



Universidade Federal  
de Campina Grande

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

**CARLOS EDUARDO QUEIROZ PESSOA SOUZA RAMOS**

**“O tempo da política”: uma etnografia do comportamento eleitoral na  
cidade de Afogados da Ingazeira-PE**

**Orientadora: Professora Doutora Elizabeth  
Christina de Andrade Lima**

**CAMPINA GRANDE/PB**  
**AGOS/2015**



Universidade Federal  
de Campina Grande

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

**“O tempo da política”: uma etnografia do comportamento eleitoral na cidade de Afogados da Ingazeira-PE**

**Carlos Eduardo Queiroz Pessoa Souza Ramos**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – PPGCS da Universidade Federal de Campina Grande – UFCG como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

**Orientadora: Dr<sup>a</sup> Elizabeth Christina de Andrade Lima**

**CAMPINA GRANDE/PB**  
**AGO/2015**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

- R175t Ramos, Carlos Eduardo Queiroz pessoa Souza.  
"O tempo da política": uma etnografia do comportamento eleitoral na cidade de Afogados da Ingazeira-PE / Carlos Eduardo Queiroz Pessoa Souza Ramos. – Campina Grande, 2015.  
157 f.
- Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2015.
- "Orientação: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Elizabeth Christina de Andrade Lima".  
Referências.
1. Comportamento Eleitoral. 2. Campanha Política. 3. Voto. I. Lima, Elizabeth Christina de Andrade. II. Título.
- CDU 316.62:324(043)

**CARLOS EDUARDO QUEIROZ PESSOA SOUZA RAMOS**

**“O tempo da política”: uma etnografia do comportamento eleitoral  
na cidade de Afogados da Ingazeira-PE**

**DATA DE APROVAÇÃO: \_\_/\_\_/\_\_.**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup>. Elizabeth Christina de Andrade Lima – UFCG/PPGCS  
(Orientadora)

---

Prof<sup>º</sup> Dr<sup>º</sup> Vanderlan Francisco da Silva – UFCG/PPGCS  
(Examinador Interno)

---

Prof<sup>º</sup> Dr<sup>º</sup> Luciano de Queiroz Aires – UFCG/PPGH  
(Examinador Externo)

---

Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Mércia Rejane R. Batista – UFCG/PPGCS  
(Membro Suplente)

## AGRADECIMENTOS

À minha esposa, Yldry Pessoa, que sempre me apoia incondicionalmente. Não teria conseguido concluir esta etapa de formação acadêmica sem sua generosidade amorosa e amparo seguro nos momentos de redirecionamento estratégico para a realização de cada etapa de nosso projeto de vida conjugal.

À Professora Doutora Elizabeth Andrade pela dedicação e disponibilidade em me orientar na elaboração deste trabalho, que com muito carinho e paciência sempre se colocou aberta a me ajudar a superar os desafios por mim enfrentados no PPGCS. Minha gratidão, estima e consideração! Em tão pouco tempo, foi uma jornada de aprendizado extraordinária ao seu lado.

Aos Professores do PPGCS que durante nosso processo de formação foram responsáveis pela dimensão acadêmica na busca constante de procurar nos lapidar intelectualmente, disponibilizando farto material bibliográfico e, sobretudo, participando deste processo com generosidade diante da vasta experiência profissional.

Aos Professores Doutores, Vanderlan Silva e Luciano Queiroz, ambos da UFCG, pela contribuição valiosa ao sugerirem modificações e acréscimos para o melhoramento da pesquisa. Com observação sensível ao nosso processo de formação dentro de um campo de pesquisa desafiador ao reconhecerem nossos limites, mas principalmente nossos avanços acadêmicos no âmbito da Antropologia da Política.

Aos entrevistados durante nossa incursão em campo que com tanto carinho e disponibilidade contribuíram significativamente para a realização dessa pesquisa. Meus agradecimentos sinceros aos afogadenses, sem a participação deles não seria possível qualquer pesquisa.

À Capes pelo apoio financeiro durante estes quase dois anos de bolsa concedida como auxílio na produção científica sem a qual teríamos grandes dificuldades em nos dedicarmos com exclusividade ao PPGCS.

## RESUMO

A presente dissertação tem por objeto de estudo analisar as dinâmicas do voto e comportamento eleitoral, à luz das motivações e das relações de sociabilidades. Para tanto, tomamos como unidade de análise os eleitores da cidade de Afogados da Ingazeira-PE, selecionados a partir dos bairros, com o intuito de conflitar ou encontrar variáveis comuns a partir das realidades locais. O nosso universo de pesquisa também seguiu os critérios de classe social, faixa etária, sexo, profissão e grau de escolaridade. Tomamos como caso para análise a campanha eleitoral de 2014. No entanto, convém assinalar que a pesquisa não se restringiu a esse momento específico, pois, assim como a política não se restringe ao período eleitoral, o exercício teórico e prático da pesquisa também excede este momento. Pretendemos com esse texto analisar as representações que os eleitores constroem sobre o voto num ambiente permeado a novas maneiras do exercício político. Atentamos para o fato de que essa dissertação não pretende oferecer uma análise do que é considerado certo ou errado na prática política, tampouco na escolha do voto, mas acreditamos ser a proposta uma contribuição ao estudo das motivações sobre o voto e sobre o comportamento eleitoral sob uma perspectiva sócio-antropológica.

**Palavras-Chave:** Comportamento eleitoral; Campanha política; Voto.

## ABSTRACT

This dissertation is the object of study to analyze the dynamics of the vote and the electoral behavior in the light of the motivations and sociability relations. To this end, we take as the unit of analysis voters of the City of the Afogados da Ingazeira-PE, selected from the districts, with the aim of conflict or find common variables from local realities. Our research universe also follow the class criteria, age, gender, occupation and education level. We take as a case to analyze the election campaign of 2014. However, it should be noted that the research is not restricted to this particular moment, because, as the policy is not restricted to the election period, the theoretical and practical exercise of this research also exceeds time. We intend with this text analyze the representations that voters vote in a building on the environment permeated with new ways of political engagement. We look at the fact that this thesis is not intended to provide an analysis of what is considered right or wrong in political practice, either in the choice of the vote, but we believe the proposal be a contribution to the study of the motivations of the vote and the electoral behavior under a socio-anthropological perspective.

**Keywords:** electoral behavior; political campaign; vote.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>08</b>
<b>1 CAMINHOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS DA PESQUISA.....</b>	<b>12</b>
1.1 A política enquanto objeto de estudo.....	12
1.2 A construção do objeto de pesquisa.....	17
1.3 Percurso teórico-metodológico.....	29
<b>2 ANÁLISE DA CULTURA POLÍTICA E DA FORMAÇÃO DO PROCESSO ELEITORAL BRASILEIRO.....</b>	<b>43</b>
2.1 Sobre o conceito de cultura política.....	43
2.2 Panorama histórico da política brasileira.....	56
2.3 Evolução do processo eleitoral.....	62
<b>3. A DISPUTA ELEITORAL E AS MOTIVAÇÕES SOBRE O VOTO.....</b>	<b>75</b>
3.1 “Tempo da política”: a busca pela conquista do voto.....	75
3.2 A campanha política e seus desdobramentos.....	108
3.3 A troca de interesses e a negociação pelo voto.....	115
3.4 Comportamento eleitoral: variáveis que norteiam o voto.....	128
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>146</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>150</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>154</b>

## INTRODUÇÃO

A cada eleição o povo brasileiro se mobiliza para exercer seu direito constitucional de se dirigir às urnas e votar. O voto é o instrumento fundamental para a manutenção do sistema democrático representativo. No Brasil, a cada dois anos, o cidadão tem a oportunidade de se manifestar através das urnas para escolher seu candidato. Em 2014 o processo eleitoral instalado no País possibilitou ao eleitor optar pelo mandato de inúmeros parlamentares, especialmente aos postulantes presidenciais.

As eleições tornam-se uma verdadeira festa da democracia na qual a população se insere no “tempo da política”, vivenciando-o intensamente. O eleitor é o principal protagonista do processo político. Os comícios, as carreatas, reuniões partidárias, manifestações públicas de apoio político são algumas das demonstrações de articulação em que o povo participa do período eleitoral. É diante da configuração das relações sociais neste tempo que tudo acontece com a finalidade precípua de conquistar a adesão dos eleitores. Trata-se de um momento estratégico para o candidato e o eleitor de modo que o voto passa a ser disputado como um bem, ocupando um lugar central nas disputas eleitorais.

O recorte temporal desta pesquisa privilegiou o período da campanha eleitoral em curso de agosto a novembro de 2014. Entretanto, não se delimitou a proposta de investigação circunscrita apenas a este marco temporal, pois a prática política é compreendida no seu cotidiano antes, durante e depois das campanhas. Em busca de se compreender as motivações sobre o voto foi preciso pensar a dimensão subjetiva a partir do comportamento dos eleitores, possibilitando ao eleitor que narre suas motivações e preferências na hora de escolher e aderir à campanha de um determinado candidato.

A pesquisa direcionou sua perspectiva analítica para a compreensão sócio-antropológica das relações de sociabilidade estabelecidas na cidade de Afogados da Ingazeira, interior pernambucano, a 386 Km da capital pernambucana. Não obstante, pensar as práticas políticas através da mobilização das relações sócio-culturais tornou-se relevante no momento em que as eleições ganham notoriedade nacionalmente como tema central de qualquer assunto referente à política.

A questão primordial foi procurar compreender como os eleitores, principais alvos da campanha eleitoral, agem em relação ao voto ou como e de que maneira os eleitores

respondem ao processo eleitoral. A caracterização do voto do eleitor brasileiro e a explicação sobre a direção do voto é um dos fatores de maior relevância para a instituição da democracia brasileira. Neste sentido, a pesquisa tem como objeto de estudo analisar a dinâmica do voto e do comportamento eleitoral a partir das motivações e das redes de sociabilidade constituídas no contexto sociopolítico da cidade de Afogados da Ingazeira-PE.

Um dos objetivos específicos trata de interpretar o voto enquanto representação da dinâmica estabelecida a partir das relações instituídas pelas redes sociais. A disputa pelo voto se insere como parte estratégica fundamental de campanha. Com efeito, as relações sociais neste período são estabelecidas privilegiando a conquista do eleitor, ocasião em que as investidas dos candidatos no contexto da disputa eleitoral redefinem as relações sociais. É momento em que o eleitor ganha maior visibilidade, pois sabe que através do voto ele pode construir novas formas de mediações e participação política.

Neste cenário, a atuação do eleitor ganha destaque quando se instauram novas dinâmicas em busca de se consolidar a conquista do voto. Deste modo, o período de campanha se configura como um espaço privilegiado para se buscar, como outro objetivo específico, discutir e compreender como o processo político é vivenciado pelo eleitor. Para tanto, se faz necessário também como objetivo específico averiguar como se estabelecem na visão dele as práticas de conquista do voto, possibilitando ao eleitor que exponha suas motivações e preferências na ocasião em que decide aderir à campanha de um determinado candidato.

A experiência do eleitor no período de campanha torna-se relevante para se tentar ampliar as explicações acerca do processo político. Perceber as motivações que constroem a decisão do eleitor permite-se pensar a sua dimensão subjetiva no contexto das relações socioculturais, tendo como pressuposto analisar como os elementos presentes em seus depoimentos tornam possível a explicação sobre a política e, principalmente, como se constituem os laços de fidelidade política entre candidatos e eleitores.

Para dar conta da análise do objeto de estudo proposto, a dissertação encontra-se organizada em três capítulos:

No primeiro capítulo intitulado: **Caminhos Teóricos e Metodológicos da Pesquisa** realiza-se uma abordagem acerca da metodologia etnográfica empregada na pesquisa de

campo quando foram entrevistados vinte e um eleitores distribuídos entre os quinze bairros de Afogados da Ingazeira. O que torna possível averiguar-se a dimensão subjetiva dos eleitores quando no período de campanha os atores sociais acionam inúmeras variáveis para a constituição de relações culturais, que se entrelaçam com as práticas eleitorais ao possibilitar que o próprio eleitor descreva suas motivações e preferências na ocasião em que decide aderir à determinada campanha.

O segundo capítulo intitulado: **Análise da Cultura Política e da Formação do Processo Eleitoral Brasileiro** propõe algumas reflexões sobre a formação da cultura política brasileira, que historicamente se forjou a partir de inúmeros fatores, dentre os quais: práticas do clientelismo, do personalismo e do particularismo. Desta feita, o voto foi concebido como um instituto jurídico capaz de referendar o poder de acordo com a estratificação social, mantendo-se a ordem política assentada pelo comando das classes dirigentes, desde o período do Brasil imperial.

Neste processo de formação social, as práticas de corrupção estiveram presentes no sistema político e eleitoral brasileiro. Neste sentido, o voto torna-se uma espécie de moeda de troca na conquista do poder político, uma vez que o clientelismo fez parte das relações sociais estabelecidas entre candidatos e eleitores. Isto significa dizer que os interesses privados forjam a gestão administrativa no âmbito da esfera pública.

No entanto, ao contrário das abordagens que analisam esse tema por modelos analíticos da escolha racional dominantes na Ciência Política, aqui se propõe explicar as motivações sobre o voto a partir da compreensão subjetiva do comportamento dos eleitores no processo de adesão a determinado candidato. Esta abordagem pretende-se sócio-antropológica por procurar compreender as nuances de motivações que permeiam as disputas eleitorais envolvendo candidatos e eleitores.

O terceiro e último capítulo intitulado: **A Disputa Eleitoral e as Motivações sobre o Voto** se debruça sobre o comportamento eleitoral dos eleitores entrevistados, ocasião em que se pode verificar que as experiências dos eleitores são analisadas no contexto da campanha eleitoral. Deste modo, o “tempo da política” se torna um período privilegiado para a construção de redes de sociabilidade entre candidato e eleitor, que se articula a partir das dinâmicas de conquista de votos, que podem revelar os caminhos e direcionamentos de como se constrói as adesões.

A política, portanto, é compreendida nessa dissertação por meio do comportamento eleitoral dos eleitores entrevistados. Busca-se detectar as várias motivações, interesses e redes de relações sociais que ajudam na composição da escolha do eleitor em tal ou qual candidato, e que tal escolha, ou adesão, longe de ser pensada como uma escolha irracional, alienada ou principalmente, destituída de sentido, carrega consigo toda uma sócio-lógica bastante fundamentada em escolhas racionais que permitem adjetivar o voto direto, como um momento extremamente importante, não só para a prática democrática, mas para arcar lugares, pertencimentos e adesões. Nesse sentido é possível firmar que a adesão ao voto é algo muito importante para o eleitor, pois é a sua própria extensão enquanto indivíduo e enquanto coletividade.

Por fim, nas **Considerações Finais**, apresentam-se, brevemente, os principais resultados alcançados na pesquisa. Espera-se que esse texto seja um incentivo à curiosidade acadêmica e que outros trabalhos possam ser produzidos sobre esse tema tão importante para nossa práxis política, quanto para a construção da noção de cidadania.

# I CAPÍTULO

## 1. CAMINHOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS DA PESQUISA

### 1.1 A política enquanto objeto de estudo

O período de uma campanha eleitoral é um momento especial por sua efervescência política e mobilização social. O processo eleitoral revela antes, durante e mesmo depois da campanha nuances da complexidade de relações de poder que certamente envolve os eleitores e candidatos, especialmente viabiliza novas relações de sociabilidade. As práticas políticas cotidianas realizadas pelos principais atores sociais durante a campanha em Afogados da Ingazeira são significativas para compreensão de configurações assumidas pela política na contemporaneidade. Assim destacamos este fenômeno social como um momento propício a investimentos de pesquisa sócio-antropológica.

A perspectiva que estabelece uma compreensão de que a política não se configura tão somente a aspectos legislativos e judiciários contribui para se ampliar o significado do voto, a campanha eleitoral e, sobretudo, as relações a partir da ação política dos atores sociais, protagonistas deste período de intensa disputa, pois possibilita alterar concepções consagradas que a tempo são compartilhadas. As abordagens de pesquisas são variadas cabendo apontarmos quais perspectivas não são seguidas, com a finalidade de revisitar esse passado bibliográfico. Resumidamente, pretende-se revelar a construção de algumas análises na busca de delimitá-las ao campo político. Além disso, pensar a política e suas dimensões como campo de investigação sócio-antropológica possibilitando inúmeras vertentes analíticas.

Nesta tentativa de abrir um leque panorâmico analítico sucinto devemos nos amparar de acordo com as contribuições da historiadora Ângela de Castro Gomes (2005). Ela nos reporta ao cuidado no que diz respeito às análises das relações sociais estabelecidas entre dominantes e dominados ao argumentar sobre a necessidade de recusa da predominância de um enfoque socioeconômico mais estrutural, privilegiando variáveis político-culturais, ou seja, estas variáveis são instituintes da realidade social e não simples derivações.

A política tende a ser analisada pelos comportamentos e decisões vinculadas as instituições jurídicas, administrativas e legais que além de ordenarem a vida pública de uma dada sociedade, estrutura sua dinâmica social, ou seja, persistem na literatura no âmbito político posicionamentos que defendem a compreensão do processo eleitoral exclusivamente

a partir do exercício de governo, da elaboração e funcionamento dos sistemas normativos que regem a vida civil e a aplicação da justiça. A dimensão política é assim admitida a partir e através do Estado.

Do ponto de vista histórico, pode-se considerar que até o início do século XX o estudo da prática política estava apenas delimitado ao campo da história militar ou diplomática, centrada em batalhas, guerras e negociações entre Estados. Mesmo nas Ciências Sociais os estudos de política se dedicaram por algum tempo norteados pelo desenvolvimento de pesquisas restritas à área da Ciência Política, primando-se ao entendimento dos aparatos institucionais e ao aparelho do Estado. Deste modo, a explicação para as questões levantadas são em geral encontradas na falta de algum elemento tido, a priori, como essencial: a racionalidade, informação, tradição e organização partidária, eficiência governamental etc.

Segundo Rua e Bernardes (1998), os pesquisadores da Ciência Política em sua grande maioria terminam por privilegiar as denominadas teorias da escolha racional. Nesta empreitada analítica se considera que o comportamento coletivo pode ser compreendido em termos de atores (empresas, sindicatos, partidos políticos e até mesmo o Estado) que procuram atingir seus objetivos, que têm interesses a realizar, o fazendo racionalmente, num cálculo racional entre meios e fins, de acordo com a utilidade esperada.

Os eleitores no contexto do processo eleitoral participariam motivados pelas condições de possíveis benefícios alcançados a partir de cálculos econômicos realizados durante suas análises de propostas dos eleitores, partidos e plano de governos. Em termos de políticas públicas, verificariam quais os possíveis resultados 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, escolheriam abster-se de votar.

Ainda no campo das Ciências Políticas existem críticos comprometidos com uma análise estrutural de matriz teórica marxista que apontam para compreensão de que as atitudes e os valores dos indivíduos não têm eficácia em relação à força dominante das classes sociais, e que aquelas, expressam a “falsa consciência”. Ou seja, “que as esferas do político e do cultural não constituíam e não deviam ser tratadas como campos autônomos e privilegiados para investigações consistentes e profícuas sobre o tema da mudança social” (GOMES, 2005, p. 28).

Outra abordagem preconizada na seara da compreensão institucional do comportamento eleitoral é a teoria sociológica do voto. Nesta corrente teórica a participação política é determinada pelo grau de identidade entre grupos sociais e partidos políticos. As bases dessa teoria foram sintetizadas por Lipset e Rokkan<sup>1</sup>. Nesta abordagem a política é entendida como uma esfera autônoma, sendo durante muito tempo investigada sem se dedicar à dinâmica cultural da vida dos indivíduos, nos termos que os antropólogos defendem, ou seja, cultura como “rede de significados que dá sentido à percepção da realidade” (KUSCHNIR, 2007, p. 24). Entretanto, não se pode negar que ocorreram nas últimas décadas relevantes mudanças nas definições e representações da política e nas práticas dos indivíduos nos mais diversos campos de conhecimento.

Não durou muito para que as primeiras desnaturalizações dessa perspectiva começassem a se direcionar ao âmbito das relações sociais diante da necessidade de se compreender o mundo vivido dos atores sociais que compõem o cenário político. Assim ao não se limitar à política institucional/administrativa foi-se percebendo como os indivíduos comuns experienciavam o processo eleitoral, recebiam e partilhavam o universo de significados e manifestações do universo da política. Este que foi vislumbrado por longo período como o “mundo do outro”, ou seja, só diz respeito às instituições e seus representantes. Com a fundação da Revista *Annales* em 1929, na França, e a criação da VI Seção da *École Pratique des Hautes*, bem como críticas do marxismo, impulsionou-se a transformação deste campo de conhecimento histórico. Para tais historiadores que propuseram a alteração,

formas de viver e culturas eram mais permanentes que meros acontecimentos particulares, ou seja, cada sociedade carrega aspectos inerentes a sua própria estrutura, cabendo ao historiador investigar além da mera aparência do fenômeno social (SÊGA, 2002, p. 01)

Metodologicamente buscam-se analisar a dimensão social e cultural do pensamento e das ideias dos atores, pertencentes a um mundo considerado marginal. Centrando a preocupação no campo do poder e do político, a considerada nova abordagem da História Política pretende alterar as fontes, o padrão das narrativas dos acontecimentos e a abordagem de seu objeto, voltando o olhar para a ação humana no campo político, atentando para a pluralidade e a longa duração dos fenômenos. Propõe assim novas interpretações dinamizando

---

<sup>1</sup> 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>

a relação dominantes e dominados que “transforma o sentido de um conjunto de comportamentos individuais e coletivos politizando uma série de ações e introduzindo novos atores como participantes da política” (GOMES, 2005, p. 21).

Alguns autores merecem destaque ao proporcionar uma abrangência no conceito de política e a participação de diversos atores na prática do poder e da política. Um deles é Edward Palmer Thompson, seus pressupostos teóricos se baseavam na História Social Inglesa, no qual a história social apareceria como temas que buscavam discutir enigmas históricos específicos quanto ao comportamento e as relações entre os diversos grupos sociais. Tentou rebater o marxismo ortodoxo através de “uma história que olha por baixo”, procurando elaborar uma nova leitura do marxismo. Daí a proximidade com a Antropologia Cultural inglesa e também com a visão cultural do cotidiano e das mentalidades.

Percorrer esse caminho é sem dúvida beber na fonte da Antropologia. A política existe enquanto objeto de estudo da Antropologia desde os primórdios da disciplina. A preocupação com a dimensão política surge no campo da chamada Antropologia Política; segundo João Pacheco de Oliveira Filho (1986), antropologia política refere-se a estudos que buscam enaltecer a “relevância política (antes ignorada) de outras dimensões não claramente política da vida social”. 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. Evans-Pritchard (1940), por exemplo, aponta a necessidade de ultrapassar as reflexões políticas para além do Estado quando de sua análise dos Nuer apresenta uma organização política apoiada em uma estrutura de linhagens e sem qualquer poder centralizador.

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. Esta nova perspectiva de estudos denominada de Antropologia da Política surge apontando 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.

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”, 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 e 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’, faccionalismos, vida comunitária, família e redes sociais, imprensa, identidade étnica, festividades, biografias, estruturas de mediação e cultura parlamentar.

Para embasar teoricamente as análises pretendidas nos asseguramos de leituras sobre os principais trabalhos científicos realizados no Brasil acerca do tema proposto; e que são considerados importantes por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes para a compreensão da política das ruas vivenciadas pelo povo. Dentre eles, destacam-se os trabalhos antropológicos que buscam analisar como os indivíduos compreendem, experimentam e definem o lugar da política em suas práticas cotidianas, oferecendo-nos um rico e substancial material teórico a subsidiar a nossa investigação e análise do tema em tela. Autores como Magalhães (1998), Gomes (2005), Teixeira e Chaves (2004), Palmeira (2006), Kuschnir (2007), Barreira (2006), Fasson (2010), entre outros, foram importantes referências teóricas analisadas.

Através deles foi (re)valorizado o "lugar" da interseção política e cultura, reinstituindo o peso explicativo das tradições políticas e seus rituais. Como bem sinalizou Geertz (2001), pretende o antropólogo uma busca interpretativa e a procura de significados. O antropólogo, ao fazer a etnografia de um grupo, deve fazer mais do que uma coleta de dados e observação, seu empreendimento se constitui num esforço intelectual de interpretar tudo aquilo que

observou e esclarecer-nos. Observar, do ponto de vista do nativo, compreender o uso de símbolos e seus significados.

Traduzir as suas percepções é um exercício que se faz através de uma descrição, nos termos de Geertz (2001), uma descrição densa, faz-se um exercício de busca nas estruturas de significações que existem na cultura. E mais que isso, ele está interpretando essas estruturas, determinando suas bases e sua importância social. E os comportamentos encontrados na cultura de um povo, enfim de uma sociedade, devem ser descritos de forma a serem interpretados.

O investimento é conhecer o outro pela própria “fala” e suas práticas culturais, dando legitimidade a estudo de casos e trajetórias individuais considerando crenças e valores como orientadores de comportamentos políticos, possibilitando a ultrapassagem do campo da política formal. Deslocando o foco de análise para aspectos relativos à atividade humana e sua relação com o poder em todas as suas formas:

com tal procedimento, não só se politizam várias ações antes destituídas desta dimensão (festas e práticas cotidianas), mas se entende que, no interior mesmo das relações entre os dominados, também existem hierarquias e relações de poder (GOMES, 2005, p. 26).

Gomes (2005) ainda chama atenção que considerar estas marcas mais sutis e inusitadas e envolvendo negociações e alianças não elimina e minimiza os conflitos abertos, as oposições e desigualdades existentes nas relações de dominação, no entanto, amplia o escopo dessa perspectiva possibilitando perceber que o poder não é monopólio do dominante.

## **1.2 A construção do objeto de pesquisa**

Ainda quando residente na cidade do interior pernambucano, Afogados da Ingazeira<sup>2</sup>, distante 386 km de Recife, capital do Estado, nosso engajamento político inicialmente se dedicava a participar de grupos vinculados à Igreja Católica. Era um ambiente que de alguma maneira nos introduziu ao universo da reflexão sobre temáticas específicas que influenciavam bastante nos rumos de nossos sonhos e projetos de vida de quem se aventurava a participar de movimentos jovens católicos, através do grupo JADE – Jovens em Ação para o Desenvolvimento da Educação.

---

<sup>2</sup> Segundo o IBGE (2014), com uma população estimada em 36.379 habitantes, localizada às margens do Rio Pajeú, distante 386 Km da capital pernambucana, Afogados da Ingazeira destaca-se por ser o segundo principal centro comercial do Vale do Pajeú e por ser sede de diversos órgãos públicos.

Tratar-se-ia de uma atuação tímida, porém extremamente significativa na vida de jovens inseridos na dinâmica de articulação com vários outros movimentos atribuídos de atuação na procura de transformações política e social, sob a influência e coordenação geral diocesana do Bispo Conciliar Dom Francisco Austregésilo de Mesquita Filho<sup>3</sup>.

Dom Francisco, por sua vez, ferrenho defensor dos direitos humanos, conciliou seu sacerdócio com sua estimulante presença em todos os movimentos sociais. Engajado no processo de redemocratização do País, depois do golpe militar de 1964, articulou e organizou inúmeras marchas populares em busca de apoios aos flagelados pelas constantes secas do Vale do Pajeú. De fato, ao mobilizar a opinião pública e as lideranças religiosas para assegurar mais infraestrutura para essa sofrida região e contra as injustiças sociais, alcançou notória repercussão regional e nacional ao denunciar as injustiças sociais, de acordo com as orientações pastorais de seu Arcebispo Metropolitano Dom Hélder Pessoa Câmara.

Foi um período marcado pela atuação organizada em vista de se assegurar às famílias carentes engajadas um espaço aberto ao diálogo, reflexão e, sobretudo, promissor na tentativa de se construir possibilidades e adequadas condições de elaborar propostas e ações concretas que efetivamente atenuassem os problemas econômicos e sociais enfrentados por inúmeros sertanejos, em especial os localizados nos bairros periféricos de nossa cidade e zona rural.

Nesta época, pude perceber que o povo organizado era fundamental para reivindicar as transformações necessárias a partir do conhecimento de suas próprias experiências e vivências traumáticas, quando então já com 14 anos de idade organizava grêmio estudantil no Colégio Normal Estadual, a fim de salvaguardar os direitos estudantis do ensino fundamental e médio. Além de participar efetivamente de reuniões e processos de formação da Escola de Fé e Política, inaugurada pela mesma Diocese.

Nessa ocasião inserimo-nos no contexto das discussões que forjaram nossa “consciência política”, sendo relevante o conhecimento teórico e metodológico da pedagogia de Paulo Freire, bem como nos introduzimos nos embates teológicos a partir do movimento

---

<sup>3</sup> Dom Francisco Austregésilo de Mesquita Filho nasceu no dia 3 de abril de 1924 em Reriutaba no Ceará. Foi ordenado padre em 8 de dezembro de 1951, na cidade cearense de Sobral. Em 25 de maio de 1961, foi nomeado bispo, sendo ordenado no dia 24 de agosto do mesmo ano na mesma cidade. Participou do Concílio Vaticano II (1962-1965). Durante 40 anos (1961-2001), esteve à frente desta Diocese, quando renunciou em 13 de junho de 2001, tendo como sucessor Dom Frei Luís Gonzaga Silva Pepeu.

da Teologia da Libertação, voltado especialmente para a reflexão dos Evangelhos de Jesus Cristo como experiência libertadora de injustas condições sociais, políticas e econômicas.

Também a partir disto pudemos organizar vários eventos diocesanos de formação política, bíblica e pastoral. Destaque inclusive à dedicação aos movimentos sindicais dos trabalhadores rurais. Presenciei a consolidação de um movimento político e partidário vinculado à luta do Partido dos Trabalhadores – PT. Fruto de atuação de líderes sindicais, trabalhadores rurais e urbanos, lideranças populares e religiosas, a Frente Popular de Afogados da Ingazeira se constituía enquanto Coligação Partidária com inúmeras agremiações com atuação política diretamente relacionada aos desafios sociais da população mais carente.

Essa experiência foi reveladora de que o camponês tornou viável, através de intensa articulação, a implementação de um projeto político até conseguir por inúmeros mandatos eleger um representante ao Poder Legislativo Municipal, contrariando as perspectivas de influência somente do poder econômico durante o processo eleitoral. Vivenciamos nas eleições de 2014 uma campanha vitoriosa do vereador eleito Braz Emídio de Vasconcelos do PT, sindicalista e articulador político de comunidades rurais na cidade e região, assíduo integrante da Escola de Fé e Política diocesana.

Ao concluir o ensino médio fomos residir no Recife para iniciar cursinho pré-vestibular e ingressar no Ensino Superior, empreitada financiada em parte pela Prefeitura Municipal. Inclusive tendo participado do projeto de fundação da Casa do Estudante de Apoio aos Afogadenses na Capital. Ainda no Recife não deixamos de participar dos movimentos pastorais católicos e a partir da experiência com as Comunidades Eclesiais de Base (CEB's) em Olinda decidimos ingressar no Seminário, a fim de realizar uma experiência vocacional ao Sacerdócio.

Durante o Curso de Filosofia no Seminário pudemos nos envolver na Pastoral Carcerária por três anos, desenvolvendo projetos na área de educação e formação bíblica aos cidadãos presos. Na verdade, é importante frisar que foi uma experiência profundamente reveladora de que é preciso conhecer de perto a realidade das populações negligenciadas, e muitas vezes esquecidas, pela sociedade e pelos poderes públicos constituídos democraticamente.

No Complexo Penitenciário do Serrotão em Campina Grande, em sala de aula e em reuniões de reflexão bíblica, mais uma vez percebemos que era imprescindível ouvir mais para se compreender melhor, a partir do próprio sujeito, as circunstâncias de vida e quais fatores relevantes se articulam na construção de suas decisões inseridos em seus contextos social, político e econômico.

À época de estudos filosóficos entre 2001 a 2004, foi uma ocasião de relevante produtividade acadêmica, participando de coordenação de eventos como semanas filosóficas, minicursos pastorais e palestras. No entanto, após passar quatro anos interno no Seminário São João Maria Vianney em Campina Grande, durante o processo de formação presbiteral, percebemos que poderia contribuir mais efetivamente para a sociedade e a Igreja fora dos muros eclesiais que nos distanciam tanto do povo e nos aproximam mais do poder dentro dos limites de atuação eclesiástica, obedientes e fiéis ao Vaticano.

Após nossa saída do seminário, iniciei o Curso de Direito em Caruaru-PE. Ao ingressar no grupo de pesquisa Fraternidade Política e Direitos Humanos tivemos a oportunidade de realizar processo seletivo de bolsa de estudos para participar de um intercâmbio acadêmico na Universidade de Valência na Espanha, tendo contato pela primeira vez com a área de pesquisa antropológica ao participar de um curso de Antropologia Jurídica.

Tratou-se de um momento heurístico que nos fez despertar para a necessidade de se perceber os fenômenos sociais, dando-lhes a relevância devida quando se tornou, enfim, possível se perceber que a Antropologia era fundamental para o Direito como resposta para se compreender o que somos a partir do espelho fornecido pelo “outro”.

Começamos, portanto, a nos interessar pela pesquisa antropológica, uma vez que no sentido empregado por Geertz (2000) ao reportar que a Antropologia volta-se mais para uma autorreflexão do seu papel político e social – enquanto ciência da crítica cultural – e dos parâmetros pelos quais tem produzido e representado os significados da cultura. Conquanto, torna-se uma maneira específica de se situar na fronteira de vários mundos sociais, culturais, através dos quais se podem ampliar nossas possibilidades de sentir, agir, e refletir sobre o que, afinal de contas, nos torna seres singulares, humanos.

Neste sentido, foi importante o contato direto, inicialmente, com obra de Malinowski, “Crime e Costume na Sociedade Selvagem”, publicada em 1926. Estudo de campo realizado

pelo antropólogo que descreve os costumes locais de uma comunidade primitiva na Melanésia. A partir de suas análises das relações de troca entre os trobriandeses, o Kula, o pesquisador procurou discutir as implicações dessas relações para o Direito, propondo que em todas as sociedades, incluindo as “primitivas” tinham direitos, ou seja, normas reguladoras da vida em coletividade, distintas dos costumes tal como nas sociedades ditas como “civilizadas”; e que, caberia ao antropólogo distinguir entre “lei” e “costume” de forma a encontrar as normas jurídicas dessas sociedades.

Malinowski empreendeu em sua pesquisa de campo um método que não se integrava às categorias teóricas elaboradas pelos juristas ocidentais para encontrar normas jurídicas no contexto sociocultural em que não existiam leis escritas ou tribunais formais. Em contraposição, Radcliffe-Brown, preceituava que os conceitos desenvolvidos por juristas ocidentais para estudar seus próprios tribunais e normas, ajudariam e poderiam ser utilizados por antropólogos em seus trabalhos em sociedades ditas “primitivas”, visto que, ao contrário de Malinowski, para Radcliffe-Brown, as sociedades sem governo centralizado e sem tribunais, não teriam direito, mas apenas costumes.

Assim, retornamos da Espanha convencidos de que ao concluir a graduação em Direito deveríamos nos dedicar à pesquisa, aprofundando nossa experiência acadêmica através de uma abordagem de pesquisa capaz de integrar teoria e empiria, tratando-se de integrar vivências acadêmicas às experiências históricas de militância no âmbito político. Isto diante do nosso interesse de realizar uma pesquisa de campo de incursão etnográfica para se tentar analisar e sentir as impressões dos atores sociais sobre suas experiências enquanto sujeitos a partir de seu próprio contexto histórico e social específico.

Aos poucos nos convencemos de que nosso futuro acadêmico era se dedicar à pesquisa de modo que nos tornamos monitor da disciplina Sócio-anthropologia. Ainda mais quando elaboramos monografia de conclusão de curso que versou sobre a redução da maioria penal, dedicando-nos à literatura na área de sociologia jurídica. Mais precisamente ao nos deter à obra do jurista e sociólogo português Boaventura de Sousa Santos, Professor da Universidade de Coimbra – “O Direito dos Oprimidos”.

