

FAZER POLÍTICA É PROFERIR PROMESSAS

Cyntia Carolina Beserra Brasileiro (UFCG)
Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade
Federal de Campina Grande. (UFCG).
carolina_beserra@yahoo.com
Elizabeth Cristina de Andrade Lima (UFCG)
Professora de Antropologia da Universidade Federal de Campina Grande. (UFCG).
bebete.lima@yahoo.com.br

1. Introdução – O “tempo da política”

O referido artigo objetiva situar a política e a realização desta a partir da prática de proferir promessas, dentre outras. Esta prática se exacerba no tempo singular que denominamos de campanha eleitoral e nos termos de Palmeira & Heredia (2006): “tempo da política”. O chamado “tempo da política” é o tempo que se refere ao processo eleitoral, e constitui-se apenas num momento, mas é um momento especial, este representa “o momento em que facções (partidos reais) são identificadas, e em que, por assim dizer, existem plenamente em conflito aberto, as municipalidades dividindo-se de uma maneira pouco habitual nas grandes cidades”. (PALMEIRA & HEREDIA, 2006, p. 283). É o momento em que os políticos aparecem e que a sociedade se permite ver as suas próprias divisões de maneira ritualizada.

Nesse recorte temporal, são construídas novas bases da relação entre candidatos e eleitores, é a época que possibilita as mudanças e rearranjos na sociedade. Irllys Barreira (2006) em seu artigo “A política de perto: recortes etnográficos das campanhas eleitorais” toma os atos de campanha eleitoral enquanto ritual, como articuladores de relações de proximidades entre o que se definem como os da política e os eleitores, desse modo os atos de campanha possibilitam a apresentação de concorrentes, bem como redefine os pactos sociais que dão legitimidade aos princípios de representação política.

O “tempo da política” é, nesse movimento, um tempo estratégico, aproximando aqueles que são tidos como inacessíveis e distantes. O ritual político permite que se congreguem as diferenças, e este se constitui como um elemento privilegiado para se compreender as representações sobre a política. Por isso, o nosso exercício é destacar

esse tempo como marcante no arranjo político, para analisarmos como pode ser este precioso tempo nas inclinações do eleitorado.

Dessa maneira, pretendemos neste artigo pensar como é vivenciado o “*tempo da política*” na cidade de Campina Grande, situando a política e a realização desta a partir da prática de proferir promessas. Tomamos como referência as reflexões da Antropologia da Política, bem como o nosso estudo monográfico acerca das representações sobre a política e sobre o voto na cidade de Campina Grande, realizado no ano de 2009¹.

2. O “*tempo da política*” na cidade: as facções divididas, os rituais da campanha e a arte de proferir promessas

Durante a pesquisa para nosso texto monográfico objetivamos dialogar e refletir, junto aos eleitores que entrevistamos, sobre as concepções e representações que estes elaboram acerca da política local e do voto. Realizamos os nossos diálogos nos remetendo as eleições realizadas no ano de 2008, em que se instaurou a disputa a cargos municipais. Pretendemos trazer algumas das reflexões para situar como faz o político e o que faz para conseguir chegar ao seu eleitorado.

Uma de nossas indagações é sobre como se vivencia o tempo da política na cidade de Campina Grande e como o eleitor experiencia este tempo. Abaixo, algumas falas nos ajudam a retratar e analisar como os cidadãos constroem suas representações:

A cidade onde eu resido, Campina Grande como é uma cidade tipicamente interiorana, uma cidade do interior, com o porte grandioso, ela respira um contexto, de, de, assim... efervescência. Onde eu tenho pessoas apoiando outra, que vem de fora, que ajuda, sabe, nas campanhas tanto financeiramente, como dialogando mesmo, só com a oratória. A gente vê que a cidade ela, ela se dilata, ela se dilata. Ela recebe pessoas de fora, as pessoas que nela residem sentem aquela gota de esperança brotar de novo. Então qualquer cidade, ela de certa forma ela sofre suas modificações em época eleitoral sejam elas malélicas ou benéficas. (Estudante, 18 anos).

