



PIBIC/CNPq/UFPG-2009

## CAMPANHAS, CANDIDATOS E ELEITORES: AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE O VOTO NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2008 EM CAMPINA GRANDE – PB.

Isabelle Costa Pereira<sup>1</sup>, Elizabeth Christina de Andrade Lima<sup>2</sup>

### RESUMO

Este artigo objetiva apresentar as principais análises do projeto de pesquisa de iniciação científica, vinculado ao programa PIBIC-UFPG-CNPq. Tal pesquisa, empenhou-se em compreender as representações sociais sobre a prática do voto, relacionando esta ao cotidiano da cultura. Esta pesquisa situa-se na área de estudos denominada de Antropologia da Política. A metodologia adotada na investigação consiste de três momentos principais: pesquisa bibliográfica sobre os conceitos de representação social, voto e poder; coleta de dados, com a realização de entrevistas e questionários entre os eleitores da cidade de Campina Grande e que votaram na Campanha Eleitoral de 2008, bem como a realização de trabalho de campo e de observação participante de atividades políticas tais como: comícios, passeatas, panfletagem etc; e a operacionalização entre a teoria e os dados empíricos com vistas à escrita deste artigo. O presente texto tem por objetivo demonstrar a necessidade de desconstrução da visão cristalizada no imaginário coletivo de que o “povo não sabe votar”, e de que, conseqüentemente, não possui “consciência política”. Os resultados da pesquisa apontam para a contribuição que a Antropologia da Política pode oferecer aos pesquisadores na compreensão da prática política e de suas representações, ultrapassando o seu caráter meramente normativo e/ou institucional. Os resultados aqui encontrados evidenciaram o quanto à política é articulada com o cotidiano da cultura, observando-se assim, que a escolha do voto é um fator para além do “tempo da política”, pois o voto pode representar adesão, afirmação, identidade e aliança a um candidato, a um grupo político ou a seus pressupostos, confirmando-se nesses termos, a interface entre a cultura e a política.

**Palavras-chave:** Voto, Campanha Eleitoral, Cotidiano da Política.

### ABSTRACT

This article objectives to present the mainly analysis of the project of scientific initiation research, linked to program PIBIC-UFPG-CNPq. This research, tried to understand the social representations about the practice of vote, relating this to culture quotidian. This research is situated in the area of studies called Anthropology of the Politic. The methodology adopted in the investigation consists in three principal moments: bibliographic research about the concepts of social representation, vote and power; collecting numbers, with the realization of interviews and questions with the electors in the city of Campina Grande and those who voted in the Electoral Campaign in 2008, as well as the realization of the observation of politic activities as: demonstrations, public marches, pamphlets, etc.; and the operacionalization between the theory and the empiric numbers objecting writing this article. This text objectives demonstrate the necessity of destroying the crystallized vision in collective imaginary that “people doesn’t know how to vote”, and, consequently, doesn’t have “politic conscience”. The results of the research show the contribution that the Anthropology of the Politic can offer to researches on the comprehension of politic practice and its representations, trespassing its character simply normative and/or institutional. The results evidenced how much politic is articulated with the culture quotidian, observing that the chose of the vote is a factor beyond the “time of politic”, because the vote can represent adhesion, affirmation, identity and alliance to a candidate, to a politic group or its antecedents, confirming, in these terms, the interface between the culture and the politic.

**Keywords:** Vote; Electoral Campaign; Politic Quotidian

<sup>1</sup> Aluna do Curso de Ciências Sociais, Unidade Acadêmica de Sociologia e Antropologia, UFPG, Campina Grande-PB, e-mail: [isabellecpereira@gmail.com](mailto:isabellecpereira@gmail.com)

<sup>2</sup> Antropóloga, Profa. Doutora, Unidade Acadêmica de Sociologia e Antropologia, UFPG, Campina Grande-PB, e-mail: [ecalima@terra.com.br](mailto:ecalima@terra.com.br)

## INTRODUÇÃO

Este artigo tem por objetivo apresentar as principais análises do projeto de pesquisa de iniciação científica, vinculada ao programa PIBIC-UFCG-CNPq. Tal pesquisa empenhou-se em compreender as representações sociais e os significados da prática do voto entre os eleitores campinenses, tomando como caso para análise, as Eleições Municipais 2008<sup>3</sup>, na cidade de Campina Grande, no estado da Paraíba. E é também resultado da continuidade de estudos desenvolvidos junto ao PIBIC nos anos de 2007 e 2008.

A política comumente é compreendida pelos comportamentos e decisões concernentes as instituições jurídicas, administrativas e legais que ordenam a vida pública de uma dada sociedade. De acordo com Neto & Pinto (1996, p. 31) a política é aquela relativa

*ao governo da dimensão pública (como exercício de governo e/ou da admissão dos sujeitos à possibilidade de governar), às leis que regem a vida civil (como elaboração de leis e/ou como admissão dos sujeitos à possibilidade de legislar) e à aplicação da justiça (como modo de resolução das disputas e conflitos de interesses e pretensões).*

No entanto, não há como negar, nas últimas décadas, destacadas mudanças nas definições e representações da política e nas práticas dos eleitores e candidatos, seja através de reelaborações e resignificações dos procedimentos fundados no discurso político e sua interlocução, seja por meio da opção por outras estratégias de enunciação adequadas à chamada política espetáculo, com a introdução do *marketing* político nas campanhas eleitorais e da midiaticização da política<sup>4</sup>. Essas modificações e reconfigurações da prática da política nos levam a perceber a importância de analisar a política através do cotidiano da cultura, por meio de suas visões de mundo, costumes, contextos e universos simbólicos, observando o contexto cultural no qual se encontra inserido o eleitor e o candidato, pois certamente, tal contexto serve de ambiente motivador a definir as múltiplas visões e motivações sobre o voto. É importante compreender que “a política ou o mundo da política, não é um dado *a priori*, mas precisa ser investigado e definido a partir das formulações e comportamentos de pessoas e contextos particulares”. (KUSCHNIR, 2007, p. 9)

Certos resultados eleitorais e representações dos eleitores têm se tornado alvo para alguns questionamentos do tipo: Quais motivações levam o eleitor, em contextos específicos, a votar em determinados candidatos? O povo tem consciência política? O que faz os candidatos mudarem suas performances e posturas a partir de diferentes perfis do eleitorado? O que o voto representa na cultura e na prática dos cidadãos brasileiros? Por que o eleitor vota em candidatos que não correspondem diretamente aos seus interesses e demandas culturais?

Estas questões são fundamentais para se pensar a contribuição de metodologias e análises adotadas em alguns estudos antropológicos que tomam como objeto de estudo a política, propiciando um alargamento desse campo de atuação. É embasado nessas pesquisas e através do estudo de caso das Eleições Municipais de 2008, na cidade de Campina Grande, no estado da Paraíba, que este artigo pretende lançar algumas análises que permitam apresentar questões que consideramos pertinentes a este

---

<sup>3</sup> O Plenário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) disponibilizou o calendário eleitoral de 2008, quando foram escolhidos os prefeitos, vice-prefeitos e vereadores de todos os municípios brasileiros. De acordo com a Lei 9.504/97 (Lei das Eleições), o dia das eleições foi em 5 de outubro, primeiro domingo do mês. O segundo turno foi disputado em cidades com mais de 200 mil eleitores, no caso de Campina Grande e outras cidades brasileiras, no dia 26 de outubro, último domingo do mês. De acordo com esse calendário, 7 de maio era a data-limite para o eleitor requerer inscrição eleitoral, transferência de domicílio ou alterações em seu título eleitoral. Também é o último dia para o portador de deficiência solicitar sua transferência para seção eleitoral especial. A partir de 6 de julho, ficou permitida a propaganda eleitoral de acordo com o artigo 36, *caput*, da Lei 9.504/97. Os candidatos ficarão, então, liberados para realizar comícios e utilizar aparelhagem de som fixa, das 8h até as 24h. A partir de 19 de agosto iniciou-se a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, segundo dispôs a Lei das Eleições. O último dia para a divulgação da propaganda foi 2 de outubro, data-limite também para a realização de comícios ou reuniões públicas e debates. O dia 7 de julho foi à data-limite para que os candidatos pudessem requerer seus registros perante os cartórios eleitorais. O dia 14 de julho foi o último dia para os partidos políticos constituírem os comitês financeiros. O dia 6 de agosto, 60 dias antes das eleições, foi a data em que os partidos políticos, coligações e os candidatos foram obrigados, durante a campanha eleitoral, a divulgar pela Internet relatório discriminando os recursos em dinheiro ou estimáveis em dinheiro que tenham recebido para financiamento da campanha eleitoral e os gastos que realizarão, em sítio eletrônico criado pela Justiça Eleitoral para este fim. Consultar Site do Tribunal Superior Eleitoral: <http://www.tse.gov.br> 05/03/2008.

