,

Eu acho que mudou, há dois anos atrás os eleitores corriam muito atrás querendo saber o que o candidato estava dando, pedindo muito as coisas, os comitês eram cheios. Hoje, as pessoas estão mais caladas, mais silenciosas, não estão procurando muito os

comitês, nem procurando os políticos, não pedindo tanto quanto pediam, não estão enfeitando as casas como antes, não enfeitem os carros, e nem estão falando muito de eleição como antes. Há uma certa apatia como se tivessem perdido totalmente a credibilidade, o interesse, a motivação. (Professora, 56 anos, Presidente Médice)

Aqui a informante já apresenta em sua fala que essas relações entre políticos e eleitores têm mudado. Complementando as falas anteriores de que as atitudes dos eleitores têm mudado, não só na espera por algo do candidato, mas também ideia que discutimos sobre a questão de reconhecimento. A participação dos eleitores mudou em não ir atrás dos candidatos para pedir algo. Mudou em não mais ter em suas casas e estampado na camisa essa identificação. Ela fala de uma apatia dos eleitores em não se envolver nas campanhas como antes. Talvez aqui as estratégias e performances dos candidatos não surtam mais efeito. O fato das pessoas estarem caladas e não mais falar de política pode ser uma questão de autopreservação.

Reforçando a ideia de uma apatia dos eleitores,

Nessa campanha está muito parado, estou achando muito fraca, muito mesmo. O povo não está se dedicando muito não. Tem pouca gente nas ruas, o povo não está interessado não. O povo nem conversa muito sobre política. Não tem o prazer de conversar como antigamente. Eles não estão conversando sobre política não. O povo nem se interessa mais em conversar, às vezes tem aquela pessoa que entra em um assunto de política, já diz não estou interessado em política, quero nem falar de política. Tem gente que diz quero nem ouvir sobre política porque a política está muito fraca, está muito ruim, está acontecendo muita coisa ruim. Ninguém quer fazer mais nada. Está havendo um desinteresse muito grande. Por que mudou muito. Mudou muito a política e ninguém mais está interessado e nem ouvir falar. (Empregada doméstica, 58 anos, Dinamérica)

A fala se manifesta em relação ao desinteresse dos eleitores pela política. Sem interesse eles não participam das campanhas, muito menos conversam sobre política. Talvez isso seja resultado dos vários escândalos envolvendo políticos. Aqueles que são votados e assumem cargos públicos ao terem seus nomes estampados nos jornais e nos meios de comunicação em casos envolvendo corrupção traz uma indignação à população. E nesse ponto podemos abrir espaço de como os meios de comunicação transmitem essas

notícias. O que se observa é que nos governos do PT era insistentemente veiculado o nome dos ex Presidentes Lula e Dilma Rousseff em casos que acabavam trazendo certa desconfiança pela população. Hoje, o ex presidente Lula conseguiu sair da prisão e Dilma Rousseff sofreu *impeachment*.

Só acaba com a corrupção combatendo a corrupção. Nos meus 40 anos que mais investi no combate a corrupção é esse governo que aqui está. Eles investigam até o fim. A mídia esconde certos atos e às vezes distorce coisas que não eram para ser distorcidas. Eu acho tem que ter clareza nas coisas. Por isso a importância da reforma política. Não pode um meio de comunicação que é poderoso induzir que aquela pessoa é desonesta, que o governo é desonesto. São esses meios, acontecimento que a mídia esconde, como o caso do metrô de São Paulo. Só falam do mensalão, dos escândalos do PT e não mostram os outros. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó)

Lê-se ainda,

Quando eu achava que a imprensa assim como a justiça era imparcial, que os meios de comunicação eram imparciais me influenciava sim. Ao longo da vida a gente vai percebendo algumas coisas. A gente começa a perceber que na nossa sociedade os meios de comunicações tem seu lado. O lado dele é o lado dos patrões, do que exploram, dos latifundiários, então eles defendem um modelo econômico e social que favoreçam eles. E isso se traduz a partir dos programas de rádio e televisão, até as roupas que as apresentadoras usam tem a ver como aquele momento político que estamos vivendo. (Professora, 58 anos, Presidente Médice)

As duas falas apresentam uma imagem negativa dos meios de comunicação. Os canais de comunicação são muito importantes durante as disputas eleitorais. É na rádio e TV que são passadas as informações oficiais através da propaganda eleitoral. Entretanto, nesse lugar que deveria ser imparcial com o interesse de informar a população parece que em alguns momentos se mostram ter um lado. As notícias sobre os escândalos de corrupção foram diariamente apresentados nos telejornais mais assistidos do país. Era uma enxurrada de informações. Chegava a ser cansativo. Sabemos que esse tipo de comunicação é uma das referências que os eleitores usam para ter acesso a informações. Os meios de comunicação que se atrelam a grupos políticos acabam perdendo credibilidade. Deixa de ser um espaço que deveria

informar e ser o mais transparente. Muitas vezes deixam de passar informações que podem abalar certas imagens de político por justamente estarem ligadas a ele. E o objetivo de informar a população se perde. E aqui não se sustenta a ideia de que tudo que é informado será absorvido pelos telespectadores.

Nesse momento, eu acho que diminui bastante. Acho que isso é fruto da grande mídia que perdeu o poder, uma mídia que perdeu sua intervenção junto aos políticos. A mídia tenta influenciar a população, elas querem induzir que aquela pessoa não é confiável que é desonesta. A mídia tem um papel sujo. Os grandes meios de comunicação não quer o pobre com os mesmos direitos que a classe média. Agora a pouco a questão do aeroporto que teve uma reforma bem real, fizeram uma reforma no aeroporto de Brasília e um jornal da manhã divulgou que um usuário não achou uma tomada para carregar o celular. Então quer dizer um grande sistema de televisão no país fazer uma matéria que o cara não encontrou um lugar para carregar o celular. A mídia quer induzir o povo pobre desse país. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó)

A fala do informante é uma resposta sobre sua percepção da participação dos eleitores nas campanhas. Ele acredita que a mídia busca influenciar a opinião das pessoas ao tocar repetidamente temas que causam indignação como a corrupção. Mas, ele atenta como isso é realizado. Os casos de corrupção envolvendo políticos são tratados de forma diferente. Como também as matérias veiculadas teriam a intenção de deixar as coisas como estão. Um sistema de comunicação como a televisão transmitir um problema da falta de tomada no aeroporto é como se apresentasse temas que só dizem respeito àqueles que usam mais frequentemente os aeroportos, como a classe média. Manter o *status quo*.

De uma forma geral, os meios de comunicação são referências e fazem parte dos espaços utilizados pelos candidatos para compor sua campanha. Nas considerações de Gomes (2004),

a prática política contemporânea comporta um grande número de habilidades, saberes, esforços e agentes destinados à produção da opinião da opinião e disposição públicas a respeito de posições problemáticas, grupos, indivíduos e instituições do campo político. Configurar opiniões e disposições afetivas, fazer com que contingentes expressivos de pessoas as adotem, produzir a manutenção dessa adoção através de reforços constantes, etc, tudo isso configura a prática do fazer pensar e fazer sentir. (GOMES, 2004, p. 358).

As matérias produzidas nos meios de comunicação que chegam ao público podem não ser consideradas e as pessoas filtram o que quiserem. Como também com o uso frequente na internet a qualquer dúvida de alguma notícia temos a liberdade de buscar se a informação recebida é verídica. Isso não é diferente no campo político e na relação de eleitores e candidatos. As opiniões de jornalistas e debates em discussões que tenham a temática política. As informações atingem a todos e não temos como negar a importância dos meios de comunicação.

é evidente que os meios de comunicação de massa se entendidos como um sistema de dispositivos técnicos para comunicações de longo alcance, constituem uma novidade autêntica que só se explica em função de circunstâncias históricas típicas de nossa época, como existência de enormes sociedades de massa e a configuração de um determinado estágio de desenvolvimento tecnológico. (GOMES, 2004, p. 359-360).

As notícias veiculadas tomam como referência o contexto que estamos inseridos e seguem pautas dos temas mais em evidência, e claro a política é uma delas. Principalmente, quando chegamos ao momento das campanhas eleitorais. São nesses espaços que temos as informações de campanha dos candidatos. Assim nos diz o informante,

Eu acho que os programas eleitorais são importantes, tem quer com outros olhos porque existe muita maquiagem, muita mentira, a pessoa dizer que fez o que não fez, dizer que concluiu o que o outro começou. E assim sucessivamente, tem político que vive até hoje na política e não fez nada em prol do povo e tem político que passou pouco tempo, numa gestão curta e fez bastante. (Atendente, 36 anos, Centro).

É na propaganda eleitoral que temos acesso aos projetos políticos e ao discurso do candidato. Ter uma imagem negativa das mídias não pode deixar de perceber que são nesses canais de informações que a maior parte da população tem acesso. E são nesses espaços que o eleitor pode constituir parte de sua escolha.

Para atuação política é imprescindível a participação em canais de comunicação. A propaganda eleitoral, os debates com os candidatos, as

entrevistas nas rádios, passeatas, comícios, carretas e outros eventos compõem o momento das campanhas eleitorais. Essas atividades políticas se tomam uma maior proporção quando são divulgadas nas rádios e TV.

A política depende desses espaços midiáticos como forma de atingir uma maior parcela da população e dar legitimidade a participação na democracia. Ao se enquadrar nessa lógica o político se comporta de uma outra forma. O cuidado com a aparência, com o corpo e seus gestos parece ser mais preocupante com o discurso político.

A política pensada como espetáculo e palco de grandes apresentações traz a imagem do candidato como aquele que só quer mostrar ser visto. Preocupado em se fazer ver e ser reconhecido. E pensamos quando ouvimos de alguns eleitores que votam porque um candidato é bonito, é considerar que esse candidato cuida da aparência. E nesses espaços quando observamos a valorização da beleza e dos padrões de beleza, considerar um candidato bonito não deve ser tratado como um repleto desperdício de voto. Nesse caso serviu como uma motivação para votar.

A relação da mídia e política é refletida por vários pensadores. Destacamos nas observações de Kátia Saisi (2006) “os candidatos não são escolhidos por seus programas de governo, mas pela imagem que se produzem os meios de comunicação de massa” (SAISI, 2006, 156). A participação de um candidato é passada por uma avaliação dos eleitores. Aqueles que desempenham melhor uma atuação consegue chamar a atenção dos eleitores. O falar bem, saber se colocar numa situação, sair de uma situação desconfortante é atuar bem. Enquanto encenação só recebe aplausos se realizar uma boa apresentação.

A política pensada como um espetáculo torna o discurso político esvaziado. Assim considera Gomes (2004) quando “a exibição ou visibilidade, de um lado, e a contraposição entre atuação e passividade, de outro”. A política toma uma referência negativa. Ainda Canclini (1999) atenta o que é veiculado não exercer manipulação direta daqueles que estão inseridos na mídia. Nem tampouco aqueles que recebem as informações não reagem ao que é dito e apresentado. Nesse caminho tomamos que a mídia pode ter uma certa influência na escolha dos eleitores, mas ela não determina em quem o eleitor vai votar.

Outro ponto que se destacou nas conversas com os eleitores foi sobre as pessoas que fazem parte do convívio ajudam na escolha. Sabemos que existe uma rede de sociabilidade que o eleitor está inserido. Como também grupos sociais podem também influenciar na escolha.

Depende, tem vezes que estou em dúvida e eles me ajudam. Também falam em quem vão votar e por quê, mas daquela forma esse candidato é ruim, você não pode votar nele. É sempre só uma forma de mostrar o ponto de vista dessa pessoa pra mim, entendeu?.(Estudante, 18 anos, Dinamarca).

Essa fala aponta que as relações com família e amigos ajudam na escolha dos candidatos. Isso é parte do processo eleitoral. Já pude escutar várias vezes, até mesmo no seio familiar, que deveria votar em determinado candidato do que outro, que minhas escolhas estavam erradas e que deveria repensar. Isso é comum dentro das famílias, opinar, aconselhar e até mesmo insistir pela mudança do voto. Como também já pude presenciar esse tipo de atitude entre amigos e pessoas conhecidas que atentavam para essa questão de ajudar na escolha, usando o compartilhamento de notícias que pudessem desagradar para conseguir mudar a escolha. Muitas vezes, essas tentativas ultrapassam limites gerando discussões que afetam as relações. Desentendimentos também são observados. Afinal, a política é um momento conflitante também.

Ainda nesse caminho,

Lá na minha casa é cada um por si, mas como estou trabalhando para uma candidata aí todos acabam votando nela. Eu falo das propostas dela e acabo ajudando na escolha. (Estudante, 18 anos, São José).

Ao contrário da fala anterior, a informante diz que é ela quem ajudou na escolha do candidato.

Eu sempre tive minha opinião formada, nunca deixo me levar porque fulano disse isso e aquilo desse tal candidato porque já sei qual é o candidato, de gostar do que ele vai fazer. Voto sem ter influência. (Autônoma, 21 anos, Palmeira)

Essa fala demonstra que não recebe influência para a escolha do candidato. De toda forma, se entende a partir das três falas que a rede e grupos sociais que as pessoas estão inseridas são importantes como referência e podem exercer influência na escolha de vida profissional e do voto também.

Nesse caminho,

A gente conversa muito, as pessoas da minha família e meus amigos. A gente conversa sobre candidato A, candidato B. Eu vivo muito em família. A gente tem pessoas mais velhas na família que quer votar nas oligarquias, nos coronéis que ainda existe. A gente debate muito mostrando o que é o novo. A gente vive num momento que pode escolher o mal ou escolher o bem. Eu acho que aí vai de você achar o que é o melhor, eu não olho por cor, eu olho a honestidade da pessoa, o que ela tem a apresentar, independente de onde ela venha. Por isso, temos que exercer sempre a cidadania no voto. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó)

O comerciante expressa como é a relação entre amigos e família ao pensar nas campanhas eleitorais. Aponta um conflito de gerações entre os mais velhos que tendem a se repetir o voto em candidatos com mais experiência na política e que já tem nome conhecido. Enquanto ele entende que a melhor escolha parte do projeto político e se o candidato é honesto. Estamos diante de uma pessoa que tem um engajamento muito forte na política. Ele fazia parte do Comitê de Dilma Rousseff e tinha a percepção de que o partido que defendia era o que mais fazia pelo povo. Fazer parte desse momento e defender o projeto político do PT era o que importava. A entrevista foi realizada dentro do Comitê. O espaço estava cheio de materiais de campanha. Antes mesmo da entrevista, o informante estava organizando alguns materiais e conversamos de uma forma geral sobre política. Depois fiquei esperando para não atrapalhar e poder realizar a entrevista de forma mais tranquila. Nesse momento ser cidadão e exercer o voto é escolher quem vai defender os direitos do cidadão. Quem vai trazer benefícios para população. Uma escolha em um candidato que não defende o interesse da maioria será uma má escolha.