Entre encontros e desencontros teórico-metodológicos dentro do PPGCS na UFCG, entregamo-nos à aventura da pesquisa antropológica através do contato definitivo com a disciplina de Etnografia. Nesta tivemos a oportunidade de ter acesso à vasta literatura da

Antropologia clássica, moderna e contemporânea de modo que ao ler, discutir e apresentar o clássico livro intitulado “Sociedade de Esquina” de William Foote Whyte (2005) tornou-se um dos nossos referenciais teóricos nesta trajetória em busca do objeto. Assim como afirmou Princeton (1999) ao redigir o prefácio de uma obra de Geertz (2001, p.9):

os escritores que gostamos de chamar de mestres são aqueles que nos parecem estar dizendo afinal o que há muito tempo tínhamos na ponta da língua, mas não conseguíamos expressar, aqueles que conseguem verbalizar o que para nós não passa de movimentos, tendências e impulsos mentais incipientes.

Na verdade, sabe-se que o livro de William Foote Whyte caracteriza-se como uma obra elaborada a partir de pesquisa etnográfica sobre Cornerville<sup>4</sup> (1936-1940), uma área pobre e degradada de Eastern City - EUA, habitada por imigrantes italianos. Buscando compreender a organização política em Cornerville, Whyte descreve alguns personagens em uma trama de ações conjuntas para organizar campanhas, competições por lideranças, estabelecimento de alianças políticas e econômicas, distribuições de bens e favores, estabelecimento, manutenção e rompimento de laços de amizade que vão compondo o quadro de uma Cornerville que passa a fazer sentido, ou seja, o autor rompe com a percepção de que a política organizada é a política institucionalizada. A política em Cornerville tem sua própria lógica, diferente dos padrões estabelecidos e aceitos pela sociedade norte-americana mais abrangente.

Além de que a descoberta do livro da Prof<sup>a</sup> Elizabeth C. de A. Lima na área de Antropologia da Política, – Ensaio de Antropologia da Política – abriu as portas ao caminho da pesquisa ao disponibilizar um manancial de referências científicas que contribuiu significativamente para ingressarmos no universo de pensar o mundo político a partir de sua interface com a cultura, para tentarmos explicar como os atores sociais compreendem e experimentam a política, isto é, como significam os objetos e as práticas relacionadas ao mundo da política.

Em Afogados da Ingazeira o nosso engajamento político contribuiu para que definíssemos e delimitássemos o objeto de estudo no âmbito da antropologia da política, visto que as experiências na atuação em campanhas eleitorais forneceram as condições necessárias para que nossa contribuição científica se debruçasse acerca da maneira peculiar de o eleitor perceber a política, o significado do voto e o período eleitoral.

---

<sup>4</sup> Nome fictício dado pelo autor da obra.

Nossa experiência como articulador político e coordenador de campanhas eleitorais foi decisiva quanto ao amadurecimento sobre o tema proposto de pesquisa. Durante as campanhas eleitorais a população de Afogados da Ingazeira se envolve profundamente no processo eleitoral. É um tempo propício para as discussões acaloradas entre vizinhos e amigos. As ruas tornam-se o cenário privilegiado das intermináveis conversas sobre o desempenho dos candidatos, bem como se nutre um clima de disputa que desafia qualquer análise técnica dos resultados das pesquisas eleitorais.

A cidade nesta época torna-se o lugar das disputas, espaço de negociações em que se aglutinam muitas pessoas e com visões de mundo distintas, além se conjugar um território único de extraordinária heterogeneidade dos mais diversos setores da vida humana. A experiência política em meio a essa heterogeneidade conforma as bases sociais dos conflitos, que provocam também mudanças nas relações de sociabilidade de convivência urbana. E neste particular, que se propõe estabelecer uma reflexão da política local a partir da compreensão das dinâmicas próprias que se apresentam no espaço citadino.

O cenário político que se desdobra na cidade é questionador de inúmeras perspectivas, ainda mais quando se trata de realizar uma pesquisa social, a fim de buscar-se averiguar o processo de constituição das relações estabelecidas politicamente através das diversas interações propiciadas pelas redes sociais. O que se torna ainda mais complexo<sup>5</sup> perceber que “a organização do espaço urbano reflete essa cosmologia e acaba por moldar também o exercício da política” (KUSCHNIR, 1999, p. 95). Por isto, cumpre perquirir quais são as características que se conformam à dinâmica da vida urbana? A individualidade, o tempo, a mudança nos tipos de relação (face a face), tudo isso se configura de maneira diferenciada.

No período eleitoral, de fato, a cidade se reveste das cores das agremiações político-partidárias. O povo se entrega aos eventos das campanhas, com bandeiras coloridas. As passeatas estão sempre repletas de famílias comprometidas com o processo eleitoral na certeza de que quanto mais gente reunida trata-se possivelmente de uma grande demonstração de poder dos candidatos, que se refletirá inevitavelmente nas urnas no grande e esperado dia da festa da democracia.

---

<sup>5</sup> Segundo Park (1970), a complexidade, pressupõe a interdependência, a liberdade e diversidade dos povos, e com isso ampliam-se as dificuldades de se manter uma organização social. Este processo gera a necessidade de pontuar as relações e atividades, tornando preciso o relógio e o tempo na tentativa de evitar o caos. A vida na cidade não existe sem a ordenação de um esquema temporal que possibilite o direito a todos, mais um fator determinante da sociedade urbana.

Não basta apenas votar no candidato pretendido é preciso sair às ruas em busca de contribuir com a campanha durante o período eleitoral. Os bairros são verdadeiramente invadidos pelo povo empenhado politicamente na tentativa de convencer mais eleitores. O “porta a porta” é uma oportunidade extremamente importante em que os candidatos e seus correligionários se dedicam diuturnamente de casa em casa nos centros urbanos, periferia e localidades rurais. Apresentam as propostas de governo, escutam atentamente as demandas populares no calor do contato pessoal e, principalmente, rediscutem as decisões dos eleitores, a fim de arregimentar mais intenções de voto.

A mobilização popular em torno dos comícios e reuniões com os candidatos são sinal do compromisso assumido pelo povo em acompanhar de perto o andamento da campanha. Com atenção especial à quantidade de pessoas aglomeradas em torno dos candidatos discutem-se os rumos políticos, sociais e econômicos da população. Na ocasião dos eventos públicos é comum a população organizar-se e participar massivamente para procurar conhecer melhor os candidatos em busca de obter informações pertinentes às campanhas, além de se acompanharem a agenda política das coligações, demonstrando seu compromisso político assumido em relação aos proponentes aos cargos eletivos.

No entanto, é preciso considerar que pela experiência conquistada ao longo de praticamente 20 anos em campanhas eleitorais, surpreende-nos o comportamento dos eleitores no tempo da política. As relações sociais neste período nem sempre obedecem aos apelos éticos do conteúdo normativo da justiça eleitoral, por exemplo. A compra de votos acontece flagrantemente envolvendo eleitores e candidatos sem necessariamente as condutas pautarem-se por uma lógica racional incriminadora, vedada por uma legislação severa, punível até com detenção.

Na verdade, sempre chamou-nos atenção a existência de eleitores que recebem benefícios antes, durante e após a campanha eleitoral que nem sempre estão atentos quanto à possibilidade de punição, pois talvez não exatamente compreendam esta relação de “trocas de favores” como uma conduta incriminadora. É oportuno ressaltar que inclusive neste processo de “negociação do voto” para muitos eleitores talvez pouco importe determinada conquista de algum benefício material, uma vez que sua decisão sobre em quem votar é pessoal e intransferível, não dependendo amiúde de qualquer relação de subordinação de viés econômico.

É interessante também percebermos que embora recebendo dinheiro muitos eleitores não se rendem às consequências desta prática de compra de votos. Mesmo auferindo alguma vantagem, muitos eleitores decidem votar de “consciência tranquila” naqueles candidatos que de fato representam no momento a melhor opção política. E parecem construir sua decisão independentemente de qualquer subterfúgio externo às suas convicções pessoais, ou seja, os eleitores parecem respaldar suas escolhas eleitorais subjetivamente a partir de seu contexto constituído através de relações sociais peculiares.

A sociedade afogadense orgulha-se de participar das eleições em um clima de cordialidade, pois os embates políticos durante o período eleitoral ocorrem sem quaisquer imprevistos de violência contra os cidadãos ou mesmo entre as agremiações partidárias. Muito embora contraditoriamente percebe-se que exista entre a população o reconhecimento sobre a compra de votos, que até pode influenciar substancialmente no resultado das campanhas, considerando-se a capacidade de investimento econômico dos candidatos.

Instiga-nos ainda nos debruçarmos acerca do tema em nossa cidade haja vista que apenas dois grupos se revezam no poder há aproximadamente 20 anos na cidade. São as principais agremiações político-partidárias que coordenam no período eleitoral as campanhas políticas ao definirem estratégias necessárias à conquista do voto. Essa realidade se coloca como um desafio à compreensão da trajetória das experiências políticas e escolhas eleitorais dos cidadãos.

Em 2014, a disputa no âmbito estadual e federal acirrou a disputa eleitoral das coligações locais que se aliam aos candidatos de acordo com sua conveniência ideológica, mas operam-se igualmente negociações entre os representantes partidários para se consolidar alianças que deem sustentação à atuação dos candidatos durante as campanhas em todos os municípios do País.

A Coligação Frente Popular congregou os partidos políticos mais alinhados a ala governista na esfera federal PRB, PDT, PTB, PSL, PTN, PSC, PHS, PTC, PSB, PV, PSD e PC do B, tendo eleito nas eleições municipais de 2012 o sindicalista José Coimbra Patriota Filho, do PSB, com 10.958 votos ou 52, 22% dos votos válidos. Ao passo que a candidata Maria Gizelda Simões Inácio, da Coligação União pelo Povo, congregou partidos mais alinhados à época a ala oposicionista no âmbito municipal: PP, PMDB, PR, PPS, DEM, PSDC, PRTB, PMN, PSDB e PT do B. Apesar de eleita prefeita duas vezes e ser esposa do

ex-deputado estadual Orisvaldo Inácio, não logrou êxito nestas eleições, obtendo 9.820 votos ou 46,80% dos votos válidos. Foi também uma das únicas ocasiões em que o município tinha três candidatos ao executivo municipal, inclusive um candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), Jair Almeida de Souza, obtendo apenas 206 votos ou somente 0,98% dos votos válidos.

No entanto, durante o processo eleitoral das últimas eleições municipais, embora a Frente Popular tenha conseguido eleger seu candidato a Prefeito, José Patriota, alinhado ao governo federal, nas eleições de 2014 mudanças profundas ocorreram por Eduardo Campos romper politicamente com o governo federal e se tornar um presidenciável. A Frente Popular abandonaria seu alinhamento partidário com o governo federal, desistindo de apoiar a candidatura de Dilma Rousseff. Um rompimento histórico considerando toda militância de seus quadros de lideranças partidárias que construíram sua trajetória política quase sempre alicerçada ao processo de conquistas eleitorais ao lado do Partido dos Trabalhadores em âmbito nacional. Chegava o momento em que os militantes da Frente Popular assumiria o compromisso de elevar Eduardo Campos à presidência, rompendo com o projeto político-partidário governista com Dilma à presidência.

Ao escolher nosso tema e depois de termos acesso ao material disponibilizado, bem como durante os encontros com a nossa orientadora, ficou-nos bastante claro os desafios que seriam enfrentados na construção e execução da pesquisa de campo por estarmos muitas vezes amalgamados pelos valores e interesses subjetivos, cujo desafio maior talvez se constituísse por nos dedicar ao estudo de um tema como a política, principalmente quando nos voltamos para nossa própria sociedade. Entretanto, estávamos conscientes de que teríamos encontrado as condições teóricas e metodológicas para desenvolver a nossa investigação, contando com o auxílio científico de quem se dedica a Antropologia Política. Para realizar nossa pesquisa nos utilizamos do trabalho de campo e de entrevistas semiestruturadas com roteiro de questões previamente elaboradas.

Nesta direção, Max Weber faz um alerta contundente, “não existe qualquer análise científica puramente “objetiva” da vida cultural, ou (...) dos “fenômenos sociais”, que seja independente de determinadas perspectivas especiais e parciais” (WEBER, 1997, p. 87). Assim, enfatizamos que o primeiro passo ao se fazer ciência é assumir os riscos de vivenciar, até as últimas consequências, o objeto de estudo, em nosso caso, a campanha antes, durante e

após o processo eleitoral, e ao mesmo tempo, buscar a objetividade. Estando alertas quanto a isso e conscientes dos desafios, conduzimos os processos para vigiar as subjetividades.

O que nos motivou foi a perspectiva de tentar explicar a atuação do eleitor nas novas dinâmicas de conquista do voto, as táticas e estratégias que eles desenvolvem e as novas formas de mediações e participação política, isto é, como significam os objetos e as práticas relacionadas ao mundo da política. Ademais, nosso intento foi analisar as nuances das práticas eleitorais, possibilitando ao eleitor que narre suas motivações e preferências na hora de escolher e aderir à campanha de um determinado candidato. Deste modo, a nossa abordagem se pretende sócio-antropológica. Atenta, pois, para a mobilização das relações socioculturais, perpassando as práticas eleitorais e sinalizando uma maneira muito singular de se fazer política.

Foi uma oportunidade única de, em pleno ano eleitoral, realizar uma pesquisa analisando as representações do voto a partir dos atores sociais inseridos no contexto de elaboração de estratégias destinadas a conquistas mútuas entre candidatos e eleitores, tendo o voto como um fator importante nas relações sociais estabelecidas neste momento ritualístico que é a eleição. Principalmente, observando o processo eleitoral de acordo com a percepção do eleitor local, diante da possibilidade de se considerar que cada eleitor termina por aderir a determinado curso de ação por meio das influências que recebe, reproduz e ressignifica a partir das redes de relações sociais construídas em sociedade.

Em meio à relação existente entre eleitores e candidatos está o voto. É ele um fator preponderante de mediação dessa relação e um dos responsáveis pelo estabelecimento do regime democrático. Sem o voto não existiriam eleições, não haveria preocupação por parte de políticos em lutar pela conquista dos interesses de uma comunidade. O voto pode ser considerado, portanto, a força motriz de toda essa relação socialmente estabelecida em busca do poder no âmbito político.

Voto é direito conquistado mediante muita luta e capacidade popular de mobilização e articulação política, que historicamente se tornou um dever do cidadão poder escolher seus representantes legitimamente, mediante um processo de participação democrática. Porquanto, representa um ato de cidadania e a própria democracia. É a manifestação de vontade de escolha livre e universal, que formalmente encontra-se assegurado no âmbito constitucional

de um País soberano, mas que possivelmente para exercê-lo em sua plenitude os cidadãos sofrem as influências do contexto social, econômico e cultural em que se encontra inserido.

É possível se votar a partir de várias motivações; pode-se votar de modo consciente, escolhendo o candidato pelo seu histórico de vida, pela sua conduta, por seus méritos e não se deixar levar pelas aparências e por emoções pela adesão em propostas infundadas e impossíveis de serem implementadas politicamente. Ainda existe a opção de se votar em determinado candidato desde que ofereça algo em troca do voto como um cargo público, pavimentação na rua, cesta básica, entre outros benefícios.

O eleitor também tem a oportunidade de se comportar de maneira ativa, participando dos processos eleitorais ou mesmo atuando dentro da sociedade civil organizada de alguma forma ou mesmo pode revoltar-se com o sistema político e anular o voto em sinal claro de repúdio no dia da eleição. Existem ainda aqueles eleitores que evitam os assuntos referentes à política e resolvem ficar à margem dos processos eleitorais. Outros constroem as condições de decisão sobre o voto sob influência de pesquisas eleitorais na certeza de que não perderá seu voto, pois dados estatísticos revelam seguramente que seu candidato está eleito.

Nosso itinerário acadêmico associado a nossa trajetória de vida e, por conseguinte, à nossa inserção na prática política, diz muito sobre a escolha do nosso objeto de estudo. Delineia-se a relevância de tal pesquisa se pensar que é ainda forte, apesar das novas reflexões antropológicas em nossa sociedade, a permanência da representação de que grupos periféricos são sinônimos de desorganização, alienação e irracionalidade.

A seguir explicaremos quais foram os procedimentos metodológicos utilizados, pois acreditamos que estes nos auxiliaram a construir uma pesquisa que ensejam evidências de rigor científico, tão importantes para que o leitor possa apreender nosso desiderato interpretativo.

### **1.3. Percurso teórico-metodológico**

A Sociologia moderna surge na perspectiva de compreender e ao mesmo tempo analisar a relações sociais. Deste modo, foi necessário que o sociólogo desenvolvesse habilidades, adotando uma postura que o tornasse equidistante dos valores particulares e

coletivos, a fim de possibilitar um distanciamento dos processos sociais para analisá-los com objetividade.

A pesquisa, especialmente em Ciências Sociais, depende da capacidade do investigador de relacionar teoria e empiria, construindo metodicamente uma interpretação específica dos fatos sociais. Com efeito, o progresso do conhecimento científico depende da compreensão dos fatos sociais inseridos em um sistema que possibilite a comprovação dos dados empíricos, analisados a partir de determinado prisma teórico, com o propósito de provar-se, em regra, uma hipótese concreta cientificamente.

Por oportuno, deve-se compreender que o ‘objeto’ de estudo é construído, e, por sua vez, não é algo que se encerre logo, pois como nos ensina Bourdieu (2010, p. 26-27), ao tratar da pesquisa científica, pondera que esta

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.

Neste sentido, a pesquisa em Ciências Sociais exige assumir uma postura de observador imparcial diante dos fenômenos sociais. Trata-se de analisar os fatos e descrevê-los de acordo com padrões teórico-metodológicos estabelecidos cientificamente, porém atento à complexidade deste processo de construção que é a pesquisa. Daí a necessidade de o pesquisador construir suas pesquisas utilizando-se de um instrumental científico capaz de situar a produção do conhecimento acerca da realidade, incorporando determinado esforço intelectual sistemático, metódico e possível de comprovação através da observação empírica dos fenômenos analisados.

Para a interpretação empírica da realidade o processo de aplicação do método científico depende de que se desenvolva na busca constante de comprovação das informações levantadas a partir da formulação de hipóteses, articulando a dedução e a indução na perspectiva de construir e reconstruir certa compreensão precisa e objetiva dos fatos sociais. Quanto a isso, elegemos Bourdieu (2010, p. 14), como um dos pensadores que trata da postura do pesquisador, assinalando que este deve ter como exercício uma postura de vigilância, nos seus termos, de vigilância epistemológica, de maneira que

à tentação sempre renascente de transformar os preceitos do método em receitas de cozinha científica ou engenhocas de laboratório, só podemos opor o treino constante na vigilância epistemológica que, subordinando a utilização das técnicas e conceitos a uma interrogação sobre as condições e limites de sua validade, proíbe as facilidades de uma aplicação automática de procedimentos já experimentados e ensina que toda operação, por mais rotineira ou rotinizada que seja, deve ser pensada tanto em si mesma quanto em função do caso em particular.

Bourdieu chama atenção a esse cuidado epistemológico em relação à atuação do pesquisador, considerando-se para tanto o exercício de suspeição do objeto e do próprio método de investigação que deve ir contra a ilusão do que se percebe tão somente. Desta maneira, a prática sociológica exige transpor e distinguir o vulgo, o senso comum, resistindo ao profetismo e previsões. Como nos alerta o sociólogo francês o pesquisador deve cuidar para não se fundir ao profetismo, também deve exercitar-se para não tomar o discurso do outro (interlocutor) como seu.

Ademais, não é suficiente apenas escutar os atores sociais em campo, fazendo a gravação dos dados e ouvir as razões de suas condutas. Se assim o faz, está simplesmente substituindo suas pré-noções pelas daqueles que se escuta e averigua (BOURDIEU, 2007). Bourdieu (2007) critica o empirismo radical, pois, este sinaliza que o sociólogo ‘idealmente’ possa se anular como tal.

Para ele, esta é uma difícil escolha, pois nossas próprias técnicas e concepções estão permeadas de pressupostos valorativos, por conseguinte a postura assumida na tentativa de neutralidade deve ser ponderada no exercício sociológico. Visto que o “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). Assim, para ter melhor controle da pesquisa é necessário ter consciência das escolhas.

A linguagem adotada deve proporcionar uma adequada descrição sociológica dos fenômenos, relevantes historicamente. Este processo será fundamental para o método científico em Ciências Sociais uma vez que se refere a operacionalizar dados empíricos coletados, cuidadosamente selecionados, consoante o conhecimento científico teórico disponível, a fim de realizar verificação analítica capaz de comprovar-se a regularidade de determinados fatos atípicos socialmente, uma das finalidades fundamentais da pesquisa em ciências sociais.

Passeron (1995), em seu texto o raciocínio sociológico, aborda uma temática que repercute indiscutivelmente na maneira de se conceber a Sociologia como ciência inserida no contexto do desenvolvimento da produção do conhecimento científico das pesquisas sociais. Porquanto, afirma que as ciências da realidade não se enquadram necessariamente no paradigma axiomáticos das ciências sintéticas de equilíbrio lógico-matemático. Isto porque a Sociologia trata das questões históricas como projeto teórico e metodológico para compreender os fenômenos sociais, sempre em constante mudança para interpretar e reconstruir a realidade dinâmica da vida em sociedade.

Com efeito, é preciso reconhecer que a construção da representação social no âmbito sociológico precisa de definições lógico-experimentais que não torna a construção epistemológica da realidade histórica observável quase controlada quanto às possibilidades de aproximação das constatações empíricas das operações formais das ciências unívocas, aceitáveis na perspectiva da produção do conhecimento científico.

No Brasil a pesquisa antropológica constituiu-se de um processo de fundamental importância para a compreensão da sociedade, considerando os desafios, avanços e limites da produção do conhecimento científico no contexto dos problemas intrínsecos ao desenvolvimento político, econômico e social do País (FERNANDES, 1977). A escolha do tema ocorreu em virtude de se perceber que em Ciências Sociais a Antropologia tornou-se uma das mais importantes ciências da modernidade para se realizar pesquisas com o objetivo de se compreender a sociedade a partir da inserção do pesquisador no campo de investigação.

Isto significa dizer que a construção da pesquisa antropológica exige do pesquisador participação direta no processo de coleta de dados no cenário próprio de análise e instrumentalização dos métodos etnográficos. A finalidade é construir uma compreensão teórica, efetuando-se metodologicamente observação direta dos fenômenos sociais e vivenciando a experiência da realidade empírica das condições socioculturais de um determinado povo, circunscrito no tempo e no espaço.

A Sociologia e a Antropologia são disciplinas que nascem com a tarefa de pesquisa de observar e comunicar a análise, utilizando-se de métodos adequados para a produção de um estudo dos processos sociais. O observador no processo de pesquisa adota métodos de acordo com a sua formulação do problema, tratando-se de uma opção pessoal que historicamente se consolidou a partir da instrumentalização de métodos observacionais direto das realidades

socioculturais, predominantemente, qualitativos empregados por antropólogos e por sociólogos na pesquisa etnográfica.

Denzin & Lincoln (2011) apresentam uma importante reflexão acerca da pesquisa qualitativa no âmbito das Ciências Sociais, propondo uma análise crítica da etnografia. Apresenta o desafio do pesquisador antropológico em compreender a realidade factual das relações sócio-históricas de maneira a organizar um possível discurso representativo e legitimador, que, comprometido teórico e metodologicamente, busque reconstruir a interpretação das experiências de outras pessoas e culturas.

A etnografia se enquadra nesta abordagem, uma vez que procura compreender os significados atribuídos pelos próprios sujeitos ao seu contexto, a sua cultura, de modo que a pesquisa etnográfica se apropria de técnicas que torna viável metodologicamente a descrição e análise da dinâmica social. Ademais, a etnografia considerada como método da pesquisa social para a compreensão dos processos sociais, exige do pesquisador participação ativamente no campo sociocultural pesquisado na busca constante em entender o sentido das ações e dos comportamentos dos sujeitos, exigindo-lhe uma interpretação holística dos dados coletados.

Nesta perspectiva, pode-se entender que a pesquisa qualitativa mobiliza uma infinidade de técnicas com a finalidade de apreender e interpretar os significados existentes no âmbito da totalidade das ações humanas. Tratando-se de uma atividade prática que exige do pesquisador um conhecimento contextualizado sobre o ambiente investigado. Deste modo, a observação participante envolve etapas procedimentais que exige no processo de planejamento capacidade de selecionar o cenário a ser investigado.

Em termos metodológicos é preciso atentar-se para a postura de pesquisa em campo por ocasião da relação dialógica que se estabelecerá com a população inserida no planejamento da investigação. E nossa perspectiva tem como pressuposto estabelecer interação com os indivíduos que atuam na construção da política, tendo a cultura como elemento fundamental na análise de compreender etnograficamente as representações sociais sobre o voto. Contudo, sem restringir os atores sociais às instituições e à política na sua forma tradicional. Nos termos de Barth (2000, p. 111),

a realidade de todas as pessoas é composta de construções culturais sustentadas de modo eficaz tanto pelo mútuo consentimento quanto por causas materiais inevitáveis. Esse consentimento, ao que tudo indica, está incrustado em representações coletivas: a linguagem, as categorias, os símbolos, os rituais e as instituições. O que os antropólogos chamam de *cultura* de fato torna-se fundamental para entender a humanidade e os mundos habitados pelos seres humanos.

Neste diapasão, Goldman e Santos (1996) defendem que a política pode ser compreendida a partir das interações sociais cotidianas dos agentes políticos que se dedicam a tecer relações através de seu universo cultural. Interessa-nos então compreender a política dentro da sua dinâmica própria durante o processo eleitoral, tempo favorável à configuração de estratégias de conquista do voto entre candidatos e eleitores. Investigamos, portanto, o comportamento eleitoral dos atores sociais envolvidos no tempo da política, ocasião de conferir legitimidade democrática ao processo eleitoral e se repensar paradigmaticamente os múltiplos significados do voto.

Pretendemos, pois, compreender o voto, assim como o comportamento eleitoral a partir de “sua inserção e significados sociais” (KUSCHNIR, 1996, p.196). Ou seja, embora os indivíduos adentrem na cabine sozinhos, o voto que ele oferece é compartilhado, é um voto de adesão, e deseja-se que ele “seja compreendido em termos culturais, como uma rede de significados que dá sentido a realidade de determinado grupo social” (KUSCHNIR, 1996, p.198).

O voto, por sua vez, na visão de Barreira (2006, p. 153), diante deste cenário de disputa, é pensado com novas bases de mediação, onde se destacam transgressões nas regras estabelecidas, o voto “passa a ser metamorfoseado em poder para o eleitor, em moeda de troca entre desiguais”, tornando a ação ilegal legítima.

Nestes termos pretende-se propor a necessidade de se desconstruir uma determinada perspectiva cristalizada no imaginário popular de que o “povo não sabe votar”, colocando em suspeição certa visão que “imbeciliza” o eleitor e o considera “massa de manobra” das elites que se articulam no processo político através do poder econômico. Analisar as representações sociais sobre os significados e a prática do voto entre eleitores de uma cidade do interior pernambucano é buscar desconstruir os estereótipos que estigmatizam o cidadão eleitor pobre, negro e analfabeto, atribuindo-lhes, muitas vezes, um comportamento “irracional”, “alienado” e “desinformado” (LIMA, 2011).

Compreendido enquanto ação coletiva dentro do período eleitoral o voto é pensado a partir da construção de relações complexas e dinâmicas que se instauram através de redes sociais (pessoais e institucionais) entre pessoas que interagem e se influenciam. Consideramos voto também enquanto representação. São nas falas, condutas, símbolos e concepções que os eleitores têm sobre si e sobre os outros que objetivamos articular também a nossa discussão. Pois, tomamos o voto e a política a partir de “sua inserção e significado sociais” (KUSCHNIR, 2003, p. 196).

Nessa linha de raciocínio, a construção das representações sociais tornar-se um processo no qual o conjunto dos indivíduos se encarregam de representar a realidade com suas práticas, símbolos e rituais em busca de culturalmente dar sentido à vida e ao arranjo do comportamento dos grupos na sociedade.

A noção de redes sociais nos orienta a pensar como se institui a ordenação sociopolítica da sociedade, especialmente a brasileira, marcada por relações personalistas. Desse modo, as relações de amizades, familiares e patrimoniais são, entre outras, relações pessoais acionadas pelos eleitores nas suas escolhas políticas. Assim, procuramos compreender como as alianças realizadas no âmbito político fornecem as condições de possibilidade de se estabelecer a ligação entre as motivações e relações de sociabilidade para se pensar as concepções (representações) dos eleitores sobre as práticas políticas e sobre como se comporta o eleitor.

Compreendido enquanto ação coletiva dentro do período eleitoral, o voto é pensado a partir da construção de relações complexas e dinâmicas que se instauram através de redes sociais (pessoais e institucionais) entre pessoas que interagem e se influenciam. Desta feita, se marca também a distinção na cidade, no que tange a política, na escolha do voto. Os indivíduos estão permeando diversos grupos, esses modos de ver a vida estão em movimento, e isso permite a criação e a reestruturação de arranjos sociais que estão dados. A cultura é algo que as pessoas herdam, usam, transformam, adicionam, transmitem (HANNERZ, 1997); o que permite a reorganização do espaço social e a (re)invenção ao pertencimento ao lugar.

Pensamos ser o cotidiano e as experiências vivenciadas pelos atores sociais que forjam o tecido subjetivo dos valores assumidos por cada uma das pessoas com as quais conversamos. Destarte, entendemos que a conduta, os padrões e as práticas sociais do cotidiano das pessoas, o que denominamos de ‘cultura’ é elemento fundamental na nossa

análise acerca do voto, ressaltando a sua importância, conseguimos penetrar num campo cheio de possibilidades aos indivíduos sem restringi-lo as instituições e à política na sua forma tradicional. Nos termos de Barth (2000, p.111):

a realidade de todas as pessoas é composta de construções culturais sustentadas de modo eficaz tanto pelo mútuo consentimento quanto por causas materiais inevitáveis. Esse consentimento, ao que tudo indica está incrustado em representações coletivas: a linguagem, as categorias, os símbolos, os rituais e as instituições. O que os antropólogos chamam de *cultura* de fato torna-se fundamental para entender a humanidade e os mundos habitados pelos seres humanos.

Para realizar a pesquisa partimos do pressuposto de que “a cultura é algo que se constitui num processo contínuo de interação social em que os símbolos e seus significados são reinterpretados, disputados, negociados continuamente” (ZALUAR, 1986, p. 119) e que “discurso e prática não são realidades que se opõem uma operando por distorção com respeito à outra; são antes pistas diferentes e complementares para a compreensão do significado” (MAGNANI, 1986, p. 140).

Diante disso, os hábitos, os costumes, os rituais, símbolos, as instituições nos ajudam a pensar o exercício político no País, e no nosso caso, na dimensão local. As relações de amizades, familiares e patrimoniais são, entre outras, relações acionadas pelas pessoas nas suas escolhas políticas. Tal afirmação nos abre o leque de possibilidades para compreendermos as concepções (representações) dos eleitores sobre as práticas políticas e sobre como se comporta o eleitor.

Nossa pesquisa de campo foi realizada entre os meses de agosto, outubro e novembro de 2014, na cidade de Afogados da Ingazeira-PE, que possui 28.859 eleitores aptos a votar, 151 zonas eleitorais e 231 seções. Ocasão na qual o País pode ter vivenciado uma das campanhas eleitorais mais conturbadas e disputadas que se tem notícia, desde a redemocratização do Brasil. No dia 26 de outubro de 2014, Dilma Rousseff do PT foi reeleita Presidente com 54.501.118 milhões de votos ou 51,64% dos votos válidos, pouco mais de 3 milhões à frente de Aécio Neves do PSDB, seu principal adversário à disputa do Palácio do Planalto, que obteve 51.041.155 ou cerca de 48,36% dos votos. Em termos proporcionais, tratou-se da disputa mais apertada eleitoralmente desde 1989.

No dia 13 de agosto de 2014, além da tradicional campanha polarizada entre petistas e tucanos, que institui um clima de campanha frenético à corrida presidencial, um evento

trágico muda os rumos das eleições pelo inesperado acidente aéreo que vitimou o ex-governador de Pernambuco e então candidato do PSB à Presidência, Eduardo Campos. O Centro de Investigação e Prevenção de Acidentes Aeronáuticos (Cenipa) apontou como possível causa do acidente uma sequência de falhas do piloto Marcos Martins quando pilotava o jato Cessna 560XL que caiu em Santos, no litoral de São Paulo. O avião havia decolado no Rio de Janeiro com destino a uma base aérea na cidade do Guarujá. Além de Campos, o acidente também vitimou quatro assessores, o piloto e o copiloto.

Depois a morte de Eduardo Campos, Marina Silva (PSB), quando assumiu como vice de chapa largou com 21% da preferência do eleitorado, à frente de Aécio (20%), porém com a reviravolta das circunstâncias em pouco mais de 15 dias, saltou para 34%, chegando a empatar com Dilma. Entretanto, acontecimentos polêmicos – como o recuo em propostas como casamento gay e criminalização da homofobia –, combinadas aos ataques do PT e PSDB, desconstituíram a sua candidatura às vésperas do primeiro turno.

A campanha petista planejou uma estrutura de *marketing* político de acusação à Marina Silva de ser ligada aos banqueiros, por propor a independência do Banco Central e ter entre os membros da campanha a educadora e empresária Neca Setubal, filha do dono do Banco Itaú. Por outro lado, o PSDB, na tentativa de reaver parte de seus eleitores perdido para a adversária, vinculou a imagem da candidata do PSB ao escândalo do “mensalão” do PT, pois ela era filiada ao partido na época que o esquema veio a público e de mentir, durante sua campanha, ao afirmar-se como uma “terceira via”, por ter composto o Governo Lula, sendo sua Ministra do Meio Ambiente.

O povo pernambucano ainda comovido com a morte de Campos elegeu seu sucessor ao governo do Estado, Paulo Câmara. Eleito governador de Pernambuco com 3.009.087 ou 68,08% dos votos válidos. No início da campanha obtinha apenas 11% nas pesquisas de intenção de voto quando começou a se destacar na vida pública ao integrar a equipe do ex-governador falecido ante o seu opositor governista Armando Monteiro do PTB.

Em meio a este cenário político e eleitoral conturbado, estávamos em campo com questionário semiestruturado e gravador de áudio realizando as entrevistas com o nosso universo de 21 eleitores, com o intuito de conflitar ou encontrar variáveis comuns a partir das realidades locais, percorrendo, praticamente, os quinze bairros do centro e periferia

afogadense: Centro, Alto da Bela Vista e Conjunto Miguel Arraes, Brotas, Borges, COHAB, Costa (Izídio Leite), Emanula Valadares (Morada Nova), São Braz, São Cristovão (Pacús), São Sebastião, Sobreira, Padre Pedro Pereira (Ponte), Pitombeira e Vila Bom Jesus.

O planejamento de visitas aos bairros ocorreu de acordo com os critérios estabelecidos para a escolha das pessoas a serem entrevistadas, tais como: (a) classe social, (b) faixa etária, (c) gênero, (d) profissão, (e) escolaridade, (f) ideologia política e (g) capital social. Sabemos que a escolha de alguns critérios em detrimento de outros têm suas implicações, entretanto, desejamos a partir destes ampliar o espectro da pesquisa.

Conformamos um conjunto não muito amplo. Entretanto, a partir dele pudemos congregas as mais diversas experiências, bem como representações, cada uma sinaliza aquilo que mais marca de acordo com a realidade em que vivem; há falas que se tocam em diversos aspectos.

O nosso contato com esses eleitores se deu inicialmente através de alguns amigos que indicaram pessoas que se disponibilizaram a participar das entrevistadas. O encontro com eles se deu nas mais diversas situações: endereço residencial, local de trabalho, em casa de amigos, em escolas e faculdade.

Na pesquisa social ocorre em alguns casos, como o nosso, a não separação das esferas da vida. Clifford Geertz ao remeter-se sobre as dimensões éticas do trabalho de campo na Antropologia, formula que:

a característica mais marcante do trabalho de campo antropológico como forma de conduta é que ele não permite qualquer separação significativa das esferas ocupacionais e extra-ocupacionais da vida. Ao contrário, ele obriga a essa fusão. Devemos encontrar amigos entre informantes e informantes entre os amigos; devemos encarar as ideias, atitudes e valores como outros tantos fatos culturais e continuar a agir de acordo com aqueles que definem os nossos compromissos pessoais; devemos ver a sociedade como um objeto e experimentá-la como sujeito. Tudo o que dizemos, tudo o que fazemos e até o simples cenário físico têm ao mesmo tempo que formar a substância de nossa vida pessoal e servir de grão para o nosso moinho analítico. No seu ambiente, o antropólogo vai comodamente ao seu escritório para exercer um ofício, como todo mundo. Em campo, ele tem que aprender a viver e pensar ao mesmo tempo (GEERTZ, 2001, p. 45).