<sup>4</sup> As campanhas eleitorais modernizadas desenrolam-se tendo como pano de fundo sociedades espetacularizadas ou até mesmo estados espetacularizados (SCHWARTZEMBERG, 1978). Sobre campanhas eleitorais em sociedade midiáticas consultar, Ribeiro, (2004:25-43).

campo de estudos. Dessa forma, assim como buscou Magalhães (1998, p. 29), nosso intento é “captar, através do que as pessoas dizem e fazem com as práticas políticas, como as qualifica, qual o significado que lhe atribuem. E ainda, como este significado se articula com um imaginário coletivo”.

Partimos do pressuposto de que existem diferentes modos de se pensar e viver a política e a prática do voto. E tais concepções, informam de modo específico à prática e as demais representações dos eleitores em um dado contexto cultural.

## MATERIAL E MÉTODOS

Para realizar a nossa pesquisa o primeiro passo executado foi à leitura e discussão de referências bibliográficas. Fizemos um levantamento sobre os principais trabalhos científicos já realizados no Brasil com o tema escolhido e que forneceram importantes interpretações sobre a relação entre cultura e política, e neste íterim, sobre as representações e significados da prática do voto. Dentre eles, destacam-se os trabalhos antropológicos que buscam analisar como os indivíduos compreendem, experimentam e definem o lugar da política e do voto em sua prática cotidiana, oferecendo-nos um rico e substancial material teórico a subsidiar a nossa investigação e análise do tema em tela. O segundo passo da pesquisa consistiu na observação participante e coleta de dados empíricos ligados à campanha eleitoral de 2008. Privilegiamos os discursos dos candidatos a Prefeito e Vereador proferidos em comícios, horários gratuitos de propaganda eleitoral na TV e no rádio – HGPE, reportagens de opinião pública com eleitores campinenses e jornais locais vinculados na TV, de acesso on-line ou impressos etc.

Não seria suficiente para alcançar os nossos objetivos da pesquisa realizar somente a coleta de dados bibliográficos e a observação dos fenômenos citados acima. Complementamos nossa pesquisa de campo e coleta de dados com a elaboração de um questionário e um roteiro de entrevista aberta, com questões semi-estruturadas, aplicados junto a um universo de 20 eleitores campinenses, composta pela amostragem de 10 homens e 10 mulheres. Entre os elementos que orientaram a escolha dos informantes destacamos aspectos relacionados a: a) zonas e sessões eleitorais distribuídas na cidade; b) classe social; c) faixa etária; d) grau de instrução e e) profissão. Vale salientar que comumente as pesquisas de natureza qualitativa trabalham com significados, motivações, valores e crenças e estes não podem ser simplesmente reduzidos às questões quantitativas, pois que respondem a noções muito particulares, justificando assim nossa escolha pelas citadas técnicas e métodos de pesquisa.

A política existe enquanto objeto de estudo da Antropologia desde os primórdios da disciplina; nestes estudos os antropólogos buscavam entender a organização social de grupos e etnias em culturas nas quais inexistia uma organização formal e institucional de um sistema político. A Antropologia ao voltar o seu “olhar” para as sociedades contemporâneas e para o espaço urbano, redescobre essa importante área da cultura e passa a tomar a política, sobretudo, como um processo ritual. No Brasil, entre os antropólogos brasileiros, não foi diferente; principalmente a partir da década de 90, um esforço foi direcionado a releitura da “política”, buscando analisar as atividades políticas dentro do Estado moderno-contemporâneo evitando limitá-las as organizações partidárias e as instituições, sendo estes objetos de investigação privilegiados das Ciências Políticas. Tais estudos, atentaram para a necessidade de interrogar as matizes do pensamento político moderno bem como as relações nele tecidas entre conceitos, representações e imaginários.

A partir de investigações do comportamento eleitoral da população e os temas concernentes, em situações históricas específicas nas quais este pensamento se exteriorizou, partindo de “visões sociologicamente positivas do lugar da política na sociedade e cultura brasileira” (PALMEIRA 1998, p.11), foi possível produzir um novo “olhar” na tentativa de romper com prenoções já fortemente arraigadas sobretudo no imaginário coletivo, de que os políticos são todos iguais, corruptos e corruptores e de que o povo seria, inevitavelmente, uma massa amorfa de alienados, desinteressados e desligados da política.

Dentre os autores que propõem uma nova interpretação para a relação entre a cultura e a política, destacam-se os trabalhos de (GOLDMAN & PALMEIRA, 1996), (MAGALHÃES, 1998), (BARREIRA, 1998), (GOMES, 2004), (HEREDIA, TEIXEIRA & BARREIRA, s.d), (TEIXEIRA & CHAVES, 2004), (KUSCHNIR, 2007), que buscaram, principalmente, analisar como os indivíduos compreendem, experimentam e definem o lugar da política e do voto em sua prática cotidiana.<sup>5</sup> Os citados autores enfatizam a política tal como ela é definida e experimentada dentro de um contexto histórico específico, no qual os eleitores passam a se constituir como seres participantes e construtores de cultura, assevera uma das antropólogas, estudiosa dessa área, a propósito de seus informantes e de sua pesquisa:

*Não pretendo encontrar a verdadeira organização popular nem a política autêntica, nem a mais democrática. Minha intenção é apontar o gosto, o detalhe, a maneira própria de alguns grupos populares pensarem e praticarem a política, em especial quando votam. (MAGALHÃES, 1998, p. 19)*

---

<sup>5</sup> Boa parte das etnografias produzidas na área de cultura e política estão associadas ao núcleo de Antropologia da Política (NuAP, fundada por pesquisadores de diversos estados e Universidades brasileiras).

Esta nova perspectiva de estudos denominada de Antropologia da Política<sup>6</sup> aponta para uma amplitude na concepção do termo política, colocando-a mais próxima do vivido e de temas e aspectos diversos, a partir da percepção de que há uma multiplicidade de questões que envolvem a prática política e suas representações.<sup>7</sup> A análise das práticas políticas é realizada a partir dos discursos e das ações dos atores sociais, e não exclusivamente a partir das instituições sociais. A política é tomada enquanto representação, visando contribuir para alargar a concepção da política para além da esfera institucional/administrativa e contemplar, de forma muito clara, a ação de outros atores coletivos até então, praticamente ignorados.

Alguns desses autores ainda concentram preferencialmente os seus estudos no chamado “tempo da política”<sup>8</sup>, como assim designam o período eleitoral. Tal tempo representa “o momento em que as facções (os partidos reais) são identificadas, e em que, por assim dizer, existem plenamente, em conflito aberto, as municipalidades divididas de uma maneira pouco habitual nas grandes cidades” (PALMEIRA, 1996, p.50).

Outros estudos colocam em prática essas premissas investigando a política além do período eleitoral, por exemplo, as análises presentes na coletânea “Antropologia, Voto e Representação Política”, organizado por Palmeira & Goldmam (1996), constituindo-se num estudo privilegiado nesta perspectiva. Nela, os comportamentos políticos, presentes em contextos específicos, fazem parte das mais diversas dimensões da vida social: representações ‘nativas’, factionalismos, vida comunitária, família e redes sociais, imprensa, identidade étnica, festividades, biografias, estruturas de mediação e cultura parlamentar.