Outro elemento que chamou atenção nas nossas conversas foi a opinião dos eleitores sobre a questão da religião,

Eu acho que Deus é um só. Igreja existe várias. Eu acho que a religião em si deve ficar fora do contexto político. Mas se você tem proposta que condiz com a realidade da vida humana no nosso município, estado e país eu acho que não tem que ter religião. Agente sabe que tentam como a religião A, B e C tentam induzir a votar naquela pessoa. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó)

Nessa fala, o informante acredita que religião e política não devem se misturar. O mais interessante é ter uma proposta política que resolva os

problemas locais. Como também ele atenta ao fato que as religiões influenciam na escolha.

Ainda,

Opção religiosa não é fator de distinção política para mim. Apesar da religião (ou falta dela) ter uma importância fundamental na construção do caráter, ela não age da mesma maneira em todos os fiéis de determinada igreja, tornando-se um elemento muito falho na análise do caráter de um candidato, que pode inclusive, professar determinada religião publicamente e agir de forma contrária em sua vivência. (Estudante de gastronomia, 24 anos, Prata)

Aqui o estudante indica que a religião de um candidato não interfere na sua escolha. Sabemos que durante as campanhas eleitorais os candidatos procuram seus eleitores e buscam estar presente em locais como a igreja como forma de demonstrar ser religioso. E ser religioso é carregado de significado que deveria se traduzir em pessoas de bem, pessoas de confiança. Fazer parte de uma religião é ter uma conduta de vida de respeito a família, ter fé e mais ainda ser bom para os outros, para os seus. Então, por mais que nas falas demonstrem que religião não interfere, o fato do político ser religioso pode exercer influência na escolha, daqueles que compartilham da mesma fé ou mesmo que acreditam na importância de Deus na vida das pessoas.

É pois, oportuno registrar que o survey nacional realizado em 1998 com o objetivo de traçar o perfil do brasileiro demonstrou que a religiosidade dos candidatos constitui um atributo valorizado no imaginário político. Para os 60% dos entrevistados “a ausência de religião indica fraqueza de espírito”, (...). Resumidamente, o candidato ideal deveria ser por ordem de importância: “honesto”, “competente”, portador de “boas propostas” e “uma pessoa religiosa”. (MACHADO, 2006, p. 80).

Diante desse assunto, não posso deixar de mencionar minha pesquisa para a construção da dissertação sobre a imagem pública da candidata Tatiana Medeiros (PMDB) que pude fazer uma análise da campanha eleitoral de Romero Rodrigues (PSDB) e da candidata que disputaram a prefeitura de Campina Grande, em 2012.

Para nos situar, Campina Grande é uma cidade que se destaca pela promoção durante o mês do carnaval do Encontro da Nova Consciência que tem

por objeto reunir pessoas das mais diversas religiões. Reúne também pessoas que não têm religião – o também tradicional Encontro de Ateus e Agnósticos faz parte da pauta da Nova Consciência. Entretanto, quando nos referimos a campanha das eleições de 2012, a religião foi utilizada como arma política, como forma de atacar os adversários.

Um dos vídeos mais comentados na internet durante a campanha foi o de Tatiana Medeiros visitando uma comunidade de uma religião afro-brasileira. O vídeo intitulado “Tatiana em Terreiro de Candomblé” foi postado no canal de vídeos do *Youtube*. O que chamou atenção foi uma legenda que dizia: “Ela que ser mãe de Campina. Mas, o que ela é, é mãe de santo”. O vídeo de 2010 faz menção a candidata à prefeitura de Campina Grande visitando um evento de culto afro-brasileiro e durante a campanha de 2010 como candidata a deputada estadual aceitou o convite feito pelos dirigentes religiosos.

O objetivo do vídeo não foi defender a candidata, e sim uma tentativa de vincular a imagem da candidata à religião afro-brasileira com a intenção de manchar a imagem de Tatiana diante de eleitores católicos e evangélicos. Infelizmente, vivemos em um país preconceituoso e que se revela cada vez mais conservador. São questões de gênero, orientação sexual e religião que fomentam as discussões mais calorosas quando estamos diante do processo eleitoral. Durante a campanha de 2012, a candidata foi chamada por muitos cidadãos campinense de “macumbeira” e não faltaram tentativas de apresentar Tatiana como uma mulher católica e cristã como forma de reverter os preconceitos que se instauraram durante sua campanha. No site oficial da candidata o coordenador de campanha postou uma nota esclarecendo a situação:

O coordenador de comunicação da campanha, jornalista Carlos Magno explicou que Tatiana Medeiros é católica cristã praticante, não discrimina e não persegue ninguém que tenha religiões e crenças diferentes da dela. “Tatiana é uma mulher íntegra e sensata, diferente do seu adversário político, ela respeita e liberdade de crença e religião de todas as pessoas”, frisou Magno. Carlos acrescentou ainda que não apenas Tatiana Medeiros, mas o prefeito Veneziano Vital do Rego e demais componentes diretos da administração executiva campinense, participam de todos os eventos religiosos a que são convidados. “Ela não tem obrigação de agir com preconceito e intolerância religiosa, como age o candidato Romero Rodrigues que tem várias ações na justiça contra os evangélicos”, declarou. (Site oficial da candidata)

A tentativa de defesa abriu espaço para atacar o adversário político. Ao afirmar que o candidato Romero Rodrigues era intolerante às religiões foi uma estratégia para reforçar a imagem dela como aquela que é uma mulher religiosa e que respeita as outras religiões e manchar a imagem do candidato aos cristãos da cidade. O candidato para se defender usou o espaço do guia eleitoral para apresentar os projetos de lei de sua autoria, como a que declara utilidade pública a visão nacional para a Consciência Cristã (VINACC). Como também, a presença de pastores e religiosos apoiando o candidato expressando que ele é religioso e que respeita a todos. A campanha foi destinada a defender a integridade e imagem de Romero. Religião acaba sendo um dos temas de destaque nas campanhas eleitorais. E a moral e os bons costumes se destacam numa sociedade cada vez mais conservadora.

Portanto, o atributo religioso é valorizado pela população, principalmente em um contexto onde as pessoas estão desacreditadas na política, por estarem inseridas em um contexto em que a corrupção tem ganhado ênfase, como apresenta Machado, ao analisar as eleições municipais do ano 2000: “No pleito de 2000 também se verificou a preocupação moral com os descaminhos da política brasileira em posições ‘contra o oportunismo e contra a corrupção” (MACHADO, 2006, p. 35).

O político atua direcionado aos eleitores de forma a atingir e conseguir adesões e votos. Os eleitores ao se reconhecer na pessoa do político, nos seus projetos ele passa a acreditar o que se promete será cumprido. O candidato tem que se mostrar ser uma boa pessoa, preocupada com os problemas da população, com os pobres de forma a conseguir apreender o eleitor. Do outro lado dessa atuação está o eleitor, que de nenhuma forma escolhe um candidato sem intenção. Quando analisamos suas motivações de voto percebemos os elementos que eles evidenciam para a escolha do candidato.

A política durante as campanhas eleitorais se configura como uma festa, um momento extra cotidiano que foge a qualquer rotina da população é o “tempo da política”. Esse tempo é especial e expõe como as relações entre eleitores e candidatos são constituídas. De tal modo que acreditamos que as formas de atuação desses participantes dessa festa possibilitam novas reflexões sobre a política. O último capítulo do nosso texto tem por objetivo analisar as motivações

e quais os elementos considerados pelos eleitores para a escolha de seus candidatos e desvendar as representações construídas sobre o voto.

CAPÍTULO IV - MOTIVAÇÕES E SIGNIFICADOS DO VOTO

4.1 Entre eleitor e candidato: o que se espera?

Discuti até aqui que o “*tempo da política*”, como já destacado, é um tempo especial que foge a rotina da população, da vida cotidiana dos cidadãos. De um lado candidatos utilizando vários mecanismos de convencimento, e de outro o eleitor, de valor estimado durante processo eleitoral.

A compra de votos foi destaque em algumas falas apresentadas no capítulo anterior. É o que remete a questão de dar e receber, o voto nos ensina Heredia:

O voto parece ser a moeda de intercâmbio que permite a passagem de um circuito de troca a outro, isto é de um circuito de troca de reciprocidade – entre os socialmente iguais – ao de clientelismo político, no qual o ‘cliente’ se mantém permanentemente endividado face ao ‘patrão’. (HEREDIA, 1996, p.64).

Durante a campanha a cidade se prepara para uma festa, são meses de campanha em que o candidato, além de sua base aliada, equipe de campanha, precisa da adesão e do voto dos eleitores. Uma promessa de campanha será cobrada. Frisamos que a relação entre eleitor e candidato passa por uma negociação. Não só o candidato quer conquistar o eleitor, este também quer ganhar algo em troca.

Eu gosto de me aproximar do candidato. Saber como ele age como ele é coma família dele. Gosto de estar junto. Gosto de saber como ele trabalhou, sua experiência política. E acompanho também depois da eleição. Porque você escolhe o candidato que acha melhor, as propostas que você quer pra você, pra sua família. Para trazer algum benefício. (Estudante, 19 anos, Jardim Quarenta).

A informante votou na eleição de 2010 e aguarda por benefícios. O que chama a atenção é o fato de que mesmo depois da eleição ela acompanha o mandato do político, o que nos surpreende por entender que essa atitude não

está presente fortemente entre as pessoas que só se remetem a política no momento da eleição. Ela acredita que o voto é uma espera por benefícios. Nesse caso específico, não há uma troca por bens materiais. A reciprocidade, o dar e receber se refere a bem mais do que troca em si, mas sim no valor que há na relação, como revela Marcel Mauss no “Ensaio sobre a Dádiva”. Ela acredita que o candidato vai corresponder as suas expectativas.

Nas relações estabelecidas entre eleitores e candidatos há uma relação de compromisso, se constrói um vínculo. O candidato passa a fazer parte da vida desse cidadão que com o processo eleitoral cria uma relação de proximidade com o eleitor.

Mas nem sempre esse vínculo é forte o suficiente para se manter, segundo a informante abaixo,

Se o candidato já tiver no posto dele, se ele está fazendo um bom trabalho já vou ter meu voto concretizado naquele candidato, mas se por ventura no processo eleitoral para um candidato que me convém, tudo bem eu mudo meu voto. (Autônoma, 21 anos, Palmeira).

Para a depoente, a mudança do seu voto pode acontecer se aparecer um candidato que a convém. Nas idas e vindas do processo eleitoral a escolha do voto parece ser fluída. Pois, a relação entre eleitores e candidatos passa por uma negociação. Se os candidatos não atendem as expectativas do eleitor a escolha pode passar por julgamento e pode ser mudada. A escolha vai passando por uma avaliação de quem vai concordar com o que você espera do político.

E mais,

Antigamente as pessoas eram mais ignorantes nessa questão de política. Hoje em dia está menor em compra de votos. Antigamente uma pessoa vendia seu voto normalmente, vendia por questão de dinheiro. Hoje em dia acho que a sociedade está se alertando mais um pouco e está procurando votar naquelas pessoas que realmente venha fazer um bem pela nossa sociedade. As pessoas tem mais liberdade de escolher quem quiser. (Atendente, 36 anos, Centro).

A fala nos remete a uma questão de consciência do eleitor e na escolha por políticos que possam trazer benefícios para a sociedade. O problema da compra de votos antes de ser uma ignorância, pode ser para o eleitor uma esperteza que aproveita do que é oferecido para conseguir algo. Não é possível entrar no jogo de que o eleitor não sabe votar. Ele vota e seu voto é baseado em

motivações. As pessoas podem escolher quem quiser e essa escolha ao que nos parece, passa pela questão de ser mais que eleitor, tem que ser cidadão.

A cidadania é um exercício que também se evidencia nos aspectos culturais e políticos de uma sociedade. Ser cidadão deixou de ser algo que só se remete a ter direitos civis, políticos. Ser cidadão é ser parte de uma sociedade e participar ativamente dos problemas da cidade, Estado e do País. É um exercício contínuo para se ter uma sociedade cada vez mais justa e democrática. É fundamental nos processos eleitorais e nos rumos que vamos ter depois dos resultados da eleição.

No momento que se institui a compra dos votos no período eleitoral como uma prática que mesmo que tenha mudado e diminuído ainda é recorrente. E não temos como não refletir do quanto isso reflete nas ações do político. Se há compra de voto é porque existe uma relação de quem oferece e de quem recebe. E a cidadania se perde quando os interesses individuais são maiores que o comum. Na verdade, todos perdem.

No depoimento anterior, ao destacar que antes as pessoas eram mais “ignorantes” e vendiam seus votos, hoje se percebe uma mudança. O eleitor aciona outros elementos para a sua escolha. Sejam por questões partidárias, identificação com o candidato e seu discurso ou mesmo por acreditar em projetos políticos que tragam um maior benefício à população.

Aqui não basta ter acesso a informações sobre a política, deve-se compreender o que é política. Se as pessoas tomam mais consciência são elas que tomam as rédeas escolhendo representantes que possam resolver os problemas do país. E quando tratamos de questões como a compra de voto, corrupção são elementos que podem deixar os eleitores desacreditados daquilo que se percebe como política e o que se vivencia como prática política.

Passo a refletir no que de fato podemos fazer enquanto cidadãos e nada mais importante quanto ao exercício do voto. Tendo este como o primeiro passo para as mudanças positivas para a sociedade. Assim diz uma depoente,

Explicar o que vai fazer né. Ele vai mostrar o que fez e o que vai fazer, independente de agradar um ou outro materialmente. Aqueles que tentam agradar materialmente as pessoas nem vote nele. Se ele ganhar e ocupar um cargo a gente está perdido porque só vai beneficiar a si próprio, a família. Agora aqueles que dizem olhe o que estou fazendo aqui prometo que já fiz e que vou

fazer. Aí sim tem meu voto. É errado compra de voto, ninguém nem peça nada porque tem muita gente que vai pedir. É errado compra de voto, eu não vendo meu voto. Eu não estou interessada em compra de voto. Prometo que vou fazer, agora prometer que dou isso, dou aquilo não dou não porque errado e você sabe que é errado aí esse pode votar nulo. Aqueles que tem cargo dá isso dá aquilo para ser bonzinho, nem vote mais nele. (Empregada Doméstica, 58 anos, Dinamérica)

Aqui há uma crítica sobre a compra de voto. Uma atitude entre candidatos e eleitores condenada pela informante. E aciona uma outra questão que nos remete a promessa. As promessas de campanha se apresentam como “um ato de fala eficaz, pois cria fatos políticos ao estabelecer um elo ritualizado entre o político e o eleitor no tempo da política”. (CHAVES, 1996, p. 139). A informante revela que se um candidato promete, diz que vai fazer tem o voto dela. Escolher um candidato partindo da promessa feita em campanha é referida nas nossas análises sobre motivações do voto. Assim nos diz Palmeira (2006) que a confiança do eleitor passa pela capacidade de cumprir as promessas feitas em campanha. E quanto a confiança,

Ele tem que ser sincero, propostas novas, propostas que convençam realmente o que as pessoas querem, tem que ver a necessidade da cidade, necessidade do meio de trabalho de cada um, mostrar mais trabalho, é isso que o povo quer. Tem que ir atrás dos que as pessoas querem e investir naquilo. Passar confiança de que realmente quer trabalhar. (Vendedor, 30 anos, Malvinas)

O que as pessoas valorizam é o que elas falam que vai melhorar na saúde, nos transportes, nas estradas. Por que já começou a fazer e vai terminar daqueles já conhecidos. Nos novos eu não acredito não, eu não confio muito não. Tem muitos que você já vê que é fraco. Aquele que você percebe que é fraco. Além de ser novato são fracos na palavra. Eu confio naqueles que tem experiência política. No que a minha família já votou. (Empregada Doméstica, 58 anos, Dinamérica).