Nos bairros da cidade foi possível verificar a atuação dos candidatos em suas incursões em busca da conquista do voto no “corpo-a-corpo” ao visitar as residências dos cidadãos. Tornou-se evidente como se constituía a divisão e adesão a alguns candidatos a

partir do território habitado, já que “os habitantes da cidade têm diferenças significativas em termos de *ethos* e estilo de vida que repercutem e se expressam nas suas concepções de participação política” (KUSCHNIR, 2007, p. 50).

Para a realização das entrevistas foi elaborado um roteiro de perguntas com vistas a sinalizar e ampliar a nossa temática de estudo, contemplando as nossas perguntas problemas que delineiam este exercício, tais como: Como os eleitores concebem o seu voto por ocasião de uma campanha eleitoral? Quais variáveis influenciam na percepção da construção do voto do cidadão eleitor? Que atitudes políticas se desenvolvem em meio ao processo político? Dentre outras realizadas.

Durante as entrevistas alguns dos entrevistados assumiram em suas falas tons de denúncias, de reivindicação e insatisfação para com a política, mesmo fora do tempo das eleições, o cenário que nos voltamos foi marcado por algumas dessas tensões. Goldman (2006, p. 214), ao tratar da postura do antropólogo, enquanto pesquisador, indaga: “Como escutar sem preconceito ou rancor, a afirmativa tantas vezes repetida de que todos os políticos, ou todos os partidos são iguais?” Sugere-nos, que o único caminho é lidar com estas questões de maneira antropológica, restabelecendo o sentido dos agentes de maneira etnográfica, articulando seus discursos com outras dimensões, outras experiências, de um modo que em geral os próprios agentes acabam não fazendo.

Houve receio em quase todas as entrevistas quanto à gravação das mesmas. Entretanto, ao explicarmos sobre a temática e o porquê de estarmos gravando, sempre contamos com a aceitação dos entrevistados. A todos pedimos a sua autorização, deixando-os a vontade caso não desejassem que sua entrevista fosse gravada; explicamos igualmente a importância e o nosso comprometimento ético com os dados coletados. Enunciamos antes de começarmos as entrevistas, que se preferissem, não colocaríamos os seus nomes, pois foi perceptível o fato de muitos não desejarem ser identificados.

Em algumas entrevistas os aparelhos de som<sup>6</sup> causaram, inicialmente, certo incômodo. Contudo, não se configurou como um empecilho; procuramos deixar muito claro aos entrevistados que a utilização desses aparelhos nos ajudaria para o processo de escrita e que para nós era importante à gravação para lembrarmos o que foi dito.

Pudemos denotar a curiosidade das pessoas entrevistadas. Em alguns momentos o

---

<sup>6</sup> Mp4 e gravador.

pesquisador no exercício de questionador também passa a ser questionado, porque aquele que tem algo a dizer necessita ter a segurança, para saber o que ele vai falar e para quem ele vai falar. Então não foi incomum ouvirmos “o que pretende saber?”, “o que vai fazer com essas entrevistas?”.

Embora nem sempre o tempo seja um fator que nos ajude, tentamos estabelecer essa relação de confiança, respeitando principalmente os limites dos outros. Sentimos durante o transcorrer de algumas conversas que para além do cansaço e do incômodo de estar sendo questionadas, as pessoas não queriam mais falar, seja porque estavam cansadas, ou porque não gostam de revelar ‘certas’ coisas.

Parte daí a constituição de uma relação entre o pesquisador e o informante, na busca de uma afinidade que permita o surgimento de uma relação mínima de confiabilidade. O roteiro, o gravador podem se tornar jaulas que nos aprisionam em certos momentos. Vez ou outra, sentimos necessidade de dispersar sobre o que estávamos tratando nos roteiros, mas, isso não foi de todo mal, em algumas dessas descontrações sentimos que o receio inicial se dissipava e muitas vezes extrapolamos algumas temáticas.

Tratar o entrevistado como um interlocutor permite constituir uma relação dialógica, e faz com que ele ocupe um lugar merecido, de construção conjunta. Vê-se que “ao trocarmos ideias e informações entre si, etnólogo e nativo, ambos igualmente guiados a interlocutores, abrem-se a um diálogo em tudo e por tudo superior, metodologicamente falando, à antiga relação pesquisador/informante” (OLIVEIRA, 1998, p. 22).

As pessoas não são coisas, estáticas no espaço. “São sujeitos estudando sujeitos”, e por isso devemos ter clareza de que

os métodos e teorias da Ciência Social não estão sendo produzidos por computadores, mas por homens e mulheres, e sobretudo, por homens e mulheres que trabalham não em laboratórios, mas no mesmo meio social a que se aplicam os métodos e se transformam as teorias (GEERTZ, 2001, p. 31).

Portanto, a relação entre aquele que pesquisa e o seu “informante” deve ser pensada, entendendo que, quando se trata de pessoas, as mudanças, infortúnios, humores, desconfianças, desejos de não receber e conversar com o pesquisador, pode e costuma acontecer.

Parece ser o pesquisador uma figura astuciosa que anda meio sem saber de nada,

procurando falas, gestos e respirações suspensas e que passa por ouvinte atento, meio fofoqueiro e sempre pronto a perguntar mais e mais. Mas, ele não é um desbravador, um herói, ele é antes de tudo alguém interessado no campo, alguém que treinou seu olhar, seu ouvir e que objetiva clareza.

Inicialmente quase todos afirmam não gostar ou não saber falar sobre política. Percebemos que o ‘falar’ sobre a política no período eleitoral com os amigos e parentes é algo muito jocoso. Porém, no momento de entrevista esse parece ser um exercício mais difícil, que requer um grande sigilo e que deve ser “cercado de cuidados”<sup>7</sup>. Destacamos desde este momento um sentir que perpassa muitas falas: o medo. É, em alguns momentos, palpável o temor às represálias no universo político cidadão.

Mas, não nos deixemos contagiar por uma postura distante, compreendemos que debruçar-se sobre o objeto construído é um exercício que requer que o pesquisador tenha a ideia clara de que “as opiniões primeiras sobre os fatos sociais apresentam-se como uma coletânea falsamente sistematizada de julgamentos com uso alternativo” (BOURDIEU, 2007, p.24).

Mesmo sob a tensão inicial, muito foi desvelado. Afirma Goldemberg em seu livro, “A arte de pesquisar” que “trabalhando com estes instrumentos de pesquisa é bom lembrar que estamos lidando com o que o indivíduo deseja revelar; o que deseja ocultar e a imagem que quer projetar de si mesmo e de outros” (GOLDEMBERG, 1998, p. 85).

Sob esta visão, resta-nos, enquanto organizadores de tantos elementos e paradoxos, perceber e articular o que se é observado, o que é dito, principalmente quando estamos tão próximo à temática estudada. Como desnaturalizar as falas, tentar se afastar das pré-noções que temos que são tão arraigadas no nosso senso comum? Como destacar a partir das concepções dos entrevistados o quanto as suas redes sociais, a sua ideologia, a sua vida cotidiana são definidoras em momentos decisivos, a exemplo do voto? Como transformar o familiar em exótico? (DAMATTA, 1974).

Não obstante, uma vez que propomos uma relação dialógica, devemos estar atentos à questão da neutralidade da pesquisa. É fato que não somos neutros<sup>8</sup>. Dado a proximidade que

---

<sup>7</sup> Situa-nos Goldman (2006) que a prática tradicional do antropólogo costuma colocá-lo em situações que, por diversas razões, deve se comportar como “cético”, no caso da política, no entanto, tudo parece passar de maneira diferente, os informantes é que parecem ser “céticos”, e os antropólogos mais ou menos crédulos.

<sup>8</sup> VELHO, G. “Observando o Familiar”. In: Individualismo e Cultura. Rio de Janeiro, Zahar, 1987.

temos com a política no nosso cotidiano, ela se mistura todo o tempo em todas as nossas relações, o que pode nos comprometer, dada a nossa familiaridade com o tema de pesquisa escolhido.

Contudo, o campo pode e quer nos mostrar que “o que sempre vemos e encontramos pode ser familiar, mas não é necessariamente conhecido e o que não vemos e encontramos pode ser exótico, mas até certo ponto conhecido” (VELHO, 1987, p. 126). Portanto é necessário ter clareza do comportamento na pesquisa, para que não sejam transparentes as pré-noções que se tem quanto ao campo e do “objeto”, já que “a simpatia entre pesquisador e “objeto” também conta como fator subjetivo, sobre o qual não temos muito controle” (KUSCHNIR, 2003, p. 37).

O que se impõe é a relativização destas categorias, entendendo que a objetividade é relativa, mas é necessário o esforço “para não fazer do objeto construído um objeto inventado” (GOLDEMBERG, 1998, p. 45). Há a necessidade de criar uma distância mínima que garanta a reflexividade<sup>9</sup> sobre aquilo que se estuda e pesquisa. Esse elemento é fundamental para que o pesquisador reconheça as suas limitações e dificuldades, visto que ele pode compartilhar ou não, no caso da política, de valores comuns às pessoas entrevistadas.

Sempre fizemos questão de deixar claro o quanto gostaríamos de conhecer a política local, o que parece ter ajudado na hora da realização das entrevistas, pois as pessoas não nos enxergam como aliadas ou vinculadas a determinados candidatos, por não estarmos ligados direta ou indiretamente a nenhum grupo político e o nosso interesse pelo tema ser meramente acadêmico.

Temos nossas preferências pessoais e opiniões acerca do tema pesquisado, entretanto, concordamos com a assertiva que “quanto mais o pesquisador tem consciência de suas preferências pessoais, mais é capaz de evitar o *bias*<sup>10</sup>, muito mais do que aquele que trabalha com a ilusão de ser orientado apenas por considerações científicas” (GOLDEMBERG, 1998, p.45).

---

<sup>9</sup> Geertz inspirou a chamada antropologia reflexiva que propõe uma autorreflexão do trabalho de campo em seus aspectos morais e epistemológicos, esta por sua vez, questiona a autoridade do texto antropológico, sugerindo que os resultados de pesquisa não são de observações puras e simples, mas se dá mediante uma negociação entre pesquisador e pesquisados. Ver em A Arte de Pesquisar: Como fazer pesquisa Qualitativa em Ciências Sociais. 2ª Ed, Rio de Janeiro: Record, 1998.

<sup>10</sup> *Bias* do pesquisador – pontos de vistas, pré-noções do pesquisador que podem originar distorções nos momentos de pesquisas, descrições e análise dos fenômenos.

Uma vez concluída a realização de nossas entrevistas, passamos a fazer as nossas transcrições e iniciamos esse processo de tradução e interpretação daquilo que foi e não foi dito. Como bem sinalizou Geertz (2001), pretende o antropólogo uma busca interpretativa, está ele a procura de significados. O antropólogo, ao fazer a etnografia de um povo, deve fazer mais do que uma coleta de dados e observação; seu empreendimento constitui num esforço intelectual de interpretar tudo aquilo que observou e vivenciou, não só o que foi coletado em depoimentos.

A escrita é um discurso, a priori, particular, que se apresenta de maneira muito complexa, configura-se num momento bastante delicado, pois estamos colocando as falas, e mais que isto, a confiança das pessoas no nosso texto. Impõe-se ao pesquisador uma postura ética e moral, de cuidado com o que se escreve. O que reforça também a afirmativa que não se pode forjar o que foi dito, deve existir a aliança entre o aparato conceitual e os dados coletados.

Este exercício é atravessado por outros olhares e outras discussões, o que são contribuições para que a nossa escrita consiga ter mais embasamento e clareza sobre o tema a ser pesquisado, mas o texto não espera todas as respostas para ser escrito (OLIVEIRA, 1998).

Construir de maneira elucidativa através das entrevistas, nossas análises, os enredos do nosso percurso de pesquisa é algo complexo. Nossa grande missão foi a de realizar uma análise de tudo aquilo que foi discutido, de todos os dados que foram coletados, a fim de tornar compreensível para nós e para os outros, aquilo que foi discutido e proposto como exercício de pesquisa.

O próximo capítulo oferece uma perspectiva panorâmica sobre o processo histórico da política brasileira que foi forjado socialmente privilegiando seguimentos da sociedade relacionados com o desenvolvimento econômico e que se utilizaram da estrutura estatal se beneficiando do poder político, a fim de ampliarem seus interesses pessoais.

## II CAPÍTULO

## **2. ANÁLISE DA CULTURA POLÍTICA E DA FORMAÇÃO DO PROCESSO ELEITORAL BRASILEIRO**

### **2.1. Sobre o conceito de cultura política**

O termo “cultura política” surge precisamente na década de 60 a partir de pesquisas desenvolvidas por dois autores, Almond e Verba<sup>11</sup>, que se utilizam de uma combinação de perspectivas sociológica, antropológica e psicológica no estudo dos fenômenos políticos. A noção de cultura política adotada pelos autores incorporou as análises das sociedades de massas contemporâneas mediante uma abordagem comportamental que engendrou aspectos subjetivos das orientações políticas da sociedade hodierna.

Esta perspectiva multidisciplinar do conceito de cultura política tornou-se fundamental no estudo dos fenômenos e trajetórias sociais para a realização de análises científicas acerca dos processos políticos quando se introduziu a estatística na pesquisa comparada. O que de fato permitiu a observação de determinadas regularidades e a comparação de sistemas políticos, independente de suas diferenças culturais, visto que se considerou que cada povo, cada lugar possuía características que ensejam composição a sua cultura política. Para Almond e Verba (1999, p. 12-13), “cultura política é a expressão do sistema político de uma determinada sociedade nas percepções, sentimentos e avaliações da sua população. O termo refere-se às orientações especificamente políticas, às atitudes com respeito ao sistema político, suas diversas partes e o papel dos cidadãos na vida pública”.

Para Kuschnir e Carneiro (1999, p. 01), autores do artigo: “As dimensões subjetivas da Política: cultura política e antropologia da Política”, o conceito de cultura política refere-se fundamentalmente “ao conjunto de atitudes, crenças e sentimentos que dão ordem e significado a um processo político, pondo em evidência as regras e pressupostos nos quais se baseia o comportamento de seus atores”. Enquanto que para Moisés (1995, p.84), “a cultura política envolve, entre outras coisas, a generalização de um conjunto de valores, orientações para a ação, atitudes e comportamentos políticos, e resulta tanto de processos originários de socialização, como de experiência política ao longo da vida adulta de seus membros”. Sobre

---

<sup>11</sup> Os escritores Gabriel A. Almond e Sidney Verba são de nacionalidade americana. Almond era professor adjunto da Universidade de Standford e Verba professor da Universidade de Harvard. Em 1963, após anos de pesquisa em cinco países diferentes, Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, Itália e México – e fazendo um comparativo da história política dos cinco, foi lançada a obra *The Civic Cultura: political attitudes and emocracy in five countries*. Isto não significa que a preocupação com a cultura política não estivesse presente nos estudos políticos anteriores a Almond & Verba.

cultura política, Prado Júnior (1994, p. 346) também sustenta que “ela serve de base moral e psicológica, para a formação do Brasil como nação, e proporciona a unidade nacional já realizada na geografia e na tradição”.

Nesse sentido, conforme assevera Kuschnir (1999), o conceito de cultura política concentra-se na relevância do processo de socialização como a família, a escola e o trabalho, na interpretação do comportamento político. A suposição que permite estabelecer a relação entre o processo de socialização e o comportamento político nos padrões de cultura política aponta para o necessário reconhecimento de que as respostas dos atores a situações sociais objetivas não acontecem em um estágio único, sem que qualquer componente subjetivo intervenha. Ao contrário do que propõem os modelos básicos da teoria da escolha racional, hoje dominantes na ciência política, as respostas se dão através de orientações mediadas pela avaliação subjetiva que o ator realiza destas situações sociais.

Almond e Verba (1989) formularam e utilizaram esse conceito com a finalidade precípua de incorporar, nas possibilidades analíticas sobre a política da sociedade contemporânea, uma abordagem comportamental, levantando-se a hipótese de que as orientações subjetivas dos indivíduos que vivem sob um determinado regime político são importantes para explicar a manutenção, consolidação ou transformações do mesmo.

A pesquisa empírica realizada em 1960 pelos precursores dos estudos de cultura política nos Estados Unidos, Grã-Bretanha, Alemanha, Itália e México objetivou caracterizar o sistema político democrático e averiguar atitudes e valores compatíveis com a estabilidade e a legitimidade do regime. Influenciados pelas categorias parsonianas e weberianas de ação social, os autores avaliam a estabilidade dos regimes políticos a partir do grau de institucionalização dos procedimentos democráticos, de participação política e de confiança dos cidadãos nas instituições. Na tentativa de se buscar definir cultura política como o padrão de atitudes e orientações políticas dos cidadãos em relação ao sistema político, internalizadas na dimensão cognitiva, afetiva e avaliativa.

Na principal obra dos autores *The civic culture*, o conceito de cultura política delimita as atitudes e orientações dos cidadãos em relação aos assuntos políticos: “o termo ‘cultura política’ refere-se às orientações especificamente políticas, às atitudes com respeito ao sistema político, suas diversas partes e o papel dos cidadãos na vida pública” (ALMOND & VERBA, 1989, p. 12).

Foi mediante a configuração desta categoria que se almejou alcançar a caracterização teórico-metodológica do que seria a cultura política de uma nação, entendida como “(...) a distribuição particular de padrões de orientação política com respeito a objetos políticos entre os membros da nação” (ALMOND & VERBA, 1989, p. 13), além de tentar-se afastar das explicações dominantes no âmbito das Ciências Políticas de sua época, com análises marcadas por significativa ênfase no estudo das instituições políticas, que ainda não haviam conseguido desvencilhar-se das tendências judicialistas da disciplina.

Neste estudo, eles classificam três tipos de cultura política, caracterizadoras da estrutura e modalidade do sistema político, seja tradicional, autoritário ou democrático, destacando-se: (1) cultura política paroquial – caracterizada pela ausência de consciência política e de expectativas em relação ao sistema político; (2) cultura política moderada – condizente as sociedades onde os indivíduos reconhecem o sistema político, porém não se colocam aptos ou dispostos a participar, estando as decisões a cargo do aparelho administrativo; e (3) cultura política da participação – caracterizada pela presença de cidadãos conscientes, vinculados de alguma forma ao sistema político e dispostos a participação.

O estudo empírico encontrou correlações entre o senso de competência política e o apoio positivo ao sistema político, além de estabelecer relações entre confiança interpessoal e participação política. A cultura cívica preconizada pelos autores como determinada cultura política democrática foi almejada como fator importante para a institucionalização e a estabilidade do sistema democrático. Trata-se de uma cultura política mista e balanceada em que resulta da interação entre orientação política tradicional e a orientação moderna de participação, em razão de os indivíduos participarem do processo político com certa passividade e deferência à autoridade. Deste modo, na pesquisa encontraram-se culturas políticas mistas mesmo dentro da política interna de cada País, caracterizando determinada heterogeneidade cultural e dinâmica histórica diferente (ALMOND & VERBA, 1989).

Na forma como foi pensado pelos autores, esse conceito engendrou uma forte perspectiva normativa de sociedade baseada em um específico tipo de experiência histórica vivenciada por determinados Países. A preocupação estava, sobretudo, com a estabilidade democrática e as condições culturais para a consolidação da democracia “[...] entendida como o sistema político norte-americano, em contraposição ao socialismo soviético” (CASTRO, 1992, p. 17). As análises procuravam responder a uma dupla demanda: “por um lado, reforçar

e justificar a compreensão da supremacia da sociedade norte-americana como modelo a ser seguido; por outro, promover e justificar a política norte-americana [...]” (CASTRO, 1992, p. 17).

Não obstante, esse conceito acarretou controvérsias na comunidade acadêmica, especialmente em relação à perspectiva histórica empreendida e aos parâmetros definidos na interpretação dos dados. Uma revisão publicada vinte anos depois – *The Civic Culture Revisited* –, ofertou uma reanálise dos pressupostos teóricos apresentados por Almond e Verba nos anos 1960. Isto se deveu por associarem a cultura cívica ao modelo liberal democrático, particularmente os dos Estados Unidos e da Inglaterra, bem como conceberem os Países industrializados enquanto paradigmas de estabilidade política e democrática, Almond e Verba, terminaram restringindo toda e qualquer apreciação a partir deste parâmetro analítico.

Pateman (1989) levanta uma crítica pertinente ao considerar que a teoria liberal possibilitou o ofuscamento da pesquisa quando se trata de ponderar-se a interação entre cultura e estrutura política. Ainda mais quando as diferenças socioeconômicas são tratadas como irrelevantes, além de não serem devidamente confrontadas com a estrutura política das nações. A autora alega que o parâmetro utilizado não encontrou forma análoga em países considerados emergentes que garantissem a constituição de um sistema político baseado no modelo defendido pelos autores da cultura cívica.

Com efeito, as críticas apontaram no mesmo sentido de alertar que os estudos de Cultura Política deveriam servir para que se pudesse construir uma compreensão acerca da realidade ao se considerar as distintas experiências históricas. Dessa forma, os estudos de Cultura Política ao invés de enquadrar as diferentes sociedades em uma tipologia construída *a priori*, e que não necessariamente caminham para a mesma conformação institucional.

Entretanto, é preciso concordar-se com Castro (1992) quando afirma que os autores conseguiram inaugurar um novo viés teórico-metodológico que permitiu sobremaneira analisar e explicar a política, apesar de suas proposições não tornar possível abranger as inúmeras situações da complexa realidade social.

Embora reconhecendo os limites de suas pesquisas justamente por observarem que a Cultura Política não dava conta de explicar tudo sobre política e que as pessoas com valores,

crenças e habilidades diversas podem apresentar comportamentos diferentes, Almond e Verba, afirmaram que a cultura política não é imutável, pois “novas experiências podem mudar as atitudes dos indivíduos” (ALMOND & VERBA, 1989, p. 09).

Com fundamento nessas críticas, Almond e Verba (1989), credenciam seus posicionamentos no sentido de entenderem que uma das características da cultura política é a não condição de determinação do fenômeno cultural, por conseguinte a cultura política afeta a estrutura governamental e o seu desempenho institucional, porém não o determina, somente o constrange.

Segundo os autores o que existe é uma relação de mútua interação, de um lado, plasmado por um influxo de atitudes e comportamentos políticos que influenciam a estrutura social e política e o desempenho governamental; por outro lado, reconhece-se que estruturas e o dinamismo das atividades de governo influenciam atitudes e comportamentos de grupos e de indivíduos.

Neste trabalho é preciso se filiar ao que Moisés (1995) procura demonstrar ao ponderar que fatores estruturais apesar de significarem uma parte relevante na natureza da ação política, constituem tão somente uma parte do fenômeno, vez que processos clássicos de democratização sugerem que os valores, as atitudes e os procedimentos políticos se reforçam a partir da interação entre o comportamento e o funcionamento das instituições políticas, mesmo que se admita a existência de determinada margem de autonomia na sua formação. Deste modo, “sem desconsiderar a importância dos nexos de explicação causal decorrentes das análises estruturais, ele advoga que: a dimensão político-cultural (...) e a intervenção consciente de elites e não elites no processo político – exerce um papel decisivo na explicação dos comportamentos políticos” (...) (MOISÉS, 1995, p. 87).

O autor demonstra que pesquisas sobre comportamento político detêm-se nas orientações de ação política, opinião e para padrões de atitudes de modo que a interação entre comportamento e o funcionamento de instituições políticas imprimem continuidade no tempo a tais padrões. Implicando tanto em processos de aprendizagem do seu uso, como de ressocialização política adquirida pela experiência, enquanto sedimentam-se com o transcorrer do tempo e com a continuidade dos processos que constituem os sistemas políticos (MOISÉS, 1995).

É através dos trabalhos de Inglehart (2002), Putnam (2000) e Pharr (2000), que se pretende uma abordagem para o estudo da cultura política que sirva como instrumental analítico para pesquisar as crenças, os valores e identidades dos diferentes grupos existentes na sociedade. Assim, o conceito de cultura política torna-se relevante para se compreender historicamente o comportamento de atores sociais a partir das diferentes configurações da formação social de cada território, de modo que cada povo, cada composição geográfica possui características peculiares que se tornam expressão cultural do sistema político em que as atitudes dos cidadãos dão origem aos processos de interação de sociabilidade.

Os estudos de cultura política estão baseados na ênfase sobre a inserção dos indivíduos em unidades sociais mais amplas, pois se debruçam investigando a heterogeneidade com a finalidade de compreender como a sociedade interpreta, vivencia e reage em relação às suas instituições políticas. Conforme defendem Kuschnir e Carneiro (1999), nesta esteira os estudos tinham como objetivo refletir sobre o papel da cultura política no funcionamento dos regimes democráticos, adotando-se como método a observação etnográfica para o entendimento mais profundo da dinâmica da vida social. A preocupação era alargar a compreensão epistemológica da atividade política em busca de transcender as fronteiras estabelecidas nas esferas do Estado.

Segundo Almond e Verba (1999, p. 227-228), a finalidade de se estudar a cultura política é para se “compreender os valores que orientam as motivações e atitudes dos indivíduos frente à política institucional”. Por conseguinte, deve-se considerar relevante a contribuição da antropologia da política no estabelecimento de modelos analíticos que procuraram afiançar o reconhecimento de que as características funcionais, organizacionais e constitucionais das instituições políticas a partir de variáveis socioculturais constituem, certamente, uma tradição minoritária na Ciência Política.

No Brasil os estudos a respeito da política acabam por deixar de lado o diálogo com outras tradições, a exemplo das antropológicas e sociológicas. A política é quase sempre associada mais diretamente à atuação de especialistas, sobretudo os políticos e instituições percebidas como políticas: partidos, parlamentos e órgãos governamentais, entre outras.

É certo que existem, de um lado, regras políticas e, de outro comportamentos políticos. A democracia, como qualquer sistema político ou social, é composta por essas duas dimensões, e se os comportamentos não correspondem às normas podemos sempre acionar o sistema repressivo

ou construir belos modelos destinados a explicar porque isso não acontece. Modelos que, no caso brasileiro, tendem a apelar para o caráter recente de sua democracia, para a falta de educação política do povo, para a inconsequência das elites, para lacunas da legislação eleitoral, para o descalabro da mídia etc. Explicações que não são falsas, mas que deixam de lado uma terceira dimensão tão constitutiva da política quanto da ética: a dimensão da subjetividade (GOLDMAN, 2006, p. 206-207).

O comportamento eleitoral tem sido considerado tema dos mais importantes na tentativa de se entender a criação e o funcionamento de regimes democráticos. Conforme (CASTRO, 1992, p.7), a democracia “em sua forma representativa, a que realmente existe e funciona nas sociedades contemporâneas, [...] supõe a extensão máxima do direito ao sufrágio e funda-se na expectativa da participação ampla e consciente dos eleitores no processo de escolha de seus dirigentes”. Dessa forma, pretende-se ampliar o horizonte de compreensão dos processos sociais instaurados durante o período eleitoral pela interpretação etnográfica das relações instituídas pelos eleitores e candidatos na disputa pelo voto.

Essa tendência surge na literatura brasileira nos anos 90 quando antropólogos renovam o interesse pela política através da produção de importantes análises etnográficas, propondo-se uma agenda de pesquisa direcionada às pequenas localidades rurais, grandes metrópoles e centros urbanos. Diversos trabalhos importantes contribuíram para ressignificar as análises etnográficas a respeito das práticas políticas ao buscar-se a reelaboração de “visões sociologicamente positivas do lugar da política na sociedade e cultura brasileiras” (PALMEIRA, 1998, p. 11).

Outras análises puderam demonstrar que nos momentos eleitorais em pequenas cidades do interior do Brasil o tempo da política trata-se de uma oportunidade em que o arranjo das relações sociais reconfigura-se circunscrito no período em que a política é vivenciada dentro de um universo cultural e histórico específico. As contribuições de Bezerra (1995 e 1999) e Texeira (1998) são fundamentais para se compreender as práticas e demais representações dos agentes em jogo fora do período eleitoral. Através de estudos do meio político, os autores conseguiram mostrar a influência das práticas clientelistas e personalistas no processo de formação social brasileira a partir da noção de honra e das relações de caráter pessoal, elementos constituintes da própria regulação do funcionamento das instituições políticas.

Consoante análise das relações clientelistas e da corrupção no Brasil contemporâneo Martins (1994) destaca momentos históricos do País e a presença contumaz de práticas ditas corruptas. Segundo o autor a definição da corrupção indica a força e a fragilidade de um Estado que se sustenta numa contradição: as relações dos interesses pessoais e concepções tradicionais e modernas.

Observa que desde o período colonial não se tem a clareza da distinção entre os espaços público e privado: “a tradição de um sistema político baseado na confusa relação do patrimônio público e do patrimônio privado tem sido a base pela qual essa relação foi dando lugar a procedimentos que começam a ser classificados como corruptos” (MARTINS, 1994, p. 40). Neste processo o voto tem protagonismo fundamental como instrumento de mediação necessário às relações sociais estabelecidas no âmbito político e eleitoral.

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 & PALMEIRA, 2006, p.160).

As considerações de Bezerra (1995) quando discute sobre o direcionamento nas abordagens sobre a corrupção remete-se a formação social da sociedade brasileira, apontando como um problema de ordem moral, assinalando o caráter desviante e ausência de ética. Para o autor priorizar estas abordagens deixa à margem as contribuições institucionais, históricas e culturais que poderiam contribuir para o estudo da existência e atualização das práticas entendidas como corruptas. Como é uma característica do comportamento eleitoral, atentamos para importância de compreender sob a ótica do eleitor o que se entende como corrupção.

Assim, busca-se contribuir para a devida explicação das predisposições e do comportamento político dos cidadãos se utilizando do conceito de cultura política como ferramenta de análise, enquanto categoria suscetível de fornecer aspectos histórico e estrutural para se compreender a estabilidade e as mudanças dos sistemas políticos. Destarte se propõe utilizar desta categoria de cultura política não como um esquema classificatório, “[...] mas como um método de análise de certo grupo, tentando articular um modelo de interpretação da sua rede de crenças” (RENNÓ, 1998, p. 86).

Sahlins (1979), neste sentido, adota uma perspectiva ao considerar que a cultura é uma mediação simbólica que torna possível, a partir das experiências da realidade, construir um

referencial que possa dar sentido à vida. Por outro lado, Geertz (2001) assegura que a cultura deve ser pensada em um contexto, algo dentro do qual os atores sociais podem ser descritos de forma inteligível, isto é, descritos com densidade. Desta forma, na concepção de Sahlins e Geertz pode-se afirmar que a cultura é compreendida enquanto processo de decodificação da realidade diante da premissa considerada de que os indivíduos compartilham práticas simbólicas e a tudo dão significados.

Por oportuno, tem-se que a política torna-se parte indissociável e integrante da cultura, sujeitando-se a constantes reelaborações simbólicas ao ser entendida também como um “conjunto de atitudes, crenças, códigos de comportamentos, próprios a vários grupos que compõem a sociedade” (MAGALHÃES, 1998, p. 28). Neste passo, Gontijo (2005) defende que o conceito de cultura política deve ser pensado no plural. Ao relacionar estudos culturais e a política também aponta para necessidade entendê-lo como compartilhamento de significados e formas concretas de sociabilidade e linguagem, que se referem ao fenômeno político.

O estudo das sociabilidades deve contribuir para a compreensão da cultura política uma vez que esta se integra com o estudo de formas identitárias de práticas políticas, pois como defende Gontijo (2005, p. 278):

compreender as redes de relação entre os indivíduos ajuda a destrinchar o clima cultural em meio ao qual circulam temas e se difundem normas e valores, que favorecem a sensibilidade necessária para a recepção de ideias e a adoção de comportamentos.

Entende-se que a identidade política pode se construir, historicamente, através das possibilidades de situações experimentadas que compõem e dão sentido à trajetória pessoal que se consubstanciam as relações sociais por meio das significações particulares de cada pessoa. Portanto, a constituição das formas identitárias de prática política é decorrente das histórias particulares de cada indivíduo que vão se constituindo na interação com os outros, tecendo redes sociais.

Claude Dubar (2005, p. 156), postula que as constituições identitárias se “remetem a visões de si e dos outros, de si pelos outros, e também dos outros por si. São ‘categorias atribuídas’ (identidades para o outro) e identidades ‘construídas’ (identidade para si)”. Desta feita, deve-se consignar que se emprega como critério analítico uma definição de redes sociais para se construir uma adequada descrição de relações sociais que são forjadas a partir de um

conjunto de atores e entre estes próprios, que envolvem conexões que transcendem o limite do grupo ao se procurar defender que as delimitações são variáveis e podem ser reinterpretadas.

Georg Simmel (2006) trata a sociabilidade como uma condição intrínseca à geração de laços sociais, posto que seja resultantes das múltiplas combinações interacionais acionadas pelos propósitos, impulsos e desejos dos indivíduos e dos grupos e classes sociais plasmadas à própria constituição de determinada sociedade. Essa interação surge a partir de determinados impulsos ou da busca de certas finalidades, cuja a interação social das redes se estabelece na ocasião em que vários indivíduos instituem ações de reciprocidade a partir de experiências de sociabilidades.

Nesta constante interação social, os conflitos se estabelecem redefinindo os laços sociais de modo que a orientação de Bourdieu (2010) ajuda a compreender as relações de sociabilidades na obtenção do capital social ao dispensar da análise da dinâmica da vida social da base econômica e insere outros aspectos inerentes ao processo como o social e o cultural. O universo social no qual estão inseridos atores constitui-se em um lugar onde os indivíduos dialogam, relacionam-se e simulam movimentações estratégicas que os permitam manter ou redefinir suas posições socioculturais. A noção de campo permite redirecionar a compreensão deste espaço de interações sociais que se torna espaço de lutas, conflitos e reprodução de vida. O campo é definido como

um espaço multidimensional de posições tal que, qualquer posição actual pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas cujos valores correspondem aos valores das diferentes variáveis pertinentes: os agentes se distribuem-se assim nele, na primeira dimensão, segundo o volume global do capital que possuem e, na segunda dimensão, segundo a composição do seu capital – quer dizer, segundo o peso relativo das diferentes espécies no conjunto de suas posses (BOURDIEU, 2010, p. 135).

O campo é constitui como este lugar onde as pessoas estão lutando por posições de acordo com suas posições sociais que são estabelecidas através da configuração de suas redes de sociabilidades. Posição esta que define onde o indivíduo se insere na sociedade, os caminhos que percorreu a composição do que ele recebeu socialmente e o que ele pode construir com o que foi dado. Neste espaço de confluências de interesses, os indivíduos desenvolvem modos de viver e suas práticas sociais. Inserir-se neste campo requer de cada indivíduo um acúmulo de capital simbólico (cultural, social, político), ou seja, acúmulo de

valores que o indivíduo objetiva para conseguir ou manter suas posições, permitindo construir sua identidade com os outros e a partir das experiências relacionadas às suas práticas sociais.

Bourdieu (2010) introduz a ideia de capital simbólico fundamentando-o na ‘crença’ que se ambienta no social:

o capital simbólico – outro nome da distinção – não é outra coisa senão o capital, qualquer que seja a sua espécie, quando percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultantes da incorporação da estrutura da sua distribuição, quer dizer, quando conhecido e reconhecido como algo de óbvio (BOURDIEU, 2010, p. 145).

O capital simbólico fundamenta o desempenho dos agentes na busca pela conquista por posições no campo de maneira que cada agente opera os capitais para impor com eficácia a sua (ou do seu grupo) visão social de mundo. Esta abordagem abre espaço para compreender a noção de poder em Bourdieu (2010) à medida que os atores sociais em interação no campo acionam estratégias para mobilizar o maior número de atores a sua arena de disputa, tentando impor sua perspectiva de referencial valorativo, fundido na crença, na e pela representação, pela obediência: “é um poder que existe porque aquele que está sujeito crê que ele existe” (BOURDIEU, 2010, p. 188).