Essa renovação na abordagem antropológica, principalmente pela busca de uma perspectiva positiva da política, se traduz numa mudança teórico-metodológica nas quais várias pesquisas e trabalhos tenderam a focalizar, ao invés das instituições, as práticas cotidianas dos atores sociais, com suas visões de mundo, costumes, contextos e universos simbólicos, possibilitando a aproximação entre o político e o cultural. Através deles foi (re)valorizado o “lugar” da interseção política e cultura, reinstituindo o peso explicativo das tradições políticas e seus rituais. E esse olhar relativizador busca, sobretudo, considerar os aspectos ritualísticos, sejam eles, se tratando do gestual ou de um cerimonial, permitindo a captura de um simbolismo nas relações de poder presentes nas práticas políticas.

Em face desse tratamento dado por estes autores entendemos nosso objeto de estudo, o voto, seguindo o raciocínio de Goldman & Sant’anna,

*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 social. (GOLDMAN & SANT’ANNA, 1996, p.13)*

Compreendemos que dentro do campo da política a representatividade do poder se dá através do voto e que só é possível através da eleição, mas que apesar dele ser exteriorizado por um indivíduo em um dia determinado, ele é expressão de uma identidade e de uma rede de relações e de significados construídos no cotidiano. Os comportamentos políticos estão envolvidos em uma grande teia de forças que extrapolam o domínio do “tempo da política”, pois a política não se constitui somente do ato de votar, o voto que é depositado na urna é articulado antes, durante e depois do período eleitoral. Ou seja, o voto enquanto exercício democrático é envolvido por crenças definidas na dimensão da subjetividade, onde a adesão do(a) eleitor(a) a um(a) candidato(a) pode estar em conexão com processos sociais, culturais, econômicos e históricos que participam e constituem a decisão final do(a) eleitor(a), através do desempenho de novos significados e novas práticas.

---

<sup>6</sup> Sobre a diferenciação entre Antropologia política e Antropologia da política consultar: KUSCHNIR, Karina. Antropologia da política. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

<sup>7</sup> Boa parte dos estudiosos da ciência política rejeitam as análises nesta perspectiva por considerarem tais abordagens insuficientes, privilegiando as chamadas teorias de escolha racional. Dentre as várias linhas de interpretação do comportamento político, cabe destacar duas teorias que são as mais utilizadas pelos analistas políticos: a teoria da escolha racional e a teoria sociológica do voto. A primeira pode ser atribuída a Anthony Downs que na obra intitulada: Uma Teoria Econômica da Democracia, publicada no ano de 1957, procura associar a decisão do voto a uma decisão econômica. Os eleitores participariam do processo eleitoral a partir do cálculo de possíveis benefícios, em termos de políticas públicas, que seriam obtidos com a vitória deste ou daquele candidato. A partir deste cálculo racional, os eleitores tomariam a iniciativa de votar no candidato que, segundo sua expectativa, traria maior benefício ou simplesmente abster-se de votar. Já para a teoria sociológica do voto, a participação política é determinada pelo grau de identidade entre grupos sociais e partidos políticos. As bases dessa teoria foram sintetizadas por Lipset & Rokkan em um artigo intitulado: Estruturas de clivagem, sistemas partidários e alinhamentos de eleitores. Consultar: <http://pt.shvoong.com/law-and-politics/1753721-como-seu-voto-influencia-resultado>

<sup>8</sup> TEIXEIRA, Carla Costa & CHAVES, Christine Alencar (org.). Espaços e Tempos da Política. Rio de Janeiro, Relume-Dumará: Núcleo de Antropologia da Política. UFRJ, 2004.

Na esteira dessa nova forma de abordagem analítica, tomamos a política e a representação que os eleitores apresentaram sobre o voto como integrantes da cultura, passíveis de constantes reelaborações simbólicas, podendo a cultura aqui ser entendida como um “conjunto de atitudes, crenças, códigos de comportamentos, próprias a vários grupos que compõem a sociedade” (MAGALHÃES 1998, p. 28). Para se relacionar com o mundo real os indivíduos constroem, a partir das suas práticas sociais, representações as quais acabam orientando essas mesmas práticas e que vão ocupando lugares simbólicos, onde vestir uma camisa de uma cor e não de outra, freqüentar determinados bares e não outros, torcer por determinado time e não outros, votar em um candidato e não em outros, significa pertencimento e/ou adesão. Nessa construção de limites são construídas as identidades que são expressas justamente por símbolos e signos, idéias de pertença e de sentimento a um grupo, e, além disso, recusa a um outro grupo.

Não podemos deixar de apreender a visão de mundo do grupo, seus sistemas de valores, sua identidade, para que, a partir daí, seja desnaturalizado o voto enquanto resultado bruto e individual de uma política autônoma e totalmente independente, caso contrário, estaremos repetindo os mesmos “equivocos” de interpretações do comportamento eleitoral, julgando a prática de atores sociais que não votam em candidatos que correspondem seus interesses como irracionais, ou passíveis de um comportamento “alienado”, ou destituído de “consciência”.

Partindo desses pressupostos analisaremos as representações que os eleitores campinenses têm sobre a política e sobre o voto segundo as estruturas sociais e simbólicas que as circunscrevem, “atravessando diferentes unidades sociais, individuais ou não, incutindo-lhes significado”, lembrando que as entrevistas foram realizadas em períodos diferenciados (antes, durante e depois das eleições municipais de 2008), o que nos permite ampliar o campo de análise do fenômeno estudado.

## RESULTADO E DISCUSSÃO

O Estado da Paraíba, pelo menos nos últimos doze anos, tem sido fortemente marcado por uma disputa entre grupos políticos oligárquicos; temos de um lado, o grupo Maranhão, do atual governador do estado, José Maranhão, e do outro, o grupo Cunha Lima, liderado por Ronaldo Cunha Lima e seu filho, Cássio Cunha Lima, ex-governador do estado e cassado no ano de 2009, pelo STE. Essa disputa ganha maior visibilidade no período que antecede as eleições, sejam elas estaduais ou municipais. Essa disputa é refletida também nas disputas municipais através de candidatos que representam “cada lado”. Tomamos como objeto de estudo a Campanha Eleitoral Municipal de Campina Grande-PB, o segundo maior município e lugar de origem de um dos grupos, os “Cunha Lima”. No ano de 2008 ocorreram às eleições municipais no Brasil e o município de Campina Grande teve quatro candidatos a prefeito, dentre estes, dois deles representando os respectivos grupos: Veneziano Vital do Rego (PMDB), o grupo “Maranhão”, candidato à reeleição, e Rômulo Gouveia (PSDB), o grupo “Cunha Lima”; além de 210 candidatos a vereadores divididos em coligações e divisões partidárias. Os outros dois candidatos à prefeitura municipal, Érico Feitosa (PMS) e Sizenando Leal (PSOL), sempre negaram, em seus discursos, qualquer envolvimento com tais grupos, afirmando, inclusive, não serem “laranja” de nenhum grupo. No sentido de melhor ilustrar como esta disputa se fez presente no cotidiano dos campinenses, vejamos alguns comentários emitidos por um jornalista local:

*A mídia eletrônica dos candidatos a prefeito na TV tem sido marcada por embates diversos. Veneziano tem adotado a linha de não agredir ninguém, mostrando obras da sua administração. O candidato Rômulo Gouveia também tem apresentado propostas, mas privilegiado ataques a Veneziano. Sizenando prefere criticar o que chama de oligarquias Cunha Lima e Maranhista, enquanto Érico Feitosa tem mostrado o que considera erros da atual administração. Faz parte da ‘guerra’ para a conquista do poder – aqui, no Sul, no Sudeste ou em qualquer parte do mundo. ([http://josuereporter.blogspot.com/2008\\_09\\_01\\_archive.html](http://josuereporter.blogspot.com/2008_09_01_archive.html))*