Conquistar o voto do eleitor tem que ter uma boa proposta, sua preparação na política e o que vai apresentar, se vai cumprir o que prometeu, o que vai fazer nos seus quatro anos de mandato. Tem que analisar para aquele candidato levar seu voto. Tem que analisar as propostas. (Desempregado, 20 anos, Mutirão)

Promessas e confiança são elementos importantes e que estão presentes em algumas entrevistas. Confiar nos discursos e promessas de campanha faz parte da relação entre candidatos e eleitores que passa a constituir um vínculo que pode se expandir depois das eleições. Na fala da informante ela acrescenta que não confia nos novos candidatos. Para ela confiança passa pela experiência política. Numa certa continuidade de projetos políticos que os candidatos novos parecem não oferecer.

A promessa de campanha deve ser cumprida se não a confiança se desfaz. Ela é um compromisso entre o eleitor e candidato. Se este não leva seriamente o que foi dito durante a campanha ele não terá mais esse vínculo com o eleitor e pode se comprometer na sua atuação política.

Não só a imagem pública é avaliada pelas pessoas, a própria experiência política e atuação do candidato são fatores importantes para escolha de determinado candidato.

Um político tem um acúmulo de capital político que passa pelo reconhecimento não só daqueles que estão dentro do campo, mas também pelos que estão fora. Essa experiência é constituída pelo que podemos chamar de acumulação de capital político. Para tanto, nossa questão nos remete para as discussões sobre capital elaboradas por Bourdieu (2006). Capital simbólico é um conceito utilizado por Bourdieu (2006) com o objetivo de permitir compreender alguns fenômenos que de outra maneira permaneceriam insondáveis.

O autor defende que não é imediatamente perceptível como tal e os efeitos de sua duração também obedecem à lógica(s) diferente(s). Espécie de poder ligado à propriedade de "fazer ver" e "fazer crer", ou seja, o capital simbólico pode ser considerado uma medida de valores, como prestígio e carisma que são destinados as pessoas, grupos, e instituições de determinado campo. Deste modo, esses valores são marcas de distinção que permite ao indivíduo uma posição de destaque em relação aos demais que se encontram no campo.

Bourdieu (2006) afirma que esse tipo de capital permite um (re)conhecimento imediato da dominação simbólica sobre os demais elementos do campo, o capital simbólico é assim o instrumento principal da violência simbólica. Dessa forma, as relações no mundo social e simbólico são

construídas com referência aos elementos da masculinidade e feminilidade, o que torna a relação algo natural compondo o *habitus*.

Dentre os tipos de capital proposto por Bourdieu o foco se direciona ao capital político que corresponde ao campo político. O mundo social é o lugar de um processo de diferenciação progressiva, espaço de relações objetivas que possuem certa lógica e de uma necessidade específica que regem os campos. Os indivíduos de capitais específicos se enfrentam, a forma que se acumula capital garante a dominação do campo, assim, o campo é um espaço de forças opostas que tem objetivo de conservar e acumular o máximo de capital. O campo de poder é um espaço de relações de força entre os diferentes tipos de capital, onde as lutas se constituem para a dominação do campo. Para Bourdieu (1996), “(...) a dominação é um efeito indireto de um conjunto complexo de ações que se engendram na rede cruzada de limitações que cada um dos dominantes sofre de parte de todos os outros.” (BOURDIEU, 1996, p. 52).

No campo político quem ocupa posições dominantes tem um acúmulo do tipo de capital político, o que poderíamos dizer que o campo que tem uma maior participação masculina, a mulher detém menor acúmulo de capital político, o que parece atribuir um *status* menor nesse campo. A atuação dos homens na esfera pública parece ter como objetivo a manutenção de sua dominação no campo, e a atuação feminina de mudar essa situação abrindo espaço para sua inserção e estabelecimento no campo. Segundo Miguel,

O capital político é, em grande medida, uma espécie de capital simbólico; o reconhecimento da legitimidade daquele indivíduo para agir na política. Ele baseia-se em porções de capital cultural (treinamento cognitivo para a ação política), capital social (redes de relações estabelecidas) e capital econômico (que dispõe do ócio necessário à política). Como toda forma de capital, o capital político está desigualmente distribuído na sociedade. Na base da pirâmide, temos os simples eleitores [...] no topo, os líderes que [...] são reconhecidos como representantes dos diversos segmentos sociais. (MIGUEL, 2003, p. 115-134)

Os eleitores que ao escolher um candidato, passam por processo lógico de avaliação das opções de candidatos, e votam naquele que acha que ao se eleger atenderá a seus interesses e de seu grupo.

Nas bases políticas os parlamentares têm como atribuição atividades que devem desenvolver no espaço de atuação para o atendimento de suas bases

eleitorais. Conforme Bezerra (1999), a ideia de bases está ligada muito mais ao compromisso com determinadas localidades, o que nos remete ao entendimento do voto como uma relação moral entre candidatos e eleitores, ou seja, uma relação de compromisso. Durante as campanhas eleitorais, se percebe a construção de um discurso para um determinado grupo com o objetivo de construir uma relação de pertencimento e identificação em experiências comuns entre candidato e eleitor.

Palmeira e Goldman (1996) destacam que candidatos que se utilizam desse recurso de identificação para conquistar um maior número de votos, ao conseguir se eleger apresentam uma preocupação em defender os interesses daqueles que se identificam com ele

Na eleição presidencial de 2014 foram apresentados os candidatos e aqueles que tinham mais chance na corrida eleitoral. O nome de Dilma Rousseff foi formalizado para disputar as eleições e tentar a reeleição. Mais uma vez o país tinha uma disputa acirrada entre o PT com o candidato mais favorito e PSDB do então candidato a presidência Aécio Neves que conseguiu chegar ao segundo turno com a candidata. O segundo turno foi marcado por uma campanha mais agressiva. Uma crítica ao governo de Dilma e os escândalos de corrupção que envolvia, o PT. Enquanto a candidata partia para um discurso de apontar os avanços sociais dos últimos 12 anos. Essa tensão se refletiu nas ruas quando lideranças dos dois partidos registraram cenas de enfrentamento perto da definição da eleição.

As eleições de 2014 ainda refletiam as manifestações ocorridas em junho de 2013 no momento que ocorria a Copa das Confederações no país. Dilma Rousseff conseguiu a reeleição, mas enfrentou críticas pesadas, e com o processo de *impeachment* a desaprovação do seu governo chegou em 70%, segundo pesquisa Ibope de 2015. Foram intensas as matérias veiculadas em todos os sistemas de comunicação sobre a corrupção no Brasil. E o PT tido como o partido mais envolvido nos escândalos. Esse clima trouxe ao país um sentimento de revolta e várias manifestações aconteceram nos anos posteriores até os dias de hoje. O governo do PT não respondia mais as expectativas da população por mudanças. O aumento da criminalidade e uma onda antipetismo fez parte do discurso do candidato Jair Bolsonaro na eleição presidencial de 2018 e daqueles que o apoiavam. Isso é um fato a ser observado quanto à

escolha dos eleitores e a nova conjuntura política no país. Diante dos novos fatos ocorridos no país desde as eleições de 2018 nos faz pensar sobre as motivações do voto do eleitor passam por uma racionalidade, sentimento de pertença e identificação com o discurso e candidato. Esse pode ser um caminho a ser investigado para analisar as mudanças na “cabeça do eleitor” diante dos últimos acontecimentos políticos no país.

Se não existe mais elementos que constituam o elo entre eleitor e candidato ou mesmo com o político e partido, o vínculo não se realiza mais. Nesse caminho o eleitor abrange seu olhar e começa a analisar outros candidatos que podem apresentar um discurso e campanha que atenda suas expectativas do que pensa para o seu país.

Outro destaque nas entrevistas foram questões relacionadas aos atributos que os candidatos devem ter para conquistar o voto do eleitor, como também quais os elementos que o eleitor descarta para escolher um candidato.

que costumo escolher o candidato. A gente conversa e minha família confia na minha escolha. Eles consideram o que falo e o que defendo. Eu procuro saber a vida profissional do candidato e avalio o que ele faz para a família dele, a procedência dele. Se é um que bate em mulher, não. Se ele não respeita a família dele não posso votar numa pessoa assim. (Professor, 44 anos, Jardim Paulistano).

Nessa fala são considerados muitos elementos quanto a escolha de um candidato. Saber sobre a trajetória de vida do candidato e como é sua relação familiar influencia na escolha do candidato. De fato, candidatos constroem sua imagem pública a partir de suas vivências. A imagem de um homem de família, de ser pai, imagem de uma pessoa que não agride e nem use de violência com sua esposa, experiência política são elementos que atraem a atenção desse informante.

E mais,

Ser sincero, apresentar proposta realmente eficazes, que realmente veja pra mudança pra cidade, pra o estado e país. Que seja coerente também, que tenha firmeza nele mesmo, que não mude seu ponto de vista, suas propostas. Que mesmo com

poucos votos ou muitos continue. Defenda seus projetos com unhas e dentes. (Estudante, 18 anos, Dinamérica).

Não é a primeira vez que observamos o uso da sinceridade com um dos atributos valorizados em um candidato. Aqui além de ser sincero tem que ter uma boa proposta para resolver os problemas na sociedade. E mais do que isso ter uma imagem convincente com o seu discurso e suas propostas, mesmo que não consiga êxito numa eleição. Como também, “Ser do povo, analisar as propostas e se vai cumprir o que está prometendo” (Desempregado, 20 anos, Mutirão). É o que também nos diz nosso depoente,

Na conquista do eleitorado, creio que o candidato deve apresentar suas propostas de uma maneira clara e objetiva, que permita que o eleitor conheça seu posicionamento e possa votar de forma consciente; sem ataques pessoais, sem baixar o nível de uma disputa que deve sempre manter-se em patamares de civilidade. (Estudante de gastronomia, 24 anos, Prata).

O candidato deve apresentar uma campanha em que seu discurso seja firme, claro pensando em questões políticas que tratem de propostas. Quando o discurso se volta para atacar os adversários parece-nos que estamos diante de uma novela mexicana. E apresenta a ideia de uma civilidade.

Entendemos que a vida em sociedade não é fácil. Passamos por processos históricos e sociais que constituíram o ser cidadão, o ser parte de uma nação e país. Se cada pessoa agir como bem quer estaremos desconsiderando a vida dos outros. É isso que compromete o respeito as diferenças que atinge a maneira de ser de um povo. Quando o informante diz “sem baixar o nível” nos remete a noção de respeito. Cada gesto e atitude configuram uma sociedade como lugar para se viver melhor e se preserve o respeito mútuo. Quando isso não acontece em momentos que esses valores deveriam ser mais exaltados como as campanhas eleitorais pode comprometer a vida política dos candidatos.

E a vida particular importa?

Pelo menos na minha visão a família do candidato não interessa a vida particular. A maioria das pessoas preferem eleger aquela pessoa que já tem família estabilizada. Mas no meu caso eu não olho a família. Não precisa saber, as vezes no íntimo você é uma coisa e como político é outra. Aí para não ter que misturar ou

confundir, melhor saber só do trabalho mesmo. A vida familiar, particular não interfere na vida profissional. (Auxiliar de Serviços Gerais, 41 anos, Bodocongó)

A depoente afirma que não interessa pela vida pessoal do candidato. É interessante notar que ela diferencia vida pública e vida privada. O candidato é uma pessoa como político e é diferente do que é com a família e amigos. E essa vida pessoal não interfere na vida política e muito menos na escolha do candidato.

A representação política trouxe através do voto uma consolidação da democracia representativa. O dia da votação representa todo um processo de conquista do voto do eleitor e os elementos considerados pelos eleitores para votar. A eleição se faz uma festa da democracia. Na esperança por dia melhores, na confirmação da escolha.

O voto, suas motivações e significados é um exercício de análise que observam os aspectos subjetivos. Consideramos os mais diversos elementos sobre a participação dos eleitores e suas escolhas sem entrar em explicações de que o eleitor vota sem pensar numa suposta irracionalidade. Alberto Almeida (2008) aponta que os eleitores também negociam e investem sobre ter seu voto conquistado. O voto é adesão e escolha por representantes que consigam atender as expectativas do eleitor. É entender como através do voto são indicados elementos que implicam sobre a importância do voto e mesmo entender nossa realidade política.

Até aqui considerei as contribuições da Antropologia na relação entre cultura e política e como se dá a relação entre eleitor e candidato. Quais os elementos que são acionados para escolher determinados candidatos. O que o candidato pode fazer para conquistar a adesão do eleitor. Esse momento de festa revela muito de nós e da nossa cultura. Com este entendimento buscamos neste último capítulo que finaliza a tese compreender os significados do voto para o eleitor.

4.2 O que pensa os eleitores sobre o voto ser obrigatório

Nos países mais desenvolvidos e modernos o voto é facultativo. Temos um grande exemplo trazido pelos Estados Unidos. No dia da eleição os eleitores

vão às urnas ou não sem que isso traga algum tipo de prejuízo ou que seja necessário apresentar uma justificativa. Um ponto que nos difere é a questão do voto não ser diretamente ao candidato. Os votos dos eleitores elegem delegados no Colégio Eleitoral que representarão os eleitores na sua unidade federativa que por sua vez escolhem o representante. Outra importante diferença é a questão partidária. No país de destacam o partido republicano e o partido democrata. Enquanto no Brasil são trinta e cinco partidos registrados no Tribunal Superior Eleitoral. De uma forma geral estamos tratando de sistemas democráticos de eleição e buscamos entender como os eleitores entendem sobre a obrigatoriedade do voto.

A República Federativa do Brasil define-se através da Constituição Federal de 1988 como presidencialista. Temos a união do Distrito Federal e dos 26 estados e 5.600 municípios. O voto no Brasil é obrigatório desde a Constituição outorgada em 1824 e confirmado no Código Eleitoral de 1932.