Esses capitais enquanto imprescindíveis à posição dentro do campo de ação social podem se acumular, manter-se ou se ampliar com as estratégias específicas de investimento econômico, mas são também igualmente conquistas através da possibilidade deliberada de investimentos culturais, mantendo ou construindo relações sociais que viabilizam aos indivíduos relações econômicas a curto ou longo prazo.

O capital econômico é um recurso estruturante na luta de cada indivíduo no campo de relações: a renda, a riqueza material, as terras, fábricas, patrimônio e bens, entre outros. Para o sociólogo francês, são referenciais que compõem as relações de poder neste espaço de enfrentamentos simbólicos. Entretanto, o campo onde se inserem as lutas políticas dificulta a explicação deste universo de muitas mediações caso somente se levar em consideração o aspecto econômico.

Apesar de Bourdieu insistir na ideia de que os resultados da posse de capital social e cultural são sempre redutíveis a capital econômico, os processos que produzem estas diferentes formas de capital não o são: cada uma possui a sua própria dinâmica e, em relação à troca econômica, caracterizam-se por menor transparência e maior incerteza. Por exemplo, as transações que envolvem capital social tendem a ser caracterizadas por obrigações tácitas,

por horizontes temporais incertos, e pela possibilidade de violação das expectativas de reciprocidade (POTES, 2000, p. 135).

No espaço de ações, a conquista de agentes no âmbito político não se reduz apenas a relações econômicas, porém os acordos e compromissos são mediados por inúmeros fatores sociais, em que se tornam difíceis de mensurar ou apreender trocas, acordos e reciprocidades somente pelo prisma econômico. A luta pela representação política se realiza mediante a obtenção de muitos capitais, mas enfatizamos que o capital social é ambientado nas relações sociais de uma rede.

Bourdieu (2010) destaca as redes de relações sociais a partir de uma abordagem que trata sobre a constituição do capital diante da necessidade de se perceber a quantidade e a qualidade de recurso do grupo, acionados para a aquisição de espaço na disputa de campo pelos grupos sociais. O capital social, neste intento, desvela-se através desta associação de recursos utilizados por uma rede de relações institucionalizadas de reconhecimento, ou seja, o quanto de recursos um agente/grupo consegue reunir dentro de uma rede, institucional ou não, que os faça sentir pertencentes e reconhecidos.

O segundo aspecto referente aos ganhos obtidos aponta um campo político que não é desinteressado, o indivíduo e os agentes políticos que estão imersos em grupos tem uma ‘permissão’ de apropriar-se dos benefícios simbólicos e materiais que circulam entre os membros. Neste caso, a reprodução do capital social ocorre como uma resultante de um trabalho produzido nas redes de relações duráveis objetivando a produção de capitais materiais e simbólicos que circulem entre os membros.

Para conseguir estabelecer uma posição dentro da rede se procura assegurar as garantias de reconhecimento pela confiança, reconhecimento, identificação social, que se constitui de um processo de incorporação de valores, normas e princípios que possam instituir determinada adequação entre as suas ações, a relação e a realidade objetiva da sociedade.

Bourdieu (2010) categoriza esta possibilidade de incorporar-se pelo reconhecimento do grupo ao campo de *habitus*<sup>12</sup>. Esta compreendida como a estrutura que o sujeito interioriza neste processo de imersão nas relações, que independente de sua vontade o próprio sujeito

---

<sup>12</sup> BOURDIEU, P. A gênese dos conceitos de *habitus* e campo. In: O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

interage com aquilo que incorporou de experiências através do contato com os atores sociais de determinado campo e se empenha às possibilidades de construção com o que lhe foi dado.

O *habitus* designa no plano prático da vida social um agir orientado, uma conformação da ação do agente na perspectiva de se viabilizar a realização de certos fins, estruturando o próprio atuar de todos os agentes: a palavra proferida precisa ser reconhecida, a troca realizada instaurada na concepção de reciprocidade e a confiança instituída. Os agentes acionam ações comprometidas com os fins almejados de acordo com incorporação de regras do campo em busca de acesso às posições dominantes dentro do campo, ou seja, “as redes sociais não são um dado natural, tendo de ser construídas através de estratégias de investimento orientadas para a institucionalização das relações do grupo, utilizáveis como fonte digna de confiança para acender a outros benefícios” (PORTES, 2000, p. 135).

Bourdieu (2010) aponta como condição de permanência na esfera de atuação dentro do campo a conversibilidade das diversas formas de capital: através de recursos econômicos, empréstimos, contatos, informações, filiação em instituições são alguns dos elementos que possibilitam o acesso e conversão de capitais. As relações sociais em redes demarcam o capital social ambientado em obrigações veladas, sem uma delimitação de tempo e pela possibilidade da quebra do pacto estabelecido.

O capital social orienta os agentes sociais a saberem se colocarem estrategicamente em um campo de forças, cada ação é um investimento realizado no sentido de acumular melhor posição e mais capital. Neste jogo, a atuação do agente orienta-se tendo em vista as redes de relação que requerem uma preparação diferenciada, pois, necessita ele de reconhecimento, da possibilidade de atuar neste ambiente conflitante.

Enfatizamos que o capital social, por ser uma construção simbólica, é importante na realização de certas atividades. A rede de relações de cada agente ambienta as suas ações, oportunizando que cada indivíduo acione seus capitais: as reuniões, o convívio diário com a comunidade, as trocas simbólicas e materializadas, os acordos tácitos, o compromisso e barganhas são realizados no campo de lutas sem que essencialmente o elemento econômico prepondere.

Neste intento, a maneira como as pessoas introjetam normas, crenças e valores políticos tornam-se relevantes para compreender o comportamento político e eleitoral,

destacando-se a forma como os valores culturais são componentes endógenos de tomada de decisões, a fim de se compreender os fatores que motivam determinados comportamentos e escolhas dos atores políticos e sociais inseridos no cenário político brasileiro.

A seguir passamos a abordar alguns aspectos de nossa sociedade de modo que nos fornecerá as bases históricas da formação política brasileira na busca de se compreender sua estrutura social e nos empreender sobre o comportamento eleitoral a partir desta perspectiva.

## **2.2. Panorama histórico da política brasileira**

A República que surge em 1889 tornar-se-ia legatária do Estatuto Colonial especialmente estabelecendo nas suas instituições políticas um caráter de gestão privatista e personalista, sem distinção por parte da elite agrário-exportadora entre as esferas pública e privada, conforme abordam Sérgio Buarque de Holanda e Nestor Duarte. O que seria essa formal ruptura com o Estatuto Colonial ocorreu somente no âmbito do plano político com a instauração do Estado Moderno (moldado essencialmente após 1808 com a vinda da família real para o Brasil). Não se tem ruptura, portanto, do ponto de vista econômico ou social (VIANNA, 1974).

Desta feita, a perspectiva de que a esfera pública é um local no qual os interesses particulares das famílias patriarcais podem ser realizados, tem sua origem no tipo de cultura política desenvolvida historicamente no País. Na década de 30, Sérgio Buarque de Holanda foi um dos precursores em realizar uma reinterpretação das instituições, formas de vida e mentalidades herdadas pela República. Embora a sociedade brasileira se encontrasse em um processo de transformação tanto administrativa quanto político-social, para o autor, a família de núcleo patriarcal estruturou a sociedade brasileira em sua formação pré-republicana e acabou por dominar as classes subalternas. E esta família comporta na figura do seu chefe familiar – o proprietário de terras – o domínio baseado no tripé: mando, disciplina e produção (DUARTE, 1939).

O patrimonialismo, nesses termos, engendrou-se enquanto matriz da sociabilidade na América portuguesa. Segundo Buarque (1993), o indivíduo não conseguia distinguir o domínio da esfera pública da privada. A questão política significava atender aos interesses particularistas, pois que subjaz à herança rural uma cultura política na qual faz com que a família proprietária (patriarcal) acabou submetendo tanto o Estado quanto à sociedade a seus

objetivos. Até a própria formação das relações societárias permeou-se pela cordialidade, não havendo espaço para se desenvolver a impessoalidade na administração da coisa pública.

O “privatismo” e o “personalismo” se inserem no cenário das relações político-institucionais da nova ordem social como elementos transpostos da sociedade imperial, na caracterização do indivíduo, para a sociedade republicana. Ao passo que a industrialização, desenvolvimento do capitalismo e modernização no Brasil caracterizam-se a partir de um contexto de passagem de uma sociedade tradicional (de estrutura agrária marcada durante séculos pelo problema da escravidão, do imobilismo social e da dependência das camadas subalternas às superiores) para uma sociedade cujo principal agente modernizador seria o Estado (e que herdaria para esse feito instituições, relações e processos típicos do tradicionalismo, como o clientelismo no que tange a relação política entre os atores sociais).

Segundo Novais (1979), o desenvolvimento do capitalismo na sociedade brasileira constituiu-se de um processo longo e contraditório desde seu início, uma vez que a República que nasce no Brasil comportaria a herança da formação social colonial caracterizada enquanto uma sociedade de intenso monopólio da propriedade territorial, a concentração da população no meio rural e a não construção de uma política de formação de cidadãos com acesso à universalidade dos direitos civis, políticos e sociais.

Diante desta nova ordem política a Constituição Brasileira de 1891 foi fundamental para estruturar o domínio governamental do Estado ao instaurar institucionalmente três aspectos fundamentais: a forma federativa de governo, em detrimento da Monarquia Constitucional Parlamentar (na qual não havia autonomia das províncias e das localidades), ou seja, a autonomia federativa dos níveis de federação (união, estado e município); o presidencialismo como forma de governo político; e o aumento da participação eleitoral por meio da democracia. Notadamente, cabe mencionar que se instituiu a partir desta conquista do federalismo como forma de Estado a autonomia do poder dos Municípios ao se tornar parte integrante da federação, e no âmbito do poder local, destaca-se a hegemonia dos coronéis.

A obra de Victor Nunes Leal – “Coronelismo, enxada e voto” – analisa o coronelismo enquanto fenômeno intrínseco à cultura política local com o surgimento do republicanismo, viabilizada por uma estrutura agrária inadequada em razão principalmente da concentração da propriedade rural. O coronelismo é compreendido como um sistema político que relaciona o poder público e o poder privado, utilizando-se do privilégio institucional de prerrogativas no

âmbito político, visto que os atores participantes “estendem-se” desde a base mais simples da sociedade, que é o trabalhador rural, até o Presidente da República.

Na visão de Vitor Nunes Leal, o que existe, na verdade, é uma composição hierárquica entre tal relação política construída em termos de instâncias de poder e de submissão em graus distintos, mas cuja finalidade de todas as partes é beneficiar-se conforme seu interesse. Muito embora isto não revele que todas tenham consciência de seu protagonismo dentro deste processo e nem que os interesses almejados sejam justos para a totalidade das partes envolvidas. “Coronelismo, que é o sistema de reciprocidade: de um lado os chefes municipais e os coronéis, que conduzem magotes de eleitores como quem toca tropa de burros; de outro lado, a situação política dominante no Estado, que dispõe do erário, dos empregos, dos favores e da força policial, que possui, em suma, o cofre das graças e o poder da desgraça” (LEAL, 1986, p. 43).

Para o autor, torna-se importante evidenciar que o sistema coronelista se estrutura se utilizando do aparato institucional e do prestígio de classe estabelecido socialmente na medida em que o poder público (compreendido no governo estadual e federal) compartilha com o poder privado (representado pelo coronel<sup>13</sup>) interesses comuns que assegura sua posição privilegiada no jogo político. Situação esta que se garante por meio da base desse sistema que é a submissão da população do campo, na qual se manifesta votando segundo as determinações do coronel.

O coronelismo, conforme preconizado pelo autor, assim encontra-se presente de maneira mais significativa no cotidiano da política interiorana brasileira, ao mesmo tempo, está entrelaçado às relações municipais. Mesmo com as variações regionais, podemos dizer que existem alguns traços gerais a respeito deste fenômeno:

[...] o coronelismo é, sobretudo, um compromisso, uma troca de proveitos entre o poder público progressivamente fortalecido, e a decadente influência social dos chefes locais, notadamente dos senhores de terras. Não é possível, pois, compreender o fenômeno sem referência à nossa estrutura agrária, que

---

<sup>13</sup> O termo coronel surge atribuído a um importante posto de oficial da Guarda Nacional, criada durante o Império no dia 10 de agosto de 1831 e extinta em 1918, cujo objetivo principal era coibir movimentos revolucionários através de um trabalho conjunto com o exército em busca de se pressionar também grupos sociais no sentido de aderirem aos interesses dos senhores de terras. Os mandatários locais ocupavam os principais postos e, com o passar do tempo, a patente de coronel deixou de ser exclusivamente uma designação militar para indicar o poder político dos chefes locais que, na maioria das vezes, também eram proprietários locais.

fornece a base de sustentação das manifestações de poder privado, ainda tão visíveis no interior do Brasil (LEAL, 1975, p.20).

Neste desiderato, se estabelece uma relação de disputa entre o coronel que tenta deter sob seu domínio de influência determinado conjunto de eleitorado que se encontra vinculado ao poder político e econômico socialmente e o protagonismo dos agentes sociais que participam dessa estrutura agrária que intentam conquistar benefícios materiais para que consigam enfrentar seus inúmeros problemas, principalmente o econômico, uma vez que as condições de vida no meio rural apresentam dificuldades básicas que comprometem até mesmo as condições a subsistência do homem no campo.

No entanto, a escassez do eleitorado rural não se trata apenas de ausência de recursos econômicos porque este se apresenta “(...) completamente analfabeto, ou quase, sem assistência médica, não lendo jornais, nem revistas, nas quais se limita a ver figuras, o trabalhador rural, a não ser em casos esporádicos, tem o patrão na conta de benfeitor. E é dele, na verdade, que recebe os únicos favores que sua obscura existência conhece” (LEAL, 1986, p. 25).

Em “Os Donos do Poder”, de Raimundo Faoro (1997), situa-se outra análise fundamental na interpretação do coronelismo. Este autor apesar de compartilhar das principais ideias de Vitor Nunes Leal sobre o tema, ao concebê-lo também como um sistema, demonstra que o coronelismo extrapola as relações rurais do trabalhador e o proprietário de terra, apontando a permanência do fenômeno mesmo com as mudanças impostas pelo processo de urbanização e de industrialização.

Neste ponto, Faoro (1997, p. 620), assegura que “os homens da cidade não exercem, na totalidade, funções urbanas. Com o predomínio das atividades da agricultura e da pecuária, há uma faixa instável, urbana [sic], caracterizando-se o corpo social pela influência de interesses rurais. Cidades que servem ao campo, embora isso não expresse o controle financeiro da lavoura pelas próprias unidades produtivas”.

Por outro lado, para que o coronelismo consiga persistir em meio às transformações socioeconômicas se faz necessário que existam determinadas condições básicas como dependência pessoal (através do fator de lealdade dos trabalhadores), relações de produção pré-capitalistas no campo, uma democracia representativa e eleições organizadas de modo a favorecer a classe dominante. Elementos sociais caracterizadores que não mais se configuram

em certa medida depois de 1930, uma vez que o novo contexto desponta condições de uma reorganização política e econômica, marcada pela presença mais próxima do governo na vida das pessoas.

Nesse sentido, o livro de Kerbauy (2000) “A morte dos coronéis”, elabora uma pertinente análise sobre as modificações que aconteceram nas relações e processos da política no âmbito local, especialmente depois das reformas político-partidária, administrativa e a configuração da sociedade inserida em novo cenário de urbanização na década de 60. Para tanto, repensa-se a tessitura do poder local frente à emergência de um novo tipo de política – estruturada socialmente pelas relações não mais de dependência pessoal para com o coronel. Mas marcada por dinâmicas societárias que perpassam a burocracia e estão atreladas aos instrumentos técnicos de auxílio à condução da ação política, seja na concessão de bens públicos ou na realização de obras de infraestrutura – e um novo tipo de político (o político moderno) que ganha destaque em detrimento do antigo coronel e de suas práticas políticas.

Diante do processo de urbanização, os meios de comunicação exercem um novo protagonismo na condução dos processos eleitorais no País à medida que se conforma uma nova ordem social com a constituição de um eleitorado não mais desprovido tanto de informação. O coronelismo se depara então fragilizado e busca novas formas de sobrevivência nesse meio municipal, o qual deixa de ser essencialmente rural e “isolado” para ser urbano e integrado através do crescimento industrial e da modernização do país.

Com base nisso, a conquista do poder local, anteriormente articulada através de processos políticos-eleitorais fundamentalmente baseados em práticas fraudulentas, que se estruturavam nas próprias instituições que colaboravam para o domínio político do coronel, começa a ser disputada de forma árdua e sob a ação dos partidos políticos. O ambiente agora é o da inserção dos partidos instituídos para a propositura de discussões ideológicas, a fim de assegurar-se a projeção particular dos candidatos e de seus esforços em construir sua imagem como defensores dos interesses comuns à sociedade, bem como de demonstrar sua capacidade de conquistar apoio dos grupos de pressão política e econômica.

O processo de redemocratização do País inicia um novo ciclo de profundas transformações sociais, exigindo dos atores sociais envolvidos politicamente não apenas projeção para alcançar o poder, pois é preciso ser um bom administrador. A política, portanto, torna-se uma atividade mais profissional e novos mecanismos surgem como forma de

dominação política em que alguns atores sociais são capazes de se adaptar às mudanças, usufruindo dos benefícios do clientelismo de massa (em detrimento das relações clientelistas calcadas nos laços pessoais entre as partes envolvidas), o burocratismo e o corporativismo (KERBAUY, 2000).

Desta maneira é preciso considerar que o clientelismo opera numa sociedade complexa como a brasileira através de um conjunto de redes personalistas as quais se estendem até os partidos políticos e burocracia. Por isso,

estas redes envolvem uma pirâmide de relações que atravessam a sociedade de alto a baixo. As elites políticas nacionais contam com uma complexa rede de corretagem política que vai dos altos escalões até as localidades. Os recursos materiais do Estado desempenham um papel crucial na operação do sistema; os partidos políticos – isto é, aqueles que apoiam o governo – têm acesso a inúmeros privilégios através do aparelho de Estado. Esses privilégios vão desde a criação de empregos até a distribuição de outros favores como pavimentação de estradas, construção de escolas, nomeação de chefes e serviços de agências, tais como o distrito escolar e o serviço local de saúde (NUNES, 1997, p.32).

Para o mesmo autor, as instituições estatais de alguma maneira terminam por incorporar em seus quadros esta cultura administrativa que caracteriza esse processo de troca de favores. A burocracia torna-se o instrumento primordial que mediante as ações institucionalizadas serve para inibir ou subverter os interesses tipicamente políticos do sistema partidário. Deste modo, as alternativas ao clientelismo, portanto, são o universalismo de procedimentos (buscando a impessoalidade na concessão de obras e verbas para projetos públicos nas cidades) e o insulamento burocrático.

Segundo a concepção de Nunes (1997), no âmbito municipal, as reformas político-partidária e administrativa promoveram a criação de uma administração pública mais racional e técnica sendo que os partidos políticos ganham destaque nas disputas eleitorais enquanto canalizadores de demandas sociais.

Os estudos desenvolvidos no período de redemocratização brasileira sobre cultura política com a utilização do trabalho de campo como método possibilitou, de uma maneira geral, demonstrar que as análises socioculturais foram fundamentais para a compreensão de que no processo de democratização as transformações de socialização não acompanharam necessariamente o sistema político-institucional, gerando-se regimes certamente mais instáveis e constituídos sem legitimidade consubstanciada aos anseios sociais.

Diante disso, podem instituir-se inconformidades entre a estrutura institucional vigente e o substrato cultural no âmbito da formação do sistema sócio-político, ou seja, relações de incongruências que desafiam a análise antropológica, sobretudo ao considerar o funcionamento do sistema político e dos indivíduos, especialmente dos grupos sociais no interior do sistema no qual estão inseridos.

Deste modo, os hábitos, os costumes, os rituais, símbolos, as instituições nos ajudam a pensar o exercício político no País, e no nosso caso, na dimensão local. As relações de amizades, familiares e patrimoniais são, entre outras, relações pessoais acionadas pelas pessoas nas suas escolhas políticas.

Tal afirmação nos abre o leque de possibilidades para compreendermos as concepções (representações) dos eleitores sobre as práticas políticas e sobre como se comporta o eleitor. Deste modo, dedicar-nos-emos a uma análise do processo eleitoral brasileiro que nos revelará a constituição estrutural e institucional do sistema político a partir desta perspectiva de sua formação social.

### **2.3. Evolução do processo eleitoral brasileiro**

Atualmente, o processo eleitoral é vivenciado no País como uma expressão de liberdade civil, podendo a sociedade definir os destinos políticos da nação através do voto. Um dos principais instrumentos democráticos instituídos para a escolha de representantes políticos ou para a tomada de decisões políticas importantes à vontade popular. No entanto, se observarmos atentamente a história da formação social do Brasil é necessário reconhecer que o País vivenciou experiências de instabilidade política com a instituição de regimes autoritários, repressivos e violentos até a estabilidade democrática.

No período imperial, somente cerca de 1% da população detinha acesso ao voto, uma vez que os menores de 21 anos, indígenas, mulheres, escravos, analfabetos, mendigos, bem como os membros do clero regular não votavam. Existia ainda um outro requisito econômico que impedia grande parcela da população de exercer seu sufrágio: era necessário auferir-se uma renda mínima de 1000 réis por mês, além de apenas o cidadão livre exercer o seu direito de votar, ou seja, eram excluídos do processo eleitoral os escravos. Deste modo, as condições socioeconômicas eram determinantes para o efetivo exercício da cidadania e participação política.

As eleições no Brasil, segundo Nicolau (2002), surgem regulamentadas por um código eleitoral de normas esparsas chamado Ordenações do Reino, elaborado por Portugal no final da Idade Média e utilizado até 1828. No entanto, o uso deste sistema normativo no País somente foi adotado uma única vez na ocasião em que o povo teve de votar pela representação de nacional junto à Corte portuguesa. Por determinação de D. Pedro I, a primeira legislação eleitoral foi escrita em 1822 com a finalidade de regulamentar a eleição de uma Assembleia Geral Constituinte e Legislativa. Somente em março de 1824, quando foram realizadas de fato eleições, D. Pedro promulgou então a nova Constituição.

Quase 30 anos depois, em 1855, a Assembleia Legislativa finalmente decide elaborar um decreto conhecido por Lei dos Círculos, estendendo-se o voto por distritos ou círculos eleitorais. Porém, o Imperador revogou este sistema normativo eleitoral logo após as eleições, influenciado pelas inúmeras críticas no que tange ao enfraquecimento dos partidos políticos, que até então reinavam com soberania, ou seja, com pleno poder de atuação e mando político por todo o território.

A Lei de Círculos foi instituída estabelecendo em seguida eleições de três Deputados por distrito. Novas exigências legais previam como condição para disputar as eleições para Deputado que as autoridades se desincompatibilizassem de seus cargos com seis meses de antecedência das eleições. Essa lei foi substituída quinze anos após sua implantação pela chamada Lei do Terço, a qual determinou que as eleições se configurariam por províncias para a escolha de Deputados à Assembleia Geral e para a disputa dos membros da Assembleia Legislativa. As coligações ou partidos vitoriosos teriam direito a preencher dois terços dos cargos e o restante seria ocupados por partidos minoritários.

Outra mudança acontece em 1881 com a introdução no mundo jurídico da chamada Lei Saraiva que estabelecia eleições diretas e também o voto secreto. Neste período inclusive se utilizava um título de eleitor com requisitos obrigatórios de identificação pessoal, constando nome, filiação, nascimento, profissão e estado civil. Neste modelo de título não havia fotografia, uma forma importante de controle à época que inclusive nos dias de hoje ainda não é exigida.

Em 1889, a queda da monarquia, apesar de não se caracterizar como uma revolução especificamente popular retratou-se mais como um golpe de estado organizado por militares altamente descontentes com a indiferença do Imperador em relação ao exército e a primazia

que o mesmo concedia aos “doutores” em detrimento dos “coronéis”, de modo que se consolidou um profundo descontentamento das classes dirigentes com a família real.

A respeito de tal querela, assegura Lambert (1971, p. 224) sobre a queda da monarquia assevera que,

com a Proclamação da República tendo caído nas mãos de aventureiros militares, o Brasil atravessou alguns anos de ditadura e perturbações, mas, desde 1894, recuperou, sob o regime republicano, um equilíbrio político que conservou até 1930. A estrutura da sociedade não mudou e nem foi introduzida a verdadeira Democracia, mas na República como no Império, continuou o regime de representação dos Senhores.

Nicolau (2002) postula que com o advento da Proclamação da República nem todos os cidadãos podiam votar: menores de 21 anos, mulheres, analfabetos, entre outros. O voto não era secreto, o que fazia com que muitas pessoas que possuíam o direito de votar se sentissem coagidas, justamente por serem expostas aos outros membros da comunidade local por pessoas de maior prestígio político e econômico. Embora se possam apreender algumas novas características: extingue-se a exigência da renda, o voto e o alistamento não é obrigatório e se tem mudanças na maneira de se alistar, que se torna mais exigente. Duas características eleitorais no sistema político nos despertam a atenção na Primeira República, especialmente no ano de 1904: o voto cumulativo, isto é, votar no mesmo candidato várias vezes e o mecanismo de voto secreto e voto descoberto:

O eleitor apresentava duas cédulas que deviam ser assinadas perante a mesa eleitoral. Depois de datadas e rubricadas pelos mesários, uma cédula ficava na urna e a outra ficava em poder do eleitor. Com isso, as lideranças já tinham um controle estrito do voto dos eleitores, pois podia-se exigir destes a cédula como prova do voto dado” (NICOLAU, 2002, p. 33).

Nesse período o processo político era marcado pelas fraudes, sem que existisse uma composição social conformada de acordo com os imperativos da legislação eleitoral, por conseguinte o comportamento dos cidadãos não acompanhava as rápidas alterações do sistema normativo da época. Nicolau (2002, p. 34), observa que o processo eleitoral é “viciado pelas fraudes em larga escala”. Então é preciso reconhecer que as fraudes instalavam-se em praticamente todas as fases do processo eleitoral, destacando dois principais instrumentos: bico de pena e degola; um consiste na alteração de datas feitas pela mesa eleitoral e o outro trata da ausência de reconhecimento dos diplomas dos parlamentares.

A prática de fraudes eleitorais era tão comum que alguns presidentes chegaram a se eleger com 98% até 99% dos votos, como no caso de Washington Luís e Rodrigo Alves. O pequeno número de eleitores e a facilidade de acesso às cédulas eleitorais que poderiam ser manuscritas ou recortadas de jornais, tornavam-se fatores que facilitavam a promoção indiscriminada dessas fraudes.

A República se caracterizará como um período de perdas e a concepção sobre o voto era negativa de maneira que o eleitor era considerado como “desinformado, dependente e como meio de adquirir benefícios para a elite política” (NICOLAU, 2002, p. 36). Destacam-se a tudo isso os baixos índices de descomprometimento com o período eleitoral justificado pela grande ausência dos cidadãos para votar. Além disso, a classe feminina também era excluída e somente conseguiu garantir seu direito ao voto em 1932, porém a primeira participação das mulheres em eleições acontece em 1935.

Justamente com essa conquista das mulheres, no mesmo ano, criam-se a Justiça Eleitoral, os Tribunais Regionais Eleitorais e o Tribunal Superior Eleitoral, marco importante na evolução institucional e eleitoral do nosso País. O alistamento também assume características diferentes com o Código Eleitoral na década de 30. É realizado por iniciativa do cidadão ou automaticamente. Ocorreram mudanças no sistema de votação, introduziu-se a prerrogativa institucional do sigilo do voto aperfeiçoada por duas medidas importantes: a obrigatoriedade de um envelope oficial e a requisição de um lugar indevassável na hora do sufrágio (GONDO & MANHANELLI, 2007).

O processo eleitoral brasileiro consolidou-se a partir de 1932<sup>14</sup> quando o Código Eleitoral implantou no País o voto obrigatório, tornado norma constitucional em 1934 para buscar-se garantir a legitimidade representativa no âmbito político e consequente ampliação da participação popular nas eleições. Como afirma Brasil (1931, p. 31), “é conveniente ao interesse social que todos os cidadãos capazes se inscrevam eleitores e votem”; completando em seguida que “não são inócuas nem desprezíveis certas providências legais, tendentes a fazer com que a totalidade dos cidadãos se aliste e vote”.

Em 1937, o então Presidente Getúlio Vargas, após o golpe civil, criaria o Estado Novo e fecharia o Congresso, abolindo através da Constituição de 1937, a Justiça Eleitoral dentre os

---

<sup>14</sup> É necessário reconhecer que com a criação do Código Eleitoral de 1932 instituiu várias modificações no processo político e eleitoral brasileiro na tentativa de se moralizar o processo eleitoral e acabar com o controle pela política local, já que toda centralização se daria pela Justiça Eleitoral.

órgãos vinculados ao Poder Judiciário. Resultando no fato de que durante alguns anos o brasileiro não foi às urnas, período marcado por um centralismo político.

Em 1937, no momento em que os poderes presidenciais iriam expirar, sem que a Constituição permitisse que se lhes solicitasse o prorrogamento, Vargas com o apoio do Exército deu um golpe de Estado, o qual, não encontrou qualquer resistência, e decretou então a nova Constituição, que transformou em verdadeiro ditador e cuja aplicação foi sempre adiada a fim de dar ao Chefe de Estado maior liberdade de ação (LAMBERT, 1971, p. 262).

A pressão pelo retorno da democracia foi também significativa após a 2ª Guerra o que leva Vargas a convocar eleições através de organizações partidárias; e em 1945, o general Dutra é eleito, por cédulas produzidas pelo próprio partido; o que muda em 1955 quando a Justiça Eleitoral produz as cédulas e se começa a exigir fotos, como maneira de barrar as fraudes; para além deste exercício, institui-se o voto por seção.

Em 1964, com o golpe militar, impede-se o voto direto para Presidente da República e foi um tempo forjado pela censura à imprensa, as artes e a livre manifestação dos cidadãos. Na década de 70 foi sendo minada, pouco a pouco, a influência dos militares na política, bem como a extinção do bipartidarismo, já se podia votar em Prefeitos e Senadores, exceto em capitais.

Em meados da década de 80 acontece no Brasil um grande movimento de protestos reivindicatórios de mais liberdade civil e autonomia política, quando em abril de 1984 milhões de brasileiros protagonizam expressiva mobilização popular no País em prol das eleições diretas. A história política brasileira marcada profundamente por instabilidades através de golpes, deposições, repressão e autoritarismo, gestava em seu próprio âmago, uma sociedade capaz de mobilizar-se e unir forças para reivindicar o direito de eleger o Presidente da República.

Foi um evento que demonstrou a capacidade de articulação política e social da população que permitiu fortalecer a formação da opinião pública um pouco mais atenta às questões políticas. Com efeito, a redemocratização no Brasil referendou a obtenção do poder político legítimo no contexto democrático representativo de um eleitorado de massas que permitiu substancialmente vincular os cidadãos às arenas públicas de tomadas de decisões.

Essa mobilização popular ficou conhecida como “Diretas Já”. Ocasão em que a população e vários seguimentos de organização civil se uniram e saíram às ruas em protesto

pela realização de eleições diretas para Presidente. O que não se deu de fato, pois o Congresso Nacional não aprova o Projeto de Lei do Deputado Federal Dante de Oliveira. Por um colégio eleitoral no Congresso Nacional, o Presidente da República, Tancredo de Almeida Neves, acaba sendo eleito de forma indireta.

Somente em 1985 uma emenda constitucional restabelece eleições diretas para as prefeituras de cidades consideradas como área de segurança nacional pelo Regime Militar. Podiam votar maiores de 16 anos e pela primeira vez na história da República, analfabetos. A primeira eleição direta para Presidente da República apenas acontece no ano de 1989, com a inscrição de 23 candidatos, saindo vitorioso o candidato Fernando Collor de Mello (PRN), sofrendo dois anos depois de assumir a Presidência, o processo de *Impeachment*, mesmo tendo renunciado ao seu mandato.

A década de 90 enseja relevantes mudanças quanto ao voto: as urnas eletrônicas são utilizadas em 1996 nas eleições municipais e em 2000 em todo País. Busca-se assegurar mais efetivamente a integridade do processo político durante as campanhas eleitorais no Brasil, o que de fato representou significativo avanço tecnológico, facilitando ao eleitor o voto e acelerando de maneira notável o processo de apuração. Ainda no intuito de aumentar a segurança no sistema, a Justiça Eleitoral adotou a urna biométrica, visando possibilitar maior lisura, transparência e segurança no processo de votação e apuração (GONDO & MANHANELLI, 2007).

No plano político-institucional diversos setores da sociedade civil brasileira uniram-se com o objetivo de punir os políticos que malfadaram a administração pública, aumentar a idoneidade dos candidatos e combater a corrupção ao criar, recentemente, a lei da Ficha Limpa. Originada de um projeto de lei de iniciativa popular, idealizado pelo juiz Márlon Reis, além de outros juristas, reuniu cerca de 1,6 milhão de assinaturas com a finalidade de aumentar a idoneidade dos candidatos. Foi aprovada no Congresso e sancionada pelo Presidente Lula em pleno ano eleitoral, em 2010.

Nesse cenário marcado por períodos conturbados e polêmicos segmentados considerando avanços, limites e retrocessos, interessa-nos pensar o processo político e eleitoral brasileiro em meio às relações estabelecidas diante da formação de nossa cultura pela introdução de posturas ilegais ou práticas corruptas e o mercantilismo do voto, aparentemente tão naturalizadas pelos eleitores e candidatos. Em outras palavras, a política deve ser pensada

a partir das práticas cotidianas das pessoas, de seus hábitos e crenças, e suas redes de relações. Trata-se, pois, de

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).

Segundo Barbosa (1988), o universo da disputa política é vivenciado pelas camadas populares como o espaço em que os eleitores aspiram por um político ideal, uma vez que, segundo defende o autor, o voto do indivíduo pobre em um político que se personifica, caracteriza-se como um voto consciente. Segundo Sartori (1994), os eleitores buscam, em conformidade com seus desejos, identificar o bom político a partir da imagem subjetivamente construída no seu quadro de referência valorativa e simbólica, fazendo-se valer da percepção do mundo político para decidir o seu voto em função dos recursos que dispõem.

Neste sentido, cumpre mencionar que a ênfase analítica buscará compreender a política a partir de uma abordagem na qual o ato de votar pode e deve ser pensado no contexto das interações e negociações construídas subjetivamente, privilegiando o período eleitoral instalado no País antes e durante as eleições de 2014. Com efeito, é preciso compreender que para a maior parte dos eleitores, a política no País não é tida como um evento atrelado à estrutura institucional de representação política, mas como um espaço condicionado a disputas pessoais e interesses particularistas.

Conforme preceitua Abélès (1997), a antropologia não tem como finalidade apenas criticar as práticas políticas, porém fundamentalmente entender a maneira pela qual as relações de poder emergem mediante uma situação determinada, podendo adquirir significado para os atores sociais. Neste esforço, é importante perceber que o estudo de sociedades e relações sociais é estreitamente ligado à temática das relações de poder.

Cumpramos considerar que a sociedade é heterogênea, constituída por redes sociais que sustentam e possibilitam múltiplas percepções da realidade cultural, de modo que o mundo da política não pode ser considerado um dado *a priori*, mas que precisa ser investigado e definido consoante as formulações e os comportamentos dos atores sociais inseridos em contextos particulares.

Interessa-nos, portanto, compreender como o processo político eleitoral no Brasil foi constituído por posturas ilegais, estabelecidas através de uma interação social seja por parte de candidatos, ou por parte de eleitores, configurando o cenário político-eleitoral através das práticas de violência e corrupção. Este processo configura condutas como procedimentos aceitos no âmbito das práticas políticas. Práticas estas que parecem ter sido naturalizadas e, quando investigadas, têm suas explicações negativadas: ausências, perdas, apatia.

Desse modo, a política deve ser pensada para além de suas instituições, seus partidos e fragilidades porque é na experiência das relações construídas entre os atores sociais envolvidos que procuramos observá-la refletida juntamente com a observação das ações, relações e interações dos indivíduos que atuam na sua construção.