Apesar de terem sido lançadas quatro candidaturas à prefeitura municipal, os representantes dos dois grupos políticos acima citados, sempre se destacaram e ganhou uma maior repercussão tanto na mídia quanto nos discursos proferidos pelos eleitores campinenses, através das entrevistas realizadas, podemos ler os seguintes comentários:

*Eu tentava mostrar que Veneziano fez, não podemos também dizer que ele não fez nada, mas Campina não necessita só de calçamento de rua, Campina não precisa ser só cidade bonita, ela necessita de abrigos para pessoas que moram na rua, crianças que não tem onde dormir e comer. Então eu tentava mostrar isso, o que ainda falta em Campina, dizendo que a oportunidade de Veneziano eles já deram, então se ele não fez que fosse dado agora a Rômulo para fazer o que ele não fez. (Entrevista com Isabelle Scalabrini, 22 anos, estudante)*

*Porque as pessoas não brigam por causa das propostas e sim porque a música de um é mais bonita que a outra, teu candidato não consegue andar de bicicleta e o meu consegue, a minha passeata deu mais gente que a tua, meu candidato dá colchão o teu só dá feira que o óleo vem derramando... essas coisas que a gente escuta por aí. (Entrevista com a Maria Patrícia, 24 anos, Auxiliar de consultório dentário)*

Quando a informante Maria Patrícia define dois lados, um caracterizado pelo candidato que tem boas “condições físicas” e o outro candidato que não “consegue andar de bicicleta”, ou então, o lado dos candidatos que doam colchões e do outro lado que doam feiras, ela está caracterizando os dois grupos políticos. Se formos apenas fazer uma discussão limitada sobre tais discursos, chegaríamos a conclusões limitadas de muitas interpretações que afirmam que os eleitores são massa de manobra de grupos políticos e agentes passivos das decisões políticas, tomando essas atitudes como irracionais. Indagamos se não é necessário, assim como sugere Palmeira que,

*para refletirmos sobre as práticas políticas na sociedade brasileira, especialmente aquelas identificadas como “tradicionais” e “clientelistas”, deve-se chamar não tanto para a dimensão individual, racional, do voto, mas para seu valor como um ato de adesão às facções sociais. (KUSCHNIR, 2007, p.32)*

Esta adesão seria um comprometimento que perpassaria toda uma rede de relações significativas para o indivíduo, sua família, rede de amigos, vizinhos, enfim, tornando a escolha em um candidato, uma escolha não tão somente individual, mas sobretudo, coletiva. Em um dos depoimentos coletados, nossa informante deixa claro que as ações coletivas dos indivíduos influenciam nas escolhas individuais, quando afirma que se envergonha ao ver que os eleitores que apóiam o seu candidato, discutem por causa de política:

*fica feio até para os outros eleitores que vêem a situação, aí fica difícil de votar. Porque um briga com o outro, fica aquela confusão toda. Aí confunde muito o eleitor. Porque é como um time de futebol, a torcida conta muito. Porque quando saímos da passeata aí ficam os outros dizendo, “o povo do teu candidato é uma munição”, aí é ruim, a gente fica com vergonha. Quem quer ser do lado da munição? (Entrevista com Rosana da Silva, 22 anos, estudante)*

Durante a campanha eleitoral, ou seja, durante o “tempo da política”, um apresentador de rádio de Campina Grande fez a seguinte enquete: *Qual o gordo mais conhecido do cinema? – oferecendo as seguintes opções: 1 – O Gordo e o Magro; 2 - O Gordo da Política ou 3 – o Gordo do Calçadão.* O resultado desta ação foi uma Coligação ter entrado na Justiça Eleitoral pedindo punição para a emissora e para o apresentador do programa, justificando que estavam fazendo propaganda mascarada.

Com tal enquete ouve algo além do discurso que é interessante ser desvendado; no período eleitoral são proibidas pela Justiça Eleitoral propagandas políticas, em horários que não previamente determinados nos meios de comunicação pela Justiça Eleitoral, sendo assim, o apresentador do rádio usou desta estratégia para burlar a lei usando do adjetivo “gordo” em uma enquete, adjetivo este que está relacionado a um dos candidatos à prefeitura, Rômulo Gouveia (PSDB) por ser gordo. Vejamos em outra matéria jornalística local em um Blog on-line que também usa desses adjetivos quando narra um debate acontecido na Diocese de Campina Grande:

*Não houve respeito nem à Igreja durante o debate da Diocese, na noite do último dia 09, em Campina Grande. Após a saída do candidato Rômulo Gouveia, simpatizantes do “Gordo” teriam xingado o candidato Veneziano. Foi quando correligionários do “Cabeludo” revidaram e por muito pouco não houve consequências mais graves. É, os ânimos estão mesmos exaltados nesta campanha. ([http://josuereporter.blogspot.com/2008\\_09\\_01\\_archive.html](http://josuereporter.blogspot.com/2008_09_01_archive.html))*

Esse episódio e os depoimentos abaixo transcritos, nos mostram a insuficiência em limitar a política exclusivamente à instituição ou a identificações partidárias,

*Não tenho partido certo, vou de acordo com as propostas, às vezes sei o partido mas o que me importa é a pessoa (o político). (Entrevista com Luciana Araújo, 34 anos, professora do Ensino Médio)*

*Nem me lembro desse detalhe do partido, será que isso ainda faz a diferença? Acho que só se for do PT. Porque é o que a gente tem mais conhecimento ao*

*certo de suas propostas, então só se o candidato é dele, se partilhar de suas idéias.* (Entrevista com Maria Patrícia, 24 anos, Auxiliar de consultório dentário)

*Não levo isso (o partido) em consideração não e sim as propostas de cada candidato, porque as vezes são do mesmo partido e as propostas são diferentes.* (Entrevista realizada com Euclívio Barbosa, 35 anos, Supervisor de Produção)

Na maioria dos depoimentos o partido político foi colocado como um critério sem tanta importância na hora de escolher o candidato(a), mesmo este possuindo uma maior visibilidade, não sendo possível nem mesmo perceber uma ideologia partilhada coletivamente entre os candidatos do mesmo partido:

*Quem dá à ideologia é o candidato. O partido é apenas papel, uma associação mais o agente que dá a imagem do partido é seu candidato. Por exemplo, Lula e Heloisa Helena, são pessoas com visões totalmente diferentes, mais eram do mesmo partido.* (Entrevista com Marcelo Eduardo, 24 anos, professor de Educação Física)

Ao encaminharmos as entrevistas para percebermos as posições partidárias dos eleitores, bem como as suas representações em relação a elas, encontramos considerações semelhantes, no que diz respeito a valorizar critérios que ultrapassam os partidos políticos e suas posições, ou seja, o caráter institucional e/ou administrativo da prática política:

*Eu me considero de direita, apesar de num entender muito isso. Por quê? Porque eu sou do lado do governador.* (Entrevista com José Pereira, 61 anos, Motorista)

*Como no Brasil não temos ao certo estas definições, então, talvez votasse num candidato da direita que propõe algo melhor que os de esquerda.* (Entrevista com Rômulo Amorim, 25 anos, estudante universitário)

*Considero-me uma eleitora. O que é ser de direita, de esquerda ou de centro na forma em que se configura a nossa política? Creio que devemos no direcionar de forma que a maioria dos interesses da população sejam contemplados, não é um regime democrático?* (Entrevista com Patrícia Silva, 24 anos, estudante universitária)

*Nos moldes que essas “direções” tomaram hoje, não me considero “fã” de nenhuma delas.* (Entrevista com Kelvo, 32 anos, Professor do ensino médio)

Essa é uma questão também apontada por Magalhães (1998, p. 47) quando em suas análises percebe que a identidade comum de ‘ser político’ extrapola a identidade partidária e que mesmos os partidos políticos, denominados de esquerda, não conseguem convencer os eleitores de sua identidade. Acrescenta Palmeira (2000, p. 07)

*Numa situação em que, mais do que os partidos, pesam as facções, em que o voto não é, comumente, uma escolha individual mas um empreendimento familiar de ‘localização social’, as eleições são pretextos para a redefinição de pertencimentos e a definição de fidelidades.*