Constituição Federal - Capítulo IV dos direitos políticos, apresenta:

Art. 14. A soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos, e, nos termos da lei, mediante:

- I - plebiscito;
- II - referendo;
- III - iniciativa popular.

§ 1º O alistamento eleitoral e o voto são:

- I - obrigatórios para os maiores de dezoito anos;
- II - facultativos para:
 - a) os analfabetos;
 - b) os maiores de setenta anos;
 - c) os maiores de dezesseis e menores de dezoito anos.

§ 2º Não podem alistar-se como eleitores os estrangeiros e, durante o período do serviço militar obrigatório, os conscritos.

§ 3º São condições de elegibilidade, na forma da lei:

- I - a nacionalidade brasileira;
- II - o pleno exercício dos direitos políticos;
- III - o alistamento eleitoral;

IV - o domicílio eleitoral na circunscrição;

V - a filiação partidária;

VI - a idade mínima de:

a) trinta e cinco anos para Presidente e Vice-Presidente da República e Senador;

b) trinta anos para Governador e Vice-Governador de Estado e do Distrito Federal;

c) vinte e um anos para Deputado Federal, Deputado Estadual ou Distrital, Prefeito, Vice-Prefeito e juiz de paz;

d) dezoito anos para Vereador.

Nossa democracia é recente e seu processo de construção ainda é muito desafiador. Conquistar o voto, ter o direito de escolha dos representantes pode gerar uma certa confusão, pois somos obrigados a votar e estamos sujeitos as penalidades. O eleitor que não comparecer ao dia da votação ou não justificar a ausência nos prazos determinados pela Justiça Eleitoral estará sujeito a pagamento de multa. Como lidar com essa obrigatoriedade?

Eu acho que não deveria ser assim. Não era preciso ser obrigatório. Vota quem quer, é questão querer, de saber. Tem gente que não quer votar, às vezes anula porque não quer votar. Então não deveria nem tirar o título. Era para ter uma lei para que não precisasse ser obrigatório votar. (Estudante, 18 anos, São José)

O voto é uma questão de escolha, a estudante defende que a votação não deveria ser obrigatória e abre espaço para a discussão sobre o voto nulo. É importante ressaltar que o voto nulo não é computado na apuração e só serve para fins de estatísticas. O voto é liberdade de escolha, mas todos são obrigados a comparecer, mesmo que seja para anular seu voto. É um direito do eleitor votar nulo. Na última eleição de 2018 somados os votos nulos, brancos e ausência na votação chegou a 42 milhões de pessoas não escolheram nenhum dos candidatos, segundo dados do TSE. O eleitor deixa de escolher seu representante e é uma forma de lidar com uma democracia que também dá a esse cidadão o direito de escolher ninguém. Ao mesmo tempo, diante dos

candidatos não se vê representado. Não há uma identificação entre eleitor e candidato. Nesse caminho nos diz o depoente,

Eu acho que é errado o voto ser obrigatório. Escolhe quem quer. E quem não quer anula o voto ou votar em branco não muda em nada o resultado da eleição. Não tem nenhuma finalidade. Apenas se confia aos outros a escolha dos vencedores. Se queremos mudar alguma coisa será através da proposta popular que torne o voto facultativo. Eu acho que a gente tem que ter o direito de votar ou não votar. Sendo obrigatório você vota até em branco.(DESEMPREGADO, 20 anos, Mutirão).

O voto facultativo está vigente em 205 país no mundo e somente 24 países o voto ainda é obrigatório, dentre eles, o Brasil. O depoente além de não concordar com o voto obrigatório afirma que os eleitores devem ter o direito de votar ou não e essa mudança se daria com o voto facultativo. Não é difícil encontrar quem defenda a não obrigação do voto que é uma das características de sistemas democráticos que dar mais liberdade ao cidadão. É o que nos diz o informante, “Creio que seja antagonismo à ideia de liberdade de escolha que o voto em si representa. O ideal seria que o voto não fosse obrigatório, mas um ato de vontade livre e consciente”. (Estudante de gastronomia, 24 anos, Prata).

O direito do voto é uma conquista de democracias liberais. Mulheres e negros conquistaram o direito ao voto com muitas lutas na nossa história social e política. É um direito de poder participar da vida política através do voto. Um voto nulo pode não ser uma atitude contra a democracia, e sim um descontentamento com a política e os políticos.

Eu acho um pouco estranho porque se o cidadão quer que seu país, estado mude tem que ser de uma forma livre, digamos assim. Não uma coisa imposta, não precisa impor, ah você tem que votar porque é obrigatório. Não, até porque, um exemplo, eu acho que não ia existir votos nulos ou brancos caso não existisse voto obrigatório. (Estudante, 18 anos, Dinamérica).

Mais uma vez nos chama atenção para a questão da liberdade em escolher os representantes. A fala da estudante nos remete sobre as discussões sobre mudanças na sociedade parte de uma lógica de ser livre em escolher políticos que garantam essas mudanças. Ter uma noção de que aqueles que escolhemos trazem soluções dos problemas em sociedade.

E mais ainda,

Eu acho que a gente vive numa democracia e democracia é uma coisa aberta eu entendo que é do direito de você ir e vir, de ficar calado, ter o direito de falar. Eu acho que deveria ter direito de escolher, eu quero votar ou não. Eu acho na minha pequena avaliação não deveria ser obrigatório. Já assinei a reforma política e estou nessa luta com vários camaradas para a reforma política com a participação popular, claro. Se for do jeito que eles querem não adianta ter a reforma. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó).

Que democracia é essa que nos oferece tantos direitos e não nos concede a liberdade de votar ou não? É o que questiona nosso depoente de forma bem clara. Ainda analisando a fala, atualmente essa é uma representação da democracia aquela que garante liberdades a todos os cidadãos, esse é um dos aspectos mais importantes quando pensamos numa democracia. E ela possibilita que os indivíduos desenvolvam o senso de responsabilidade e dever de pensar no bem comum, viver de uma forma melhor.

Eu me questiono que tem gente que defende que sim e que não. Isso não é um elemento que vai dizer que estamos num estado democrático ou não por conta disso. Eu acho que devemos ter uma sociedade em que as pessoas que queiram e gostem de votar e não que sejam obrigadas. Se elas têm consciência do que significa o voto, do que significa representação política, do que significa a participação dela nessa escolha ela vai gostar de votar. E se as pessoas se sentem obrigadas e reprimidas, votam porque é obrigada, ela não tem ainda a clareza do que significa a democracia, a representação política. Lamentavelmente, eu acho que a gente não devia ser assim, a sociedade deve discutir. Em países que o voto não é obrigatório nem por isso a participação deixa de ser grande, as pessoas tem clareza que é preciso participar e escolher bem. (Professora, 56 anos, Presidente Médice).

Aqui existem muitos elementos a ser destacados. Um deles é que o voto ser obrigatório não quer dizer que não estamos vivendo numa democracia ou não. E mais ainda que há uma necessidade em discutir sobre que voto é esse que temos no país. O que ela atenta é sobre as pessoas terem gosto em votar. Na verdade ter uma consciência política do significado do voto e da

representação política. Isso diz mais de uma democracia do que ser obrigado a votar ou não. O dever do cidadão é ter uma consciência de que escolher seus representantes implica nos rumos que o país vai tomar para resolver seus problemas.

Todos sabem do direito de votar e isso deveria ser um compromisso do dever e entender que há um poder nas mãos capaz de realizar mudanças. Aqui se constrói uma visão da democracia que vai além do simples ato de votar. Falar sobre questões como essa nas Ciências Sociais estamos construindo novos significados do que é política, do que é representação política.

O voto é uma coisa nova. As pessoas ainda não estão habituadas da consciência da importância do voto. De ter uma educação política, de entender de fato a importância do voto, do que o voto pode mudar na vida delas. Acham que só o político vai se beneficiar. Elas não acreditam que os benefícios podem ser para todos. Elas não sabem a importância. Seria bom que não fosse obrigado, tudo é um processo que acho que já estamos mudando as pessoas estão acordando, mas elas vão muito pelo olê né. Achavam que Marina Silva era a salvadora, e a gente sabe que não é bem assim. Não procuram entender que o Brasil tem mudado. Todas as transformações da sociedade é por conta dos governos. Vota num governo federal e coloca um monte de gente contra ele. Tem que ver isso aí. (Professor, 44 anos, Jardim Paulistano).

Aqui se revela o que há de comum nas falas até agora, o valor da democracia. A noção de defender e entender que a democracia é o que permite as mudanças sociais e políticas no país. Mais uma vez é falado sobre a necessidade de ter uma educação política e compreender a importância do voto.

Como já foi discutido em capítulos anteriores passamos por muitos processos políticos até chegar ao que entendemos por democracia. Atenta o depoente sobre o voto ser algo novo na vivência dos cidadãos brasileiros. É recente essa conquista que foi consolidada com a constituição federal. Como parte de um processo as pessoas ainda estão trazendo essa ideia como parte de suas atitudes e participação na política. Democracia pressupõe um modo de tomada de decisões coletivas como a eleição.

Interessante notar que o professor indica que as pessoas acabam seguindo candidatos sem ter uma consciência política. Quando remete a

participação de Marina Silva nas eleições entende que as pessoas acreditavam que ela era a salvadora.

Observando a participação de Marina Silva nas eleições de 2010 e 2014 percebemos uma construção da imagem pública diferente. Em 2010 ela lançou-se como candidata a presidência pelo Partido Verde e seu discurso coadunava com aqueles que travavam lutas em defesa do Meio Ambiente. E parte dos eleitores se identificaram com essa proposta. A pauta era a defesa de causas ambientais que tomaram proporções que apresentavam a campanha da candidata como “onda verde”. Com a firmeza do discurso e a identificação de parte dos eleitores a candidata conseguiu uma campanha expressiva.

Na história política do Brasil as eleições de 2010 foram emblemáticas. Tivemos na disputa eleitoral duas mulheres com chances reais de vitória. O nome Marina Silva (PV) e Dilma Rousseff (PT) trouxeram para a discussão novos significados da emergência do feminino nas campanhas eleitorais e que reflete sobre os aspectos culturais e políticos do Brasil e que pode abrir espaços para possíveis análises sobre nossa política. Marina Silva nas campanhas de 2010 se apresentava como uma terceira via.

O discurso crítico aos outros candidatos não se sustentou, pois ela fez parte do governo de Lula como Ministra do Meio Ambiente e se colocava como a candidata alternativa, mas nem todos acreditaram na firmeza do seu discurso. Mais uma vez a disputa ficava entre PT e PSDB no segundo turno com a vitória de Dilma Rousseff. E não foi diferente em 2014 quando também participou do pleito. Inicialmente como vice de Eduardo Campos Partido Socialista Brasileiro (PSB), que tragicamente faleceu num acidente aéreo. E teve que tomar a frente da campanha como a candidata a presidência. Dilma e Marina chegaram a quase empatar no primeiro turno. Mas com as fortes críticas vindas principalmente da candidata Dilma, a campanha de Marina foi perdendo fôlego. E o discurso que pregava renovação e formação de governo com os ditos melhores do partido também não se sustentou. Os eleitores não se identificavam mais com o discurso da candidata. Ela foi perdendo a popularidade e seu nome não era mais cogitado como escolha.

E seu nome fica de fora na disputa no segundo turno. Quando a depoente nos diz que as pessoas achavam que ela era a salvadora, talvez estivesse se referindo as campanhas que Marina participou e que chamou atenção de

eleitores que aderiram a sua campanha acreditando em termos um governo que foge da disputa entre PT e PSDB. E por questões de desconstrução da sua imagem e discurso, Marina não conseguiu êxito em suas campanhas. Assim afirma, Almeida (2008, p.54) “a cada eleição que um político disputa, ele acumula a musculatura da lembrança”. E talvez essa não tenha sido uma lembrança amarga que fez com os eleitores não a escolhessem para chegar nas disputas do segundo turno.

Diante do que foi apresentado nas falas vale realizar algumas considerações sobre democracia. A vivência da democracia remete a um conjunto de práticas que se sustentam na liberdade. Poder se expressar, a liberdade de “ir e vir”, de escolher seus representantes. O processo de democratização não está encerrado e está diretamente ligado a um conjunto de práticas políticas e mesmo cultural que faz parte da vida em sociedade. Ser crítico ao voto ser obrigatório, não quer dizer que deixei de acreditar por mudanças e esperança de dias melhores. Mas diante do que foi informado nas falas democracia está relacionada diretamente com o *tempo da política*, o dia da eleição. A festa da democracia é a escolha dos representantes.

4.3. O voto e suas razões: significados e importância

Quando se volta a pensar sobre a participação dos eleitores muitas análises destacam sobre a questão do comportamento eleitoral, como propõe Homero Oliveira (2007). O autor faz um destaque sobre a teoria racional aplicada. Tomando ainda a contribuição de Figueiredo (1990) que atenta que as abstenções nos processos eleitorais acontecem “pelo grau de eficiência que o eleitor atribui à sua participação na determinação do resultado eleitoral que ele deseja e nas consequências políticas de tal resultado” (Oliveira, 2007, 102-103 apud Figueiredo, 1990, p. 41).

E me remete ao que já foi discutido sobre identificação com o candidato, projeto político. Se não há elementos que construam um elo entre eleitor e candidato não há certeza na escolha e talvez seja um possível caminho para entender os votos nulos e não votar, mesmo que sofra penalidades. Figueiredo ainda nos apresenta sobre efetividade do voto quando eleitor avalia os candidatos escolhendo aquele que mais se aproxima das suas aspirações. E

mais participar dos processos eleitorais é compreender que podem produzir um resultado desejado. Todas as ações dos eleitores terão alguma efetividade (Oliveira, 2007, p. 103, apud Figueiredo 1991)

Nesse viés temos a contribuição de Mônica de Castro (1994) que destaca em sua análise sobre o comportamento eleitoral duas correntes, a racional e psicológica que confronta algumas análises da Ciência política. A análise racional entende que o eleitor buscar por resultado, o voto parece ser reduzido apenas a questão dos resultados da eleição. Ter o voto como uma questão de ganhos e perdas não ajuda na compreensão de outros aspectos como culturais e mesmo políticos que estão relacionados ao voto. A festa da participação nas eleições nos apresenta muito mais do que isso e revelam as motivações e significados do voto para os eleitores. O meu objetivo é tratar o voto no seu aspecto subjetivo. Assim afirmam, Palmeira & Heredia (2006, p.282):

O voto não é necessariamente uma empresa individual que a questão da intencionalidade pode não ser pertinente, e que não está necessariamente em jogo uma escolha; que a importância das eleições pode não se resumir à indicação de representantes ou governantes e que sequências aparentemente naturais como as acima mencionadas podem não ser matéria de lógica, mas de “sócio-lógica”.