¹ Brasileiro, Cyntia. C. B. **Comportamento eleitoral e opinião pública: um estudo das representações sobre a política e sobre o voto fora do “tempo da política” em Campina Grande-PB.** 2009. Trabalho monográfico produzido para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Sociais, com área de concentração em Antropologia, pela Universidade Federal de Campina Grande, Campus Campina Grande, sob a orientação da professora Dr^a. Elizabeth Christina de Andrade Lima.

A cidade se alarga. Em Campina Grande, é importante destacar que as facções ficam divididas, sejam nas cores, nos cartazes, nas músicas. Tudo é bem articulado, e as pessoas se envolvem nesse clima diferenciado. É nesse tempo extraordinário que se altera a cotidianidade, atravessando à sociedade e aqui não é diferente. No “*tempo da política*” vários são os rituais realizados, a exemplo dos rituais de comensalidade²; estes acontecem em bares, festas e restaurantes, são lugares específicos: cheios de gente e privilegiados para se fazer política. Assim como também destacamos a presença de candidatos em passeatas, em discursos, panfletando, enfim, a política nesse tempo interfere na leitura dos significados do cotidiano, tornando a vida social com seus rituais e valores próprios.

São promovidas festas, aparições que prestigiam os eleitores, oferta de bens. Uma série de encenações próprias ao ritual político: as falas, os discursos, a comoção, são partes integrantes deste ritual. Quanto a estas Karina Kuschnir nos ensina que

As festas e encontros de campanha permitem retomar a discussão entre sociabilidade e ritual. Frequentemente dentro do processo ritual, existe um espaço de sociabilidade, onde os participantes encenam, através de regras e coreografias precisas, algum valor ou papel social. Turner (1974) define essa celebração do coletivo como “*communitas*” – um espaço/estado símbolo da igualdade entre os homens, em que se experimenta a suspensão da estrutura social. (KUSCHNIR, 2002, p. 260).

A cidade ganha um clima de festa, ganha novos aspectos, como nos relata o informante abaixo:

A paisagem muda, muda completamente. Hoje mais não, porque as eleições devido às regras que estão sendo colocadas, você... Mas nas eleições anteriores mudava completamente a paisagem, a cidade colorida, por exemplo, se você ir pro alto da cidade em determinadas localidade, você vê a cidade de uma cor, de outra. Como se aquilo ali fosse um time de futebol que

² Estes rituais estão presentes na maior parte das campanhas políticas e atuam com o objetivo de certificar a identidade do candidato, como digno de exercer o cargo político. In: Rituais de comensalidade na política. In: **Como se fazem Eleições no Brasil – estudos antropológicos**. Rio de Janeiro, Relumê Dumará, 2002. p. 243 a 270.

fosse entrar em campo e você vice todo um torcedor ali, então, é bem legal isso. (Professor, 26 anos).

O “*tempo da política*” é também a hora do contato com o povo, a hora de mostrar o que foi feito. Momento em que o candidato vai ser cobrado por aquilo que prometeu: “Porque obras são coisas que são vistas sempre, quem passar num canto vai olhar p’ra aquela obra e vai dizer: eita, foi aquele governador tal, foi o prefeito tal [...].” (Estudante, 19 anos, Ens. Médio Completo).

Durante a campanha eleitoral as disputas ficam mais acirradas entre os candidatos, estes

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).

O contato direto com os eleitores é uma maneira dos candidatos tornarem-se pessoas reconhecíveis, aspecto fundamental em eleições onde a figura do candidato e não do partido, bem como suas filiações partidárias, é determinante na escolha do voto. Algumas atividades cumprem a tarefa de aproximar eleitor e candidato, a exemplo das caminhadas na rua. Assevera Barreira:

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. 2).

A campanha é o momento de disputar reconhecimento, mas também é o momento da interpretação dos significados dos contatos que o candidato estabelece com os eleitores. Não basta o político fazer, ele tem que fazer bem, convencer ao eleitor,

com sua boa performance e desenvoltura, como nos aponta Scotto (1996, p. 169): “um aperto de mão, um abraço ou um beijo são expressões da vida cotidiana que, no contexto da campanha, passa a ser ressemantizadas politicamente em termos de proximidade, distância, hierarquia, popularidade e disputa”.