No entanto, vale salientar que é provável a existência de uma certa manipulação destes discursos, quando para estes depoentes, explicitar certo desconhecimento em relação à prática cotidiana do período que antecede as eleições é uma forma de ausentar-se dessa categoria de “povo”, excluindo-se do exercício que unem todos aqueles que freqüentam as passeatas, escutam e reproduzem os *jingles* de campanha, essa atitude os coloca dentro de um padrão representativo que os intelectualizam, onde não viver o “tempo da política” parece ser positivo. Outros discursos, como os abaixo descritos, corroboram com essa assertiva:

*“Parece” que pegam dados dos eleitores e dizem que podem conferir em quem eles votaram, e por ignorância do povo que não conhece o processo eleitoral, ai pensa que podem ver em quem ele votou, ai por medo ou gratidão ele vota.* (Entrevista com Maria Patrícia, 24 anos, Auxiliar de consultório dentário)

*O mundo da política não me atrai, é muito sujo, eu não me vejo perdendo meu tempo, trocando minha família por política.* (entrevista com Marcelo Eduardo, 24 anos, Professor de Educação Física)

*“Acho” que é cobrando, avaliando, estando em cima, eu acho que consciência política é participação política. Se o povo tivesse consciência política iria avaliar a história dele e suas propostas e não votar por paixão. (Entrevista realizada com Maria Marileide, 42 anos, Estudante do Ensino Superior)*

Uma outra informante nossa comentou que não gostava de se envolver com política, defendendo que:

*Nunca me deixei levar por conversas, quando eu escolho meu candidato, minha escolha esta feita e pronto, não adianta ninguém vim xingar ou vim falar mal, nem vim comprar meu voto, que meu voto já está certo. (Entrevista realizada Cláudia Maria, 44 anos, do Lar)*

Interessante é que esta mesma depoente, em momentos seguintes a entrevista, afirmou que há dezoito anos estava precisando realizar uma cirurgia de esterilização, a laqueadura, e soube através de sua vizinha de um médico obstetra que estava candidato a vereador na cidade de Campina Grande, então ela procurou o candidato e pediu a cirurgia prometendo que lhe daria seu voto. A justificativa desta ação baseia-se na visão de que:

*Não vendi meu voto eu troquei, é diferente. E se Deus colocou ele no meu caminho era para eu ajudar a ele também. (Entrevista realizada Cláudia Maria, 44 anos, Do Lar)*

Observamos, dentre outros aspectos, a presença de aspectos religiosos em seu discurso indicando visões de mundo que fundamentam a teia de significados culturais que influenciam a prática das manifestações eleitorais. Essa característica nos remete as análises de Magalhães (1998) quando ela trabalha com o conceito de crença messiânica, elaborado por Queiroz (s/d), para “buscar um sistema de referência subjetivo” que irá lhe permitir “traçar um paralelo entre dois sistemas de crenças diferentes - religioso e político -”. Em um dos grupos estudados pela autora, observou-se em seus discursos a religião e a política quase que imbricados. Concluindo que: “no fundo, ambos vêem a política como suja, profana, porém acreditam na possibilidade de usar a religião, **ou outro aspecto**, para reverter esse caráter” (MAGALHÃES, 1998, p. 101) (Grifos nosso).

A representação do voto como troca, como uma dádiva, para usarmos uma expressão cunhada por Mauss (1974) em seu texto sobre a reciprocidade – o dar, o receber e o retribuir, também está presente no depoimento abaixo:

*Assim, tanto existem aqueles que são fiéis porque só confia no candidato sem receber nada, como também é fiel ao seu candidato àquele que recebeu alguma coisa, é uma troca, não tem nada demais nisso não. O candidato diz: Você me dá o voto que eu te dou isso, aí isso entra no psicológico do eleitor que faz ele se sentir seguro com ele e ser fiel a ele, ele já dá antes da eleição pra ter a certeza que vai ganhar o voto. Uns dão depois, mas a maioria dá antes, pode ser qualquer coisa que tenha valor para aquela pessoa. (Entrevista com Maria Tânia, 26 anos, Eletrotécnica)*

*É falta de caráter aceitar esse dinheiro, mas se a pessoa lhe deu algo então você deve ser fiel, porque assim, você trai a você e a quem lhe ajudou. Eu acho assim que se você conhece a pessoa e simpatiza com ele e mesmo sabendo que ele não consegue fazer muita coisa e vota nele não é um voto errado. Por exemplo, o meu candidato é do povo ele tem um bom coração, mas é do lado dos grandão, e lá ninguém sabe o que ele vai aprender, se vai continuar do lado do povo, mas acho que voto certo e ele não tá me iludido. (Entrevista com Isabelle Scalabrini, 22 anos, estudante)*

Palmeira (2000, p. 11), ao refletir sobre os apelos feitos pela mídia, organizações civis e religiosas pela consciência dos eleitores quando sugerem a estes receber o bem, mas votar de acordo com sua convicção pessoal, ele se interroga: “Que convicção maior do que o imperativo moral internalizado de dar seu voto e, votando, ser fiel e retribuir a quem o ajuda?”

Em outro depoimento é perceptível a importância que tem a instituição familiar para os modelos culturais que representam esse informante:

*Que este candidato tenha honestidade, que seja integro, que pense no povo, na população e não só em si, que tenha uma família, porque sempre quem é um bom*

*pai, um bom marido, com certeza vai cuidar bem de nossa cidade.* (Cláudia Maria, 44 anos, Do lar)

Ser um bom pai ou um bom marido o define como apto a ser político, pois com as representações existentes de um bom marido e bom pai, como aquele que é fiel, companheiro, conselheiro, que direciona e orienta, que só escolhe o melhor caminho para o filho mesmo este achando o contrário, são compartilhadas pelo coletivo colaborando para a construção da representação do político ideal.

Assim, com base no exposto, acostamo-nos em Goldman & Sant'anna (1996) que buscaram mostrar como as representações dos eleitores fazem parte do processo eleitoral e não são apenas ações mecânicas. Já que:

*O reconhecimento de que existem diferentes modos de pensar e viver o político e de que essas concepções informam de modo específico a prática e as demais representações dos agentes nos parecem um passo preliminar para a renovação dos estudos a respeito deste campo, afastando-nos dos fantasmas da 'irracionalidade', sempre invocados ou exorcizados quando não compreendemos bem aquilo que pretendemos falar.* (GOLDMAN & SANT'ANNA, 1996, p. 30)

Amparados na definição de Palmeira (2000, p.11) e nos discursos de nossos informantes, até o momento analisados, defendemos que o voto não deve ser representado nem tampouco,

*associado ao exercício de um direito individual, mas a uma sinalização de adesão a um lado (facção) da sociedade. Isso faz com que propostas de transformação social pelo voto enfrentem grandes dificuldades, embora trabalhem com o suposto de que aquela associação é feita ou pode ser inculcada com facilidade na cabeça dos que votam, e possam ter um efeito pedagógico de longo prazo.*

Outro interessante aspecto presente nas entrevistas realizadas, e que merece registro a partir de agora, foi a percepção de que a política seria resultado da ação e prática dos representantes eleitos pelo povo e não uma atividade cotidiana do cidadão, nem tampouco, um exercício da cidadania:

*Política é um movimento que faz relacionar as leis às pessoas, procurando melhorar os municípios, o Estado.* (Entrevista com Luciana Araújo, 34 anos, Professora do ensino médio)

*É ser coerente em todo processo que tem que exercer funções de serviços prestados a população e seus bairros.* (Entrevista realizada com Euclívio Barbosa, 35 anos, Supervisor de Produção)

*Ver o que é melhor para o povo, legislar, criando leis, dividindo a renda ou melhorando sua divisão. Com projetos que visam à qualidade de vida.* (Entrevista com Marcelo Eduardo, 24 anos, Professor de Educação Física)

Tais colocações nos remetem a análise de Palmeira (1996), para quem:

*Ao contrário de outras atividades, a política não é pensada como uma atividade permanente. Ela se circunscreve a um período determinado, o período eleitoral, que é designado sintomaticamente como o tempo da política. O tempo da política representa o momento em que as facções (os candidatos lutam plenamente, em conflito aberto, as municipalidades divididas de uma maneira pouco habitual nas grandes cidades.* (PALMEIRA, 1996, p.50)

Outro aspecto presente nos depoimentos e que merece atenção é a generalização na qual são colocados os políticos e os que se interessam por este espaço; assim nos relatou uma depoente:

*Eu nunca me simpatizei de Veneziano, trabalhei pra ele, como prestadora de serviço, mas como prefeito não quero. É como meu marido diz: "sei que todos podem roubar, mas devemos dar oportunidade a outro que gostamos".* (Entrevista com Isabelle Scalabrini, 22 anos, estudante)

O primeiro aspecto nesse depoimento, para não passar despercebido, é representar o político ideal como "aquele de quem se gosta", ou seja, ela usa a fala e a superioridade masculina do esposo para argumentar que não votaria no candidato que esta no poder só porque tem um emprego público na prefeitura, mas sim levaria em consideração outras características que a faz gostar do outro candidato. Ao afirmar "sei que todos podem roubar", caracteriza-se o espaço da política como um lugar onde o roubo, a corrupção e a sujeira são uma regra, e não uma exceção. A propósito, cabe acrescentar que as

representações presentes no imaginário coletivo de que “todos os políticos roubam” e que “enrolam o eleitor”, estiveram presentes em todas as entrevistas realizadas, bem como nos sites de jornalistas e discursos de jornais locais investigados:

*Pessoas do povo têm achado muito estranha essa história de pretenderem resolver alguns problemas de Campina Grande em poucos dias faltando apenas 23 dias para as eleições municipais. Querem resolver questões como o lixo, meninos de rua pedindo esmolas em semáforos, etc. É muita eficiência desse povo...*( [http://josuereporter.blogspot.com/2008\\_09\\_01\\_archive.html](http://josuereporter.blogspot.com/2008_09_01_archive.html))

*Porque o que vem da política, não me interessa é tanta roubalheira, que você se desestimula.* (Entrevista com Luciana Araújo, 34 anos, Professora do ensino médio)

*Infelizmente vejo a política como uma prática característica de pessoas oportunistas que só visam roubar o dinheiro público. Não vejo de outra forma.* (Entrevista com Kelvo, 32 anos, Professor do ensino médio)

*Todos que entram têm oportunidade de roubar, então se pelo menos eles utilizassem dessa oportunidade para fazer o bem, desviar verbas de festas para asilos, seria bom, mas até hoje não conheço nenhum que não tenha se aproveitado da situação.* (Entrevista com Isabelle Scalabrini, 22 anos, estudante)

A descrença na prática política, na existência de uma ética na política e igualmente, na honestidade dos políticos, cria um sentimento de recusa de uma inserção mais relevante e contundente do cidadão na vida política; a descrença nessa instituição, aparece com muito mais força, minando as resistências e otimismo do cidadão eleitor. Numa cultura que naturalizou a corrupção e a prática do roubo através da máxima “roube, mas faça” e do famoso “jeitinho brasileiro”, onde os interesses privados subtraem e amordaçam os interesses públicos, fica difícil para o cidadão acreditar que a prática política “tem jeito”, daí tantos discursos pessimistas e desiludidos.

Buscamos também identificar, entre nossos informantes, alguns dos momentos vividos durante a campanha eleitoral e no dia da votação, cujo objetivo foi identificar as representações sobre o ‘tempo da política’:

*Participo, fico na rua com os amigos e família na expectativa que o candidato que a gente votou tenha obtido mais votos, ansiosos pela etapa final.* (Entrevista realizada com Euclívio Barbosa, 35 anos, Supervisor de Produção)

*Eu acho importante você ir votar voluntariamente, só que aconteceu que alguns anos atrás me forçaram a trabalhar pra o candidato se não eu perdia meu emprego, então eu acho que é importante a gente votar de livre e espontânea vontade. Agora você está pressionando e mais ameaçando que se você não votar vai perder seu emprego, então por isso que acho que é uma política suja, mas mesmo assim o voto é necessário.* (Entrevista com Luciana Araújo, 34 anos, Professora do ensino médio)

Observamos no primeiro discurso, acima transcrito, que a política, através da campanha eleitoral, não só faz parte do cotidiano dos eleitores, como atravessam esse mesmo cotidiano. Ao esperarem ansiosamente pela abertura das urnas o que se espera é a vitória do candidato escolhido, cuja vitória significa um profundo estado de alegria, euforia e comemoração profundamente festiva e cuja derrota, significa profundo sentimento de tristeza, desapontamento e desolação. Enquanto os eleitores, cujos candidatos saíram vencedores, ganham às ruas em carreatas, buzinações e passeatas, numa verdadeira festa; os outros, candidatos e eleitores derrotados, se recolhem as suas casas num misto de tristeza, vergonha e inconformismo.

Já na transcrição do segundo discurso, acima transcrito, o que observamos é uma visão bastante consciente da eleitora ao defender que a escolha do candidato e o voto deve ser um exercício de pura liberdade. O eleitor não deve sofrer nenhum tipo de coerção ou influência na escolha em quem votar, deve portanto, votar de livre e espontânea vontade, seja a partir de que motivação for.

Igualmente, ao explorarmos algumas questões sobre a definição e qualificação da política e do voto para o eleitor campinense, assim como as influências e resistências em seus discursos sobre tais assuntos, observamos que elas não são semelhantes e que as motivações sobre a escolha do candidato, são bastante variadas e denotaram um potencial de princípio ativo e transformador do eleitor em, se utilizando do período eleitoral e do voto como ação, mudar, continuar ou revolucionar, uma dada realidade:

*Cada vez que voto percebo que estamos vivendo a democracia. No dia que eu deixar de votar, não pela idade mas por outras questões não pessoais, vou me*

*perguntar: “cadê a nossa liberdade de escolha?”. (Entrevista com Rômulo Amorim, 25 anos, estudante universitário)*

*Somos tão tristes com a política que o voto é como um basta a tanta besteira que eles (políticos) falaram nos comícios e horários políticos, é como se dissesse: pronto acabou agora quem decide somos nós. (Entrevista com Maria Patrícia, 24 anos, Auxiliar de consultório dentário)*

*Meu candidato fez um bom trabalho e vou votar nele para que ele possa continuar com seu projeto. (Entrevista com Marcelo Eduardo, 24 anos, Professor de Educação Física)*

Cada sujeito parece ter utilizado a entrevista para refletir sobre algumas questões como a obrigatoriedade do voto, a definição e provável resistência do “voto de cabresto” etc. vejamos alguns depoimentos como os abaixo transcritos:

*Complicado demais isso (a obrigatoriedade do voto). Não é um regime democrático? Mas por outro lado, me questiono, se é obrigado e já é desse jeito, imagina se não fosse! (Entrevista com Patricia Maria, 24 anos, estudante universitária)*

*Olhando assim a política, parando pra pensar sobre o voto de cabresto, percebemos que tem muita coisa que mudou, há quatro anos era uma coisa, hoje, é outra, com outras novidades, então a cada eleição vai aparecendo coisas que víamos há anos atrás, mas agora é de forma diferente. (Entrevista com Maria Tânia, 26 anos, Eletrotécnica)*

A indagação sugerida ao longo deste artigo sobre o por quê dos eleitores votarem em candidatos que não correspondem diretamente a seus interesses, provoca a necessidade de primeiro definirmos qual o perfil do candidato e o que significa ser um bom político para os nossos informantes. Com base nas entrevistas realizadas, ser um bom político é não ter a política como profissão, e sim, como um ofício a serviço do interesse público e não privado; em outras palavras, a política não é uma carreira profissional, mas uma atividade que tem um fim e um período determinado para ser executado: *“tem pessoas que, sequer, têm uma profissão; sempre foram vereadores os deputados”* (Entrevista com Rosana da Silva, 23 anos, Estudante)