Partindo de uma análise que privilegia o voto relacionado diretamente as vivências de cada eleitor, os aspectos do cotidiano e os elementos que são considerados são o impulso para as escolhas do eleitor. Durante a eleição participar dos comícios, passeatas, estampar nas casas e camisas o seu candidato é entender que o eleitor aderiu a um candidato, a um partido ou projeto político. Participar da festa da política é trazer elementos que podemos compreender sobre a representação do voto.

Essa análise do voto leva a refletir sobre as motivações do voto, bem como compreender os processos que levam os eleitores a votar em determinados candidatos e outros não. Partindo da perspectiva antropológica construímos questionamentos aos eleitores sobre o voto. O que é o voto? Qual o significado do voto para o eleitor? Qual a importância do voto? Foram as questões basilares para iniciar nosso diálogo.

O voto pra mim é uma forma de elegermos alguém para nos representar seja na república, no estado, no município. O voto é a confiança que você dar a alguém para que ela venha a fazer o melhor naquele local onde você reside. Tento pensar muito bem antes de dar meu voto a alguém para não dar meu voto a qualquer pessoa. Tem que ter bastante confiança, bastante certeza que você quer votar naquela pessoa. Confiar nas propostas delas, no que ela vai prometer. (Estudante, 18 anos, São José).

A depoente informa sobre um elemento de construção sobre o que é o voto: forma de elegermos alguém para nos representar e confiança naquele representante em fazer o melhor. Assim também diz, “Seria o meio através do qual eu posso expressar meu desejo, vontade política através da escolha dos meus representantes” (Estudante de gastronomia, 24 anos, Prata). Nesta última fala atento sobre vontade política na escolha dos representantes que nos remete a um certo engajamento dos eleitores em participar dos processos eleitorais, essa vontade vem de onde?

De uma maneira geral, vontade política está ligada ao poder político. Numa escolha democrática, o eleitor transfere o seu poder e vontade para o político. Por meio dessa representação, o político pode agir conforme essa vontade e ter projetos que beneficiem a população. A vontade em resolver os problemas da sociedade, essa vontade é a de todos, em busca do bem comum. E esse sentimento é social.

É importante ter a confiança em que votar, saber as propostas do candidato. A maioria das pessoas não pensam assim, votam numa pessoa porque vai com a cara, mas se formos olhar pelo lado lógico na nossa sociedade, acima de tudo devemos olhar a proposta dos nossos candidatos, saber como foi o passado dele. Se ele é bem renomado, se ele cumpre com as propostas no mandato. Agora quando é um candidato novo e pelo menos você ver o que ele mostra ser, que vai exercer bem aí tudo bem. (Autônoma, 21 anos, Palmeira)

A confiança é mais um dos elementos que se pode tomar como referência sobre representação do voto. Já discuti anteriormente sobre as promessas e confiança. É uma das considerações mais constantes nas entrevistas. Para a depoente o voto significa confiar em alguém e que essa pessoa faça o melhor. É dado ao candidato o poder de mudança. Quando se tem um país em que as condições econômicas refletem nas desigualdades sociais. Fazer o melhor e ter

propostas que mude essa realidade era para ser a defesa de todos os políticos, mas, infelizmente, o que se observa é que se buscam atender mais aos interesses privados do que públicos. Essa é a nossa realidade política. E isso remete a questão ligadas a educação, saúde, segurança, entre outros que nas ausências desses serviços temos que depositar nossa confiança que o outro, o político, faça o melhor para resolver os problemas que afligem nossa sociedade. É o que espera parte dos cidadãos. Basta acompanhar os programas de rádio o quanto esses problemas são comentados pelos ouvintes e críticas para aqueles que deveriam resolver.

Chama atenção à segunda fala ao relatar que muitas pensam votam pela cara, mas que cara é essa? Está-se tratando de candidatos que buscam adesões dos eleitores. O bom preparo do discurso, o falar bem e bonito, ter uma simpatia podem ser elementos relevantes na hora da escolha. Ir com a cara de uma pessoa em termos gerais é ter uma certa afinidade, é perceber que há algo em comum ou que uma ideia é compartilhada, isso não é diferente entre eleitor e candidato. E não podemos cair no jogo que esse tipo de atitude do eleitor demonstre uma “irracionalidade”, esse é só mais um elemento a ser analisado sobre representação sobre a política.

Os meios de comunicação influenciam no voto,

Hoje não levo mais em consideração o que é passado nos meios de comunicação. (Desempregado, 20 anos, Mutirão).

Levo em consideração. Eu vejo que é útil, a pessoa está falando o que ele fez e o que vai fazer. (Empregada Doméstica, 58 anos, Dinamérica)

Se for falar coisa ruim eu não ligo. Como eu já trabalho para ela eu já sei, já convivi, já passei uma tarde com ela. Ela mostrou quem ela e como ela é deputada. Assim, quer vir falar mal dela ou falar bem eu fico tranquila porque sei quem é essa pessoa. (Autônoma, 21 anos, Palmeira)

Assim, eu acho que tem de certa forma o direito de expor tanto a mídia, como o público, mas tem que ser com sabedoria. Por que tem pessoas que falam sem saber ou sem até pesquisar e ficam um pouco sem nexos as coisas que alguns falam. Mas, acho válido isso porque você vai expondo seu ponto de vista e com isso você vai formando uma opinião própria.

Dentre as quatro falas apenas a primeira revelou não levar em consideração o que é informado nos meios de comunicação. A segunda fala atenta para a utilidade dos meios de comunicação. Já discutimos antes que os meios de comunicação são espaços de informações e são nesses espaços que as pessoas têm mais acesso sobre os candidatos. Desde as propagandas eleitorais, como as entrevistas em rádios e TV. Quem não conhece os candidatos e tem alguma dúvida pode considerar ou não o que é informado. Quando conhecemos um candidato através da convivência ou por estar participando da campanha se falar algo crítico sobre ele talvez nem se considere nada, como relata a terceira fala. E por último nos chama atenção sobre a construção de uma opinião própria e ter sabedoria. Entender que as informações que são transmitidas pode ajudar nos momentos de indecisão, mas nem sempre essas informações são convincentes e nos colocam mais dúvidas ainda sobre certas candidaturas. Ter sabedoria é entender que cabe ao eleitor se convencer se aquilo que é passado é verdade ou não.

As redes sociais ajudam na escolha?

Eu acho bom porque hoje é tudo bem atualizado, facilita mais. Eu acho muito bom pelo fato de que você ver lá as propostas dos candidatos, ver outras pessoas criticando, ver se o candidato fez isso ou aquilo. (Estudante, 18 anos, São José)

Importante porque as redes sociais é mais um modo de expor seu ponto de vista e juntando uma pessoa com outra elas podem realmente dialogar se o candidato fez isso. Juntando tudo isso vai formando a opinião da pessoa. Até pode mudar de voto ou não. Isso é importante. (Estudante, 18 anos, Dinamarca)

Eu uso as redes sociais e acredito que elas sejam importantes como meio de ter mais informações. Vai ser só mais um espaço para debater sobre política. (Técnico em eletrônica, 27 anos, Bela Vista).

Já destaquei que a internet e o uso das redes sociais são espaços bem mais utilizados nos dias de hoje. Todos podem ter acesso a internet e no momento das campanhas eleitorais é uma ferramenta usada pelos candidatos para divulgar sua campanha, suas ideias e projetos políticos. Assim como também os eleitores que acessam as redes e podem ter maiores informações

sobre os candidatos, e mais do que isso buscar nesses espaços se as informações divulgadas são verdadeiras ou não. E as redes surgem para facilitar a vida de todos, cabe a cada pessoa usar de maneira responsável e consciente. E dirijo minha atenção para a segunda fala ao relatar que as redes sociais podem ser formadas de opinião e que pessoas podem mudar o voto ou não. A adesão do eleitor também ocorre nesses espaços. Divulgar campanha, compartilhar notícias sobre os candidatos, postar fotos com os candidatos e comentar sobre algum fato que esteja relacionado com eles são elementos de adesão e também uma forma de construir uma identificação com o candidato. De certa forma, as redes sociais somam aos mais diversos mecanismos de convencer o eleitor a aderir ao candidato e conseguir o voto.

Ao referenciar o voto temos que levar em consideração que ele é individual e ao mesmo tempo coletivo.

em sua densidade de escolha individual e agenciamento coletivo. Em outros termos, trata-se de mapear o conjunto de forças e processos globais que fazem com que as escolhas políticas caminhem nesta ou naquela direção. Questão eminentemente antropológica, na medida em que a fusão dos planos individual e coletivo, bem como do conjunto das instituições sociais, aponta decisivamente para seu caráter de *fato total*. (GOLDMAN & SANT'ANNA, 1996, p. 13).

Destaco outra característica atribuída ao voto, o arrependimento,

Geralmente, escolho antes das convenções. Já me arrependi de muitos votos. Nem sempre na maioria das vezes os representantes atendem suas expectativas. Me arrependi demais quando votava em pessoas. Minhas expectativas estão agora nos projetos políticos porque aí não depende só da pessoa. (Professora, 56 anos, Presidente Médice).

Aqui a depoente revela que quando seu voto era destinado a pessoa do político se arrependeu. Ela informa que os políticos não atenderam as suas expectativas. Mais uma vez reforço a ideia de identificação e representação. Esse político não a representa mais e estar escolhendo um candidato por seus projetos políticos às incertezas que seus interesses não serão cumpridos diminui. Apesar de se arrepender ela não deixou de acreditar na política

priorizando os projetos políticos. Em meio a uma experiência negativa ela ainda tem o desejo de votar e acreditar em algo maior que o político.

E mais,

Quando paro para pensar tem hora que sim tem hora que não. Quando a gente vota numa pessoa a gente acredita numa mudança, que é melhor no partido tal, se fez muito pela cidade. A gente vai pelo aquilo né. Depois a gente acaba votando e não ver resultado. Se me arrependi, não me arrependi não. (Estudante, 18 anos, São José).

A estudante não se arrepende do voto por acreditar que o candidato vai trazer mudanças, se não faz como é esperado, ela não se arrepende. O voto é uma espera por uma melhor situação, é a crença na mudança, é a esperança de dias melhores.

Os votos que eu dei não me arrependi não. De acordo com as opções que tinham era a mais viável, se tivesse outra opção superior a que tinha, provavelmente eu teria me arrependido, mas já que não teve, estou satisfeita. (Autônoma, 21 anos, Palmeira).

Aqui a depoente se diz satisfeita com sua escolha e que das opções que tinha a sua escolha era a mais viável e também não demonstra arrependimentos.

Durante o diálogo com os entrevistados abordamos a questão de como é feita a escolha, assim nos diz “Antes das eleições, conforme durante as eleições, do decorrer a gente tem mais a certeza de querer aquela pessoa”. (Estudante, 18 anos, São José).

Se tem um deputado, você votou naquele candidato tem que acompanhar o mandato vê se realmente ele mereceu seu voto e se vai merecer seu voto. Eu estudo antes. No ano político aparece aquelas conversas, ele mesmo paga o parabéns para ele. Funalo de tal está de parabéns. Entope a cidade de outdoor. Não é assim, Tem que ver o que ele fez e o que ele faz. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó).

A fala chama atenção para atitudes dos cidadãos em acompanhar seus políticos no mandato. É no mandato que será observado se as promessas serão cumpridas. Se o político vai realizar de fato melhorias para a sociedade. Isso serve para candidatos com experiência política. E o depoente atenta que durante

a campanha surgem muitas conversas e candidatos que usam espaços como os outdoors para demonstrar que tem prestígio e que é conhecido pela população. Mas pra ele, o que vale é saber se o candidato fez algo em benefício das pessoas e o pode fazer.

O voto é uma questão de querer o melhor para o país. O que acho que vai fazer o melhor para mim, para família e para o país. É importante ter candidatos novos e evoluir e dar a oportunidade a candidatos novos. (Técnico em Eletrônica, 27 anos, Bela Vista),

Quando considero que,

Meu voto é o poder que tenho o direito de escolher quem eu quero, independente que me pague ou não, que vai me oferecer dinheiro ou não. Eu voto em quem for honesto. (Técnico em Eletrônica, 27 anos, Bela Vista).

A fala remete a questão do eleitor ter o poder em suas mãos e ter o direito de escolher quem quer. E candidatos novos podem ter a confiança do seu voto. Mas o que chama a atenção é ao dizer que independente de oferecer dinheiro e pagar ou não, ele vota em candidatos honestos. Aqui honestidade e compra de votos não há confusão. Na verdade, a confusão está em nós em entender como eleitores que passam por situações de compra de votos, oferecer dinheiro por voto, podem acreditar que esses mesmos candidatos se forem honestos tem seu voto. Isso só nos faz refletir o quanto a escolha de um candidato é complexa. Mas que no final a escolha é a representação de todos esses processos que o eleitor vivencia. Existe uma certa “naturalização” de que o ato de compra de votos não é ao mesmo tempo desonesto.

Quando vou votar em alguém eu espero uma melhora, sabe? Melhorar a situação que está muito difícil. As coisas estão muito mudadas, em vez de melhorar acho que piorou. Pronto, agora quando for votar em alguém, eu vou votar assim esperando que tenha uma melhora. Que aquela pessoa faça algo melhor. (Empregada doméstica, 58 anos, Dinamérica).

A depoente acredita que o voto é ter esperança em melhorias. É interessante que ela oscila nas suas opiniões. A situação está pior, mas a escolha é por uma pessoa que faça o melhor para a população. Assim nos

apresentam: “Por pior que sejam as coisas, parece haver sempre uma ‘última esperança’ que tende a tornar-se mais forte, na medida em que as eleições se aproximam, culminando no próprio momento do voto”. Golman&Sant’Anna (1996, p. 29).

O voto é escolha, apesar de detectar que dentre os entrevistados existem aqueles que se arrependeram do voto, outra questão que fez parte das nossas conversas foi sobre se já tiveram dúvidas sobre quem votar,

Não, já tinha minha opinião desde sempre. (Estudante, 18 anos, São José)

Sempre votei com consciência do que estava fazendo. (Comerciante, 40 anos, Bodocongó).

Já, já fui com dúvida e na hora eu nem votei porque estava em dúvida. Quer dizer em alguns né. Alguns, um ou dois. (Empregada doméstica, 58 anos, Dinamérica).

Dúvida pode haver sim, pois na verdade só vamos ter certeza que um plano de governo será colocado em prática no decorrer do mandato. (Estudante de gastronomia, 24 anos, Prata).

Chama a atenção as duas últimas entrevistas. A depoente ao apresentar que não votou porque estava com dúvidas nos dá a ideia que o voto às vezes pode apresentar desconfiança de que o candidato não vai atender as expectativas que o melhor foi não votar. Outra questão, o depoente fala que pode ter dúvidas, mas certezas só no decorrer do mandato. O voto representa esperança e confiança. E o eleitor só vai ter a certeza que fez a escolha certa acompanhando esse político e observar se ele cumprirá com as promessas e o discurso de campanha. O voto pode oscilar nesse caminho, ao ter dúvidas as pessoas podem mudar se voto por várias razões também que pode oferecer outras análises sobre as relações entre eleitores e candidatos.