Distintamente das abordagens da Ciência Política, não analisamos a política enquanto evento a partir da institucionalização do poder nos organismos sociais e perspectivas institucionalizadas, porém objetivamos apreendê-la por meio do que as pessoas dizem e fazem com ela, como a entendem, qualificam e a significam (MAGALHÃES, 1998). Entretanto, entendendo que é preciso manter-se um profícuo diálogo entre estas abordagens. E mais, permite-nos voltar um olhar para parte constituinte desse processo, que é o eleitor, e que ficou, de certa maneira, a margem nas abordagens anteriores.

Neste sentido, também nos acostamos numa abordagem sociológica que nos situa à compreensão dos estudos e análises já realizados acerca da política, bem como sobre a cultura política do nosso País. Uma cultura política que tem sido marcada por transformações e por um comportamento eleitoral que entrelaça dois condicionantes basilares na composição do voto: as motivações e as relações de sociabilidade.

Diante disto, Brasileiro (2012) passa a permitir o entendimento deste contínuo entre as motivações e as relações de sociabilidade quando aponta Caniello (2001) acerca do *ethos* brasileiro, que também nos servirá de guia para perseguir e analisar os laços de sociabilidade nas relações no período eleitoral. Em sua empreitada teórica e metodológica nos detemos sobre o seu movimento dialético entre agência e estrutura amplamente discutida nas Ciências Sociais. Trazer o estudo sobre o comportamento eleitoral sob estes condicionantes nos orienta a sinalizar e priorizar no nosso exercício dois movimentos: (1) as motivações enquanto agência e as relações de sociabilidade (2) enquanto a estrutura que ambientam estas escolhas.

Cabe-nos incorporar a revisão proposta por Caniello (2001) não nos interessando dicotomizar agência e estrutura, mas compreender uma transição entre estas duas instâncias para tentar percebê-las num contínuo. Entendemos que a escolha de cada cidadão em votar é pessoal e intransferível. Entretanto, cada escolha implica em um conjunto de ações e motivações ambientadas socialmente que orientam os eleitores a tomarem esta ou aquela decisão. São nas falas, condutas, símbolos e concepções que os eleitores têm sobre si e sobre os outros que objetivamos articular também a nossa discussão. Pois, tomamos o voto e a política a partir de “sua inserção e significado *sociais*” (KUSCHNIR, 1996, p. 196).

Neste intento, perseguindo os passos de Brasileiro (2012) importa-nos tentar descobrir os vetores determinantes na escolha de quem votar. Caniello (2001, p. 14) sugere-nos em sua perspectiva teórica que as ações são mediadas por componentes subjetivos, destacando três: *padrões racionais, códigos de conduta e princípios de pertença*.

O indivíduo age a partir de uma dialética, nem sempre conscientemente operada, entre parâmetros racionais, códigos de conduta e princípios de pertença, e consideramos esses três fatores da ação como vetores de um contínuo entre o “eu” e o “nós”, cuja *força* de determinação variará de acordo com o contexto no qual a ação esteja ambientada (CANIELLO, 2001, p. 15).

Seguindo esta orientação podemos situar os componentes subjetivos numa relação dialética entre: (a) cálculos, desejos, crenças, oportunidades e possibilidades; (b) padrões éticos e/ou desiderato moral de uma sociedade e (c) pertença a uma comunidade. (CANIELLO, 2001). Para além de pensar os componentes subjetivos que podem orientar as ações dos indivíduos, também se faz necessário ambientá-la, situá-la em contextos.

Tratamos o voto também enquanto ação de escolha orientada por interações sociais que pode ser considerado como fruto também de uma ação coletiva, de uma relação complexa e dinâmica que emergem das redes sociais (pessoais e institucionais), de pessoas que interagem e se influenciam. São estas relações de sociabilidade que constituem no nosso entender a relação dialética entre a agência e a estrutura.

No Brasil, diante de nossas considerações históricas apontadas no âmbito do processo político e eleitoral se pode depreender que ainda persistem resistências em se estabelecer uma ordem institucional de caráter impessoal. Uma vez que as relações interpessoais que consubstanciam a vida doméstica nos forneceram o modelo obrigatório da composição social,

de modo que se conforma certa dificuldade de se instituir um sistema político baseado em orientações puramente racionais.

No Brasil, são raros os momentos em que se tem um sistema administrativo e um corpo de funcionários puramente dedicados a interesses objetivos. Ao longo da história o que se viu é o predomínio das vontades particulares ambientadas em círculos fechados e pouco acessíveis a uma ordenação impessoal (HOLANDA, 2005, p. 106).

Desta feita, a experiência democrática no Brasil nos remete a compreensão de que as ambições particulares se transferem também para o desenvolvimento do aparato institucional, tratando-se de um modelo híbrido, ou seja, o desempenho da administração pública e a política se perfazem entre o pêndulo razão e emoção, que se compõem como ingredientes que permeiam as escolhas e relações na sociedade.

Para Holanda (2005), essa relação entre público e privado se processa através da noção de cordialidade e intimidade que passam a ser traço distintivo do caráter brasileiro, o *jeitinho* brasileiro. O *jeitinho*<sup>15</sup> aparece como uma maneira de driblar os trâmites, isto é, funciona como uma ruptura com as formas racionalizadas. Diante disto, faz-se sentido entender um processo político, cujo sistema eleitoral encerra-se permeado por práticas patrimonialistas que tem como distintivo a cultura de apropriação do público pelo privado e que persiste até os dias atuais com as renovações das práticas.

Faoro (1997) neste aspecto é enfático no seu posicionamento quando afirma que o Brasil, historicamente, herda uma imagem capitalista e liberal, mas não consegue superar o patrimonialismo que é traço característico de nossa sociabilidade nacional, por pressuposto a sociedade não é independente, pois é a política que dita a sua conduta. Não há uma sociedade civil estruturada e atuante, é o poder público que dita os rumos da mesma.

O Estado na visão do autor sufoca a sociedade brasileira porque se torna “o pai da prosperidade” enquanto a base institucional e política para o desenvolvimento do capitalismo brasileiro, implementando-se sob a herança patrimonialista. Construção histórica fruto do desdobramento da colonização ibérica no Brasil, servindo o aparato estatal de estrutura centralizadora desta política econômica que assegura a mesma ordem através de estamentos que cresceram e se tornaram visíveis, mas sem quebrar a ordem patrimonial.

---

<sup>15</sup> Roberto DaMatta (1997) situa a expressão “Você sabe com quem está falando?” contrária a do *jeitinho*, evidenciando uma oscilação entre a cordialidade e a hierarquização social presente na sociedade brasileira. Para tanto, faz a distinção entre indivíduo e pessoa; entretanto acentua a relação dialética entre elas, evidenciando a importância teórica das duas categorias para o entendimento da sociedade brasileira.

Com isso, depreende-se que a interpretação acerca das deficiências tanto do Estado como da formação social brasileira podem ser descobertas a partir de uma análise de sua própria formação histórica, especialmente de seu passado colonial brasileiro. A análise deve perseguir as raízes históricas que desvencilham um ponto extremamente relevante: a indissociabilidade dos bens públicos e dos bens privados no Brasil. Além disso, demonstra que a composição orgânica no País foi forjada por significativa presença do Estado atuando na regulação política e econômica na vida dos indivíduos, disseminando relações de poder, calcadas na ideia de “imposição de uma vontade sobre a conduta alheia” (FAORO, 1997, p.46).

Essa maneira de conceber a política brasileira a partir de uma ordem patrimonialista, personalista e clientelista pode ser, atualmente, verificada ainda presente na seara do acionamento das relações, sobretudo, políticas, transmudando-se por meio do jeitinho brasileiro que termina por operar sob novas formulações do período colonial aos dias atuais, bem como as práticas de corrupção.

Diante disto, ao fazer uma análise das relações clientelistas e da corrupção no Brasil contemporâneo, Martins (1994), destaca momentos históricos do País com a presença contumaz de práticas ditas corruptas. Para este autor a definição da corrupção prenuncia a força e a fragilidade de um Estado que se sustenta basicamente com esta contradição: as relações dos interesses pessoais e concepções tradicionais e modernas. Observa que desde o período colonial não se tem a clareza da distinção entre os espaços público e privado:

A tradição de um sistema político baseado na confusa relação do patrimônio público e do patrimônio privado tem sido a base a partir da qual essa relação foi dando lugar a procedimentos que começam a ser classificados como corruptos (MARTINS, 1994, p. 40).

Embora considerando a análise realizada por estes autores em nosso entender esta distinção não pôde ser apreendida até os dias atuais. Isto porque não nos filiamos à compreensão da definição de corrupção esboçado enquanto um exercício acabado, tratado como um dado a priori. Tampouco é nosso objetivo. Mas, pode-se encontrar variadas e diferenciadas abordagens sobre a temática em diversos escritos.

Por pressuposto, aceitamos as considerações de Bezerra (1995) ao discutir acerca do direcionamento nas abordagens sobre a corrupção, assegurando que o tema da corrupção acabou por muito tempo analisada como um problema de ordem moral com a finalidade de se

destacar o caráter desviante e ausência de ética. Segundo Bezerra, priorizar estas abordagens deixa à margem as contribuições institucionais, históricas e culturais que poderiam ampliar o estudo da existência e atualização das práticas entendidas como corruptas.

Embora não nos interessa deter-nos ao estudo tão somente destas práticas, não poderemos deixar de adentrar nesta temática, uma vez que entendemos a importância de destacar a visão dos eleitores acerca do que eles entendem enquanto uma prática corrupta. O que podemos ressaltar é o direcionamento teórico que nos leva a ampla reformulação de práticas de conquista de votos, a exemplo da compra de votos, que pode ser entendido por alguns como prática corrupta ao tempo que também pode justificar uma escolha racional.

Barreira (2006) ajuda-nos a pensar as reformulações destas práticas de conquistas. Para tanto, retoma a discussão histórica e informa que em 1932 é aprovado o primeiro Código Eleitoral, com uma série de inovações no processo político na tentativa de coibir as práticas fraudulentas, a exemplo do voto de cabresto. Contudo, o que o autor tenta destacar é a busca pela adesão do eleitor e do seu voto que se transmuta historicamente ao se modernizar, o que torna o processo mais tênue pela capacidade de se camuflar as práticas diante das novas exigências legais e repressão estatal.

Neste desiderato, a reprodução dessas práticas fraudulentas e corruptoras pode ser dividida em dois grandes períodos históricos: (1) predomínio de práticas fraudulentas entre os Séc. XVIII e início do Séc. XIX, caracterizadas pela ameaça física e fraudes nas urnas eleitorais. Ocasão em que se tem o eleitor como “peça decorativa”, sem liberdade, num processo onde a democracia é representativa, não havendo a barganha do eleitor. Neste primeiro momento as práticas políticas sofrem alterações na eleição entre eleitores e representantes ao se diminuir as práticas intimidatórias; contudo, reforçam-se as trocas de favores; (2) através da obtenção do título do eleitor reforça-se a participação dos benfeitores de uma forma lícita e ilícita.

Porquanto, o processo político eleitoral é momento de se formarem alianças e construírem-se laços que intencionam tirar proveitos das circunstâncias que o período, especificamente, na época da campanha fornece ao eleitor e aos candidatos viabilizarem acessos para as aquisições. É o momento oportuno no qual os atos e interações entre candidatos e eleitores ganham mais visibilidade.

As promessas são feitas na busca de obtenção do voto quando se antecipa e se propicia mais abertura de espaços com frequência para práticas de corrupção eleitoral, além de se destacarem as novas estratégias e táticas utilizadas na política atual. No “tempo da política”<sup>16</sup> tornam-se importantes a visualização das estratégias de eleitores e candidatos na conquista do voto de modo que intrinsecamente integra-se a este fato a ocasião em que os políticos invadem as ruas e se inserem à procura do povo, o que se permite caracterizar seus passos e perseguir suas intenções.

Assim, a cidade torna-se o cenário de construção social de diversas “arenas” de disputa eleitoral, que se tornam como que espaços, algumas vezes territoriais e muitas vezes simbólicos na busca da conquista do eleitor. Um ambiente em que as estratégias são traçadas pelos candidatos para se conseguir mais proximidade aos eleitores na tentativa de atraí-los ao campo de suas aquisições políticas. O eleitor neste processo de disputa procura analisar suas condições e possibilidades de consolidar uma relação eleitoral aos propósitos políticos de determinado candidato.

No capítulo seguinte, dedicar-nos-emos à construção do objeto de pesquisa que se insere no contexto da campanha eleitoral de 2014, oportunidade em que se tornou possível etnograficamente realizar entrevistas com eleitores afogadenses, a fim de se tentar compreender suas motivações e decisões eleitorais no ocaso deste tempo marcado por relações sociais específicas de negociações e acomodações de interesses políticos.

---

<sup>16</sup> Os antropólogos Palmeira e Goldman (1996) afirmam que a política ainda é comumente pensada e limitada a um tempo determinado, caracterizado como “tempo da política”, que é o tempo onde se decidem as facções, período das determinações jurídicas, dos limites impostos aos candidatos, as suas ações e estratégias diante da Campanha eleitoral.

### III CAPÍTULO

## 3. A DISPUTA ELEITORAL E AS MOTIVAÇÕES SOBRE O VOTO

### 3.1. O “tempo da política” na campanha eleitoral

Na cidade de Afogados da Ingazeira para se falar em eleição faz-se necessário remeter-mo-nos à compreensão de fato social que mobiliza sobremaneira, a sociedade e a cultura local, de modo que podemos afirmar que a campanha eleitoral, ou o “tempo da política” constitui-se a partir de um marco temporal peculiar da vida social, bem como “demarca cortes na sociedade”, consoante as condições de adesão ou não a uma determinada candidatura (BONELLI, 1996).

Por isso, o chamado “tempo da política” é o momento circunstancial que de pronto remete às atividades durante o processo eleitoral. Constitui-se, neste sentido, somente a um lapso temporal bem específico e especial ao representar “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).

No período demarcado durante o processo eleitoral presidencial de 2014, foram viabilizadas novas estratégias que consolidam as relações sociais no âmbito político e social entre candidatos e eleitores. Trata-se de uma época em que se permite engendrar mudanças, instituírem-se novos arranjos na sociedade, período em que nos debruçamos na pesquisa de campo percorrendo os bairros afogadenses, a fim de analisar o comportamento do eleitor.

Segundo Barreira (2006), o período é configurado por atos que definem a campanha eleitoral enquanto ritual, que se tornam traços articuladores das disposições que caracterizam as relações de proximidades entre o que se definem como os atos da política e os eleitores. Por conseguinte, os atos de campanha possibilitam a apresentação de concorrentes, bem como redefine os pactos sociais que dão legitimidade aos princípios de representação política.

É um período estratégico em que se consegue aproximar aqueles que são tidos como inacessíveis e distantes. Enquanto considerado ritual político permite-se que evidenciem as diferenças, mas também torne viável a congregação destas diferenças, constituindo-se em um elemento preponderante para se compreender as representações sobre a política. Neste

desiderato, nosso intento é destacar esse tempo como oportuno e marcante para as acomodações e instituição de arranjos políticos, sobretudo enquanto reveladores de mais um elemento que ambienta a escolha do voto.

É preciso então perceber-se como é vivenciado o “tempo da política” na cidade de Afogados da Ingazeira. E quais atitudes políticas se desenvolvem em meio ao processo político. Nesse sentido, é possível depreender-se que é uma oportunidade em que o povo se torna o principal alvo dos candidatos na conquista por seu voto. Cada cidadão ganha importância no contexto político, momento em que a cidade transforma-se uma grande arena de disputa pelos candidatos que se viabilizam das inúmeras estratégias para pessoalmente entrar em contato com o cidadão, sobretudo, de olho inclusive em suas redes de sociabilidade. Isto porque é um período profundamente marcado por novos arranjos de sociabilidade, uma vez que a população experiencia as eleições enquanto principais protagonistas nesta busca incansável pela procura do voto. Ou seja, ao candidato interessa se utilizar os mais variados métodos possíveis e artimanhas necessárias para alcançar o maior número de eleitores que possam aderir à sua campanha.

Nosso primeiro contato no bairro Izídio Leite foi construído a partir de uma inserção em campo ao participar de um evento público, uma passeata na feira central da cidade. Antes disso, passei diretamente no comitê local do presidenciável Eduardo Campos, patrocinado pela Coligação Frente Popular afogadense, com a participação da liderança do Prefeito Municipal José Patriota e várias agremiações político-partidárias. Nossa curiosidade era perceber a movimentação dos simpatizantes da campanha eleitoral e começar a inserir-mo-nos no contexto político da cidade, agora como um pesquisador comprometido com a imparcialidade ou equidistância na análise dos fatos sociais e comportamentos eleitorais.

Muita movimentação e grande número de correligionários aglomerados se posicionavam para seguirem na caminhada da “vitória”. Foi quando percebemos um adolescente em meio a um grupo de pessoas discutindo a campanha eleitoral e o processo político da cidade. Aos poucos nos aproximamos de um grupo de cinco jovens, que não se recusaram a nos convidar a participar da conversa, mas a passeata prosseguia e nossa inquietação era poder perder um dos primeiros contatos de nossa pesquisa.

No decorrer da passeata festiva, alguns dos principais candidatos a deputados estaduais e federais marcaram presença, cogitava-se também a presença de Eduardo Campos,

que deveria chegar advindo da região de Petrolina. Como a agitação tomava conta da cidade, decidimos que estrategicamente aquele momento não seria o mais adequado para se realizar uma entrevista, mas que seria importante não perder a oportunidade para viabilizar contatos. Assim, pensamos em nos aproximar do jovem Sebastião Oliveira em um dos momentos oportunos, quando chegava o fim do evento público, após os principais candidatos percorrerem várias ruas do centro da cidade em direção à feira central, próximo ao mercado público municipal.

Ao nos apresentarmos como um cidadão afogadense e crítico do processo eleitoral brasileiro ganhamos a simpatia do jovem que se apresentava com interessante desenvoltura na análise política. Nesta ocasião, perguntamos se era possível debatermos um pouco mais atentamente as questões levantadas por ele sobre a política local, considerando a campanha em âmbito nacional. Surpreendentemente, fomos convidados, de imediato, a nos dirigirmos à sua residência para podermos conversar mais detidamente sobre os assuntos em pauta.

A caminhada seria longa até o bairro Izídio Leite em pleno sol do de uma hora da tarde, mas estávamos decididos que não perderíamos a oportunidade de realizar nossa entrevista. Trata-se de um bairro de periferia da cidade, sem disponibilizar de atendimento adequado à população com os serviços básicos de saúde, educação e lazer. São informações que na introdução de nossa conversa foram disponibilizadas pelo jovem que em sua residência parecia estar aberto ao diálogo, sentindo-se confortável em fornecer informações sobre sua localidade e política local.

Após uma breve explanação sobre a realidade do bairro, começamos a indagar-lhe sobre o significado da importância do voto, além do processo eleitoral na cidade. Acreditamos que era chegada à ocasião de inserir o eleitor no roteiro de nossas entrevistas após perceber que ele já se encontrava em condições de objetivamente responder nossas questões passado o momento de euforia com a sua participação no evento político e com a nossa chegada. O voto e as eleições neste sentido foram analisados como uma oportunidade de participação do cidadão no processo democrático de poder melhorar as condições de vida da população brasileira.

Observamos que o voto, no interior pernambucano, principalmente em se tratando da realidade local pela análise da realidade do bairro, no período eleitoral, torna-se muitas vezes “moeda de troca” diante das condições sociais da população mais pobre; ou seja, segundo o

informante, o processo eleitoral somente é vivenciado pelo povo durante a campanha porque é o momento no qual o povo consegue tirar algum proveito em benefício próprio. A liberdade do poder de decidir do cidadão fica mitigada diante das estratégias de conquista do voto pelos candidatos no tempo da política, uma vez que o poder econômico influencia nos rumos eleitorais pela desenfreada compra de votos nos bairros periféricos.

As campanhas eleitorais podem ser pensadas como um “espetáculo das negociatas” entre candidatos e eleitores, considerando a realidade local de seu bairro e da cidade em geral. Toda a estrutura de campanha é montada para a finalidade de se viabilizar as condições de reprimir as ações dos candidatos na “compra do voto”, porém o eleitor tem a impressão de que para o povo eleições é a grande oportunidade de tirar proveito, conseguir benefícios ou mesmo ampliar os já conquistados. O processo eleitoral, portanto, foi compreendido como um sistema corrompido pela força de influência do poder econômico na decisão eleitoral.

Apesar de consentir sem rodeios sua visão pessimista do processo político, acredita que é um dos únicos meios mais adequados de se conseguir mudar a realidade social e econômica do País. Entretanto, considera que o afogadense aos poucos começa a despertar a consciência de que é preciso rever seus valores políticos que definem o perfil de escolha de seu candidato, pois atualmente o povo tem mais condições de fazer essa avaliação. Através da ampliação do acesso à informação por meio dos meios dos inúmeros veículos de comunicação, principalmente do ciberespaço, os eleitores tem como adquirem mais informações, por conseguinte melhorar seu arcabouço ideológico para decidir sobre suas opções políticas.

Contraditoriamente, embora considere que a formação educacional influencie na capacidade de discernimento do eleitor, afirma que existem pessoas que mesmo não tendo escolaridade adquire com a experiência de vida grande capacidade para compreender o processo eleitoral e não se render à lógica da compra de voto. Porém considera essa possibilidade uma exceção, sendo poucos os cidadãos que de fato se detém a valores que transcendem à negociação econômica de seu voto. Através de suas colocações percebe-se que o “tempo da política” afogadense é vivenciado intensamente pelos cidadãos, além de se desenvolverem atitudes políticas estratégicas de negociações acionadas tanto por eleitores como por candidatos, como podemos identificar no depoimento descrito:

Olha é o momento que movimenta muito a cidade... Nunca vejo tanta gente

nas ruas e conversando nas calçadas. É interessante você vivenciar porque é um período que nós experienciamos profundamente... Pelo menos eu! Acredito que muita gente também. A cidade vive o clima da política todo dia praticamente... Também é TV, rádio e jornal o dia inteiro com notícia de política. É tanta música e carro de som. A cidade fica muito agitada. E tudo vai ficando mais claro com o passar do tempo. Nas campanhas a gente pode perceber mais claro as propostas e o perfil do candidato. Isso me ajuda muito... Interessante mesmo é observar a conduta dos políticos. Rapaz é muito interessante... Se apresentam como os homens e mulheres mais honestos e éticos do mundo. Muito interessante viu! Nas caminhadas e durante os comícios você pode ver: é abraço, aperto de mão, sorrisos, simpatia pra todo lado. O eleitor que era de um lado e defendia com unhas e dentes determinado político, de uma hora pra outra muda de camisa. Pense numa safadeza. Eu acho isso um absurdo... Mas fazer o que é cultural isso né. A cidade se divide em cores. Só existem duas cores. Então ou você é de uma cor ou de outra. Mas o eleitor não é besta não... Hoje em dia as pessoas tão mais vivas e espertas. E olhe que se recebem alguma coisa pra votar, nem sempre isso é sinal de voto comprado, como dizem aqui. O povo está mais sabido na hora de escolher seu voto. Mas eu acho que a história pesa em alguns casos...; acredito que faz parte da cultura daqui muitas pessoas votarem porque pesa a tradição sobre aquela família e tal. Mas não se engane o eleitor não é besta não. Isso tenho certeza (Sebastião Oliveira, estudante Psicologia, superior incompleto, 33 anos, Bairro Izídio Leite).

As campanhas eleitorais, na visão do entrevistado, tornam-se como que “espaços de disputas políticas” que são experienciados por candidatos a partir de suas qualidades pessoais, operadas dentro dessa arena de relações sociais, considerando as redes de sociabilidades dos eleitores. Dito de outra forma, os candidatos se inserem no contexto social de determinada localidade diante de suas condições de aceitação social pelo maior grupo de eleitores possível que ele conseguir atrair para sua esfera de poder de influência eleitoral, conquistando o eleitor, por diversas formas, não somente do ponto de vista econômico.

Na verdade, o que parece ficar evidente no posicionamento do eleitor é que durante as eleições o povo mais necessitado tende a partir de sua realidade específica se beneficiar material e economicamente do processo quando os candidatos estão mais dispostos a oferecerem vantagens e condições ao povo. Isto ocorreria também no contexto do eleitor com condições sociais econômicas mais elevadas, visto tratar-se de uma maneira de se conceber o “tempo da política”, tendo como substrato cultural o clientelismo que perpassa as relações entre candidatos e eleitores. Uma realidade cultural que configura os laços de sociabilidade do povo afogadense em considerar que o espaço privado confunde-se com o público, de maneira que as famílias mais tradicionais no interior se consolidaram no poder político através de seu poder de influenciar os rumos da política local a partir da utilização da estrutura política e institucional ao longo da histórica.

De qualquer modo é preciso dizer que o período eleitoral é acompanhado em geral com grande expectativa pelos eleitores. Observa-se que o processo político possibilita ao eleitor tornar mais evidente as preferências partidárias, visto que durante a campanha o acirramento acaba por fornecer elementos que podem ajudar no próprio discernimento do eleitor para definir sua opção eleitoral, geralmente, de acordo com as informações disponibilizadas pela mídia ou através dos inúmeros eventos organizados pelas próprias agremiações partidárias.

A cidade se estabelece como “o palco das grandes manifestações políticas”, que no transcurso do “tempo da política” divide-se. Evidencia-se, pois, ainda mais o acirramento dos ânimos da sociedade. Neste clima de disputas as relações se articulam e concorrem para a conquista do eleitor que também se percebe enquanto sujeito ativo do processo nessa etapa em que a política possibilita trocas e conquistas que altera seu cotidiano.

As agremiações partidárias ganham função estratégica. É através das equipes que são formadas pelas coligações partidárias que o planejamento de articulação política se elabora em busca de marcar as áreas de atuação. Bairros são invadidos por cores e bandeiras que fornecem os elementos visíveis de demonstração de força política dos candidatos. Esta estratégia almeja tentar-se demarcar geográfica e simbolicamente a atuação dos candidatos e mostrar sua “poder eleitoral” nas áreas de maior identificação com as cores.

Com efeito, percebe-se que na cidade as facções se dividem, sejam nas cores, nos cartazes, nas músicas. Tudo é bem articulado, as pessoas se envolvem nesse clima diferenciado e contagiante. É nesse tempo extraordinário que se altera a cotidianidade. A cidade se divide, o conflito é aberto. A estratégia de *marketing* é utilizada na tentativa de realmente distinguirem-se as agremiações políticas pelas cores. O povo é convocado a participar do processo aderindo às campanhas, identificando seu candidato favorito através das cores partidárias. E não cabe apenas utilizar as camisas nas cores respectivas ao perfil de seu candidato, as casas devem identificar igualmente sua escolha através de bandeiras hasteadas, adesivos visíveis em motos e carros, além da pintura em paredes das logomarcas oficiais dos candidatos.

Esta articulação estratégica define o planejamento estrutural da campanha para tentar induzir os eleitores. Cores, adesivos, logomarcas são instrumentos utilizados para demarcar o “espaço conquistado no território urbano” pelos candidatos. Servem também para inibir a

presença de outros pretendentes neste período em que a campanha procura delimitar simbolicamente a atuação dos candidatos, promovendo uma verdadeira divisão não somente de cores, mas de pessoas de acordo com seus interesses políticos, partidários e ideológicos.

Em 12 de julho 2014 foi inaugurado em Afogados da Ingazeira o comitê regional da candidatura a governador de Paulo Câmara (PSB), com carreata e comício. O ato político teve início por volta das 20h30, contando também com as presenças dos candidatos Fernando Bezerra Coelho e Raul Henry, além do reforço do ex-governador pernambucano Eduardo Campos, candidato à Presidência da República. Foi uma ocasião em que tive a oportunidade de conhecer e entrevistar Josefa Maria, que aos poucos acanhada pela gravação de sua fala, revelou que o período eleitoral trata-se apenas de uma “festa” na qual o povo não se preocupa em saber qual a importância do significado de seu voto e quais consequências poderão surgir com determinada escolha de política.

O eleitor é considerado apenas um instrumento necessário para que os políticos ascendam ao poder, sem necessariamente estarem envolvidos com os problemas locais dos cidadãos. Dito isto, o povo não saberia, na sua percepção, aproveitar do poder que tem através do voto para poder de fato conseguir mudar suas condições de vida. Na perspectiva da eleitora, o cidadão ainda não era capaz de perceber que “o candidato de hoje é o político de amanhã”, principal protagonista que poderia direcionar sua vida pública na defesa dos interesses sociais e econômicos da população mais carente de assistência estatal.

Merece destaque a sua clareza analítica ao formular que o povo deveria se comprometer mais com o processo político, não somente durante as campanhas eleitorais, mas, principalmente, acompanhar todo o mandato de seus candidatos após eleitos. Essa foi uma das conclusões a que chegou ao considerar que, não somente na esfera local, os eleitores não despertaram para a importância que a política tem para a construção de um País mais digno, com mais distribuição de renda e igualdade de oportunidades.

Para a informante, o povo se encontra entregue à indiferença ao panorama geral das condições de vida da população ao acreditar que a campanha política é uma “festa de quem pode ser candidato”, pois não sabe o povo que será esse representante o responsável por gerir e implementar políticas públicas para a população. O voto do povo, nesse cenário, deveria ser um instrumento de mudança da realidade de vida da sociedade, à medida que o indivíduo “pense enquanto cidadão”, circunscrito a uma compreensão política sobre os desafios de sua

localidade, que precisa de pessoas conscientes de seu protagonismo. A política é uma oportunidade de se criar as possibilidades de construir o futuro da comunidade. Portanto, o povo deve se unir em um projeto comum de participação política, não somente através do voto, mas se por meio da organização a partir das inúmeras instâncias de mobilização popular, que certamente começa em seu próprio bairro de origem.

A política é considerada como um plano institucional criado socialmente na busca de se organizar a sociedade como instância deliberativa para que os cidadãos salvuardarem os interesses dos mais necessitados. Uma visão um tanto utópica, porém com elementos críticos ao defender que a classe que representa “o corpo político” não é a mesma que defende os interesses do povo. A depoente considera que existe uma diferença entre os representantes políticos e os seus eleitores, mais precisamente quando as eleições são nacionais. Em regra, os candidatos nem sequer são da região do interior pernambucano e não conhecem o povo da cidade.

Esse distanciamento seria uma das causas possíveis pela qual o povo nutria certa indiferença ao processo eleitoral. Justamente por não haver qualquer relação estreita dos candidatos com os anseios populares e em relação à política local. A eleitora consigna por seus depoimentos que após o processo eleitoral os candidatos não retornam à cidade, não estabelecem qualquer vínculo com seus eleitores locais, nem mesmo procuram deliberar qualquer iniciativa parlamentar, no caso dos candidatos a Deputados Estaduais e Federais. Muito embora se reconheça que existam dois candidatos da região do Pajeú, a entrevistada acredita que por falta de poder econômico e articulação política não seriam capazes de se elegerem, como de fato ocorreu com Aline Mariano (PSDB) e Anchieta Patriota.

Ademais, sua perspectiva é de que o voto do eleitor é sempre articulado com os representantes políticos do poder local. O eleitor estaria preso as suas redes de relações construídas historicamente por seus familiares, parentes e amigos, dificultando de fato um posicionamento mais livre, convicto e soberano dos eleitores quanto as suas escolhas eleitorais. São através de suas relações de sociabilidade que o eleitor define seus interesses políticos no período eleitoral, uma vez que a estrutura de poder municipal, através de seus representantes políticos, Prefeito, Vereadores, Sindicatos e líderes comunitários, entre outros, estão vinculados à estrutura do poder regional e por sua vez nacional. Então os eleitores no “tempo da política” aderem à campanha a partir de uma análise pragmática relacionada aos benefícios que podem usufruir antes, durante e depois das eleições, levando-se em conta suas

redes de sociabilidades, dando privilégio aos familiares nas transações políticas. Vejamos uma parte de seu depoimento:

Meu amigo a cidade é invadida por tanta gente na rua e visitando as casas pelos bairros. Não fica ninguém de fora. Nunca vi... A cidade fica dividida em duas cores praticamente. Aqui em Afogados da Ingazeira, digo a minha realidade, o povo se veste e a cidade fica dividida em duas cores. Eu vou dizer uma coisa! Parece o pastoril que tem na cidade no fim de ano. É azul contra o amarelo. Você tá pensando que o povo fica preocupado em discutir as necessidades dos bairros da cidade em geral? A temperatura ferve nesse clima quente da cidade. Imagina esse calorão e mais a política que esquentou o povo. Ninguém quer saber de nada além de conseguir benefícios... O interesse é em conseguir algo. Seja o que for (Josefa Maria, Dona de casa, ensino médio incompleto, 43 anos, Bairro Borges).

É notório que a cidade é mobilizada socialmente e as agremiações partidárias tomam a iniciativa de identificar seus correligionários. Utilizam-se das cores dos candidatos que servem como elemento visível que redefine a cidade entre as facções políticas. A rivalidade entre os cidadãos se intensifica a partir do momento em que a campanha avança temporalmente. Isto porque é preciso se aprofundar e se intensificarem as investidas em campo em busca de se converter as intenções eleitorais dos cidadãos em voto computado na urna.

Nesse passo, faz-se necessário a criação de uma estrutura de campanha capaz de atrair as pessoas para as arenas em disputas, ou seja, uma iniciativa comum de cada candidato é estabelecer a cor de sua preferência de acordo com suas alianças partidárias e preferências políticas, além de viabilizar um grande aparato estrutural com equipes inteiras dispostas a trabalhar pelo candidato, mesmo que voluntariamente.

Os comitês são estruturas abertas ao público simpatizante que dão apoio aos eventos de campanha. Geralmente são posicionados em locais estratégicos de maior fluxo de pessoas para atrair os curiosos, a fim de conhecerem o ambiente que dispõe de todo material de *marketing* dos candidatos. O ambiente é muito descontraído na intenção de favorecer um contexto em que o visitante se sinta atraído pelo grupo político. São dos comitês que se institui o planejamento de articulação local que fornecem as bases de gestão das inúmeras pessoas contratadas para participarem da campanha, com camisas padronizadas, bandeiras em punho e todo *layout* personalizado que serve à divulgação da campanha eleitoral.

As cores são introjetadas justamente para se tornar um elemento distintivo na disputa e

conquista do voto. Cria-se toda uma simbologia nas cores que perpassam o cotidiano das pessoas durante a época da campanha. E essa, em certa medida, implica também em tornar mais clara à rivalidade existente entre as facções partidárias.

Durante uma visita ao bairro Borges, localizado na periferia afogadense, entrevistamos um mecânico que flertava a movimentação de panfletagem que acontecia na localidade por militantes políticos do candidato Armando Monteiro (PSB). Após resistir à nossa entrevista, Antônio Silva nos convidou a acompanhá-lo até a sua residência para responder a nossas perguntas. Resistia porque segundo ele no “tempo da política” era preciso desconfiar de “tudo e de todos”, pois ninguém saberia discernir as intenções de quem chega em nossa porta repentinamente, sem nunca ter-nos visto.

Talvez por vivenciar episódios de violência no bairro, acontecidas na década de 90, inclusive com ocorrências de assassinatos em período eleitoral e temendo represálias de populares radicais que se envolvem com a política, entre amigos e parentes, Antônio Silva demonstrou desconfiança ao processo eleitoral. Não muito diferente dos depoentes anteriores, acrescenta que determinados eleitores da cidade votam não apenas por interesses particulares ou relacionados aos seus interessados, mas movido por “paixão cega a determinadas lideranças políticas”.

São pessoas que ele considera “loucas por política”, ou seja, envolvidas profundamente com o processo eleitoral de tal maneira que não são capazes de diferenciar a política das questões da vida pessoal. A paixão pelo candidato é uma das únicas e poucas causas que justificam sua vida neste período em que os mais radicais são incapazes de compreender a política com um exercício de cidadania. É preciso se manter sobriedade emocional e certa independência eleitoral para analisar as propostas dos candidatos que estão em disputa.

Assim, prefere ficar mais recolhido durante o “tempo da política”, a fim de evitar qualquer desentendimento maior com as pessoas até mais próximas, porque na disputa política não é de se estranhar que inúmeras famílias ficam desunidas, dividem-se entre os candidatos e enfraquecem os laços de sociabilidade.