Observando mais atentamente o depoimento da citada informante, e ao ser indagada se desejaria ter um familiar político respondeu que *“na minha família não, porque ninguém aqui em casa é qualificado pra esse cargo”* e ao ser questionada se para ser político é necessário preencher alguns requisitos ou qualificações, ela ponderou:

*Precisa pelo menos ter conhecimento do que é eleição, como funciona esse tempo para poder se candidatar, não é pegar e se candidatar como têm muitos por aí, que nem sabe o que é, nem se interessa em ajudar a população, é só interesse próprio mesmo. (Entrevista com Rosana da Silva, 23 anos, Estudante)*

São variadas e diversificadas as motivações dos eleitores na adesão ao voto; a motivação na escolha e/ou adesão ao voto pode ser o aceno recebido do eleitor por um candidato, em suas aparições públicas, durante a campanha eleitoral, ou pela confiança conquistada:

*Às vezes até um aceno no comício, pode garantir um voto; vi isso ontem, quando no comício o candidato deu aceno ao rapaz e ai ele disse: “ah esse é meu vereador, está vendo, reconhece a gente em qualquer lugar, não vou votar em fulaninho só porque me deu 20,00 reais não”. (Entrevista com Luciana Araújo, 34 anos, Professora do ensino médio)*

*Se ele realmente pensa direitinho, e vai votar numa pessoa que realmente vai fazer alguma coisa, ele deve analisar as propostas, se são verdadeiras, possíveis de acontecer. Espero que ele cumpra suas propostas, o que eu escutei durante a campanha, comece a fazer pelo meu bairro, minha família que vota todinha nele, espero que o que o candidato passado não fez, ou se fez, fez pouco, o que eu depusitei meu voto de confiança faça muito mais. Eu confio, não deixa de ser uma confiança, eu voto e confio; nada me garante, mas se ele me passa essa confiança eu retribuo isso a ele, através do voto. (entrevista com Maria Tânia, 26 anos, Eletrotécnica)*

O voto pode ser ainda o momento no qual a população dá uma resposta ao candidato corrupto, ou ao

que por alguma razão decepcionou o seu eleitor:

*Quando o eleitor se sente pressionado ou revoltado com alguma coisa, alguns fatos que aconteceram, ele mostra a sua voz elegendo o candidato da oposição.*  
(Entrevista com Marcelo Eduardo, 24 anos, Professor de Educação Física)

O voto pode ser ainda resultado de um conjunto de pressões que vão desde a promessa de perseguições políticas como a perda do emprego, a transferência do lugar de trabalho, do eleitor ou de seus parentes, até a construção de um estado de terror que, através de um circuito de boatos, propaga a idéia de que se o candidato opositor à administração atual vencer as eleições, a mesma política de perseguição ocorrerá; a única alternativa, segundo essa lógica, apresentada ao funcionário público e/ou a seu parente, é votar no “patrão” político candidato. Merece esclarecermos que a possibilidade da reeleição exacerbou essa estratégia de pressão/conquista do voto; impera o medo, como motivador da escolha do voto:

*E o voto de cabresto existe com certeza, e a gente percebe isso com a compra de voto por exemplo, ou muita gente que tem emprego no estado ou na prefeitura, elas tem medo de votar e votam em quem mandam para não serem colocadas pra fora.* (Entrevista com Isabelle Scalabrine, 22 anos, estudante)

Uma forte pressão sofrida pelo eleitor, particularmente por aquele que desconhece de forma mais clara o funcionamento da urna eletrônica é a ameaça de que o eleitor ao contrair um compromisso com o candidato, deve necessariamente votar nele, pois quando se encerrar o processo de votação, a partir da informação do número do título de eleitor, o candidato conseguirá rastrear o seu voto e descobrir a sua fidelidade:

*Por exemplo, na véspera de eleição vai ter carros andando em pontos estratégicos dando dinheiro para eleitores em troca do voto, favelas por exemplo. Com dinheiro, feiras, perguntando o que precisam. Por medo. Outros por gratidão. Mais a maioria por medo mesmo que, normalmente pegam dados dos eleitores e dizem que podem conferir em quem eles votaram, e por ignorância do povo que não conhece o processo eleitoral, ai pensa que podem ver em quem ele votou, ai por medo ou gratidão ele vota. No coronelismo se oferecia dinheiro ao coronel pelos votos da fazenda. E hoje em dia é da mesma forma, o de cima oferecendo dinheiro para o de baixo. Senador para prefeito, governador para prefeito, prefeito para vereador e todos para o povo. Não mudou muito. O jogo de dinheiro é muito presente ainda.* (Entrevista com Marcelo Eduardo, 24 anos, Professor de Educação Física)

Instados a nos contar quando e como decidem em quem votar, observamos se concretizar a nossa linha de raciocínio de que a adesão ao voto não acontece apenas durante o *tempo da política*, pelo contrário, a escolha antecede comumente à campanha eleitoral e envolve uma rede de relações que extrapolam uma mera escolha individual, a adesão ao voto, pressupõe uma rede social mais ampla, ademais, observamos que todos os nossos informantes entrevistados afirmaram ir às urnas eletrônicas sabendo em quem votar:

*Eu decido de mim mesmo, geralmente no meu caso, como eu estou por dentro da política, a gente decide esse voto muito antes da eleição.* (Entrevista com José Pereira, 61 anos, Motorista)

*Sempre analiso quais são os planos dos candidatos no que diz respeito a estes três pontos (educação, saúde e moradia digna). Isso é decisivo para a minha escolha.* (Entrevista com Kiara de Macedo, 33 anos, Coordenadora de curso de língua inglesa)

*Bem, acho que a simpatia.* (Entrevista com Isabelle Scalabrine, 22 anos, estudante)

*Procurar saber quem é o candidato, o que fez nesses antepassados, vê que propostas ele está dedicando ao povo, se aquilo é verdade ou não.* (Entrevista com Luciana Araújo, 34 anos, Professora do ensino médio)

*Sempre fui decidida já, e ninguém muda meu voto.* (Entrevista com Rosana da Silva, 22 anos, estudante)

*Já, mais ou menos, porque minha mãe sempre trabalha, então sempre tenho candidato pra votar, só esse ano que ela não trabalhou porque meu tio se candidatou, então o apoiamos, então ficava assim meio em dúvida, mas acabava votando no que a minha mãe tava apoiando.* (Entrevista com Maria Patrícia, 24 anos, Auxiliar de consultório dentário)

Indagamos ainda aos nossos informantes o que deveria ser observado em um candidato para definir a adesão ao voto e recebemos importantes depoimentos que demonstram, mais uma vez, a racionalidade da escolha, mesmo que recoberta por uma camada de emoção ou mesmo de paixão pelo candidato, por exemplo, nos dois depoimentos abaixo transcritos há um conjunto de questões que devem ser observadas, não deixar-se seduzir pela beleza plástica do candidato, nem por seu poder aquisitivo, nem por sua ascendência política :

*Não pode ir pelo rosto, porque ele é bonitinho, porque é rico, porque quando passa por mim ele dá tchau, a gente não pode ir por aí. A primeira coisa que devemos fazer é ir atrás das propostas, pra ver se realmente vai passar aquilo para o público. Pra ver se realmente esse político vai trabalhar verdadeiramente em meios de leis e atitudes.* (Entrevista com Luciana Araújo, 34 anos, Professora do ensino médio)

*Conteúdo. Como disse antes, um político vai além do cargo que ele ocupa. Não se pode votar numa pessoa porque é filho do ex-prefeito ou porque vem dizendo que “faz e acontece”. O mandato seria apenas o meio de concretizar o trabalho que vem sendo feito com a comunidade.* (Entrevista com Kiara de Macedo, 33 anos, Coordenadora de curso de língua inglesa)

Priorizar a construção homem público e sua atuação em prol do interesse coletivo, foi uma forte característica destacada entre nossos informantes:

*Acho que deve buscar a figura do homem público, aquele que está ali pra servir ao público e não ao privado, seria mais essa imagem que deveria buscar.* (Entrevista com Rômulo Amorim, 25 anos, estudante universitário)