E mais,

As pessoas me ajudam porquê cada pessoa tem uma visão diferente, espera algo diferente de uma representação política. Embora, eu acho que eu não voto em pessoas, eu voto em programas, em projetos. Não voto nas pessoas porque ela minha parente, porque é minha amiga, eu voto naquilo que ela

representa. A gente tem que ver o que o candidato se propõe a fazer seja no parlamento, no poder executivo. Procuo saber como é a vida dos candidatos, como é trajetória de vida desse candidato, a gente tem que considerar a trajetória de vida de cada um. Aquele candidato que nunca trabalhou na vida, que a vida inteira dele foi vereador, vereador de novo, deputado, deputado de novo, foi prefeito, essa pessoa quer viver da política. Não acho isso correto viver da política. A gente pode se dedicar a política, mas tem que ter profissão para não fazer da política um meio de vida. Não me interessa pela vida pessoal e íntima dos candidatos. Não me interessa pelas relações afetivas. Não influencia. O que interessa é o que ele pensa e o que ele quer para a sociedade. (Professora, 56 anos, Presidente Médice).

É possível extrair dessa fala várias considerações. A que chama mais atenção é sobre a vida política. Para ela é importante que o candidato tenha uma profissão e não faça da política um meio de vida. Talvez aqui nos remeta que esse meio de vida é público e é bem remunerado. Para algumas pessoas ter experiência política seja considerado como garantia de que os problemas serão resolvidos porque está dentro da política e seria mais fácil confiar nessas pessoas. “o comportamento do candidato, que se já aconteceu no passado, oferecerá uma segurança, uma garantia de que “este não é só de dizer, é de fazer”. O candidato se dá a conhecer não só pelas palavras como pelos atos”. (MAGALHÃES, 1998, p. 84).

Existem muitos casos de políticos que estão anos e anos na política sem trazer mudanças reais na sociedade. Mas ele está ali pelas mesmas razões que os outros. Ele foi eleito através do voto. Os eleitores o escolheram como representante. Está lá deveria trazer a responsabilidade e a consciência de que está ali por uma razão, ou por várias. Numa democracia depositamos nos nossos representantes o poder da mudança, mas esse poder vem de antes. Esse poder está nas mãos de cada eleitor. A professora atenta que não escolhe pessoas, ela escolhe projetos, programas que façam a diferença para a sociedade, talvez essa seja como a maioria acredita. E que não deixa de acreditar.

Nessa festa da participação e representação política, os eleitores acionam elementos que justificam suas escolhas. Estamos lidando com promessas, com a confiança e na crença por dias melhores. Acreditar que estamos vivenciando o processo democrático. O poder de escolher e de mudar. O eleitor busca no candidato a realização de seus interesses, anseios, e desejo de dias melhores, “o voto configura-se, pois, como um mecanismo de compreensão do que está

em jogo nas estruturas políticas que articulam uma sociedade como a nossa". (GOLDMAN & SANT'ANNA, 1996, p.36).

Apresentei que os candidatos buscam os eleitores na campanha, é uma disputa em conquistar o eleitor e conseguir sua adesão. Nesse processo há construção de uma identificação, do estar próximo, do ser do povo, ser aquele que possa confiar. Afirma Magalhães (1998) que,

Existe em todos os candidatos, todos os partidos, a construção de uma imagem que varia de acordo com suas concepções à respeito do que é legítimo, verdadeiro, importante, e de acordo com o que julgam ser a concepção do eleitor. (Magalhães, 1998, p. 71)

O eleitor avalia os candidatos, ter uma imagem de candidato como ser do povo, ser sincero, ser uma boa pessoa é uma forma de representação. São qualidades consideradas pelos eleitores. Essa identidade é construída coletivamente e o que o eleitor pensa sobre o voto deve ser apreendido e compreendido que cada eleitor tem suas razões de escolha. Daí temos uma infinidade de motivações legítimas e racionais dentro da fala de cada eleitor entrevistado.

Assim, o voto não é estático. Entre eleitor e candidato se constitui um elo, uma identificação. Se há uma falha nessa ligação esse elo se rompe e abre espaço para outras considerações. Abre espaço para olhar o outro e também criar outras identificações. O eleitor projeta no candidato seus sonhos, suas esperanças, suas vivências. Aderir a um candidato nos dá a ideia de pertença, está próximo dos seus. Nesse sentido, concordamos com Palmeira&Heredia (2006, p. 284) quando afirmam que:

Se o voto escolha é uma decisão – uma decisão individual, tomada com base em certos critérios, em determinado momento –, a adesão é um processo que vai comprometendo o indivíduo, ou a família, ou alguma outra unidade social significativa, ao longo do tempo, para além do tempo da política.

Desse modo, existe uma rede que ajuda os eleitores e suas decisões, o convívio com a família, os amigos, os colegas de trabalho, as redes sociais. Pois, o voto faz parte de um processo constante de reflexão e está sujeito a influências

que nem sempre determinam a escolha do eleitor. O que passo a entender é que “não são indivíduos isolados nem tampouco um grupo fechado em si a decidir seu voto. Existe uma referencia ao coletivo que ajuda e respalda o ato de conhecer os candidatos”. (MAGALHÃES, 1998, p. 84).

O que destaco nos depoimentos é que se vota por diversos fatores que são coerentes e racionais para cada eleitor. Mas, o voto também está na esfera da negociação como foi mencionado em algumas falas. É nesse caminho que buscamos uma explicação sobre o voto, analisando as motivações e significados do voto que fazem escolher por determinados candidatos e outros não. O eleitor é a peça chave de todo esse processo. Nessa festa da participação o eleitor e seu voto é o mais importante objetivo de disputa dos candidatos e representação da democracia. A intenção foi trazer o aspecto subjetivo do voto que dar significado, e porque não resignificado, as escolhas de cada eleitor. Voto é uma junção de vários elementos, é identificação, é afinidade. Voto é racional, mas também sentimental, emotivo. O voto diz muito de nós, das nossas vivências, dos nossos interesses. Voto é esperança, é confiança. Numa democracia, é o poder da escolha e essa escolha pode mudar a realidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O exercício que tem por objetivo analisar e refletir sobre as motivações do voto que levam um eleitor a escolher um candidato vem sendo realizado por muitos pesquisadores, mas não há uma conclusão sobre essa questão. Ao longo destes capítulos trago categorias de pensamento que ajudam a pensar como se dão os processos eleitorais. Nosso enfoque se debruçou no eleitor que apresenta as mais diversas explicações de seu voto e acreditamos que é neste elemento a maior contribuição deste texto.

Ao longo da nossa história política brasileira passamos por processos políticos até o que hoje conhecemos por democracia. Foi a partir de um governo com ações voltadas ao interesse da maioria que chegamos a uma democracia representativa que possibilita disputas eleitorais que permitem a participação dos eleitores através do voto como principal elemento para as mudanças no país.

Acredito que o processo eleitoral é um processo ritualístico tomando as contribuições de Victor Turner. O momento das eleições faz de cada indivíduo um cidadão que tem no voto o caminho para as mudanças e desejos que anseia. O eleitor precisa ser conquistado e os candidatos fazem uso de vários mecanismos para conseguir a adesão e o voto. Tive a preocupação de trazer alguns desses mecanismos que compõem a imagem do candidato, desde os discursos até o jeito de se comportar nos espaços de campanha. É importante ressaltar que estou aqui a tratar de um fenômeno complexo e que os eleitores utilizam vários elementos para a escolha de seus candidatos. Não é suficiente acreditar que apenas razões políticas são explicações para a escolha dos eleitores. Essa escolha é surpreendentemente emocional, lógica, política, cultural. Tudo faz parte desse cenário único das eleições.

Neste tempo das campanhas eleitorais são construídas relações entre eleitores e candidatos. São essas relações que fazem desse momento único. A campanha eleitoral é encarada como ritual, pois ela proporciona proximidade, identificação, afeição e é parte desse universo tão emblemático da representação política. O eleitor é disputado pelos candidatos. Os políticos que muitas vezes estão distantes do povo durante o mandato, durante as eleições eles vão ao encontro do povo. E esse momento diz muito dos processos que constroem as representações sobre a política e voto.

Tratar das motivações a partir da escolha do eleitor, buscando o aspecto subjetivo que foge de explicações que tratam o voto como um fim em si mesmo. A nossa proposta foi relacionar, foi buscar uma análise que os eleitores escolhem de forma lógica e racional. Escolher por cara ou por projetos políticos são razões a serem consideradas. A escolha permite acessar as mais diversas razões do voto.

O caminho metodológico repousa nos métodos qualitativos e na proposta etnográfica dentro do nosso universo. Tornar exótico aquilo que nos é próximo é um exercício desafiador. A cidade foi o lugar de pesquisa e trouxe uma proximidade que pode naturalizar algumas relações. Desse modo, busquei situar a cidade e nossa pesquisa de uma maneira peculiar. Nos eleitores encontramos aspectos culturais e políticos que configuram as vivências sociais e políticas. Podemos afirmar que esse é exercício intenso que nos encanta. A pesquisa de campo é um mundo que nos oferece muitas oportunidades de aprofundar nosso tema, e ao mesmo traz novas possibilidades de produção de conhecimento. Retomando o percurso da dissertação que meu enfoque foi a relação entre a política e gênero pensei em levar adiante para o projeto do doutorado as questões ligadas a baixa representatividade das mulheres nos espaços de poder. Entretanto, durante a investigação pude perceber que as respostas não vão estar prontas, e muito menos responder as questões iniciais. Fui surpreendida pela pesquisa e foi necessário mudar algumas questões para dar seguimento ao nosso texto. E na volta às entrevistas novamente possibilitou outros caminhos. O alívio de perceber com mais clareza que era nas motivações do voto que estava a razão de seguir na construção do texto e chegarmos as possíveis conclusões que apresentamos até aqui.

O voto enquanto representação oferece que a escolha dos eleitores passa pela crença, pela confiança. Como também pode fazer parte de rede de influências que podem não determinar o voto.

Como foi apresentado, a nossa história política é marcada por processos de lutas e conquistas. O voto foi mudando com esses processos até hoje pelo que entendemos por voto. Antes as mulheres e negros não tinham o direito de votar, essa conquista era uma reivindicação das pessoas para se ter uma sociedade mais justa. Essas lutas garantiram direitos e um sistema de governo que permitisse a liberdade de escolha. E falar do voto é também pensar sobre a

democracia, sobre ser parte de uma nação sobre ter o direito de escolher seus representantes.

Refletir sobre a política e os fenômenos eleitorais é partir para os seus significados para os eleitores e na construção de representações sobre a política. De tal forma, que o voto não é estático. Ele é parte de uma rede de relações complexas que o eleitor está inserido, mas que não é determinante. A cidade de Campina é o cenário da nossa pesquisa. Este cenário tem os eleitores que apresentam as motivações e significados do voto. É neste cenário que realizamos o exercício de refletir sobre o “tempo da política”, tempo da festa da participação. (PALMEIRA&HEREDIA, 2006).

Este tempo é especial, é momentâneo e faz parte de um processo ritual. De político a candidato, de pessoa a eleitor. É tempo da disputa eleitoral que passa a fazer parte da vida dos cidadãos e que revelam parte de suas práticas do cotidiano. A política é representada por essas práticas e vivências.

As passeatas, os comícios, as propagandas eleitorais, e todos os rituais das campanhas eleitorais são elementos de identificação. O candidato busca a conquista e adesão dos eleitores. E são esses rituais que aproximam o candidato do eleitor, enquanto este pode construir uma identificação com o candidato.

A partir daí revelam que essa identificação é baseada na promessa e na confiança de que o candidato vai atender as expectativas. Nem sempre as necessidades são atendidas e o elo que liga eleitor e candidato se desfaz. Outros elementos ganham destaque nas disputas eleitorais, como as redes sociais que tornam espaços importantes nas campanhas eleitorais. Candidatos e eleitores também constroem suas relações na internet, nas redes sociais. O candidato divulga informações de campanha, seus projetos políticos, sua agenda, fotos. Tudo pode ser compartilhado. Por sua vez, o eleitor ao aderir ao candidato também usa o espaço para apresentar que há uma identificação. E encontramos as curtidas, o compartilhamento de fotos e outras informações.

Os meios de comunicação são também espaços muito utilizados pelos candidatos. As entrevistas realizadas na campanha, a propaganda eleitoral são veiculadas nesses espaços que atingem um maior número de pessoas. Cada eleitor tem uma maneira de lidar com esses espaços e podem levar em consideração ou não para a escolha de seus representantes.

Outro elemento que se destacou foi a questão da compra de votos que faz parte das negociações entre eleitores e candidatos. A disputa por conquistar o eleitor pode fazer uso de um recurso ilícito para se manter no poder ou conquistar esse poder. O eleitor pode ou não fazer parte desse tipo de negociação, e aqui não vamos entrar no jogo que esse tipo de situação que se coloca o eleitor faz dele “irracional”. O eleitor pode acionar vários elementos que vão compor o seu voto. E o que queremos trazer aqui é que as razões de escolha são racionais.

As motivações e significados do voto me fez refletir como se dão as escolhas e quais os elementos considerados pelos eleitores. Essa escolha é individual, mas é coletiva também. O voto configura atributos que são reconhecidos pelo eleitor, pela sociedade. O voto é representação, é adesão, é poder, é esperança por dias melhores.

O esforço desse texto buscou a compreensão dessas motivações e significados do voto que não estão só presentes nos momentos das campanhas. Os eleitores revelam suas vivências, parte do seu cotidiano. Revelam que ele também é parte de processos dinâmicos e complexos que são as relações sociais. A relação entre eleitor e candidato se constrói por diversas razões que são racionais e simbólicas. É essa relação que foi possível entender como se dá o processo de escolha e quais os elementos envolvidos nessa escolha. Mais do que isso revelam como é complexo os fenômenos relacionados à política, pois também revelam um pouco de nós.