Olhe vou te dizer não é mole não a campanha aqui viu? O povo fica até violento. Imagina você... Vou falar a verdade: o povo de Afogados gosta da política; mas é aquela coisa né, o povo discute o tempo todo. Ninguém é de

ferro. Tem hora que você não aguenta muito o que o povo fala. Eu voto em quem eu quiser. Não entro em discussão não. Mas a cidade mesmo vira uma guerra! Se você não tiver cuidado o que você fala ao vizinho poder se virar contra você mais tarde. Na política é assim... Agora eu mesmo não gosto de brigar, de intriga, gosto é de conversar. É diferente... Mas tem lugar ai que os cabras se pega nos murros (Antônio Silva, mecânico, fundamental incompleto, 52 anos, Bairro Borges).

Os ânimos dos eleitores se alteram quando o tempo da política começa a se esgotar. É nesse momento que as investidas dos candidatos e suas equipes de campanha se tornam mais efetivas na busca de conseguir mais apoios políticos. Inclusive uma prática recorrente no período eleitoral é consolidar intenções de votos de famílias inteiras, isto é, os candidatos à medida que a campanha avança fazem investidas na tentativa de assegurar os votos de todos os membros familiares aptos a exercer seu direito.

Quando isso acontecesse é necessário que se adote as cores do candidato e que as pessoas passem a participar dos eventos partidários. Nesta intensa disputa pelo voto, na reta final da última semana do processo eleitoral, é notória a alteração do comportamento dos eleitores e candidatos. Bairros inteiros são “vigiados” por motocicletas que não dispensam cordialidade em abordar qualquer pessoa “estranha” ao seu convívio social. Medida adotada para se tentar “proteger” o perímetro eleitoral de intenções de votos das pessoas identificadas em sua grande maioria pelas cores das camisas, bandeiras ateadas e cartazes afixados nas residências. As pessoas quase não dormem, ficam à espera dos candidatos durante toda a madrugada.

Segundo Bonelli (1996), as cores utilizadas pelos candidatos tornam-se elementos fundamentais durante a campanha e aponta para a simbologia das cores que são adotadas como recursos pelos candidatos. Para ele as cores usadas nas propagandas eleitorais são eivadas de significados, sendo ‘personificadas’ pelos candidatos que representam. Isto acontece para se assegurar nitidamente determinada influência de certos candidatos sobre conjuntos de eleitores que se revestem das cores para dissuadir outras pessoas a mudarem de opinião sobre suas escolhas políticas. Porquanto as cores marcam de maneira simbólica de que lado se encontra representado o eleitor.

A política invade o cotidiano das pessoas em época de campanha eleitoral. Durante nosso trabalho de campo fomos questionados por participar de alguns eventos de campanha. A desconfiança toma conta dos eleitores mais afoitos que, engajados no processo político, não

vacilam em exigir dos eleitores postura que revelem sua decisão partidária, observando o comportamento de quem se insere nos eventos, como se veste, como se manifesta durante os pronunciamentos dos candidatos, além de tentarem persuadi-lo a declarar sua opção política.

Essa realidade demarcada ficou mais evidente quando o presidenciável Eduardo Campos e sua comitiva participaram de eventos públicos. O povo afogadense se reuniu em grande número, caminhadas foram planejadas pelo centro e bairros da cidade. O candidato com suas lideranças locais solicitou que todos usassem suas cores de campanha, igualmente todos foram convidados a deixarem suas casas a percorrerem as ruas em demonstração de poder político e eleitoral.

Isso foi preciso diante do grande desafio no âmbito regional, momento em que Campos (PSB) tentava legitimar a campanha de seu ex-secretário Paulo Câmara a governador do Estado de Pernambuco. Praticamente desconhecido pelos pernambucanos mais ainda no interior do Estado. A estratégia adotada pela equipe de campanha era vincular ao máximo a presença de Paulo Câmara à imagem das conquistas governamentais de Eduardo Campos. Essa foi uma condição que tornou possível ao eleitor relacionar o desconhecido candidato ao governo estadual ao desempenho da gestão de Campos, que, ao utilizar muito a mídia, criava-se a impressão de que o ex-secretário era um dos responsáveis pelo planejamento, implementação e execução de políticas que favoreceram a suposta alavancagem do progresso e do desenvolvimento econômico e social do litoral ao sertão pernambucano<sup>17</sup>.

Evidentemente que o discurso utilizado pelos candidatos se contrapunha ao governo federal que de maneira contraditória naquele momento tanto o presidenciável Campos quanto o candidato a governador Paulo Câmara empenhavam-se em desconstruir a imagem da gestão do governo do PT. Já que Eduardo Campos tinha rompido para se candidatar à Presidência, tendo Marina Silva como vice de chapa. Esta realidade foi criticada por seus eleitores, dentre os entrevistados que declaravam o seu voto abertamente, haja vista que sua trajetória política foi construída dentro dos quadros dos governos Lula e Dilma, quando ele se tornou integrante

---

<sup>17</sup> Segundo dados da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, o crescimento do PIB pernambucano cresceu em média 5,1%, desde 2007 até 2013. O que garantiu a reeleição do Governador Campos com cerca de 83% dos votos válidos. Entre 2007 e 2012, a indústria apresentou patamares de crescimento de até 6,1%, tendo protagonismo importante no crescimento do PIB à época, que registrou expansão de 5,% dos serviços e de 3,4% da agropecuária. Em 2007, os investimentos públicos, inclusive com áreas sociais, eram de aproximadamente 700 milhões de reais. A projeção para 2013 foi de consolidação de 3,5 bilhões de reais. Suaape era a grande vitrine política de Campos com investimentos de 50 bilhões de reais. Disponível em: <http://www.sdec.pe.gov.br> Acessado em: 12 jan. 2015.

dos dois mandatos dos governos Lula de quem Campos foi ministro e estava na base do governo Dilma.

As contradições eram mais confrontadas na visão do eleitor quando Campos se posicionava contra o ex-presidente Lula e Dilma. Fazia sempre referência em pronunciamentos públicos, mesmo através da mídia, sobre o baixo desempenho da economia já em 2014 e principalmente os problemas enfrentados na área de saúde pública, além da falta de segurança no País. Os eleitores se queixavam e a oposição local que apoiava Armando Monteiro (PTB), candidato governista, rebatia as críticas ao afirmar que a maioria das obras em Pernambuco foram conseguidas pelo Presidente Lula, e as verbas orçamentárias eram Federais.

Com efeito, os eleitores afogadenses confrontavam essas informações e alguns dos entrevistados se posicionaram da seguinte maneira:

meu filho você veja só a safadeza dessa política: Eduardo Campos tava o tempo todo com Lula, e depois com Dilma. Agora ele aparece com esse candidato aí, Paulo Câmara... Ninguém conhece esse home aqui. Depois, como é que ele pode se virar contra quem ajudou ele o tempo todo, meu fi. Não se engane, Lula foi quem olhou pra nois do sertão. Veja a transposição! Chega água pra tudo que é canto por aqui. Tem faculdade pra tudo que é canto. Meu filho mesmo estuda no Instituto Federal daqui de Afogados. Onde já se viu! No meu tempo não existia isso. Não, acho isso muito errado meu filho. Eu até acho que voto nesse candidato ai dele a governador, mas voto em Dilma pra Presidente... (Maria Silva, merendeira, ensino fundamental completo, 56 anos, Bairro Brotas).

No bairro Brotas pudemos entrevistar uma merendeira do Colégio Normal Estadual de ensino fundamental e médio. Em sua própria residência, juntaram-se alguns curiosos para saber o que ocorria com minha presença inesperada naquela ocasião. Não sabendo o que fazer a senhora Antônia da Silva, pediu licença aos presentes e me convidou para a cozinha, pretendendo deixar o ambiente mais confidencial para suas respostas. Evidentemente, nesse momento ficamos mais aliviados porque pensávamos que não seria possível uma entrevista com tranquilidade e sem interferências sob a influência dos curiosos que se aglomeravam na calçada.

Foi uma oportunidade de conhecer uma pessoa com bastante capacidade reflexiva, conhecedora dos fatos políticos nacionais, regionais e locais. Inclusive se detendo a nominar os atores sociais envolvidos em determinados fatos políticos. Neste cenário, ela nos

apresentaria uma visão peculiar da política e do processo eleitoral afogadense em riqueza de detalhes, não visto até aquele momento repleto de muita discussão política.

Sabia que a política era o principal meio de viabilizar as grandes transformações socioeconômicas do País. O voto é um instrumento indispensável construído historicamente pela luta e sofrimento do povo, que poderia modificar a maneira de se estruturar as políticas públicas direcionadas ao povo de acordo com o perfil do candidato que fosse eventualmente eleito em 2014. O resgate das conquistas sociais foi sempre mencionado em seus depoimentos, atribuindo ao governo do PT uma trajetória de sucesso na consolidação de um modelo de gestão pública direcionado à população mais carente da região nordestina.

O combate à miséria, a desigualdade social e a distribuição de renda são exemplos do que ela considerou enquanto modelo de política adotada que modificaram a realidade do povo pobre no sertão pernambucano. Menciona que durante esses dez anos do governo do PT muitas conquistas transformaram a vida dos jovens e das famílias de baixa renda, com a manutenção e até ampliação de alguns benefícios sociais implantados pelo ex-presidente Lula. Assevera que a população do interior, atualmente, tem mais perspectiva de futuro com a implantação de um Instituto Federal na cidade ao mencionar seu filho como um dos beneficiados, pois se tornou estudante do Curso Técnico em Agroindústria.

A política foi analisada diante de seus benefícios concretos auferidos pela população, atendendo amplamente a população. É diante dessa premissa que a depoente realizou uma reflexão crítica sobre a conjuntura nacional. Defendeu que Eduardo Campos seria um “traidor” do governo federal por participar da base aliada do governo durante muito tempo. Apesar de conquistar inúmeros projetos para o Estado, através do governo federal, preferiu lançar sua candidatura própria. Durante essa entrevista ainda não teria ocorrido o acidente aéreo que matou Campos. Nesta mesma direção estaria submetida a Frente Popular de Afogados da Ingazeira, que levantaria severas críticas ao governo federal, filiando-se ao PSB de Eduardo.

O discurso dos candidatos e a postura política são analisados como objeto moral que deve nortear o perfil dos postulantes a cargo eletivo. Por isto, o candidato não pode “dizer uma coisa e fazer outra”! Esta é uma máxima considerada relevante para a eleitora no seu prognóstico político durante o processo eleitoral na tentativa de conseguir aderir a certo

candidato por sua capacidade ética de conseguir realizar no mundo prático aquilo que promete na campanha, através de seus pronunciamentos públicos.

O “tempo da política” é momento oportuno para se incorporar o maior número de pessoas na busca de adesão pelo discurso que também tenta subverter a ordem dos fatos históricos e construir uma lógica que opera dentro dos limites estratégicos do saber fazer política para se convencer o eleitor. É ocasião, principalmente, de demonstração pública da força de determinadas facções, porque há mais do que uma disputa eleitoral propriamente envolvida, “encontra-se em questão tanto o acesso a certos cargos de mandato quanto o peso relativo de diferentes partes da sociedade, o que é decisivo para a ordenação das relações sociais durante um certo período de tempo” (HEREDIA & PALMEIRA, 2006, p. 283).

No “tempo da política” as pessoas estão ligadas aos sinais enviados através desta nova dinâmica que intenta restabelecer as possibilidades de se acomodarem as relações sociais no âmbito político. Além disso, se tornar um momento de transformar e incorporar pessoas e conseguir adesões a determinadas facções, isto é, configurar-se período em que as ações dos políticos são direcionadas a constituir pactos, e/ou compromissos com seu eleitorado. Amíúde, constrói-se toda uma lógica própria repleta de intencionalidades por parte de candidatos e eleitores compondo uma nova ordem social, acontece o que chamamos de um realinhamento nas relações de sociabilidade entre os cidadãos afogadenses.

A eleição considerada enquanto um evento marcado por performances é um momento ritualístico: são promovidas festas, aparições que prestigiam os eleitores, oferta de bens. Uma série de encenações próprias: as falas, os discursos, a comoção, são partes integrantes deste ritual. Kuschnir (2002, p. 260), nessa direção nos orienta da seguinte forma:

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.

É um tempo marcado pelas “trocas de favores” e conchavos de interesses que pode resultar geralmente na adesão ao candidato que se dispõe a conformar seu projeto de candidatura de acordo com sua capacidade de se aproximar do eleitor ao atender suas demandas. No “tempo da política” inúmeros são os empreendimentos forjados

caracterizadores deste ritual de conquistas e negociações. O voto é o grande fim almejado pelo candidato, de sorte que os rituais de comensalidade são destituídos de qualquer impedimento. É momento de visibilidade, intenso contato entre candidato e eleitor, definição de estratégias que exigem estabelecer relações de reciprocidade, além de alinhamento de interesses.

Nas palavras de Barreira (2006, p. 02), a competição durante a campanha exige intensa agenda de atividades que podem fazer diferença no processo eleitoral, já que pode possibilitar o contato pessoal que estabelece integração de interesses e o confronto de ideias entre os inúmeros candidatos.

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.

Essa interação com os eleitores instiga, entre outras táticas de atuação, a conquista pela prática de “presentear” que na maior parte das campanhas políticas se caracteriza como uma espécie de credenciamento de aproximação para consolidar a relação entre eleitor e candidato. O objetivo é de certa forma certificar a identidade do candidato para garantir e atrair a intenção de voto do cidadão, que desfruta dessa oferta vislumbrando também legitimar o candidato enquanto digno de exercer o cargo político, a fim de também usufruir os poucos e únicos momentos em que é cortejado pelos candidatos.

Os contatos com as pessoas acontecem, frequentemente, em bares, festas e restaurantes. São lugares específicos repletos de gente e privilegiados para se fazer política. Rituais tipicamente apreciados por quem tem interesse em ganhar visibilidade política entre os cidadãos, quando os candidatos procuram interagir de modo intenso com o cotidiano dos eleitores. Portanto, o contato direto com os eleitores é uma maneira dos candidatos tornarem-se pessoas reconhecíveis.

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).

Os artifícios utilizados pelos candidatos são pensados na busca de assegurar sua legitimidade política e social neste espaço aberto de confrontações de interesses e prospecção de resultados de inserção eleitoral. Neste tempo específico de dedicação do candidato que deve estar atento às reivindicações populares. Neste processo dialético, processa-se uma interação contínua de fluxos de informações entre eleitor e candidato.

O comício torna-se um dos eventos públicos que se revela “teatro aberto” aos grandes embates que se pretendem decisivos na procura de habilitar e legitimar as propostas de campanha. É a chance que cada candidato tem de demonstrar sua fidelidade política, partidária e ideológica em plena conformidade com sua capacidade de conhecer as necessidades locais. Deve por isso viabilizar propostas exequíveis ao enfrentamento das questões fundamentais que afligem os cidadãos.

Por outro lado, os comícios também são ocasiões em que a *performance* dos candidatos podem convencer determinados eleitores que se prestam a participar deste espaço a fim de averiguar o seu desempenho. Analisa desde o número de pessoas reunidas naquele ato, até mesmo a maneira de se expressar dos pretendentes a cargos eletivos. Nesta sequência é importante apresentar o depoimento que retrata um pouco da atuação do eleitor ao participar de comício, carreato e passeata ao se posicionar de forma contundente no sentido de perceber que nestas ocasiões se pode analisar o desempenho das campanhas e dos candidatos.

Eu venho pra quase todo comício. Observo as caminhadas. Tem candidato que mente muito. A gente percebe pelo modo de falar. Vê logo que o cara tá mentindo e tentando enganar o povo. Não é possível que as pessoas não percebam isso. É diferente quando o candidato fala com a verdade. Ele conhece a cidade, o povo. Sabe falar do que a gente realmente precisa (João Gomes, feirante, 37 anos, ensino médio incompleto, Bairro Morada Nova).

Esse depoente encontrava-se distante do evento quando o percebemos atento aos pronunciamentos dos candidatos, concentrado parecia analisar com a certa deferência a toda movimentação, indiferente ao clamor público dos apelos emotivos do palanque armado em plena via pública no centro da cidade. Aproximando-nos pudemos iniciar uma conversa amistosa para quebrar um pouco o estranhamento “natural” de dois desconhecidos.

Na oportunidade, o interesse pelos comícios se revelou como uma das estratégias do eleitor em poder conhecer mais de perto as propostas de governo, além de sentir na presença do grande público o desempenho dos candidatos durante seu pronunciamento. A desenvoltura

deles é fundamental para o eleitor sentir se o postulante está preparado. Significa dizer que é preciso que o candidato detenha o máximo de informações possíveis sobre os problemas locais enfrentados pela população, capaz de demonstrar domínio no modo de articular seu discurso com linguagem clara e objetiva, utilizando-se de um acervo vocabular simples, acessível a toda população.

Essas são características essenciais para o eleitor entrevistado que o candidato deve portar em suas manifestações abertas em contato direto com o povo. O candidato se apresentará de forma mais convincente ou verdadeira possível quanto mais demonstrar que tem domínio nos temas abordados, principalmente quando sua postura revela maturidade no “modo de ser político”, ou seja, além do domínio na oralidade sua conduta em público deve caracterizar uma pessoa apta ao exercício político por que detém um *habitus* próprio de quem somente é candidato.

O desempenho do candidato é analisado pelo cidadão muitas vezes de acordo com a quantidade de pessoas reunidas nesses eventos empenhadas em se dedicar à determinada candidatura, sobretudo porque os comícios se tornam uma “vitrine” de demonstração de força política e eleitoral, que agregam maior qualidade à sua *performance* junto ao eleitor ao se pronunciar convincentemente, ou seja, e em sintonia com os anseios dos próprios cidadãos em suas localidades, seja urbana ou rural;

Eu mesmo defino meu voto também acompanhando os comícios... Não posso dizer que só pelos comícios, passeatas e tudo eu decido meu candidato. Mas se você participa..., pode ver como vai à campanha dos candidatos. Porque veja só: o camarada tem que conhecer a região, o povo, os problemas da cidade. Esse Armando Monteiro mesmo a gente percebe que ele conhece as coisas, os problemas do Brasil e até da região mesmo. Gosto das ideias dele; ele se apresenta bem, fala bem e tudo...; tem trabalho, tem proposta. Agora, ele tem que saber o que o povo precisa. Os problemas do povo todo candidato deve conhecer. Né chegar aqui e falar qualquer “lorota”. Pensa que a gente não analisa o que ele fala? O comício é muito bom pra gente perceber se o candidato conhece a região. E aí podemos nos convencer em votar ou não naquela pessoa (Francisco Oliveira, estudante, ensino superior incompleto, 28 anos, bairro Sobreira).

O depoente esclarece em nossa entrevista ao término do comício realizado pelo candidato Armando Monteiro, após uma longa caminhada do bairro São Francisco até a Avenida Rio Branco, no centro da cidade, que é primordial analisar os eventos públicos das coligações para a definição do perfil de seu candidato. Trata-se de uma oportunidade que o Brasil tem a cada dois anos de poder alternar seus representantes políticos. O cidadão

consciente precisa acompanhar a dinâmica das candidaturas, através dos mais variados meios de contato com os candidatos.

Não apenas através dos comícios e caminhadas, mas esses eventos são como um momento de prestação de contas com a população local. Neles se pode analisar diretamente as propostas dos candidatos, quais suas diretrizes políticas que norteiam sua atuação política, e, principalmente, quais as motivações deles quando estão presentes na cidade, a fim de conseguir conquistar o interesse eleitoral da população local. Fica claro que o conteúdo das ideias propostas pelos candidatos é analisado pelo eleitor que não se encontra alheio às dinâmicas do processo eleitoral. Mais ainda, observa atentamente as condições de exequibilidade de suas propostas no plano fático das circunstâncias enfrentadas no dia-a-dia pelo cidadão.

Nesse desiderato, o acesso aos candidatos no período eleitoral é fato importante que revela inclusive seu pretense compromisso político com os cidadãos afogadenses. Isso foi verificado principalmente considerando as presenças dos candidatos a governador do Estado de Pernambuco em Afogados da Ingazeira, uma vez que foram intensas a presença dos candidatos e de suas comitivas. Diante disto é que depoimentos apontam para diferenças que marcam sobremaneira e distinguem a experiência de vivenciar-se o “tempo da política”, quando se trata de relacionar o período das eleições gerais como ocorreu em 2014 e as eleições municipais. Ocasão em que se sente menos o distanciamento dos candidatos em relação aos eleitores. Isso fica muito claro ao se conseguir a seguinte declaração:

Eu gosto de eleição! É tanta gente pra escolher que às vezes fico perdida. Mas como é meu primeiro voto tenho que analisar bem... Agora eu gosto mais de eleição pra Prefeito e Vereador. É totalmente diferente o clima da cidade. Afogados fica mais movimentado; A gente conhece mais a história dos candidatos; Nessas eleições agora mesmo praticamente não conheço, assim, ninguém... É um povo que vem aqui só nas eleições e olhe lá. Conheço mais os candidatos a Presidente (Jurandir Ferreira, estudante, 16 anos, ensino médio incompleto, bairro Centro).

Essa diferenciação do “tempo da política” é marcante em várias falas das quais podemos depreender que as eleições municipais mobilizam mais profundamente a população local. Notoriamente, para os eleitores os candidatos têm um maior envolvimento histórico com a realidade da população. Por outro lado, nas eleições gerais de 2014 o distanciamento percebido pelos eleitores requer dos candidatos uma presença mais estimulante e significativa durante os eventos principais de atuação pública. Diante do pouco tempo em razão da agenda

apertada para os candidatos cobrirem os praticamente 185 municípios pernambucanos, o investimento é realizado, estrategicamente, nos locais de maior aglomeração de pessoas. Feiras livres e mercados públicos são os principais alvos de presença certa das comitivas de campanha.

Palmeira (2006) pode nos ajudar a sinalizar algumas aproximações de percepções presentes nos depoimentos por ele apreendido nas populações do interior do Brasil a respeito da política. Sem sermos deterministas, pois reconhecemos que cada lugar tem suas especificidades, corroboramos com a concepção defendida pelo autor, quando afirma que “elas pensam a *política*, de modo aparentemente, mas só aparentemente, incoerente, como algo externo e temporário mas feita da mesma matéria de que é feito o seu cotidiano, isto é, de trocas pessoais, em especial da troca de favores” (PALMEIRA, 2006, p. 139).

São nesses locais que o político aposta no intenso contato direto com as pessoas, demonstrando afeto, cordialidade, abertura ao diálogo ao “pé-de-ouvido” e ao abraço fraterno. Enfim, se entrega descontraído à vivência dos costumes cotidianos do povo sertanejo. Tomar um café, experimentar uma cachaça é parte indispensável deste ritual de “batismo” que não pode esquecer o candidato em face de correr o risco de não se integrar a realidade do cidadão.

Não por acaso é relevante para o candidato demonstrar a dimensão humana, mostrar valores que consigam alcançar as identidades e referenciais morais de outros grupos, como a honestidade. Valor ético tão idealizado pelos eleitores entrevistados que deve se materializar na conduta dos candidatos no “tempo da política”. Destaque aos depoimentos que se seguem para entender a expectativa do eleitor sobre a conduta dos candidatos se faz importante.

Olha, eu não vou dizer pra você que ser honesto, porque honestidade nesse País tá difícil e na política nem sei dizer bem o que é; Depois que a pessoa chega lá muda de opinião sobre muita coisa. Mas honestidade é um dos fatores de escolha. Ser honesto, estar presente na comunidade ou no setor que ele representa (Francisca Lopes, aposentada, ensino fundamental completo, 41 anos, bairro Conjunto Residencial Miguel Arraes).

Eu não sei dizer bem o modo correto; porque ninguém sabe, só Deus sabe o modo correto; Mas eu acho que tendo honestidade no dinheiro do povo já é grande coisa; É muita robailheira nesse País, sendo honesto com o dinheiro público, fazendo o que tem que ser feito, eu acho que é o essencial (Sandra Albuquerque, professora, 47 anos, ensino superior completo, bairro Pacus).

A conduta dos candidatos é constantemente relacionada à capacidade do político enquanto gestor público no direcionamento adequado e transparente dos recursos econômicos

administrados durante seu mandato. Não há muitas vezes distinções de funções entre os poderes executivos e legislativos por parte dos entrevistados, vinculando sempre a atividade política às funções administrativas, executivas e legislativas nas três esferas dos poderes municipal, estadual e federal.

O importante para o eleitor é perceber que o candidato tem uma vida pessoal, familiar e pública sem atropelos éticos no desempenho de suas funções a partir de cada contexto de experiência de vida. A honestidade é uma virtude do político que deve ser testada no exercício de seu mandato, quanto se torna possível se verificar o cumprimento de suas promessas eleitorais. Mais do que isso na maioria da opinião dos entrevistados a história dos candidatos é analisada como requisito fundamental de se consentir credibilidade política durante o período eleitoral.

A vida íntima e familiar dos candidatos aparece como fator determinante na formação da opinião pública que ganha evidência no processo político a depender da construção da imagem moral dos candidatos. Eles devem ter uma vida proba, sem qualquer desvio de conduta que possa comprometer sua imagem pessoal e familiar, até mesmo profissional.

Os códigos de conduta e os princípios de pertença ganham relevo nos depoimentos explicitados. E este é um fator que podemos considerar singular na nossa pesquisa, pois cada eleitor destaca o que para ele é importante, seja a atuação do político no bairro, a sua conduta em sociedade, o tratamento que este tem com o que é público. São elementos que os orientam na escolha de quem votar.

Como estamos falando da 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 a qualificação positiva da pessoa, ser uma boa pessoa liga o indivíduo a figura de bom político. Ser bom político<sup>18</sup> – boa pessoa –, é abertura ao mundo da política, é acesso para os políticos. O bom político, para além de ser uma boa pessoa, é tido como aquele que tem boas intenções políticas e propostas que visam o bem comum, com vistas a beneficiar a população em geral. Demonstra deter características

---

<sup>18</sup> 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 e exclusivas (CHAVES, 1996).

especiais intrínsecas ao seu atuar politicamente, revelando simpatia e exercendo a dominação carismática<sup>19</sup> em sua maneira de atuar.

Weber (2002) analisa a dominação caracterizada enquanto carismática concluindo que esta constitui sua legitimidade junto ao povo, pois expressa o cerne de uma vocação em sua maior expressão. A liderança carismática surgiu em todos os lugares e épocas históricas, as figuras carismáticas são figuras decisivas na luta política pelo poder. Isso ocorre porque existem meios atraentes para o interesse pessoal quando se acompanha o líder carismático, sejam as recompensas materiais ou as honrarias sociais.

Dessa forma, Weber trata a política como uma vocação, o que é distinto de se ‘viver da política’ e ‘viver para política’ e a atuação do político profissional. Voltando-se à sociedade europeia, especificamente, França e Alemanha, Weber se colocou a observar que a política passa a ser conduzida em público por meio da palavra falada ou escrita e que as formas modernas de organização partidária contrastam com a dos *notáveis*<sup>20</sup>, são “filhas da democracia, do direito do voto de massa, da necessidade de cortejar e organizar as massas, e desenvolver a maior unidade e disciplina mais rigorosa” (WEBER, 2002, p. 72).

Não resta apenas o político carismático fazer, pois para o eleitor é necessário conseguir ser convincente e demonstrar poder de comando, ou seja, convencer o eleitor com sua boa *performance* e desenvoltura, como nos aponta Scotto (1996, p. 169) ao tratar das campanhas de rua: “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”.

Nessa busca de estabelecer contatos a entrega de material de campanha é sempre motivo de alvoroço e descontração. Ali estão contidas informações precisas e sistematicamente desenvolvidas para tentar convencer o cidadão com informações relevantes sobre a vida dos candidatos, propostas de campanha e alianças partidárias. Material

---

<sup>19</sup> Weber (2002) destaca em sua obra três tipos ideais de dominação que fundamentam as bases da legitimidade: a dominação legal, a tradicional e a carismática. A dominação legal repousa em ordens instituídas racionalmente, a lei ou os procedimentos legais propiciam ao chefe (ou superior) o exercício do poder. A dominação tradicional firma-se na crença, volta-se ao passado, aos costumes e a tradição. A regra não está garantida externamente. E por fim a dominação carismática, voltada no respeito à qualidade extra cotidiana, ao caráter exemplar de uma pessoa e das ordens que esta possa criar ou revelar.

<sup>20</sup> Partidos que tinham como composição os seguidores da aristocracia, os séquitos. Estes partidos foram formados de acordo com os interesses de classe, as tradições familiares e as razões ideológicas em proporções iguais (WEBER, 2002).

distribuído entre os cidadãos que pode fazer toda diferença, caso seja bem articulada com a presença dos políticos, além de integrada ao contexto das visitas.

A entrega de panfletos e santinhos é quase diária. Basta surgir uma nova temática, um novo fato relevante que se espalha uma grande quantidade de papéis nas ruas. Esse é um aspecto que se destaca nas falas dos depoentes:

a feira vira uma festa meu filho! Eu gosto que eles venham aqui, mas vou falar uma coisa: atrapalha muito, um monte de gente nesse espaço pequeno. E quando esses candidatos vem traz o bocado de gente com ele. A feira para tudo. Eles até parece que gostam da gente. Fala, abraça, ri... Veja aí, é tanto papel que a gente recebe, que só olho quando chego em casa. Tem informação boa. Eu peço pra meus menino lê. Agora a rua fica uma imundice de suja de tanto papel voando por ai... Mas fazer o quê, né! Faz parte da festa (Joaquim Freitas. Feirante. 65 anos. Ensino fundamental incompleto. Centro).

A feira é um ponto de encontro primordial de visitas dos candidatos durante as eleições. É um local tradicional de encontro do povo, que entregues à satisfação de percorrer as inúmeras bancas dos feirantes, quase sempre repletas de pessoas trocando informações dos acontecimentos políticos e da vida do cidadão afofadense. Acompanhamos algumas caminhadas durante a campanha, percebemos que os candidatos aproveitam para saldar toda população presente, sobretudo demonstrar que são pessoas de costumes de vida simples. Eles percorrem toda a feira, cumprimentam os populares e feirantes, provam comidas no mercado público, aproveitam o momento para proferirem algumas palavras sobre sua candidatura.

Os feirantes, especialmente, segundo depoimento supramencionado, aceitam essa iniciativa e se sentem prestigiados. A feira nesse período ganha destaque justamente por possibilitar a aglomeração de pessoas advindas dos diversos bairros e cidades circunvizinhas. Trata-se de um espaço multiétnico e rico em diversidade de pessoas com suas redes de relações sociais, estratégica para os candidatos.

No entanto, essas iniciativas são observadas com desconfiança quando se observa que existe a percepção de que os candidatos se fazem presentes apenas no período eleitoral como forma de atrair a atenção dos feirantes e da população. Eles sabem que são pessoas que tem contato direto com o povo diariamente, estão de alguma forma relacionados com muita gente toda semana, principalmente aos sábados, conjugam uma gama de atributos pessoais que podem captar novos interessados à disputa eleitoral ao se declararem politicamente contra ou a favor de determinado candidato.

Foi comum termos presenciado a entrega de material de campanha a alguns feirantes que decididos por seus candidatos realizam divulgação na sua própria bancada de trabalho aos clientes. Então a presença do candidato deve ser marcante, despojada de qualquer empecilho que o faça parecer uma “autoridade pública simpática ao povo”. Iniciativas de cumprimentar os populares com abraços e apertos de mão são indispensáveis ao candidato que se encontra no meio do povo em um local considerado quase que “sem limites à entrega aberta ao contato humano”, pois ali o candidato deve demonstrar que tem hábitos de vida simples, tal como o povo na feira.

Além da presença física indispensável, quase obrigatória do candidato nos eventos públicos, integrada à propaganda visual, amplamente utilizada na campanha, as músicas e *jingles* também são elementos indissociáveis que se integram à campanha para reforçarem a dimensão lúdica da eleição. Embora se perceba que pela letra das músicas os ataques são frequentes entre os candidatos não deixa de ser um instrumento de denúncia e informação da programação das atividades eleitorais. Deste modo o “carro de som” é utilizado nas ruas como meio de alcance de propagação em massa no centro e nas periferias das cidades, especialmente.

O rádio em Afogados da Ingazeira sem dúvida representa um meio de auxílio ao povo para se atualizar e acompanhar o andamento do processo eleitoral. A Rádio Pajeú de Educação Popular é responsável inclusive pela realização de debates entre os postulantes a cargos eletivos. Conquista notória audiência na cobertura das eleições ao divulgar, frequentemente, boletins eleitorais, resultados de pesquisas, além de acompanhar o processo de apuração. Após o término das votações é comum pelas ruas da cidade encontrar inúmeros carros com som ligado sintonizados nessa emissora.

Populares se reúnem nas calçadas, praças e bares da cidade a fim de comemorar cada boletim de apuração dos resultados, principalmente em Pernambuco que liberou em várias cidades o consumo de bebida alcoólica durante as eleições.

Eu gosto de acompanhar a eleição em casa mesmo. Escuto a rádio pajeú de manhã logo cedo, à tarde e a noite. Passa é o dia todo ligado. A gente escuta as proposta; Tudo o que se passa a gente sabe. No dia do resultado mermo, eu me sento aqui na calçada com os vizinhos e acompanho tudo. É bom demais. Não saio, tem medo... (Cristina Andrade, dona de casa, 59 anos, fundamental incompleto, bairro Rua Nova).

A Rádio Pajeú de Educação Popular tem como diretriz de formação pedagógica não somente informar a população, mas utilizar-se de diversos meios para evangelizar e “conscientizar” a população para o exercício da cidadania. Pelo menos essa é uma das missões quando fundada a primeira emissora do sertão pernambucano em 04 de outubro de 1959, com a iniciativa do Bispo à época, Dom João José Mota e Albuquerque, que percebia na comunicação radiofônica um veículo necessário à difusão de valores éticos, políticos e socioculturais associados aos princípios cristãos da Igreja Católica.

A emissora de rádio tem prestígio na cidade e região, ainda usufrui de grande audiência nos períodos eleitorais. Não sendo à toa que ao caminharmos pela cidade é comum ouvirmos em várias residências o áudio dos programas da Rádio Pajeú. O que nos leva a considerar pelos relatos que existe um esforço para tentar-se realizar um trabalho sério e imparcial na cobertura das eleições, apesar de termos conhecimento de que a própria Prefeitura é uma das patrocinadoras da grade de programação da emissora.

O medo faz parte de alguns depoimentos neste período em que os ânimos se acirram pela disputa em busca do voto. Através de alguns depoimentos existem relatos de épocas passadas de um período eleitoral conturbado e violento, que leva até hoje a determinadas pessoas mais idosas a acreditarem que é preciso ter muito cuidado durante o processo para se evitar qualquer discórdia entre vizinhos, pessoas mais próximas e familiares. Essa precaução no atuar cívico acontece mais precisamente já com a liberação da propaganda eleitoral, facultada aos partidos, coligações e candidatos. As informações, portanto, passam a ser confrontadas diariamente. O eleitor começa a analisá-las, podendo aferir juízo de valor, construindo aos poucos o perfil de seu candidato de acordo com as informações veiculadas pelos meios de comunicação.

Desse modo, verdades são desveladas, mentiras são descobertas e fatos são comunicados. Denúncias de eleitores, candidatos e órgãos do judiciário são levadas a público. Esse cenário torna o processo eleitoral um caldeirão em ebulição, porém é nas ruas, comércio e bares que repreensões policiais tendem a acontecer para se tentar amenizar os enfrentamentos. Muito embora seja correto afirmar que o período eleitoral afogadense não registre atentados violentos contra a vida durante o período de toda campanha. De fato, não chegamos a registrar qualquer incidente violento, envolvendo as agremiações partidárias, candidatos e eleitores.

Isso se deveu, acredita-se, em parte pelo acordo estabelecido entre os partidos e o Ministério Público que no decorrer da campanha concordaram em não fazer carreatas, regulando o uso dos carros de som. Em especial, evitando-se realizar eventos de grande porte no mesmo dia quando as lideranças estaduais confirmassem presença. Foi uma iniciativa inovadora que rendeu bons resultados e que, evidentemente, pode permanecer durante os pleitos posteriores.