Um dos nossos depoentes chamou a atenção para a participação do cidadão eleitor no processo de construção da política e da prática democrática, colocando-se como co-responsável pela atuação política de seu candidato:

*Devemos pensar o candidato com um sujeito que deve ser cobrado e pra que isso ocorra de fato devemos tornar real a nossa participação, a política não é só do outro, mas minha também. É difícil sim, mas é possível.* (Entrevista com Patrícia Silva, 24 anos, estudante universitária)

A honestidade e uma “ficha limpa”, a coerência e uma ética política são pré-requisitos importantes na escolha do candidato e na adesão ao voto para grande parte de nossos informantes:

*Como falei anteriormente, trabalho, ficha limpa, honestidade. À vontade de mudar alguma coisa. E lutar para mudar, porque não é só chegar para mudar, vai ter muitas barreiras para quebrar lá dentro. Porque o interesse dos que lá estão é de manter a máquina, quando chega alguém que quer trabalhar de verdade é complicado.* (entrevista com Marcelo Eduardo, 24 anos, Professor de Educação Física)

*Primeiro analisar as propostas deles direito e ver o que eles faziam antes da campanha, se eles realmente estão fazendo isso porque querem o melhor para a cidade, porque já fazia antes ou estão fazendo porque é campanha.* (Entrevista com Isabelle Scalabrine, 22 anos, estudante)

Tais discursos, como postos neste artigo, conseguem, ao nosso ver, demonstrar a complexidade da prática do voto. Os eleitores representam o voto como um momento de bastante seriedade em suas vidas, não é um ato impensado, irrefletido ou irreflexivo, pelo contrário, as representações sobre o voto oferecidas por nossos informantes mostraram a seriedade com a qual o momento, o *tempo da política* é encarado e diz muito sobre o lugar da fala e da prática na qual se situam os depoentes em questão.

Chamou-nos atenção o fato de que o voto é para o eleitor uma espécie de capital social, ao modo de Bourdieu (1983)<sup>9</sup>, campo onde se travam as disputas e as trocas – reciprocidades – num espaço e tempo especiais, por isso legítimos e legitimados social e culturalmente.

---

<sup>9</sup> Conforme a análise de Bourdieu “campo é esse espaço onde as posições dos agentes se encontram a priori fixadas. O campo se define como o locus onde se trava uma luta concorrencial entre os atores em termos de interesses específicos que caracterizam a área em questão; O campo se particulariza, pois, como um espaço onde se manifestam relações de poder, o que implica afirmar que ele se estrutura a partir da distribuição desigual de um quantum social que determina a posição que um agente específico ocupa em seu seio”. Bourdieu denomina esse quantum de “Capital social”. (BOURDIEU, 1983, p. 19-21)

Difícilmente a partir da leitura dos depoimentos acima elencados alguém terá coragem de enunciar que “o povo não sabe votar”, que é alienado, desinformado, ou pior, que age irrefletidamente movido pelas paixões. O eleitor se utiliza de sua experiência e modelos culturais para pensar e se posicionar frente a política e a adesão ao voto, e medita, medita muito antes de fazer a sua escolha.

Sua escolha, por sua vez, pode não agradar aos cientistas políticos, aos analistas políticos, aos marqueteiros políticos, ou as ciências humanas em geral, no entanto, faz todo sentido para a sua forma de representar e simbolizar a sua cultura e sua inserção no mundo.

## CONCLUSÕES

O desafio apresentado aos estudos das representações sobre o voto estão apenas postos, sabemos da impossibilidade de esgotar o tema, nem seria esse o nosso intento, mas gostaríamos de sugerir a necessidade daqueles que ainda defendem a alienação e a falta de consciência política do eleitor, como a grande mazela dos resultados da política nacional, de ressignificar o voto e a capacidade reflexiva do eleitor, para entender uma outra dimensão da política, desta feita, em seu aspecto cultural.

Com base nos dados de campo ficou bastante evidente que o eleitor se utiliza de sua práxis cultural para fazer suas escolhas e adesões políticas. A seriedade com a qual se coloca nesse movimento que é a campanha eleitoral, denota o seu nível de comprometimento com esse momento especial da vida pública do país.

Assim, encerráramos nosso artigo renovando a atenção que devemos ter para relacionar as áreas de cultura e política na busca de um entendimento mais completo não só de campanhas políticas mas das representações sobre o voto. Investigar as interfaces entre cultura e política nos parece ser a grande missão dos estudos antropológicos e da ciência política, que não pode mais prescindir dessa área de estudos, sob pena de construir uma visão bastante parcial, institucional e estrutural do voto, deixando de lado aspectos importantíssimos nesta escolha, tais como a dimensão do cotidiano, as representações sociais, os laços de reciprocidade e da dádiva, a construção de campos políticos, a questão da adesão ao voto e o voto-escolha. Esses elementos, entre outros, são imprescindíveis para serem levados em consideração, para assim podermos propor uma visão mais relativizadora do eleitor, de seus discursos e de suas práticas.

## AGRADECIMENTOS

Ao CNPq pela bolsa de Iniciação Científica,

A professora Elizabeth Christina pela orientação acadêmica,

Aos vinte informantes que nos forneceram o material empírico para análise da presente pesquisa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Livros:

BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. *Chuva de Papéis: ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil*. Rio de Janeiro. Relume Dumará, Núcleo de Antropologia Política. 1998.

BOURDIEU, Pierre. (1983) *Sociologia*. São Paulo, Ática, (Grandes Cientistas Sociais, 39)

KUSCHNIR, Karina. (2000). *O Cotidiano da Política*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

\_\_\_\_\_. (2007). *Antropologia da Política*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.

GOMES, Wilson. *Transformações da Política na era da comunicação de massa*. São Paulo, Paulus, 2004.

MAGALHÃES, Nara Maria Emanuelli.. *O Povo Sabe Votar – uma visão antropológica do voto*. Petrópolis, RJ, Vozes. 1998.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. Vol. II, São Paulo, EDUSP. 1974.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O Estado Espetáculo*. Rio de Janeiro, Difel, 1978.

TEIXEIRA, Carla Costa & CHAVES, Christine de Alencar. (org.) *Espaços e Tempos da Política*. Rio de Janeiro, Relume Dumará, Núcleo de Antropologia da Política?UFRJ. 2004.

### **Coletâneas:**

- JODELET, Denise. Representações Sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, Denise (org.). As Representações Sociais. Tradução Lílian Ulup. Rio de Janeiro, UERJ. 2001.
- 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.
- HEREDIA, Beatriz M. A. de & PALMEIRA, Moacir. O Voto como Adesão. In: MIRANDA, Júlia, PORDEUS Jr., Ismael & LAPLANTINE, François (org.) Imaginários Sociais em Movimento. Oralidade e escrita em contextos multiculturais. Campinas – SP, Pontes editores. 2006.
- 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.

### **Artigos em Revistas:**

- CHAUÍ, Marilena. (1991). Política e Cultura Democráticas: O Público e o Privado Entram em Questão. Revista Universidade e Sociedade, Ano I, nº 2.
- LIMA, Elizabeth Christina de Andrade & MOUSINHO, Diego Fernandes Maia. (2007). A Emergência das Lideranças Femininas na Política Local – o caso das eleições municipais de 2004 em Campina Grande – PB. In: Revista Pesquisa, UFCG, Campina Grande - PB, v.1,n.3, pp.473-486.
- PALMEIRA, Moacir. (1992). Voto: racionalidade ou significado? Revista Brasileira de Ciências Sociais, 20, pp. 26-30.
- \_\_\_\_\_. Eleição municipal, Política e Cidadania. Revista Tempo e Presença. Nº 311. Maio/junho de 2000.
- RIBEIRO, Pedro José Floriano. Campanhas Eleitorais em Sociedades Midiáticas: Articulando e Revisando Conceitos. Revista de sociologia e Política. Curitiba, Nº22. 2004. p. 25 a 43.