A experiência que tive durante o processo de pesquisa e escrita foi única. Ir a campo em busca de pessoas que pudessem contribuir com meu trabalho foi gratificante. Não poderia deixar de mencionar a conversa que me marcou como pesquisadora, mas também como pessoa. Em uma das visitas ao comitê de Dilma Rousseff conheci uma senhora que logo me acolheu e quis me entregar materiais de campanha. Comecei a conversa, saber sobre o comitê, falamos de como estava a campanha e percebi uma abertura para dizer o que estava procurando. Sem nenhuma preocupação ela disse que podia ceder a entrevista, mas como ela estava no ambiente de trabalho não poderia ser ali. Ela trabalhava como doméstica e estava ajudando no comitê. Perguntou se podia ir ao apartamento dela. Prontamente, aceitei o convite, como também fiquei lisonjeada. Marcamos o dia e fui ao seu encontro. Levei comigo o questionário,

acreditando que conseguiria realizar tranquilamente a entrevista sem nenhuma surpresa. Quando a questioneei sobre política, participação das mulheres, ela defendeu que lugar de mulher era na política. E começou a relatar sobre como era sua vida. Dessa pergunta saiu um desabafo que jamais poderia imaginar. Ela é viúva. Desabafou que quando estava casada sofreu violência doméstica ao ponto de não poder nem cuidar dos filhos, como deveria. Ela disparou a frase “Não vou mentir, mas ganhei a liberdade quando ele morreu”. Isso foi impactante como pesquisadora que estava ali conversando sobre participação de eleitores na campanha, de política e me deparar com essa fala. E completou dizendo que por essa razão votava numa mulher e na esperança de dias melhores.

O voto era uma relação de confiança, de acreditar que o candidato vai cumprir as promessas de campanha. Essa era a representação política que considerou para sua escolha. Diante de sua experiência e vivência sua escolha segue uma lógica, segue uma emoção e também uma forma de lutar para que outras mulheres não passem pelo que ela viveu. Essa mesma senhora disse que se eu fosse candidata ela votaria em mim, pois confiava no que estava fazendo. A entrevista foi enriquecedora pelos dados colhidos e por tudo que foi vivenciado naquela tarde. Por toda relação que construímos em meio a conversa. Não lidamos com objetos de estudo. Lidamos com pessoas que trazem suas experiências de vida e como se relacionam com o que está ao seu redor. De um modo geral, as entrevistas realizadas são com pessoas engajadas que estavam trabalhando em comitês de candidatos. Essas pessoas tinham razões de estar ali e de ter sua própria vivência do que é política. E cada uma delas contribuiu para o texto. E com elas aprendi que a relação entre política e cultura não cessa. Céticos ou esperançosos estamos buscando conhecimento e que esse trabalho possa colaborar para as questões de participação dos eleitores, comportamento eleitoral, voto e na complexa relação entre cultura e política.

6.REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Carlos Alberto. **A cabeça do eleitor**. Estratégias de campanha, pesquisa e vitória eleitoral. – Rio de Janeiro: Record, 2008
- ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- ANTUNES, Vanderlei Lemos. **O Conceito de Soberania em Jean-Jacques Rousseau**. Dissertação (Mestrado em Filosofia). Programa de Pós-graduação em Filosofia. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2006.
- AVELAR, Lúcia. Mulher e política: o mito da igualdade. Brasília, 2002, Social Democracia Brasileira, Brasília, v.1, n.2, p. 40-54, mar. 2002.
- BAILEY, K. D. **Methods of Social Research**. New York: The Free Press, 1982.
- BARREIRA, C. Fraudes e corrupções eleitorais: entre dádivas e contravenções. In: PALMEIRA, Moacir & BARREIRA, César. (Org). **Política no Brasil: Visões de Antropólogos**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006.
- BARREIRA, Irllys. **A política de perto Recortes etnográficos de campanhas eleitorais**. NOVOS ESTUDOS CEBRAP, 74, pp. 177-194, 2006. Sítio: http://www.cebrap.org.br/imagens/Arquivos/a_politica_de_perto.pdf.
- BALANDIER, Georges. **Antropologia Política**. Tradução de Octavio Mendes Cajado. Difusão Européia do livro, editora da Universidade de São Paulo, 1969.
- BALANDIER, Georges, O Drama. In: **Poder em cena**. Coleção Pensamento Político, nº 46, Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1982. p.30 a 46.
- BARTH, F. “A Análise da cultura em Sociedades complexas”. In: **O Guru, olniciador e Outras Variações Antropológicas**. Rio de Janeiro, Contra Capa, 2000 (1989).
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Tradutora Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D’água, 1981.
- BAUDRILLARD, Jean. **À Sombra das Maiorias Silenciosas – o fim do social e o surgimento das massas**.4ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BEZERRA, M. O. **Bases sociais da prática da corrupção no Brasil**. In: Série Antropologia, Brasília, 1994.
- BOBBIO, Norberto *et alii*. **Dicionário de política (v. I)**. Trad.: Carmen C. Varriale et alii. Brasília: Ed. UnB, 1998.
- BONAVIDES, Paulo. **Do Estado liberal ao Estado social**. São Paulo: Saraiva, 1961.
- BONELLI, M. A. O Retrato da Política: Cobertura Jornalística e Eleições. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.
- BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às ciências da informação e da comunicação**. Petrópolis, Editora Vozes, 1994
- BOURDIEU, Pierre. A Economia das Trocas Simbólicas. São Paulo: Perspectiva,1992.
- BOURDIEU, Pierre. CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **A profissão de Sociólogo: preliminares epistemológicas**; tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. O Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder Simbólico**. 4ª edição, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001.
- BOURDIEU. **Ofício de Sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia/** Pierre Bourdieu, Jean-Claude Chamboredon, Jean-Claude Passeron; tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. 6. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

(1930).

BOURDIEU. **O poder simbólico**/ Pierre Bourdieu; tradução Fernando Tomaz (português de Portugal) – 13ª ed. – Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2010.

CANCLINI, Nestor Garcia. *O consumo serve pra pensar*. In: **Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização**. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora: UFRJ, p. 75 a 94. 1999..

CARNEIRO, Leandro. P. & KUSCHNIR, K. As dimensões Subjetivas da Política: Cultura Política e Antropologia da Política. In: **Revista Estudos Históricos**. V.13, N^o 24, 1999. Sítio <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2100/1239>

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003;

CASTELLS, Manoel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Mônica M. de. **Sujeito e estrutura no comportamento eleitoral**. 1991. Sítio:

http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_20/rbcs20_01.htm

CHAVES, C.de.A. Eleições em Burity: A Pessoa Política. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.

CHEVALIER, Jean-Jacques. **As grandes obras políticas de Maquiavel a nossos dias**. 8. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1999.

CITADINO, Monique. **Poder Local e Ditadura Militar: O governo João Agripino Paraíba. (1965-1971)**/ Monique Citadino. – Bauru, SP: Edusc, 2006. 424 p.

CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**/ James Clifford; organizado por José Reginaldo Santos Gonçalves. Rio de Janeiro: Editora: UFRJ, 1998.

COMERFORD, John Cunha; BEZERRA, Marcos Otavio. **Etnografias da Política: uma apresentação da coleção Antropologia da Política**. Ensaio Bibliográfico, 2013.

CORDÃO, Michelly P. de S. **O jogo político da democracia: lutas simbólicas na “redemocratização” brasileira (1984-1985)**/ Michelly Pereira de Souza Cordão. –Campina Grande, 2015. Tese de doutorado.

COSTA, Homero de Oliveira. **Democracia e representação política no Brasil: uma análise das eleições presidenciais (1989-2002)**/ Homero de Oliveira Costa. – Porto Alegre: Sulina, 2007.

COURTINE, Jean-Jacques. Os Deslizamentos do espetáculo político. In: DAMATTA, Roberto. **Carnavais, Malandros e Heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Guanabara.

DAHL, R. A. **Um Prefácio à Teoria Democrática**. Rio de Janeiro: J.Z.E. 1989.

DENZIN, N. K. **The Research Act: a theoretical approach to organizational culture research**. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1989.

DEROY-PINEAU, Françoise. **Reseaux Sociaux: bibliographie commentée**. Montréal: Université de Montréal, 1994.

DURKHEIM, Émile. **Les formes élémentaires da la vie religieuse**. Paris: PU,1968.

FOOTE-WHYTE, William. Treinando a observação participante. In: GUIMARÃES, Alba Zaluar (Org.). **Desvendando máscaras sociais**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975. p. 77-86

- GEERTZ, Clifford. Do Ponto de Vista dos Nativos: a natureza do entendimento antropológico. In: **O Saber Local: Novos Ensaio em Antropologia Interpretativa**. 4ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.
- GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. 14ª ed., Editora Vozes, Petrópolis, 2011
- .GOLDENBERG, M. A Escola de Chicago e a Pesquisa Qualitativa. In: **A Arte de Pesquisar: Como fazer pesquisa Qualitativa em Ciências Sociais**. 2ª Ed, Rio de Janeiro: Record, 1998. GOLDMAN, Marcio. "Uma teoria etnográfica da democracia: a política do ponto de vista do Movimento Negro de Ilhéus, Bahia, Brasil". 203-226. In: Moacir Palmeira & Cesar Barreira (Orgs.). **Política no Brasil: Visões de Antropólogos**. Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 2006.
- GOLDMAN, Marcio & SANT'ANNA, Ronaldo dos Santos. **Elementos para uma Análise Antropológica do voto**. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.
- GOMES, Wilson. A política de Imagem. *Fronteiras – Estudos Midiáticos*, São Leopoldo- RS, v.1, n. 1, p. 145-175, 1999.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era de comunicação de massa**. São Paulo, Paulus, 2004.
- GOMES, Fernanda da Silva. **Rousseau – democracia e representação. Dissertação (Mestrado em Ética e Filosofia Política)**. Programa de Pós-Graduação em Filosofia. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. São Carlos, Claraluz, 2003. p. 21 a 34
- HALLIDAY, Tereza L. **Retórica e política: a questão da responsabilidade**. In: MATOS, Heloiza (org.). *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo, Página Aberta, 1994.
- HEREDIA, B. M. A.; PALMEIRA, M. **O voto como adesão**. In: Miranda, Julia; Pordeus, Ismael; Laplantine, François. (Org.). **Imaginários Sociais em Movimento: oralidade e escrita em contextos multiculturais**. Campinas: Pontes Editores, 2006.
- HOLANDA, S. B de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das letras, 1995.
- KARINA, K. **Cultura e Representação Política no Rio de Janeiro**. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.
- PALMEIRA, Moacir. Política, cultura e espaço urbano. In: Gilberto Velho. (Org.). **Antropologia Urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal**. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, v. p. 88-97, 1999.
- PALMEIRA, Moacir. **Antropologia da Política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2000.
- PALMEIRA, Moacir. Rituais de comensalidade na política. In: **Como se fazem Eleições no Brasil – estudos antropológicos**. Rio de Janeiro, Relumê Dumará, p. 243 a 270. 2002.
- PALMEIRA, Moacir. **Uma pesquisadora na metrópole: identidade e socialização no mundo da política**. In: KUSCHNIR, Karina; VELHO, Gilberto.

(Org.). **Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico**. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, v. 1, p. 20-42. 2003.

HANNERZ, U. **“Fluxos, Fronteiras, Híbridos: Palavras – Chave da Antropologia Transnacional”**. In: **Mana**, 3 (1). 1997.

HEREDIA, Beatriz M. A. de. **Política, Família e Comunidade**. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.-

HINE, Christine. **Etnografia virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004.

JODELET, D. **Representações Sociais: um domínio em expansão**. In: JODELET, D. (org.). **As Representações Sociais**. Tradução Lílian Ulup. Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

JOLY, Martine (1994) — **Introdução à Análise da Imagem**, Lisboa, Ed. 70, 2007.

JUNIOR, Alfredo Boulos. **História, sociedade e cidadania**.

LANNA, M. **Nota sobre Marcel Mauss e Ensaio sobre a dádiva**. In: **Rev. Sociologia Política**, Curitiba, 14: 174 – 194, jun., 2000.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Elizabeth Christina de Andrade & PEREIRA, Isabelle Costa. **Campanhas, candidatos e eleitores: as representações sociais sobre o voto**. In: Anais do VI Congresso de Iniciação Científica da UFCG. Ciência e Sociabilidade no Século 21: O papel da Iniciação Científica. Formato digital. UFCG, 2009.

LIMA, Elizabeth Christina de. **Ensaio de Antropologia da Política**. Campina Grande, EDUEPB, 2011.

LIJPHART, A. **Modelos de Democracia**. Rio de Janeiro: **Civilização Brasileira**. 2003.

LIMA JUNIOR, Olavo Brasil de. **Eleições presidenciais: centralidade, contexto e implicações**. *Rev. bras. Ci. Soc.* [online]. 1999, vol.14, n.40, pp. 11-30. ISSN 1806-9053.

LOCKE, John. **Dois Tratados Sobre o Governo**. Trad. Julio Fischer. São Paulo: Martins Fonte, 1998

MACEDO, Roberto Gondo & MANHANELLI, Carlos. **A História do Voto no Brasil: O profissional de Marketing Político nos Bastidores do Processo Eleitoral**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, 29 de agosto a 02 de setembro de 2007.

MACHADO, Maria das Dores Campos. **Política e Religião: A participação dos Evangélicos nas eleições**.- Rio de Janeiro : FGV Editora, 2006.

MAGALHÃES Nara. **O Povo Sabe Votar, Uma Visão Antropológica**. Petrópolis - RJ: Vozes, 1998.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Discurso e Representação ou como os Baloma de Kiriwina podem reencarnar-se nas atuais pesquisas**. CARDOSO, Ruth. **A Aventura Antropológica**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1986.

MAGNANI, José G. C. **De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana**. *Revista Brasileira de Ciências. Sociais.* [online]. 2002, vol.17, n.49 pp. 11-29. ISSN -0102-6909.

MAGNANI, José G. C. **A antropologia urbana e os desafios da metrópole**. *Tempo - soc.* [online]. 2003, vol.15, n.1, pp. 81-95. ISSN 0103-2070.

MALINOWSKI, B. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo, Abril Cultural.