Em se tratando de eleições gerais, a TV se presta a se colocar como um meio de divulgação amplo no acompanhamento dos eventos. O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no pleito de 2014 foi importante para o acompanhamento do processo político. Os debates entre os presidenciáveis foram acompanhados pelo cidadão, preferencialmente, pelos canais de televisão. Já que o candidato a governo do Estado foi eleito com larga vantagem no primeiro turno, os relatos indicam que entre os afogadenses entrevistados a televisão se constituiu enquanto meio de informação mais utilizado para acompanhar o desenrolar da *performance* dos presidenciáveis no segundo turno.

Os debates, tanto presidenciais como ao poder executivo estadual, no caso dos candidatos a governadores, ainda são um das alternativas muito apreciadas pela sociedade, que pode analisar o desempenho dos candidatos. Por sua ampla divulgação em âmbito nacional, detém mais a atenção do público, cria grande expectativa aos eleitores, além de se tornar um dos principais eventos durante o processo eleitoral. Para o eleitor afogadense os debates políticos, nas principais redes de televisão, protagonizam a oportunidade de conhecer melhor o programa de governo, o posicionamento pessoal do candidato acerca de temas relevantes para a sociedade, além de permitir analisar o desempenho dos candidatos diante da pressão dos embates pelas perguntas formuladas entre si. A depender do formato do debate até mesmo pela própria sociedade representada pelos cidadãos que fazem perguntas aos candidatos.

Dessa maneira, os fatos e os problemas políticos, econômicos e sociais mais relevantes são abordados diretamente pelos candidatos, que tem procurado construir um discurso capaz de convencer, principalmente os eleitores. Os candidatos na visão do eleitor sabem que é uma ocasião em que sua capacidade é testada diante do contingente eleitoral, tanto estadual como nacional. Por isso, é preciso demonstrar um vasto domínio no conhecimento técnico, experiência administrativa e relevante trajetória de militância política. Provar, acima de tudo,

e deixar claro para o eleitor, que pretende governar no sentido de integrar ao seu plano de governo os mais vulneráveis socialmente.

De fato, uma das questões mais destacadas pelos entrevistados é que o político deveria dedicar sua vida pública em favor do povo que mais precisa dos serviços de saúde, educação e moradia, além de que um tema bastante discutido foi a necessidade de melhorar a segurança no País. Nos debates, para alguns eleitores ficou claro que as propostas de governos nessas áreas são muito parecidas. Entre os candidatos percebem que existe apenas o compromisso de reconhecer que os problemas graves precisam de soluções imediatas, porém não fica bastante claro quais seriam as condições de se implementar medidas eficientes para saná-los a curto e médio prazo.

No primeiro turno das campanhas presidenciais e ao governo do Estado de Pernambuco o eleitor sentiu que os ânimos entre os candidatos se acirraram com trocas de acusações, sem se preocuparem muito em elevar o debate para a análise dos desafios e propostas de governo diante das necessidades e preocupações do povo.

Esse segundo turno vai pegar fogo! Eu quero mesmo assistir os debates da Band, Record e Globo. Todo ano tem é o que mais gosto de acompanhar. Agora eu acho que tá muito apertado esse ano pra Presidente. Depois dessa morte de Eduardo Campos ninguém vai sabe mais o como vai ser... Espero que o povo saiba escolher entre os candidatos, sem emoção. Mas acho que a morte dele vai influenciar no resultado das eleições (Alberto Campos, Estudante, 20 anos, ensino técnico incompleto, bairro Morada Nova).

No segundo turno foi possível verificar que, na visão do eleitor, o nível dos debates ficou mais comprometido com as propostas de governo ante os problemas e desafios que seriam enfrentados por eventual candidato eleito. Um evento novo redirecionou, momentaneamente, a história política do Brasil: a morte de Eduardo Campos foi transmitida amplamente por veículos de comunicação nacional e internacional. A transmissão do velório sob forte comoção popular recebeu críticas das mais variadas. Paulo Henrique Amorim, crítico dos opositoristas ao governo, deflagrou em seu *Blog Conversa Afiada*, que se trataria de um “velorimício”, ou seja, a cobertura da Rede Globo enalteceu tanto o candidato que seria proposital para se tentar alavancar a candidatura de Marina Silva. Ela se mantinha próximo ao perto do caixão de Campos, se deixava fotografar pelos simpatizantes ao lado sempre da viúva Renata Campos e seus filhos.

Na internet, jornalistas e especialistas em política não pouparam críticas à cobertura do velório e do sepultamento de Campos. Posicionamento inflamado pelas redes sociais e *blogs* alternativos, que alertaram sobre a suposta manobra da mídia para comover a opinião pública no sentido de influenciar eleitoralmente na captura de intenções de votos para a campanha de sua sucessora, Marina Silva, do PSB. De fato em quinze dias Marina Silva alavancou sua campanha, vertiginosamente, ao ascender nas pesquisas eleitorais.

A reviravolta na disputa política provocou modificações na corrida para o governo do Estado, para o Senado e para o Palácio do Planalto. Apenas após quinze dias de o socialista falecer seu candidato ao governo pernambucano, Paulo Câmara, conseguiu emplacar sua campanha, aliada de alguma maneira ao clamor público do povo pernambucano. A substituta de Eduardo na chapa presidencial despontou com vinte pontos a mais do que tinha o ex-governador antes da tragédia.

Nesse particular, a mídia também através do uso de seu aparato tecnológico propicia a construção de um noticiário capaz de aflorar os sentimentos da população quanto a fatos que podem comover a opinião pública. O acompanhamento do resultado das pesquisas figura como uma opção importante no processo de desenvolvimento das campanhas afofadense. Os eleitores estavam atentos às possíveis vantagens numéricas e aos prognósticos atribuídos a partir dos resultados pelos comentaristas políticos que se utilizavam da mídia em geral para publicar suas considerações sobre o panorama das eleições gerais a partir do que os números das pesquisas poderiam indicar.

Observo muito as pesquisas. São muito importantes neste período, mas não confio nos resultados pensando que são absolutos. É marca registrada de um momento eleitoral, digamos assim. Agora são relevantes para se monitorar as intenções de voto em algum contexto específico. A gente não deve pensar que já é o resultado final das eleições. Muita gente pensa assim, não é? As pesquisas aponta numa direção que até no dia da votação a realidade pode mudar. Então não me engano com pesquisas... Serve mais pra a gente sair desse clima de comoção e se utilizar de critério mais técnico nas análises (Guilherme Pedrosa, professor de matemática, 42 anos, ensino superior completo, bairro Pacus).

Essas análises a partir das pesquisas que são divulgadas frequentemente na mídia provocam posicionamentos críticos dos entrevistados, que tendem a deslegitimar os resultados alcançados pelos institutos, que realizam as coletas de dados. Isto acontece por

notícias veiculadas pelos próprios meios de comunicação de massa<sup>21</sup> sobre supostas irregularidades no processo, atribuídos à tentativa de manipulação dos dados, ocasionam uma consequente desconfiança quanto à veracidade dos resultados obtidos.

Senão, vejamos: “já vi na televisão reportagem sobre pesquisa..., não credito muito nelas. Vi na internet também um homem sendo preso. Não lembro o que era direito, mas ele foi preso fazendo pesquisa. Tinha coisa errada lá na Paraíba” (Joana Prado, estudante, 17 anos, ensino fundamental completo, bairro Vila Bom Jesus).

Neste contexto, as propostas dos candidatos são passíveis de análises diante da possibilidade de suas condições de exequibilidade no plano real das circunstâncias vivenciadas pelos cidadãos. Não basta somente o candidato realizar promessas mirabolantes para tentar encantar o povo. Mais do que isso, é preciso também realizar um planejamento que possa se tornar viável concretamente se realizado. Deste modo, a promessa criada enquanto proposta de campanha deve ser arguida com o mínimo de sensatez por parte do candidato que se arvora a discursar publicamente.

Embora faça parte do “jogo político” promessas se tornam compromissos assumidos com o eleitor que espera o seu cumprimento dentro dos termos consignados tacitamente. Uma palavra dada deve ser cumprida, visto que a promessa se torna “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). Caso contrário é possível que o eleitor descredencie o candidato de sua relação pessoal, desconstruindo sua imagem perante seus pares e diante da comunidade.

Como se trata de um elo de confiança estabelecido entre eleitor e candidato, a promessa no período de campanha vincula-se à cota de compromisso pessoal dos candidatos para com o povo. É diante da possibilidade de se locupletar com os benefícios prometidos que o eleitor percebe que acaba por ganhar maior visibilidade. Neste tempo propício à construção de laços de fidelidade construídos culturalmente através de uma relação, muitas vezes,

---

<sup>21</sup> No dia 5 de setembro de 2012, em João Pessoa, a juíza eleitoral da 70ª zona eleitoral da Paraíba, Túlia Neves, suspendeu no final da tarde uma pesquisa Ibope para a Prefeitura da Capital paraibana. O motivo era a omissão do nome de uma candidata, Estelizabeth Bezerra do PSB, que não constava nas cédulas dos questionários portadas por um pesquisador que foi preso em flagrante. A pesquisa suspensa foi registrada no TRE-PB com o número 00053/2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/pb/paraiba/eleicoes/2012/noticia/2012/09/juiza-suspende-realizacao-da-pesquisa-ibope-em-joao-pessoa.html>. Acesso em: 03 de jan. 2015.

pragmática, mas repleta de significado moral no sentido de se assumir pela palavra o compromisso firmado. Nestes termos, segundo Brasileiro (2012, p. 58):

a promessa proferida deve ser cumprida, senão o candidato passa a ser uma figura mentirosa, que não é digno mais de confiança. Nesses termos, convêm atentar para a noção de que a promessa é um compromisso assumido pelo candidato e prometer, em nosso sistema de valores é, automaticamente, cumprir com o prometido. O candidato que não leva em consideração essa regra basilar de nossa identidade cultural corre um sério risco de ser alijado da vida política em campanhas seguintes.

Sendo assim, o candidato é posto à prova diante de sua capacidade de atender às demandas dos eleitores que podem estabelecer uma interlocução duradoura com ele mediante esta relação de confiança, por meio do cumprimento de seus compromissos assumidos com o eleitor. Por conseguinte 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).

No entanto, as promessas que fazem parte de um compromisso político geralmente são assumidas somente no período eleitoral. São sinais visíveis de que no “tempo da política” se estabelece relações de cordialidade entre eleitor e candidato de modo que após o pleito quase que se desfazem as exigências circunstanciais, que conseguem justapor interesses desses atores sociais. O voto passa a ser disputado condicionando as relações interpessoais preponderantemente durante a campanha.

É quando o distanciamento dos postulantes se desfaz e o eleitor tem chances de se posicionar diante deste enfrentamento de propostas, promessas, e conseguir se apoderar como definidor desta relação de proximidades e confluências de interesses múltiplos. Ocasão em que as investidas do sufragista podem ser atendidas no contexto das disputas pelo voto. A época do processo eleitoral, portanto, é momento em que a disputa pela representação política se acentua e em muitos casos, esta ausência e/ou presença também configura um elemento constituinte do voto. Afirma Magalhães (1998, p. 118) que “o mundo dos políticos aparecem nos depoimentos como um mundo de lá, de cima, do qual eles, comuns, não fazem parte”.

Esse povo só vem pra campanha. Tudinho atrás de voto, somente. Depois que passa a eleição some tudo. Na verdade, nem é eles mermo que vem tanto nas porta do povo. Eles manda os “capacho” deles; É vereador que recebe do candidato, os secretario de governo, do Prefeito... Veja aí: Eduardo e Armando vem pra andar na feira e mercado; Faz essa passeata na rua. E junta um monte de gente. Depois ninguém mais vê esse povo. Desaparece!

(Cláudio Almeida, motorista, 36 anos, ensino superior completo, bairro São Sebastião).

O “tempo da política” foi sentido por muitos entrevistados como um período apenas de aproveitamento dos candidatos em busca do voto. Aproximam-se para conquistar o eleitor sem qualquer outra pretensão ulterior com as questões sociais, políticas ou econômicas da cidade, conforme alguns eleitores alegaram. Essa realidade foi percebida pelos eleitores quando as eleições são gerais devido ao grande número de candidatos, além de que geralmente não são postulantes que tem sua história de vida e trajetória política arraigada na cidade. Por isto, os eleitores sentem mais este distanciamento do candidato em relação à dinâmica social afogadense, tornando-se um fator significativo definidor de intenção de voto.

Esta relação de proximidade com a história do candidato torna-se elemento distintivo de escolha pelo eleitor para definir seu voto. Em Afogados da Ingazeira o processo político contou com a participação de três candidatos que se apresentaram enquanto “filhos da terra” ao postularem, respectivamente, cargos eletivos no âmbito apenas estadual. Ocorre que Aline Brito Martins da Fonseca concorreu a uma das vagas na Câmara Legislativa pernambucana.

Filha de um ex-deputado estadual, Antônio Mariano de Brito, professor aposentado, natural de Afogados da Ingazeira, ela alcançou 2.006 votos do povo afogadense. Atualmente exerce mandato de Vereadora no Recife, pelo PSDB, tendo recebido 23.731 votos ou 0,52% dos votos válidos pela Frente Popular de Pernambuco, coligação composta pelos partidos PSB, PMDB, PC do B, PR, PSD, PSDB, PPL, DEM, PEN e PTC.

Apesar de usufruir de grande prestígio político, não conseguiu se eleger, porém em suas aparições públicas e em guia eleitoral, Aline Mariano, sempre explorou a trajetória política do pai, além de conclamar os cidadãos afogadenses a escolher pessoas com raízes históricas de luta junto ao povo sofrido do sertão. Especialmente optando por candidatos filhos das “terras férteis de Afogados”. Frase esta cunhada nos comícios em que participamos durante a última campanha, que acabou se tornando lema de sua candidatura.

Nesta mesma linha, José de Anchieta Gomes Patriota, médico de profissão, natural de Carnaíba, cidade a 20 km de distância de Afogados da Ingazeira, após tornar-se Prefeito por dois mandatos consecutivos daquela cidade, com 57 anos, candidata-se a Deputado Estadual pelo PSB, alcançando 31.253 votos ou 0,68% dos votos válidos. Apesar de não ser eleito, ficou na suplência com a maior votação conseguida por um candidato à Assembleia

Legislativa pernambucana na Região do Vale do Pajeú. De modo que Patriota parece ter se firmado uma das lideranças políticas expressivas no sertão, juntamente com Aline Mariano.

Essa expressiva votação aconteceu depois de Anchieta Patriota conseguir confiança do ex-governador Eduardo Campos através dos seus dois mandatos bem sucedidos no poder executivo local como Prefeito em Carnaíba, conseguindo a pasta de Secretário Executivo de Articulação com os Municípios. Função estratégica que o beneficiou sobremaneira para adquirir capital político junto às diversas execuções de obras com articulação direta com as principais lideranças políticas do litoral ao interior pernambucano.

Em “nome dos pobres”, ele conseguiu 5.906 votos do povo afogadense ao integrar à sua campanha um discurso em defesa dos oprimidos com realizações de obras estruturadoras que beneficiaram a região do Pajeú. Sobretudo para o povo afogadense intermediando obras de saneamento básico, instalação do Instituto Federal e diversas casas populares. Obteve apoio do Prefeito afogadense José Patriota do PSB, cujo resultado foi sua expressiva votação na cidade, bem como maior penetração política em várias outras com apoio de lideranças comunitárias expressivas. Uma vez que ajudou a liderança de Patriota, visto que antes de se candidatar ao executivo municipal afogadense desempenhou função estratégica de gestão administrativa estadual como Secretário do Desenvolvimento e Articulação Regional, além de ser o Presidente da Associação Municipalista de Pernambuco – Amupe<sup>22</sup>.

Apesar de trajetórias distintas, os candidatos mencionados figuram atualmente no cenário político afogadense enquanto sujeitos de maiores condições de articulação junto ao governo Estadual e Federal. O que lhes trouxe, eventualmente, maiores vantagens de se consolidarem para organizar suas equipes de campanha, conseguindo bons resultados eleitorais, usufruindo ainda da liderança de Eduardo Campos, quando era vivo. E através dele conseguirem destinação de recursos e projetos em parceria com os municípios, que acabam por influenciar na preferência no momento da escolha do perfil do candidato pelo eleitor.

Foi o que aconteceu em diversas ocasiões em que os entrevistados mencionaram que decidiram atribuir sua confiança representativa aos postulantes com vínculos familiares e administrativos pela análise de sua trajetória histórica, comprovadas através de gestões ou indicações de quem conhece de perto seu trabalho;

---

<sup>22</sup> A história da Associação Municipalista de Pernambuco (Amupe) teve início em 28 de março de 1967, por um grupo de prefeitos que sentiu a necessidade de que juntos poderiam ser mais fortes para reivindicar e buscar orientações administrativas para um melhor funcionamento das 184 prefeituras municipais do Estado. Disponível em: <http://www.amupe.org/institucional/historico/>. Acessado em: 03 de março de 2015.

Voto sem medo de errar. Vou analisar entre os candidatos da terra mesmo. Não tem outra... Essa história de votar em quem não conhece o povo, não tem relação nenhuma com a realidade de Afogados. Isso é errado, meu amigo! Voto em Aline Mariano ou Anchieta Patriota. Eles são daqui, conhecem o povo, sabem do que precisamos. Tomara que qualquer um deles seja eleito. A gente precisa de alguém que olhe por nós lá na Câmara dos Deputados. Essa história de votar em gente desconhecida né comigo não (Cláudio Almeida, motorista, 36 anos, ensino superior completo, bairro São Sebastião).

A possibilidade de se filiar ao candidato pela história e suposta experiência administrativa foi explorada no período eleitoral pelos próprios candidatos, que além de construir um discurso voltado para as camadas da população mais necessitadas, demonstravam sempre se tratar do melhor candidato pela experiência adquirida em gestões passadas. Nunca se esquecendo de vincular sua imagem pessoal aos candidatos à Presidência.

A figura do ex-presidente Lula (PT) foi constantemente invocada pelo candidato Armando Monteiro (PTB). Mesmo com vasta experiência administrativa na área pública, elegendo-se Deputado Federal por três mandatos consecutivos em Pernambuco entre 1999 e 2003, também Senador em 2010, sempre vinculou sua atuação parlamentar com as conquistas do Governo Lula. Explorava durante suas visitas a Afogados da Ingazeira quando teve a oportunidade de realizar eventos públicos, demonstrando desenvoltura na oratória, conhecimento técnico e experiência político-administrativa.

O desenvolvimento realizado no período de governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva na verdade sempre foi motivo de exploração pelos candidatos. Uma das surpresas que ocorreram na campanha de 2014 foi justamente o rompimento de Eduardo Campos com a ala governista da Presidenta Dilma, como mencionado. Embora existam relatos nos bastidores da política, divulgados pela mídia, que Lula teria garantido a Campos assumir a cabeça de chapa nas eleições de 2018, com o apoio incondicional do PT, o socialista teria afirmado que de fato acreditava muito na palavra de Lula, porém não tinha a mesma esperança no seu partido. Por isto, tinha lançado sua candidatura própria.

O fato é que enquanto Armando Monteiro (PTB) se apoiava nas ações do governo para divulgar sua candidatura sob as conquistas do desenvolvimento econômico e social dos governos do PT, Campos, por outro lado, passou a explorar a possível crise econômica que se anunciava para 2015. Eram provocações fundamentadas na falta de experiência de gestão da Presidente, fazendo menção, em contraponto, sobre suas conquistas enquanto Governador de

Pernambuco, preanunciando de forma categórica: “não dá mais para ter quatro anos da Dilma ou a Presidenta não soube tocar o Brasil do jeito que precisava ser tocado”.

Esse acirramento na disputa eleitoral no âmbito federal era transportado para a campanha local. Os eleitores ainda atordoados com o novo panorama político brasileiro de rompimento, catástrofe que vitimou Campos, ascensão de Marina Silva nas pesquisas de intenção de voto e em seguida, Aécio Neves (PSDB), despontando para disputar o segundo turno, acabou dificultando a escolha do eleitor até o dia da votação. Quando grande expectativa tomou conta do País durante a apuração dos votos posto que a pequena margem de diferença entre Aécio Neves e Dilma Rousseff demonstrou a polarização histórica entre PSDB e PT na corrida presidencial.

O comportamento do eleitor neste turbilhão de mudanças no cenário político brasileiro também sentiu com a construção e desconstrução dos fatos que eram noticiados diariamente pelos próprios candidatos, coligações e mídia em geral. O eleitor afogadense vivenciou momentos de refazer suas análises e redefinir suas escolhas. No “tempo da política”, a preparação estratégica de articulação na disputa pelo voto exigiu capacidade dos postulantes de antever as possíveis alterações nas intenções de voto. Isto demandou construir as condições de antever os inúmeros fatores que possivelmente influenciavam nas decisões de escolhas dos eleitores, que poderiam ser redefinidas a qualquer momento.

Em Afogados da Ingazeira, a disputa pelo voto não se limitou apenas a época da campanha eleitoral. A adesão a uma determinada facção ou candidato implicou muitas vezes em reconhecer que o indivíduo quando decide por um candidato para votar faz uma escolha multifacetada, que inclusive extrapola o “tempo da política”. Diante disto, o período destinado à campanha por si só não é determinante para a definição do voto, mas favorece a constituição de laços de fidelidade eleitoral, porém inúmeros outros fatores influenciam no comportamento eleitoral do cidadão.

### **3.2. A campanha política e seus desdobramentos**

O planejamento de uma campanha política se destina a construir a melhor imagem pública dos candidatos. Isto porque se trata de momento em que a sociedade se volta para escolher seus representantes políticos de acordo com sua identificação pessoal com o perfil dos pretendentes ao cargo eletivo.

A construção do imagético considera-se fator fundamental para se conquistar o eleitor, tendo os meios de comunicação enquanto instrumento imprescindível na divulgação da trajetória histórica dos candidatos, propostas políticas e experiência profissional. Corroborando com as considerações de Gomes (2005, p. 358) busca-se configurar a prática do fazer sentir e fazer pensar:

a prática política contemporânea comporta um grande número de habilidades, saberes, esforços e agentes destinados à produção 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

Neste processo de conquista do voto, o candidato deve se empenhar em respaldar sua identidade junto ao contexto social em que tenta se inserir para conseguir arregimentar seus eleitores. Neste sentido, os meios de comunicação na atualidade ganharam cada vez mais protagonismo no processo político, haja vista que é através deles que o candidato consegue difundir mais amplamente sua campanha, alcançando maior número de pessoas capazes de absolverem suas ideias.

Até porque em se tratando de eleições gerais fica quase que impossível os candidatos visitarem pessoalmente os eleitores das diversas regiões e cidades de um País com dimensões continentais, como o Brasil.

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).

Em uma sociedade globalizada, os meios de comunicação se utilizam da tecnologia de informação para integrarem os recursos de larga difusão de dados em tempo real. No período eleitoral um dos recursos adotados é o horário eleitoral gratuito. Os diversos meios de comunicação são integrados em cadeia nacional para ajudar na cobertura das eleições e propiciar vários eventos para que os candidatos se manifestem publicamente.

Trata-se de um instrumento muito aceito pelos eleitores que no conforto de suas casas, com familiares e amigos, nas ruas, em praças podem acompanhar os desdobramentos do

período eleitoral. Entretanto, apesar de perceber-se que o horário eleitoral tem audiência, observou-se certa diferença de opiniões entre os nossos informantes.

Há os que apesar de reconhecer a importância do horário eleitoral não concordam com a intensa programação durante o processo político, pois atrapalha a programação “tradicional” da televisão. Além de se tornar inconveniente uma vez que a cobertura das atividades eleitorais pela mídia é intensa, invadindo o noticiário dos canais de comunicação quase que integralmente.

Detesto o horário político na TV me desculpe. Não passa outra coisa... Você perde de se atualizar das notícias do mundo. Eu acho muito inconveniente. Não! Sei até que é importante, mas passa tanta propaganda de política que você acaba desgostando. Ninguém assiste mais nada... né verdade? É só política. Eu acho que deveria ter somente os debates na televisão. Pronto tava bom assim. O jornal já fala tanto de política, que não precisa mais de candidato falando o tempo todo. É muito chato...! (Joana Ferreira, ensino médio completo, 54 anos, bairro Pitombeira).

No entanto, existem eleitores que não deixam de acompanhar a programação política. Consideram que é um dos momentos mais importantes para a democracia brasileira. Então é necessário o amplo acesso aos candidatos, tendo a mídia um importante protagonismo na divulgação de informações políticas e eleitorais. A cobertura dos meios de comunicação se propõe para o povo como um instrumento de auxílio indispensável para poderem conseguir definir parâmetros políticos na construção de sua decisão em quem votar.

Porquanto, é através do acesso às informações divulgadas pela mídia escrita, falada e televisionada que inúmeros eleitores se atualizam quanto aos fatos políticos que no “tempo da política” pode ocasionar possibilidades de se repensar as escolhas, preferências e decisões sobre determinado postulante:

Como é que num mundo desse a pessoa pode viver sem internet, por exemplo? Não tem condições... Olhe o mundo vive em tempo real. Quero dizer assim: hoje tem tanta maneira de você se informar, que não existia antigamente. Só a internet mesmo você se informa de tudo meu amigo. Agora você tem que ter cuidado, viu? Nem tudo que se ler, assiste ou ouve é verdade. Concorda? Nas eleições mesmo a gente tem que ter muito cuidado com o que a mídia diz. Existe muito interesse por detrás da informação. Não é Não? E olhe só o povo está a cada dia mais esclarecido. Não acredita em tudo não (Gorete Mendes, dona de casa, 54 anos, ensino médio completo, bairro Pitombeira).

A crítica realizada acerca das informações sobre a cobertura da mídia foi uma das questões levantadas por vários entrevistados. Acreditamos que com o acesso mais amplo ao

*ciberespaço* o cidadão começou a perceber que quanto à veracidade do conteúdo das informações existem diversas formas de serem interpretadas, a partir da fonte que divulgam as opiniões. Deste modo, o povo afogadense desfruta de vários *blogs* alternativos de cidadãos conhecidos que trabalham na cobertura de fatos locais.

Somente na cidade existem cinco *blogs* que são acessados constantemente pelo eleitor, para apenas mencionar os mais comentados pelos entrevistados. O *Blog do Nilljunior*, *Blog do Finfa*, *Blog do Itamar França*, *Blog do Sertão*, *Blog do Mário Martins* e *Blog do Romero*, são os principais meios alternativos na cidade com ampla cobertura das últimas eleições. Ocorre que são através deles que os eleitores acompanham “os bastidores” da política, considerando os fatos mais relevantes do processo eleitoral, sobretudo os que envolvem diretamente as lideranças locais.

Apresentando versões sobre fatos que nem sempre a mídia “oficial” se encarrega de apurar, tendo os *blogueiros* maiores condições e interesse de esmiuçar as diversas fontes de informações que tenham conhecimento das ocorrências. Vejamos:

Costumo acompanhar a política pelos blogs daqui mesmo. É claro que assisto TV e ouço rádio. Mas a primeira coisa que faço ao acordar é abrir a *net* e depois do café ler as notícias dos *blogs* dos meninos daqui. Tá pensando que não presta é? Eles são bom... Trazem cada novidade da política. Eu não vou dizer que confio em tudo que eles publica. Agora não confio em nenhum jornal ou *site*, por que sempre tem interesse por detrás, né. Eu mesmo analiso o que diz em relação a outro. E assim a gente se informa melhor, né? (Joana Ferreira, Costureira, 59 anos, ensino médio completo, bairro Alto da Bela Vista).

Atualmente como são várias as fontes de informações, o eleitor acaba por perceber que se trata de uma oportunidade que o cidadão tem de contrapor ideias, confrontar fatos e argumentos. Processo dialético que pode colaborar mais para o devido discernimento sobre suas opções de escolhas eleitorais. Inclusive tendo mais acesso às informações em tempo real, considerando um benefício importante na cobertura das eleições.

O trabalho realizado pela mídia alternativa afogadense, mesmo havendo opções editoriais políticas clara, sobre determinado político, a diversidade de acesso a *blogs* pela internet acaba evitando que as informações publicadas não se reproduzam com a devida atenção à veracidade dos acontecimentos. Esta é uma realidade nos *blogs* que se utilizam da checagem do respaldo das fontes para tentar-se evitar qualquer constrangimento com a

sociedade e especialmente implicações jurídicas. Isto é observado pelo próprio eleitor que denuncia:

Sou *blogueiro* de coração. Todo mundo sabe da minha opção política aqui na cidade. Isso não é segredo pra ninguém aqui. Agora uma coisa não se confunde com outra. Por votar em um candidato, não quer dizer que minhas notícias são irresponsáveis. Tenho cuidado pra a gente não ficar mal visto na cidade. Muita gente acompanha o que eu posto. Já estou na luta há uns cinco anos. O povo mesmo me procurar pra fazer denúncia da política. Não vou perder minha credibilidade por nada. Não adianta político chiar. A verdade tem que ser dita. Rapaz os *blogs* hoje revolucionam o jornalismo. Isso não é por acaso. Tem gente séria na praça. Meu cuidado também é pra não perder meu direito na justiça, caso alguém me processe. Tenho muito cuidado, viu? (Evandro Dias, estudante, 36 anos, superior incompleto, bairro Centro).

Os *blogueiros* estão articulados a partir de um processo de organização política através de uma associação que deve ser criada em toda região do Pajeú. Eles buscam conseguir maior visibilidade Estadual e até Nacional, já que participam anualmente de eventos de discussão sobre mídia alternativa em todo Brasil.

Diante disso, existem prerrogativas que estão integradas regionalmente na atuação de quem está vinculado a esta rede de *blogueiros* em construção, que é organizada por Junior Finfa. A intenção é consagrar a atuação deles com auxílio de outras instituições, a fim de proteger a integridade dos profissionais da área.

Os políticos percebem o poder de influência que os *blogueiros* estão conquistando na sociedade afogadense. Os candidatos costumam conceder entrevistas à mídia alternativa. Atendem aos pedidos dos profissionais, pois sabem que localmente o povo acessa as informações publicadas e participam emitindo comentários, sugerindo matérias e realizando denúncias.

Com efeito, estes são os instrumentos da ação política no mundo contemporâneo. A participação dos *media* é considerada, portanto, parte imprescindível da atual política, e objetiva capturar o público e dar legitimidade a um ritual que chamamos de representação democrática.

Num enquadramento lógico à publicidade, próprio dos *media*, a política e os políticos se apresentam com uma nova roupagem, caracterizado pela pacificação do corpo, das aparências, do exercício de saber se portar e principalmente pelo que Courtine (2003) aponta

como a decadência do discurso político. Estes discursos estão esvaziados, são retóricas e perderam o sentido, produzindo um exacerbamento da vida privada. Já que a vida do indivíduo no particular e não a sua vida enquanto político passa a ser analisada.

Para o eleitor afogadense é preciso que a conduta do candidato seja irrepreensível moralmente, ou seja, enquadre-se na visão de uma pessoa de costumes de vida tradicional, dentro deste panorama cultural de raízes históricas com respaldo na sociedade e reconhecimento social notório. Uma visão que para alguns pode soar como “moralismo”, já que exige do candidato uma postura ética representada por valores “conservadores” de uma ordem preestabelecida socialmente do ponto de vista histórico.

Sabe o que influencia na minha escolha sobre o candidato? Sua trajetória de vida familiar, política, profissional. Até mesmo depois de eleito, porque a gente sabe que o político começa a enriquecer de uma hora pra outra. A vida pessoal dele é muito importante. Ele não bebe, fuma; é confiante; cuida bem dos filhos e esposa; Não se envolve em escândalos. Isso faz toda diferença pra mim escolher o candidato sério (Alberto Gomes, professor de História, 42 anos, ensino superior completo, bairro São Braz).

O “tempo da política” se processa nesta procura de definição eleitoral do cidadão que vivencia os eventos de campanha, articulando suas análises sobre os candidatos a partir das informações que são disponibilizadas pela mídia. Nesta perspectiva, “os candidatos não são escolhidos por seus programas de governo, mas pela imagem que se produzem os meios de comunicação de massa” (SAISI, 2006, p. 156). E consegue melhor intento na política, nessa lógica, àqueles que sabem encenar e desempenhar da melhor forma o seu personagem.

As redes sociais são mencionadas como instrumento de aquisição de informações. As notícias são veiculadas em tempo real nas páginas de relacionamentos que são replicadas de imediato, invadindo as contas pessoais dos usuários diariamente. Nas eleições de 2014, o *facebook* e o *whatsapp* protagonizaram uma das novidades utilizadas pelos candidatos. As mensagens personalizadas foram empregadas como tática eleitoral que visava cooptar intenção do eleitor ao tentar-se penetrar no seu mundo virtual numa dimensão mais íntima.

Na última semana das eleições as mensagens do *whatsapp* continham informações que geralmente não eram veiculadas na mídia televisiva ou radiofônica, adquirindo forma de denúncias para desestabilizar o eleitor;

Eu recebi uma mensagem no *whatsapp* de Armando Monteiro que dizia que Paulo Câmara não iria conseguir administrar Pernambuco porque Eduardo

Campos tinha falecido. É porque não tenho mais a mensagem pra te mostrar. Num só foi essa não; recebi tantas. A gente fica sem saber as coisas direito né? Um diz uma coisa outro diz outra. A gente num sabe direito se é verdade ou mentira. Não sei como eles consegue os telefone da gente (Henrique Dias, estudante, 20 anos, ensino técnico incompleto, bairro Pitombeira).

Embora os eleitores se utilizem da mídia para poder se informar é preciso reconhecer que as informações veiculadas não determinam as suas escolhas políticas. Canclini (1999) nos ajuda a compreender esta relação do eleitor com a mídia no contexto desta cultura de consumo em que nos situa no tema a partir de uma lógica mais complexa do que a que propõem reduzir o fenômeno através de uma relação de meio de manipulação de um lado e dóceis audiências de outro.

Para o autor, a hegemonia cultural não pode ser analisada apenas por uma visão que tenta compreendê-la de forma vertical, ou seja, segundo uma suposta preponderância dos dominadores capturando os receptores; entre um e outro se reconhece os mediadores, nas figuras da família, do bairro, do trabalho; é preciso também pensar os vínculos entre aqueles que emitem as mensagens e aqueles que a recebem não somente numa relação exclusiva de dominação, mas pensando as interações de colaboração e transação entre uns e outros.

Assim, é preciso situar também os meios de comunicação se utilizando de um quadro conceitual mais amplo. Dessa maneira, nosso posicionamento se filia a perspectiva de que a mídia como é monopolizada no País pode influenciar na decisão do eleitor em quem votar, porém considerando igualmente que existem eleitores que não recebe de maneira passiva as informações veiculadas. Em outras palavras, a mídia é apenas um elemento, dentre outros, que são acionados pelo eleitor para compor a sua escolha e adesão eleitoral.

Não voto pelo candidato apenas. Tem muita coisa que levo em conta, né? Não, é aquele conjunto, sempre é um mesclado de ideias, tem aquela parte da mídia, tem a parte de influência de fora, de colegas, de ajudas que tem, né? uma ajuda financeira para o cara construir uma parede; uma casa; a promessa de emprego. Você sabe que hoje em dia a concorrência por um emprego é muito grande, né? Então a gente não vota só pensando na qualidade do candidato não (Alberto Campos, ensino técnico incompleto, bairro Morada Nova).

Pode-se neste itinerário compreender-se que o eleitor está atento a estes movimentos, uma vez que sabe e consegue destacar a importância, bem como a influência dos meios de comunicação. No entanto, sem consignar em suas análises essa determinação reducionista de

que os meios de comunicação de massa plasma-se às opções dos eleitores, influenciado necessariamente sobre as suas decisões políticas em quem votar.

A mídia em geral incluindo o protagonismo da internet durante as eleições são consideradas como que “janelas de acesso ao mundo virtual da política”, que durante as campanhas o eleitor se utiliza para conseguir informações necessárias e viáveis para se confrontar com o mundo real das relações sociais, travejado constantemente com notícias e fatos que marcam o “tempo da política”.