O político que almeja ganhar, conquistar o voto do eleitor, tem que suar a camisa, sair do anonimato, estar junto ao povo. Este é um aspecto relevante para o eleitorado.

Venha junto do povo, né, venha conhecer a realidade do povo. Não é do povo que ele... Do povo deles não, dos ricos não, né. Venha conhecer mesmo a pobreza, vá num bairro pobre, vá no Pedregal, vá no Morro do Urubu, né, vá conhecer a realidade desse povo, vá trabalhar com eles, né, que é muito difícil, quer dizer só quem trabalha lá é o líder de lá. Então eu acho que o líder devia partir da comunidade e, e... o político devia partir de cada comunidade, seria muito interessante se cada bairro elegeisse o seu vereador. (Professora, 42 anos).

Temos nesta fala o que significa o exercício da política para a referida eleitora, bem como ela destaca a importância que o eleitorado destina ao candidato que está junto ao povo, estratégia muito utilizada durante o período eleitoral.

Situa-nos Barreira (2006) que é imprescindível à apresentação do candidato, valorizando o sentido da proximidade, esta apresentação é feita a partir de um grande investimento na figura de sua pessoa, de uma dramatização, de uma fachada, nos moldes de Goffman (1985). Das práticas mais correntes que pudemos acompanhar, e que foram mencionadas durante a pesquisa temos a entrega de panfletos, santinhos, presença em passeatas, carreatas, aparições públicas, em festas. A prática de proferir promessas também é uma corrente e é a que nos interessa.

2.1 Fazer política é proferir promessas

As relações entre políticos e eleitores no sistema representativo, ao qual estamos inseridos, é uma relação personalizada. A figura do candidato tem uma ênfase nesse momento ritualístico, de tal sorte que fica na sua figura a capacidade de atrair eleitores e, isto ele faz através de alguns recursos, tais como: a transformação do seu

personagem, a aproximação dos eleitores, os discursos que se utilizam. Interessa-nos tratar como estratégia singular na conquista de votos o elemento promessa.

A promessa, como a entendemos, ultrapassa o ato da palavra, implica em um compromisso e vínculo entre eleitor e candidato. Na política a palavra significa: a honra, a dignidade e o compromisso, sejam de eleitores ou dos políticos. Pode-se assumir sob a forma direta entre o político e o eleitor, ou de maneira mais difusa, em palanques, discursos públicos, em aparições, entre outras maneiras. (CHAVES, 1996).

A promessa é algo importante na política, ela precisa ser proferida, e como se tem visto, mesmo que seja em detrimento da veracidade, a promessa é “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). Quando realizada a promessa, na época da campanha, se tem menos em mente o aspecto do compromisso do político e sua ação futura do que o conteúdo salvacionista que o político evoca. Desse modo, é muito corrente o dissabor de alguns eleitores quando escolhidos os candidatos que prometem e não cumprem.

Escolher um candidato que faz promessas e não as cumpre é elemento que se tornou substancial nas nossas análises a respeito das motivações do voto, pois, têm-se muitas referências a candidatos que falam, mas não fazem, que prometem, mas não cumprem:

É muita responsabilidade, o que você disser você tem que cumprir. Se você disser que vai fazer isso, você tem que fazer de tudo. Você não está prometendo? Né? Então você tem que ter a responsabilidade de fazer aquilo que está dizendo, e não fazer como eles fazem: prometem, prometem e nada faz! (Artesã, 28 anos).

Veja-se que a “confiança do eleitor num político passa pela capacidade de prestar favores, de beneficiar a comunidade, de cumprir as promessas feitas ou o que é entendido como promessa.” (PALMEIRA, 2006, p. 144).

Entende-se, dessa maneira que a obrigação dos prefeitos e vereadores “é de cumprir toda legenda, todas as promessas políticas. Ele colocar no caderno, ele começar a fazer tudo aquilo, colocar em prática tudo aquilo que ele disse que ia fazer”.

(Advogada, 54 anos). Esse elemento é, também, tido como primazia para que o político possa conquistar o voto do eleitor.