1984. Coleção Os Pensadores.
- MANHANELLI, C. A. **Estratégias eleitorais: marketing político**. São Paulo: Summus, 1988.
- MARTINS, José de Souza. Clientelismo e Corrupção no Brasil contemporâneo. In: **O poder do atraso: Ensaio de Sociologia da história lenta**. São Paulo, Hucitec, 1994.
- MAUSS, Marcel. O ensaio sobre a dádiva. In: **Sociologia e Antropologia com uma introdução à obra de Marcel Mauss, de Caude Lévi-Strauss**; tradução de Lamberto Puccinelli. São Paulo, EPU, 1974.
- Miguel, Luis Felipe. **Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso Brasileiro**. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, 20, 115-134. 2003.
- MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e opinião pública. In: **Sistema político brasileiro: uma introdução**/ organizadores: Lúcia Avelar & Antonio Otávio Cintra. [2.ed]. Rio de Janeiro: Konrad-Adenauer-Stiftung; São Paulo: Editora Unesp, 2007.
- MIGUEL, Luis Felipe. **Democracia e representação: territórios em disputa**/ Luis Felipe Miguel. – 1. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2014.
- MINAYO, M. C. S. (Org). DESLANDES, S.F.; CRUZ NETO, O. GOMES, R. **“Pesquisa Social: teoria, método e criatividade”**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. Págs 09-27.
- MOORE, Barrington. Elementos Recorrentes em códigos morais. In: **Injustiça: as bases sociais da obediência e da revolta**. SP: Brasiliense, 1987. (p.19 – 80).
- MOTA, L. de A. e. **Dádiva e sociabilidade no Brasil**. In: **Revista ANTHROPOLÓGICAS**. Ano 6, volume 13 (2): 107-123, 2002. O’DONNELL, G. Democracia Delegativa? **Revista Novos Estudos Cebrap**, n. 31. São Paulo. 1991.
- NICOLAU, J. **História do Voto no Brasil**. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro, 2002.
- NIVALDO JÚNIOR, José. Perfil Biográfico: uma vida no seu tempo. In: **MAQUIAVEL, Nicolau. Escritos políticos**. A arte da Guerra. São Paulo. Martin Claret, 2005. p. 13-34.
- NIVALDO JÚNIOR, José. Lições ao Príncipe. In: **MAQUIAVEL, Nicolau. O Príncipe** – Comentado por Napoleão Bonaparte. São Paulo. Martin Claret. 2005. p. 161-182
- OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. O Trabalho do Antropólogo: olhar, ouvir e escrever. In: **O Trabalho do Antropólogo**. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora UNESP. Págs 17-35. 1998.
- PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.
- PALMEIRA, Moacir. **Antropologia da Política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., Passo a passo 79. 2007.
- PARK, R. “A Sociedade Moderna”. In: PIERSON, D. (Org). **Estudos de Organização Social, Tomo II**. São Paulo, Martins, 1970 (1942).
- PINTO, Celi. Movimentos Sociais: espaços privilegiados da mulher enquanto sujeito político. In: **Uma Questão de Gênero**. São Paulo: Rosa dos Tempos, 1992.
- PIERUCCI, Antônio Flávio. **O desencantamento do mundo: todos os passos do conceito em Max Weber**. São Paulo: USP, Curso de Pós-Graduação em

Sociologia/Ed. 34, 2003.

PRADO, Maria Ligia; FRANCO, Stella Scatena. A participação feminina no debate público brasileiro. In: **Nova história das mulheres no Brasil**/ Carla B. Pinsky & Joana M. Pedro (orgs.), 2012.

PRZEWORSKI, A. (1984). **Ama a incerteza e serás democrático**. Revista Novos Estudos Cebrap, n. 9. São Paulo.

RAMALHO, José R. & ESTERCI, Neide. **A Resistência em Campo Minado**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, Nº 32, ano 11, outubro de 1996, (p 38 - 88).

RIBEIRO, Renato Janine. **A Política como Espetáculo**. In: DAGNINO, Evelina (org.). Anos 90 Política e Sociedade no Brasil. São Paulo, Brasiliense, 2004. p. 31 a 48.

RIBEIRO, Renato Janine. **Hobbes: o medo e a esperança**. In: **Os clássicos da política**/ Francisco Weffort, organizador. – 14. Ed. – São Paulo: Ática, 2011.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Do contrato social ou princípio do direito político**. Tradução de Lourdes dos Santos Machado. Introdução e notas de Lourival Gomes Machado. Porto Alegre: Editora Globo, 1962.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **O contrato social**/ Jean-Jacques Rousseau; [tradução: Antonio de Pádua Danesi]. – 3.ed – São Paulo: Martins Fontes, 1996.

RUA, Maria das Graças & BERNARDES, Franco Cesar. Escolha Racional e Novo Institucionalismo: Notas Introdutórias In: **O Estudo da Política: Tópicos Selecionados**. Ed. Brasília: Paralelo 15, 1998.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Cultura e política na eleição de 2002: as estratégias de Lula presidente**. Trabalho apresentado, 2003.

SAINT-PIERRE, Héctor L. **Max Weber: entre a paixão e a razão**/ Héctor Saint-Pierre. – 3ª Ed. – Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2004.

SAISI, Kátia. **Estética e Política, mais um espetáculo de consumo na sociedade midiática**. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto & CASTRO, Valdír José de. **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo, Paulus, 2006. p.155 a 184.

SANTOS, B. V. S. **Democratizar a Democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira. 2002.

SARTORI, Giovanni. **A política: lógica e método nas ciências sociais**. Tradução de Sérgio Bath. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1981.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. Personagens. In: **O Estado Espetáculo**. Rio de Janeiro, Difel, 1978.

SCOTTO, G. **Campanhas de rua, candidatos e biografias**. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.

SCOTTO, G. **As (difusas) fronteiras entre a política e o mercado: um estudo antropológico sobre marketing político, seus agentes, práticas e representações**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará: Núcleo de Antropologia da Política, 2004.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da Sociologia: indivíduo e sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

SOARES, M. C. A conjuntura eleitoral. In: **O Enredo Eleitoral**. Revista Comunicação e política, Vol. 1, nº1, Agosto-novembro. Rio de Janeiro: Cebela, 1994.p.67-72.

SOIHET, Rachel. **Feminismos e antifeminismos: mulheres e suas lutas pela conquista da cidadania plena**. Rio de Janeiro: 7 letras, 2013.

SOUZA, Maria do Carmo C. **Os mecanismos da Centralização**. In: **Estados e Partidos Políticos no Brasil (1930-1964)**. Editora: Alfa-Omega. Série 1, Volume III. São Paulo, 1983, p. 83-104.

TRIVINHO, Eugênio. **Redes: obliterações no fim de século**. São Paulo: Annablume, 1998.

TURNER, Victor W. **O processo ritual**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1974. p. 116-159.

VELHO, G. "Observando o Familiar". In: **Individualismo e Cultura**. Notas para uma antropologia da Sociedade Contemporânea. 2ª edição, Rio de Janeiro, Zahar, p 121-132. 1987 (1978).

VELLOSO, Carlos Mário da Silva. **A reforma eleitoral e os rumos da democracia no Brasil**. In: ROCHA, Cármen Lúcia Antunes; VELLOSO, Carlos Mário da Silva. Direito eleitoral. Belo Horizonte: Del Rey, 1996. p. 11-30.

VIEIRA, Luiz Vicente. **A democracia com pés de barro: o diagnóstico de uma crise que mina as estruturas do Estado de Direito**. Recife, Ed. Universitária da UFPE, 2006

ZALUAR, Alba. **Teoria e Prática do Trabalho de Campo: alguns problemas**. In: CARDOSO, Ruth. **A Aventura Antropológica**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1986.

WEBER, Max. A ciência como vocação [1919]. In: WEBER, Max. **Ciência e política, duas vocações**. São Paulo, Cultrix, 1972. p.17-52.

WEBER, Max. Os tipos de dominação. In: **Economia e Sociedade**. Brasília: Editora UnB. Vol.1, Págs. 139-198. (1994).

WEBER, Max. Sobre o conceito de Sociologia e o "Sentido da Conduta Social". In: **Conceitos básicos de Sociologia**. São Paulo: Editora Moraes. Págs 9-39. 1987.

WEBER, Max. Sociologia da dominação. In: **Economia e sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensiva** [1922]. Brasília: Editora UnB. Vol. 2. Págs. 187-233. (1999).

WEBER, Maria Helena. Imagem Pública. In: Antônio Albino Canelas Rubim (org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador, Edufba, 2004.

WIRTH, L. "A Sociedade Urbana". In: PIERSON, D. (Org). **Estudos de Organização Social, Tomo II**. São Paulo, Martins, 1970 (1940).

SITES CONSULTADOS

Campanha de Jair Bolsonaro

Disponível em: <<https://www.emaisgoias.com.br/chega-de-frescura-diz-bolsonaro-sobre-foto-de-crianca-que-imita-arma-com-a-mao/>>

Campanha de Fernando Haddad

Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/08/haddad-repete-lula-em-2002-e-comeca-campanha-de-rua-pelo-piaui.shtml>>

Constituição Federal

Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>

Lei Maria da Penha

Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm>

Feminicídio

Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13104.htm>

ANEXOS

8. ROTEIRO DE ENTREVISTA

Dados pessoais:

Nome:

Estado Civil:

Idade:

Naturalidade:

Profissão:

Bairro onde reside:

Renda:

- 1.O que é o voto para você?
- 2.Qual a importância do voto?
- 3.Que elementos você considera para a escolha de seu candidato?
- 4.Qual o motivo principal na escolha do seu voto?
- 5.As pessoas que fazem parte de seu convívio lhe ajudam na hora de escolher em quem votar?
- 6.Você procura pesquisar a vida profissional, a trajetória política do candidato?
- 7.Você procura pesquisar a vida pessoal, familiar do candidato? Na hora da escolha, o que pesa mais, a vida profissional ou familiar do candidato?
- 8.Você leva em consideração a opinião dos meios de comunicação e da opinião pública, quando toma decisões políticas?
- 9.Você observa a opção religiosa na hora de escolher o candidato?
- 10.A escolha do voto é feita antes ou durante as eleições?
- 11.Você já foi votar com dúvidas?
- 12.Você já se arrependeu de algum voto?
- 13.O que acha de o voto ser obrigatório no Brasil?
- 14.Quando você vai votar sabe o partido do seu candidato?
- 15.Como você acha que está a participação do eleitor nas últimas campanhas?
- 16.Durante a campanha como fica a cidade? Os eleitores conversam muito sobre política?
- 17.Depois do período eleitoral você e as pessoas em geral ainda se interessam em saber o que os políticos estão fazendo pela cidade?
- 18.Você acredita que a política pode trazer benefícios à sociedade? De que forma?
- 19.O voto antes e hoje. O que tem mudado na política?
- 20.Quais os elementos que as pessoas acionavam para escolher os candidatos antes? São os mesmos que atualmente?
- 21.Que atitudes políticas as pessoas desenvolvem durante o momento da campanha?
- 22.O senhor(a) assiste o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral? O que acha desse programa?
- 23.O que o/a senhor (a) pensa da forma de se fazer política através da Internet? O senhor (a) acessa a internet para falar de política?
- 24.O senhor(a) participa das redes sociais? O senhor (a) acha importante o uso das redes sociais nas campanhas eleitorais? Por quê?
- 25.O que é melhor hoje e o que é pior em termos de construção de Campanhas Políticas?
- 26.O que o senhor(a) acha das pressões, acusações, perseguições em época de campanha eleitoral? Fazer política pressupõe esses tipos de atitudes?
- 27.Já se sentiu desrespeitada por ser uma mulher? Como e em que circunstâncias? 28.Já viu alguma situação de desrespeito as mulheres? (Se for para homens)

28. Acha que existe discriminação no Brasil em relação às mulheres?
29. O que você acha da frase “mulher tem que ficar em casa esquentando a barriga no fogão”?
30. Acha que tem problema mulher ser da política?
31. Você confia numa mulher como candidata? E se for eleita, você confia nos projetos políticos que ela vai desenvolver durante seu cargo?
32. Existe um diferencial entre candidatos homens e candidatas mulheres? Quais são estas diferenças?
33. Quem tem mais competência pra governar, o homem ou a mulher? Por quê?
34. O que o senhor(a) acha do crescimento e visibilidade da mulher no espaço da política?
35. O homem é mais corrupto que a mulher? Por quê? Qual a raiz/motivos da corrupção?
37. Acha que o eleitor está preparado para votar em uma mulher? Por quê? O senhor já votou em uma mulher candidata?
38. O político geralmente é diferente em época de campanha, em relação aos dias “normais” ou geralmente é a mesma pessoa?
39. O que o senhor(a) acha que deve fazer o político para conquistar o voto do eleitor
40. Que atitudes de conflitos da nossa prática no dia a dia se destacam no momento da campanha?
41. Que atitudes os políticos realizam durante a campanha para conquistar os eleitores?

9. DESCRIÇÃO DOS ENTREVISTADOS

Entrevista 1 – Marta, Desempregada, 36 anos, Ensino Médio Completo, Residente no Bairro Centro, Não filiado a partido eleitoral. Entrevista realizada em 16 de Setembro de 2014.

Entrevista 2 – Maria do Rosário, Doméstica, 58 anos, Ensino Médio Completo, Residente no Bairro Dinamérica, Não filiada a partido eleitoral. Entrevista realizada em 17 de Setembro de 2014.

Entrevista 3 – Pedro, Técnico em Eletrônica, 27 anos. Ensino Médio Completo e Curso Técnico, Residente no Bairro Bela Vista, Não filiado a partido eleitoral. Entrevista realizada em 18 de Setembro de 2014.

Entrevista 4 – Joana, Estudante, 18 anos, Ensino Superior Incompleto, Residente no Bairro Dinamérica, Não filiada a partido eleitoral. Entrevista realizada em 23 de Setembro de 2014.

Entrevista 5 – Germano, Estudante, 24 anos, Ensino Superior Incompleto, Residente no bairro Prata, Não filiado a partido eleitoral. Entrevista realizada em 24 de Setembro de 2014.

Entrevista 6 – Sílvia, Estudante, 18 anos, Ensino Médio Incompleto, Residente no bairro São José, Não filiada a partido eleitoral. Entrevista realizada em 25 de Setembro de 2014.

Entrevista 7 – Patrícia, autônoma, 21 anos, Ensino Médio Completo, Residente no bairro Palmeira, Não filiada a partido eleitoral. Entrevista realizada em 25 de Setembro de 2014.

Entrevista 8 – Inácio, Comerciante, 40 anos. Ensino Médio Completo, Residente no bairro Bodocongó, Filiado ao partido eleitoral. Entrevista realizada em 27 de Setembro de 2014.

Entrevista 9 – Roberto, Desempregado, 20 anos, Ensino Médio Completo, Residente no bairro Mutirão, Filiado a partido eleitoral. Entrevista realizada em 28 de Setembro.

Entrevista 10 – Maria do Socorro, Professora, 56 anos, Ensino Superior Completo, Residente no bairro Presidente Médice, Filiada ao partido eleitoral. Entrevista realizada em 01 de Outubro de 2014.

Entrevista 11 – Mário, Professor, 44 anos, Ensino Superior Completo, Residente no Bairro Jardim Paulistano, Filiado ao partido eleitoral. Entrevista realizada em 21 de Outubro de 2014.

Entrevista 12 – Flávia, Atendente, 36 anos, Ensino Superior Completo, Residente no Bairro Centro, Não filiada a partido eleitoral. Entrevista realizada em 24 de Outubro de 2014.

Entrevista 13 – Felipe, Estudante, 19 anos, Ensino Médio Completo, Residente no bairro Jardim Quarenta, Não filiado a partido eleitoral. Entrevista realizada em 05 de Novembro de 2014.

Entrevista 14 – Márcio, Vendedor, 30 anos, Ensino Superior Incompleto, Residente no bairro Malvinas, Não filiado a partido eleitoral. Entrevista realizada em 13 de Novembro de 2014.

Entrevista 15 – Maria, Auxiliar de serviços gerais, 41 anos, Ensino Médio Completo, Residente no bairro Bodocongó, Não filiada a partido eleitoral. Entrevista realizada em 19 de Novembro de 2014.