Como estamos fazendo menção à política personalizada e que o eleitor entende a quebra do ritual que é proposto na campanha, ele precisa ter uma âncora para que estas promessas sejam validadas. E por isso é tão importante à qualificação positiva da pessoa, ser uma boa pessoa liga o indivíduo à figura de bom político³. As noções de honra e as relações atribuídas às noções de caráter pessoal são muito mais importantes do que concepções ideológicas.

Cabe ao político deixar de ser indivíduo e se transformar em candidato-pessoa⁴, o que dá novas bases a essas relações hierarquizadas⁵. Como inserir os desiguais ou como tornar o político alguém igual a todas as outras pessoas? São preocupações que tem o político: alcançar o eleitor, mostrando que é uma boa pessoa, assim também será um bom político. Como ele faz isso? Em época de eleição, o político chama o eleitor pelo nome, busca estar junto a ele. Para o eleitor, o político que faz isso “é uma pessoa que tem memória muito boa, a memória dele não falha, ele é muito, tem uma memória fora de série, ele lembrando do seu nome, ele se lembra da pessoa e sabe de tudo”. (Advogada, 54 anos).

Ser bom político - boa pessoa -, como afirmamos, é abertura no mundo da política, é acesso para os políticos. O bom político, para além de ser uma boa pessoa, é tido como aquele que ajuda o pobre, a população, vejamos na fala de uma depoente quando indagamos o que pra ela seria um bom político: “é aquele que atende as necessidades do pobre, porque quem precisa realmente é o pobre e não o rico. Porque o rico só tem e o pobre é quem falta, né?” (Artesã, 28 anos).

³ O ‘bom político’ e o bom administrador’ são tipos extremos, que correspondem a duas formas de se fazer política tidas como contrárias, embora no plano empírico nunca complementares exclusivas. (CHAVES: 1996: 135).

⁴ As categorias analíticas de indivíduo e pessoa são opostas no que tange ao significado das ações sociais. O indivíduo está atrelado a um mundo desencantado, racional, onde há um predomínio das relações com as coisas, guiado por princípios de autonomia, liberdade e igualdade e orientado por valores. A pessoa, por sua vez, se encontra num lugar hierarquizado, conformada à padrões tradicionais e, princípios de autonomia e independência são estranhos ao universo da pessoa. Contudo, na política, esses conceitos ficam embaralhados, pois a figura da pessoa é carregada de valor e possui um significado capital na vida política, conferindo a eficácia política durante as campanhas eleitorais. (CHAVES, p. 1996).

⁵ Signo da relação, a pessoa representa, no Brasil, o predomínio da solidariedade vertical, além da dependência, do paternalismo e do clientelismo político. (CHAVES, 1996, p. 128).

E a este se deve dar um voto de confiança, nessa política que se faz ambígua. O mau político, por sua vez, é aquele que não cumpre com suas promessas, situa-nos uma eleitora:

Que quando ganhar ‘vai arrumar emprego p’ra sua filha viu, não se incomode não, ela vai terminar? Pronto, nem se preocupe porque eu vou arrumar um emprego p’ra ela. Ah, seu filho está precisando de um material eu vou arrumar’. Antes de dizer isso, ele devia dar, eu acho, na minha concepção que promessa só quem enricou foi os santos, porque eles, nunca... O cabra diz: olhe, mulher, vamos votar em fulano, porque ele disse que quando ganhar vai dar isso, isso e isso. (Advogada, 54 anos).

Em contrapartida, o bom político é aquele que não teme

mostrar sua verdadeira identidade, sem mentir, ser sincero. Entendeu? Mostrar a sua cara verdadeira, sua cara limpa. Dizer quem realmente ele é. Tem que ser limpo tem que ser verdadeiro, eu sou assim, assim, assado, pronto. Não sei se é porque eu sou assim. Um bom candidato da cara limpa, falando a verdade conquista qualquer um e a gente sabe quando ele está mentindo, ele pode fazer o que quiser, uma pessoa quando ela é verdadeira, ela sabe quando o candidato está mentindo e o que ele é. (Doméstica, 41 anos).

A promessa proferida deve ser cumprida, senão o candidato passa a ser uma figura mentirosa, que não é digno mais de confiança, o que é muito comum acontecer na política. Já nos atentou Chaves (1996, p. 138) para o fato de que “o compromisso que a política sela, cujo fundamento se encontra na proximidade do ‘conhecer’, está fatalmente fadado ao rompimento”. Esta acepção acaba por corroborar com a representação que se faz da política, como se percebeu na política local, como o descrédito nas falas dos candidatos.

Pensamos que esta assertiva deve ser mais problematizada, já que a prática de proferir promessas não é dispensável enquanto prática política e elemento constituidor na conquista de votos e, que a política, embora ganhe relevo no momento da campanha eleitoral é vivenciada cotidianamente, isto é, extrapola o “*tempo da política*”. Dessa

maneira, a promessa também deve ser entendida para além da palavra proferida neste recorte temporal, assumindo significados após o momento da eleição.

3. Considerações Finais

A prática política é constituída de diversos elementos. Estes elementos ganham especial significado no tempo circunscrito à campanha eleitoral. Ressaltamos a importância deste recorte temporal como distintivo na composição da atuação do político, da recriação de novos significados e reforçamento da sua credibilidade e aceitação, já que estamos tratando de um sistema de representação de lista aberta, onde votamos em candidatos e não em listas partidárias.

Na cidade, este momento é singular. Acirra-se a disputa entre candidatos, e os eleitores aderem de maneira enfática a alguns candidatos. A caça ao voto permite e congrega práticas diferenciadas que permitem a aproximação de eleitor e candidato. As festas, as passeatas, carreatas, lançamentos de músicas e CDs, entrega de panfletos e santinhos, entre outras práticas, atuam enquanto elementos que permitem o candidato tornar-se conhecido ou, no caso de uma reeleição, reafirmar a sua identidade que pode enfraquecer durante o mandato.

Esta aproximação do eleitor implica no desejo de ser aderido, o voto é o objetivo. Mesmo que este seja pedido de maneira indireta. O eleitor, por sua vez, sente que este momento é o de 'dependência' do candidato, pois, sabe o eleitor o quanto o candidato precisa de seu voto. Percebe uma relação de tensão, onde o candidato objetivando compensar as fragilidades de sua posição passa a proferir seus discursos e realizar promessas. (KUSCHNIR, 2002).

A promessa cumpre um papel significativo na relação que se estabelece entre candidato e eleitor. Ela ultrapassa a fala, implica em compromisso. Compromisso este que extrapola o momento da campanha. Como destacamos, compromisso que, por vezes, é razão da representação negativa que se tem da fala dos candidatos, ou seja, 'os que prometem e nunca cumpre', já que parece ser o pacto firmado entre eleitor e candidato arrefecido quando o período eleitoral se encerra.

Dessa maneira, atentamos para a necessidade de ampliar e problematizar a noção de promessa como elemento que persiste enquanto prática política que objetiva a conquista do voto. Mesmo quando nos deparamos com as concepções negativas e a

descrença nas promessas proferidas, podemos destacar a eficácia desta enquanto um recurso que permite a proximidade e sedução entre eleitores e candidatos.

4. Referências Bibliográficas

- BARREIRA, Irllys. A política de perto Recortes etnográficos de campanhas eleitorais. **NOVOS ESTUDOS CEBRAP**, 74, pp. 177-194, 2006. Artigo extraído da Internet: http://www.cebrap.org.br/imagens/Arquivos/a_politica_de_perto.pdf. Acesso em 07/10/09.
- CHAVES, C.de.A. Eleições em Buritis: A Pessoa Política. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.
- GOFMAN, E. Representações. In: **A representação do Eu na vida cotidiana**. Coleção Antropologia 8, 3ª ed. Petrópolis – RJ, Vozes, 1985. p 25 a 75.
- 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, v, p. 281-298.
- KUSCHNIR, Karina. Rituais de Comensalidade na política. In: **Como se fazem Eleições no Brasil – estudos antropológicos**. Rio de Janeiro, Relumê Dumará, 2002. p. 243 a 270.
- PALMEIRA, Moacir. “Eleição municipal, política e cidadania”. In. Moacir Palmeira & César Barreira (orgs). **Política no Brasil: visões de antropólogos**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará. 2006.
- SCOTTO, G. Campanhas de rua, candidatos e biografias. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.