Desse modo, é possível entender o cidadão enquanto sujeito que processa suas escolhas, articuladas com suas possibilidades de interpretar as informações e fatos sociais para assim construir sua decisão. Por isto, ele não é apenas um consumidor de uma política de imagens sem reflexão. Sabemos que o apelo ao poder é direcionado ao público, só o povo pode dar a legitimação ao candidato. Caracterizado pela

compreensão de que o poder é uma propriedade ou quota individual de todos os membros de uma sociedade, que este poder se outorga ou deputação que os membros são convocados a fazer em favor de uma ou mais dentre as pretensões concorrentes, e que tal quota de poder deve ser de tempos e tempos acionada para confirmar ou retirar a deputação dada (GOMES, 2005, p. 31).

Nessa dinâmica, é relevante considerar que a sociedade democrática nos habilita a pensar a política enquanto sistema aberto às opções de escolhas eleitorais por parte da população, que se empenha em caracterizar suas escolhas pela legitimidade representativa que acredita depositar em determinado candidato para o efetivo exercício de governar.

Por outro lado, este mesmo sistema nos fornece as condições de pensar os esforços que os grupos de interesses têm para tentar conseguir chegar ou se manter no poder. Neste aspecto, é previsível que se deve pensar a política de forma contextualizada.

### **3.3. A troca de interesses e a negociação pelo voto**

As atitudes que se observam durante o “tempo da política” são, como já evidenciamos, dotada de interesses mútuos entre os principais atores sociais, eleitor e candidato. Este por sua vez se atribui de inúmeros artifícios para conseguir conquistar a adesão do eleitor, aquele por outro lado, não integra um dos pólos da relação munido de artimanhas capazes de satisfazer as intenções políticas no período eleitoral.

O eleitor nesta época sabe que é mais procurado, que seu ‘valor’ está superestimado no “jogo de interesses políticos”. A compra de votos, neste sentido, torna-se uma realidade que referencia este cenário marcado por relações de dar e receber, que se constitui enquanto o movimento que delinea a campanha eleitoral e o voto passa a ser moeda de troca, como formula Heredia (2006, p. 64):

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’.

Neste intercâmbio de benefícios que se articula entre candidato e eleitor através de uma relação de interesses compartilhados mutuamente em que o voto é o objeto desejado, cabe mencionar que os laços de sociabilidade são marcados por valores de fidelidade, tratando-se a relação de troca de se estabelecer enquanto um ganho para o primeiro e dívida para o segundo. Isto é, o eleitor garante seu benefício através da palavra do candidato que se compromete a supri-lo diante de sua demanda, configurando-se como uma dívida ao eleitor, ao passo que o postulante acredita conseguir o voto do cidadão. No transcorrer de nossas entrevistas, indagamos aos entrevistados que atitudes políticas tinham candidatos e eleitores, observemos:

Eles usam tantas estratégias meu filho. Na verdade cada um quer usar mais do que outro; fazer mais do que outro. Tem candidato aqui que se elege porque cumpre com o prometido, viu? Ele atende todo mundo. Quando não dá ele é sincero em dizer que não pode. E o povo aproveita desse candidato, né? Quem não quer tirar proveito, né? Todo mundo né meu filho? (Raquel Soares, aposentada, 66 anos, ensino fundamental completo, bairro COHAB).

As relações políticas entre candidatos e eleitores passam a ser estabelecidas em um contexto de dádivas e contravenções. Percebe-se que vínculos são criados e relações de reciprocidade entre os atores sociais são estabelecidos, o que torna possível a constituição de compromissos que devem ser cumpridos para o fechamento dos ciclos da realização de celebração dos interesses.

Neste ambiente social permeado por interesses, disputas e trocas, o candidato deseja conquistar o eleitor, que, por sua vez, tira proveito do período eleitoral, definindo estratégias e criando oportunidades:

Os eleitores hoje em dia são coniventes com essa situação de compra de voto. Já ouviu aquele ditado: que cada pessoa tem aquilo que bem merece.

Pois é! Cada sociedade tem seu político que merece. Porque assim, hoje em dia, a educação política do povo não é tão bem elaborada quanto antes. Hoje em dias estes jovens crescem vendo essas disputas de cores não pensam mais em ideologia; não acreditam mais no que o candidato vai defender; não pensa mais no que o candidato pode trazer de benefício para sua comunidade (Evandro Dias, estudante, 36 anos, ensino superior incompleto, bairro Centro).

A história do candidato é requisito necessário de justificativa para determinados eleitores, pois conhecer sua trajetória de vida faz com que se defina o seu perfil, de acordo com seu engajamento que revela seus interesses e ideais políticos. Assim, o candidato é constantemente analisado em termos de sua participação efetiva junto ao povo. Quanto mais próximo ao sofrimento da realidade vivenciada pelo cidadão é visto certamente como um candidato comprometido com os desafios enfrentados cotidianamente pela população, que precisa de apoio político para superar as dificuldades.

O que acontece na política é observado como reflexo da sociedade que se insere neste processo de intercâmbio de benefícios, participando do período eleitoral em cumplicidade com as trocas de favores coordenadas na busca de se ganhar vantagens. Deste modo, é possível compreender que entre candidato e eleitor se configura uma relação de permissividade que faz parte do contexto eleitoral, sendo praticado por todos em que “de repente todos os álibis falham e dão lugar a uma situação em que todos são cúmplices no mesmo processo. Mais ainda, atrás da ideia de ser como o outro há também a culpa de uma identidade que se reconhece imobilizada e, portanto, tem aquilo que merece”. (JOVICHELOVITCH, 2000, p.132)

Essa modulação nas condutas, típicas das campanhas eleitorais, evidencia as tensões e adequações que os indivíduos devem empreender para se inserirem adequadamente nesta época em que a disputa não acontece somente pelo voto, mas também pela conquista do que se pode adquirir dos candidatos. Com efeito, a compra de votos é mencionada como norteadora na escolha dos votos na cidade, muitas vezes mencionada com regularidade nas entrevistas, pois sinaliza, segundo os depoimentos, uma prática corrente na política local, prática instituída pela cultura política, historicamente consolidada no Brasil, como se refere a informante:

Olhe, não tenho como não ser sincera e lhe dizer: eu acredito que o povo vota no candidato não escolhendo suas propostas de governo e trajetória de vida, e partido também. Eu acho que é mais a questão da compra de votos. Eu falo isso porque já vendi o meu. (risos). Não vou ser hipócrita em dizer que não vendi meu voto. Isso faz parte da política. Até mesmo assim pelo nível de conhecimento porque tem pessoas que não estuda, que são

analfabetos, vai mais assim pelo o que o candidato está falando ou então pelo o que ele está pagando também. Como eu já, antes de estar bem informada, vendia meu voto (Sandra Albuquerque, professora Língua Portuguesa, 47 anos, ensino superior completo, bairro Pacus).

Nesse depoimento, podemos tratar de algumas representações correntes quanto ao voto na cidade. A primeira delas se volta à sofisticação política, atribuindo-se ao eleitor a falta de esclarecimento para se votar a partir de alguns critérios: ideologia, partido, propostas. Quando mencionada desta maneira, a sofisticação está diretamente relacionada à questão da escolaridade, do acesso às informações, das escolhas ideológicas. A escolaridade é quase sempre revelada como uma dimensão que eleva o cidadão ao esclarecimento político, ou seja, para a maioria dos eleitores entrevistados a educação é ferramenta essencial de formação do cidadão que possibilita construir as condições necessárias ao devido discernimento e clareza racional nas escolhas políticas durante o período eleitoral, especialmente em relação a quem não obteve o mesmo êxito na vida como os estudos.

Contraditoriamente constatamos que nem sempre os eleitores mais escolarizados detêm determinada capacidade mais elaborada na análise dos processos políticos, além de demonstrarem claramente desconhecimento da dinâmica eleitoral. Isso se confirma pelos próprios depoimentos que sugerem posicionamentos generalizadores e preconcebidos sem maiores critérios objetivos críticos quando se posicionam em relação o comportamento eleitoral do cidadão sem escolaridade. No entanto, o que de fato percebemos, surpreendentemente, é que muitos eleitores sem escolaridade conseguem elaborar suas escolhas subsidiando-se de informações, através dos meios que lhes são acessíveis, utilizando-se de sua capacidade crítica de processá-la de acordo com a evidência da realidade dos fatos na escolha de seu perfil de candidato.

A gente não podemos generalizar, mas o povo vota muito pela compra de voto. O povo não tá muito ligado em conhecer as proposta do candidato, nem de saber qual é o partido dele. O povo quer mesmo é ganhar algo em troca pra poder votar em alguém. Isso é a verdade pelo menos aqui em Afogados, né? Eu acho que o povo deve estudar mais pra poder saber votar nas pessoas. Tem gente que é iludida pelo candidato, minha gente... Não tem consciência pra votar (Cristina Andrade, dona de casa, 59 anos, ensino fundamental incompleto, bairro Rua Nova).

Esse apelo à consciência política é claro, nem sempre corresponde ao apelo ético contra o poder econômico dos candidatos que se entrega deliberadamente à lógica clientelista na época das campanhas. Não se pode negar que a prática de “compra de votos” acontece articulada pelos candidatos diante de vários fatores que favorecem as transações de proveitos

materiais, com a devida anuência do eleitor interessado no ganho imediato de benefícios que para ele se torna motivo de aproveitar as circunstâncias momentâneas em que são procurados para negociar seu voto. O “tempo da política” então se torna também uma ocasião em que os valores éticos são submetidos as mais diversas provações neste contexto de negociações, que podem exigir do eleitor resistir às provocações dos candidatos, mas, sobretudo, suportar a pressão de práticas clientelistas que para muitos eleitores são consideradas integrantes do processo político, culturalmente aceitas pela sociedade.

Não tem estudo nenhum. Não sei ler nada. Não tive como ir pra escola. Eu tive que trabalhar muito. Nem por isso vendi meu voto, meu fi... Nunca vendi por nada. Sou um veí macho, que não deve nada a ninguém em Afogados. Nem favor. Também nunca precisei de ninguém. Comecei a trabalhar com oito ano de idade com meu pai na roça. Meu dinheirinho dá pra pagar minhas conta. Vivo com poco mesmo, mas dá pra me sustentar. Essa história de gente vender voto eu sei que acontece muito, meu fi. Mas tem gente que precisa de ajudar... Eles são pobres mais do que eu. Então tem gente que ajuda e a pessoa vota nela. Eu mermo não gosto de pedir nada a ninguém, mas se precisar algum dia, não sei... Tem político que ajuda né (Antônio Silva, aposentado, 52 anos, ensino fundamental incompleto. bairro Borges).

Existem eleitores que enaltecem sua postura ética ao ponto de considerar que não se deixa influenciar pelos apelos eleitorais da disputa política. São pessoas obstinadas a defender seus princípios morais herdados historicamente por uma vida de sacrifícios, sem usufruir das relações interpessoais com interesse de se projetar na vida através de favorecimentos para não perder de vista sua idoneidade moral diante de sua rede de interações sociais. Participam do processo político indiferentes às práticas clientelistas de compra e venda de votos, porém conscientes de que existem como resultado histórico de construção de uma cultura sedimentada na defesa dos interesses patrimonialistas.

O voto também pode ser visto não como “moeda de troca” nas relações políticas durante a campanha, mas como uma ajuda que deve ser prestada diante das necessidades que eventualmente os eleitores vivenciem. Neste aspecto, a possibilidade de negociação é estabelecida mediante acordos que podem extrapolar à lógica meramente eleitoral, transportando-se para o âmbito da ajuda humanitária em decorrência da situação quando principalmente se precisa de assistência médico-hospitalar.

Sou técnica de enfermagem e digo a você que ajudo muito a um candidato na época de campanha quando ele chega lá no hospital trazendo uma pessoa doente pra ser atendida. Isso é bom pras pessoas. Você não acha? Se a pessoa não tem como vim, nem como se tratar toda ajuda vale, né. Isso num só

acontece nas eleições não. Você pensa que tem candidato que ajuda somente por voto é? É não, tem gente que ajuda porque tem coração bom mesmo. Essa pessoa que ajuda merece ganhar um voto mesmo. Eu sou cedida da prefeitura e meu candidato foi o Prefeito que pediu pra gente votar nele pra Deputado. Eu sou doída de dizer que num vou votar pra perder o emprego. E o vereador que me colocou aqui mesmo apoia o Deputado do Prefeito, Valdemar Borges (Elizângela Santos, estudante, técnica enfermagem, 35 anos, ensino médio completo, bairro Sobreira).

Essa depoente sinaliza algumas direções da escolha do voto e representação política na cidade, entre outros. Destaca-se o temor às represálias no momento eleitoral quando se tem um vínculo institucional que dependa de indicações políticas. O eleitor neste caso tende a se submeter às exigências de sua autoridade hierárquica na administração pública como contrapartida pelo favorecimento da indicação política para o exercício de função pública. Esta é uma realidade constatada nas entrevistas quando relatos revelam que sua decisão eleitoral ocorreu em função de compromisso com o gestor público já que ele era o responsável pelo emprego conquistado, geralmente na Prefeitura Municipal.

Prática comum capitaneada pelos gestores públicos quando aproveitam da máquina administrativa para conseguir atender as demandas da sociedade em proveito próprio. Não são raros, portanto, os relatos de eleitores que se vinculam a determinado candidato na esfera estadual ou nacional por que constroem uma relação de clientelismo com as autoridades políticas locais. Geralmente, estão vinculados a sua rede de sociabilidade que de maneira direta ou indireta depende de concessões realizadas por políticos, que atentem a pedidos de empregos em cargos comissionados na Prefeitura, ou mesmo familiares e amigos foram beneficiados com algum direcionamento de prática política por pessoas ligadas a candidatos.

Neste sentido, se caracteriza uma tênue relação entre as noções de público e privado. Arendt (2009) nos ajuda a compreender esta dificuldade na distinção, como assinala “as esferas da *polis* e da família”. Em sua abordagem ela traz uma contextualização histórica que aponta as transformações ocorridas nas sociedades, especialmente na Grécia e Roma, evidenciando como os termos público e privado vão assumindo características diferentes quando contextualizados historicamente.

Segundo Arendt (2009, p. 59 - 62), o termo público exprime dois fenômenos: tudo que vem a público pode ser visto ou ouvido por todos e tem a maior divulgação possível; e, significa o próprio mundo, na medida em que é comum a todos nós e diferente do lugar que nos cabe dentro dele. O termo privado como sinaliza quando pensa a privatividade moderna

Arendt (2009, p. 48) exprime o desejo de proteção àquilo que é mais íntimo. Opor-se ao social, ausentar-se do outro.

Ao realizar essa análise do processo de ascensão social, ocasião em que a riqueza se transforma em Capital, Arendt acredita que esta riqueza jamais se tornou algo comum, algo partilhado. Coube ao governo, num moderno conceito, ser o elemento comum, isto é, o organismo responsável por proteger os proprietários privados na competição pela riqueza. O que há de comum entre as pessoas é a manutenção dos interesses privados.

Quando indagamos a alguns entrevistados o que é o espaço público para eles, logo apontam esta diferenciação e evidenciam como no universo político estas duas esferas se tocam:

Deixa eu vê.... O espaço público pra mim, não sei. Acredito que é importante lembrar que existe o público e o privado. O espaço privado é aquele onde se tem um dono que manda e só ele ou quem ele deixar pode utilizar. O público é aquele destinado à comunidade; é destinado ao público geral, se beneficiasse e, se preciso, pagar por ele (Joana Prado, estudante, 17 anos, ensino fundamental completo, bairro Vila Bom Jesus).

Olhe será que tem ultimamente uma diferenciação? Não sei viu. O público se tornou muito privado; algumas pessoas se acham no direito de mandar no espaço que é do povo. Tem evento aqui de um empresário mesmo que só ele tem direito de usar na época as vias públicas etc. E tem nego mesmo que no setor público vive como se tivesse administrando a sua casa, a sua empresa; esquece o essencial naquele trabalho, naquele setor. O público é aquela questão de ter a consciência (Guilherme Vêras, professor matemática, 42 anos, ensino superior completo).

Essa aparente confusão na distinção entre privado e público é atribuído de significados de valores culturais que constituíram historicamente nossa sociedade patrimonialista e personalista, mencionado quando nos detivemos na análise dos aspectos históricos no primeiro capítulo. Na verdade, o que acontece através da análise da exposição das colocações, é que ainda persistem pessoas que desempenham funções administrativas no poder executivo que acreditam que o exercício do poder público se torna extensão de seu poder familiar. Holanda (2005, p. 50) destaca a não diferenciação e preponderância do espaço privado na nossa sociedade:

a entidade privada precede sempre neles, a entidade pública. A nostalgia dessa organização compacta, única e intransferível, onde prevalecem necessariamente as preferências fundadas em laços afetivos, não podia demarcar nossa sociedade, nossa vida pública, todas as nossas atividades.

Nesse corolário de interesses permeados pelo desejo de estender seu poder familiar à esfera pública predomina o desejo de estabelecer intimidade, a ética de fundo emotivo, persiste em atender os anseios das vontades particulares fundadas a partir de círculos fechados e pouco acessível a uma estrutura de ordenação impessoal. A política feita assim modulando todo o tempo às relações pessoais e impessoais nos orientam a pensar uma forma particular de como se representa a política (PALMEIRA, 2006).

Nessas mesmas falas ainda nos agarramos às práticas da política tradicional que historicamente vilipendiou o patrimônio público pela constituição da patronagem e as práticas coronelistas<sup>23</sup>, que foram modernizadas e camuflam-se atualmente. O coronelismo como consequência da superposição de formas desenvolvidas do regime representativo a uma estrutura econômica e social inadequada trata-se de uma manifestação do poder privado. Baseava-se numa troca de proveitos entre o poder público e a influência dos chefes locais, que parecem persistirem na estrutura política do sertão pernambucano, pois aparecem nos depoimentos dos entrevistados como estão presentes as mesmas práticas de antigamente. O voto de cabresto nestas novas formulações assume outras conotações, mas é sempre reconhecido:

A gente pode afirmar sem medo de errar que em Afogados da Ingazeira o voto ainda é de cabresto sim. Também não tem por onde não ser né? Eduardo Campos mandava em Pernambuco. Tinha os prefeitos quase todos do Estado nas mãos dele. Quem é doido de não votar num homem daquele ou em quem ele pede aos Prefeito. Aqui mesmo Patriota apoia os Deputados que Eduardo mandou ele apoiar. Quantas pessoas não trabalham na Prefeitura? Heim? Esse povo todo tem que votar no candidato que Patriota quer se não vai pra rua. Sim, os que não são concursados. Mas mesmo eles são pressionados também. Não tem quem abra a boca pra dizer que vota contra. Duvido! E o povo vende o voto por qualquer coisa: por óculos, gás de cozinha, dinheiro mesmo..., por tijolo, areia, pedra. Sabe o que o candidato faz? Pegam o título de tudim e só entrega depois da eleição. Como é que o povo vota livre. Isso é história pra boi dormir (Evandro Dias, estudante, 36 anos, ensino superior incompleto, bairro Centro).

O medo sempre retorna ao imaginário como elemento inibidor das escolhas dos eleitores, sobretudo quando se estabelece uma relação de dependência econômica e profissional. É a partir desta dependência com vínculo institucional que os candidatos também articulam sua rede de influências sobre as pessoas que além de precisarem dos empregos aderem à dinâmica de se valer deste benefício para conseguir proveitos para atender suas necessidades próprias ou de terceiros.

---

<sup>23</sup> LEAL, V. N. Coronelismo, Enxada e Voto. O município e o regime representativo no Brasil. 1949.

Nesta linha, os códigos de conduta, os valores, aquilo que se aspira atuam nas escolhas de cada eleitor. Ajuda, compromisso, promessa e dívidas passam a ganhar um significado importante ao se tratar da política, pois, “na vida cotidiana, as pessoas trocam bem diversos que tanto confirmam laços pré-existentes, quanto criam novas relações” (HEREDIA, 1996, p. 63). Quanto a esta abordagem, o estudo da dádiva tem conseguido notória aceitação nas interpretações contemporâneas sob os mais diferenciados fenômenos: religiosos, jurídicos, econômicos e políticos.

Diante disso, almeja-se enfatizar como a relação entre dádivas e sociabilidade no Brasil tem se demonstrado integrado à construção de um vínculo social, considerando a dádiva como fomentadora de aliança. Para Lanna (2000, p.179), neste sentido, entende-se que “o objetivo do Ensaio não é a economia primitiva, mas a circulação de valores como um momento de estabelecimento do contrato social”. Depois se baseando em Marcel Mauss não há porque se negar à existência da dádiva como comércio, mas o aspecto econômico é apenas um dos seus sentidos.

Desse modo, as trocas podem ensejar um resultado econômico, mas também pode instituir uma relação de compromisso eleitoral, de sorte que também se configura enquanto um ganho pessoal, visto que “a vida social não é só circulação de bens, mas também de pessoas, nomes, palavras, visitas, títulos, festas” (LANNA, 2000, p.177). Por conseguinte, na política compreender as trocas privilegiando apenas o prisma econômico não nos ajuda a elaborar explicações abrangentes sobre a lógica das escolhas e motivações de cada eleitor. Sabe-se que toda ação é perpassada por uma racionalidade, contudo esta racionalidade é limitada por um ‘mores’, por estruturas de pertencimento e identificações. Vejamos o que disse um de nossos informantes:

Não mudou muita coisa não. Antigamente, não tinha essa informação toda como tem agora; como os meios de comunicação não chegava tanto nas casas, como a gente vê hoje em dia. Porque hoje o povo sabe mais das coisas... a comunicação é melhor com o rádio e com a televisão; antes as pessoas vendiam o voto por telha, por tijolo, por qualquer coisa do candidato que ele conhecia. Hoje não, a venda do voto é mais difícil; é proibida, mas a gente vê muito ainda na política. Acho que não mudou muita coisa não. O povo troca muito o voto agora por influência e por emprego. Mudou um pouco a maneira de vender, porque como é proibido você receber um milheiro de tijolo que dá na cara, em compensação você vem aqui no hospital precisa de uma cirurgia, fala com fulano de tal e ele opera. Eu tô com fulano de tal, seja generoso com ele (Henrique Dias, estudante, 20 anos, ensino técnico incompleto, bairro Morada Nova).

Identifica-se na fala do depoente como a compra de votos persiste atualmente, apenas se utilizando de outras maneiras de se empreender, ganhando uma nova característica, mas prevalecendo-se as práticas de negociação dentro das possibilidades de se integrar interesses, tendo o voto como o objeto de negociação. Neste sentido, pode-se verificar pela contextualização que as vantagens extrapolam o universo econômico, posto que existem necessidades mais significativas que determinam a partilha de interesses, como conseguir exames, cirurgias, consultas compõem também elementos neste novo arranjo de negociações.

Como observou Barreira (2006, p. 154) “com a diminuição das possibilidades das fraudes e das ameaças físicas, surgem, em contrapartida, as gratificações, as benesses e os benefícios”. O eleitor passa a ser conquistado em outras bases e o voto de cabresto cede lugar ao voto mercadoria, ou seja, nas mediações das relações no “tempo da política” o voto se transforma em um instrumento de negociação que no contexto das disputas eleitorais se torna o objeto de desejo para se viabilizar a acessão ao poder político, adquirindo valor de troca e símbolo de representação social para o eleitor.

É a partir deste processo de negociação em que o voto adquire valor na disputa eleitoral que as trocas acontecem entre eleitor e candidato. As visões dos eleitores sobre a emergência desta prática no período eleitoral nem sempre se remetem a uma compreensão institucionalizada do ponto de vista jurídico, considerando as negociações em troca do voto enquanto prática de corrupção. O eleitor constrói sua concepção sobre a prática de corrupção de maneira diversificada, existindo posicionamentos que são diametralmente opostas às suas concepções quando referenciadas à perspectiva juspositivista. O erro pode repousar em quem não cumpre a palavra, em quem não ajuda o amigo ou ao necessitado, como elabora um dos depoentes:

Não vejo nada de mais em uma ajuda a alguém que realmente precisa. Tem pessoas que querem aproveitar mesmo a campanha pra ganhar dinheiro. Todo mundo sabe disso. Eu também quero dizer o seguinte: quando é pessoas que tem condições salariais; tô dizendo da questão econômica, que realmente não conseguem nada com isso e que são enganadas pelos políticos, eu acho bem interessante. Eu acho bom! (Raquel Soares, aposentada, 66 anos, ensino fundamental completo, bairro COHAB).

Na perspectiva histórica foi visto que somente a partir de 1932 o Código Eleitoral é aprovado, trazendo inovações ao processo político e eleitoral no País na tentativa de se minimizar e coibir as práticas consideradas fraudulentas, a exemplo do voto de cabresto. Entretanto, apesar das instituições estatais procurarem instituir uma nova ordem político-

social sabe-se que as práticas na disputa pelo voto são aos poucos modernizadas diante das exigências do plano jurídico.

Ademais, o fazer política pressupõe aos atores sociais em confronto de interesses a práticas de trocas de favores. O político nesta relação atua enquanto figura que tem o interesse no voto e se dispõe a negociá-lo pela oferta que se pretende transacionar; de outro lado, o eleitor figura enquanto destinatário das promessas que se entrega à lógica visando adquirir benefícios pelo compromisso do voto.

As promessas são materializadas em bens que podem ser negociados em troca da fidelidade eleitoral, ou seja, o eleitor se compromete em votar à medida que suas demandas são atendidas pelo candidato. A troca acontece quando na relação se estabelece a lealdade entre candidato e eleitor, que através das negociações compactuam interesses, ocasião em que um recebe e outro compromete em votar. No entanto, essas práticas são tipificadas como crimes eleitorais por nosso ordenamento jurídico, segundo o Código Eleitoral<sup>24</sup>, que procura reprimi-las.

Nesse cenário de troca de benefícios, pode-se depreender que o compadrio e a patronagem são maneiras peculiares de se fazer política no Brasil. Com efeito, as relações personalizadas são caracterizadoras das relações políticas, sobretudo em períodos de campanhas eleitorais quando a troca de favores amalgama-se por uma moral que exige fidelidade, pois é momento em que “uma dádiva recebida por um eleitor e não retribuída no voto o inferioriza perante os outros e fere o código de moralidade vigente nas circunstâncias analisadas” (BARREIRA, 2006, p.161).

Não obstante, a caracterização de uma relação personalizada como a que temos na política local afogadense, aparece sempre que se menciona em quem se pretende votar, haja vista que o voto pode aparecer em algumas entrevistas como um gesto de cordialidade na tentativa de se retribuir:

olhe, eu acho que a gente vê também que as pessoas hoje que são mais consciente de votar também existe alguma coisa que influencia no interesse de votar; tem muito interesse na política. A gente não pode pensar que não existe negociação nas coisas. Nesse período tem muita gente que aproveita

---

<sup>24</sup> O artigo 299 do Eleitoral define como crime eleitoral dar, oferecer, prometer, solicitar ou receber, para si ou para outrem dinheiro, dádiva ou qualquer outra vantagem, para obter ou dar voto e para conseguir ou prometer abstenção, ainda que a oferta não seja aceita. Disponível em: [http://www.tse.gov.br/servicos\\_online/catalogo\\_publicacoes/pdf/codigo\\_eleitoral/codigo\\_eleitoral2006\\_vol1.pdf](http://www.tse.gov.br/servicos_online/catalogo_publicacoes/pdf/codigo_eleitoral/codigo_eleitoral2006_vol1.pdf) Acessado em 05 de mar. de 2015.

pra pedir. Tanto ajuda político como gente ligada a ele. As vezes até pessoas que não tem nada a ver com o candidato ajuda pra ganhar voto. É assim... Veja só! Aconteceu de uma pessoa, por exemplo, você chega pra mim... você é, eu sou pessoa, que eu sou muito conhecida, eu tenho livre acesso a pessoas mais; vamos dizer: como eu diria assim tem um envolvimento maior na sociedade; então você chega pra mim e diz assim: mas rapaz tá acontecendo isso e isso, e eu indiretamente como tenho ligação e conhecimento com essas pessoas: mas rapaz, fulano de tal, tem uma pessoa que tá assim...; assim...; assado e essa pessoa indiretamente diz: eu consigo, eu vou ajudar. Indiretamente, tá entendendo? E às vezes essa pessoa não faz assim, parte nem do meio político, futuramente pode vir a ser, a ser um político, tá entendendo, aí tudo isso conta, tudo isso pesa. (Alberto Campos, estudante, 20 anos, ensino técnico incompleto, bairro Morada Nova).

É importante perceber que no “tempo da política” as redes de relações eleitorais podem ajudar a desenvolver mecanismos de ajuda na conquista do voto; nas decisões deliberadamente projetadas para se alcançar pessoas de acesso ao candidato na busca de providenciar as condições de suprir as necessidades circunstanciais de quaisquer pessoas, que no contexto do processo eleitoral se torna de imediato potencial eleitor conquistado para as urnas. Então as redes sociais de acesso são formadas a partir desta possibilidade de se conseguir agregar novas pessoas às arenas de disputa pela conquista do voto.

A retribuição é algo peculiar na sociedade se instituindo de acordo com cada contexto social e político vivenciado pelos indivíduos, não existe uma regra. Nas sociedades hodiernas, coexistem interesses que são forjados a partir desta possibilidade de se consentir cordialidades que se articulam entre dádiva e mercado, porém se torna uma relação excludente. Pensando as relações sociais na política, especificamente a brasileira, é necessário entender que a dádiva pressupõe retribuição, porém dar não é um ato desinteressado.

Neste quadro, Mota (2002) denota a ambivalência da reciprocidade: interesse e desinteresse, egoísmo e altruísmo. Interessa-nos pensar esta ambivalência da reciprocidade permeando as escolhas dos eleitores neste espaço de trocas que passeiam pelos interesses e fronteiras entre o público e o privado. No entanto, não pode o eleitor abster-se dessas trocas, já que se ele se nega ou realiza, é tido como mesquinho, enquanto a ação de dar por parte dos políticos indica generosidade.

Nesse conjunto fortifica-se a concepção de Mauss (1974, p.111) quando afirma que nesse processo “abster-se de dar, como se abster de receber, é perder dignidade – como se abster de retribuir”. A reciprocidade desse modo é desequilibrada, pois, o dar gera superioridade, nunca se dá demais a um superior. Desta feita, o eleitor que recebe procura

retribuir como forma de pretensamente cumprir com o acordo de vontades que se caracteriza como uma dívida, pois “o voto – e aqui se encontra o paradoxo – embora permita a retribuição, não permite uma relação entre parceiros como relações entre iguais que trocam bens do mesmo tipo” (HEREDIA, 1996, p.64).

O eleitor não se encontra alheio à relação de parceiros e percebe que figura entre em um período privilegiado, mas que não a partir de uma relação entre iguais. Ele sabe, no entanto, que é possível tirar proveito deste momento, mas compreende que é só neste tempo específico:

Ah, meu filho! Na política ninguém é de ninguém. Os candidato sabe que tem gente que se aproveita deles na política. Recebe ajuda, pede, mente e não vota nele. Virou bagunça esse negócio de comprar voto. O candidato se ilude também pensando que dando algo em troca o povo vai votar nele. Num tem ninguém mais besta nesse mundo não, né? E o povo sabe que é um tempo de aproveitar mesmo pra ganhar alguma coisa, até emprego sai (João Cordeiro, marceneiro, 65 anos, ensino fundamental completo, Bairro São Sebastião).

Apesar disso o eleitor sabe que o momento é chegado para conseguir tirar proveito e investe muito para tentar consolidar sua empreitada. Muitos relatos demonstram que o próprio eleitor tem “consciência” de que no “tempo da política” é possível estabelecer contatos com candidatos e criar as condições de se construir uma relação de negociação em que se torna viável a aquisição de bens e serviços. Entretanto, não se acredita preso necessariamente ao compromisso de votar no candidato somente porque foi atendido, por consequência tem a capacidade de se insurgir contra qualquer situação de obrigatoriedade.

Já vendi meu voto... porque precisei e a oportunidade apareceu. Também já enganei candidato né? É muito fácil. Recebi e não votei nele. Isso é normal na política. Quando chega nesse tempo aí é onde tem tudo de bom pra você; aparece tudo! aparece saúde, aparece feiras e feiras pra dar as pessoas carentes; só nesse tempo, um mês, dois, pronto. Depois desse um mês dois, acabou tudo; tudo voltou ao que era antes; então na minha opinião não gosto não (Maria Silva, merendeira, ensino fundamental completo, 56 anos, bairro Brotas).

O informante, acima descrito, nos leva a considerar que, de fato, o eleitor entra na disputa pelo voto, porém atuando com critérios de discernimento bem articulados diante das investidas dos candidatos. Esta defesa do eleitor em relação ao candidato surge com frequência nas entrevistas, o que leva a confirmar que alguns de fato compreendem que a

atuação deles no período eleitoral é repleta de interesses para conseguir com a distribuição dos benefícios o tão disputado voto nas urnas, e conseqüente, acesso ao poder;

Eu posso dizer com sinceridade que ninguém nunca me comprou, mas se acontecer de alguém ou candidato me oferecer dinheiro, eu recebo na hora. Mas não voto! Não tem quem faça... Esses que dá dinheiro não presta, e é mesmo, esses que dá dinheiro não presta não, a gente recebe e não vota (Joaquim Freitas, feirante, 65 anos, ensino fundamental incompleto, bairro Centro).

Neste exercício, perceber esta nuance também retira do “voto comprado” um poder de determinação. O eleitor tem enxergado em casos específicos que o candidato que procurar comprar o voto, alimenta um ciclo de degeneração do sistema político. Elegendo quem tem dinheiro para “comprar” seu mandato justamente aqueles que depois não administram a coisa pública em vista de assegurar os interesses coletivos.

Ademais, é importante reprimir que o voto não pode ser pensado como uma ação ou ato meramente individual, pois o eleitor constrói relações de compromisso com os seus para aderir à determinada candidatura e isso é cobrado nas suas práticas cotidianas. A escolha em determinado candidato passa por mediações que se configuram especialmente acionando-se as redes sociais e, especialmente, as redes de relações pessoais.

### **3.4. Comportamento eleitoral: variáveis que norteiam o voto**

A literatura é rica em suas diversas formas de abordagens e matizes teórico-metodológica quando se trata de interpretar o comportamento do eleitor no período de campanhas. Neste particular, Oliveira (1998) se propõe uma revisão interessante que busca abordar as diversas teorias que se debruçam acerca da dinâmica eleitoral, tendo como objeto as análises das motivações sobre o voto.

Em especial se apoia nas considerações de Castro (1994) que realiza uma pesquisa orientada para a análise sobre o comportamento eleitoral. Destaca algumas correntes, tais como a racional e a psicológica na tentativa de explicar os desdobramentos das escolhas eleitorais. Porquanto, temos a observação do comportamento do eleitor enquanto recurso de investigação ao considerar um dos temas mais importantes para todos os que se preocupam com as condições de construção e funcionamento de regimes democráticos. Também realiza

em outro texto “Sujeito e estrutura no comportamento eleitoral<sup>25</sup>” uma revisão crítica confrontando algumas explicações propostas pela Ciência Política.

Comportar-se estrategicamente no período eleitoral torna-se a tônica dos atores sociais que são envolvidos na trama das disputas pelo voto. Mais do que uma revisão das teorias e explicações propostas, nesses textos persegue-se a análise minuciosa das motivações que perpassam a construção das decisões eleitorais ao enfatizar o aspecto subjetivo dos eleitores, sem, no entanto, desconsiderar a perspectiva ideológica, partidária, racional.

O voto assim se constitui o objeto de análise que se procura apreender através da interpretação do comportamento do eleitor, transformando-se em um desafio quase que enigmático, conforme afirmam Palmeira & Heredia (2006, p. 282):

O voto não é necessariamente uma escolha 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”.

Interpretar o voto a partir da subjetividade do próprio eleitor nos remete a considerar que a escolha eleitoral está diretamente relacionada aos fatos cotidianos, que requer perseguir os sinais emitidos na dinâmica das relações estabelecidas no “tempo da política”. Um simples ato pode referenciar, significar descobertas de intenções escondidas, mas reveladas pela prática de quem intenta uma finalidade. Por isto, quando um eleitor decide usar uma camisa do candidato este ato pode se tornar reflexo de uma decisão em aderir a um determinado grupo ao qual o eleitor se sente contemplado e inserido.

Essa propositura de estudo sobre o voto nos instiga a refletir acerca da multiplicidade de significados sobre o voto, bem como dos diferentes modos de pensar e viver. O voto é contextualizado em seu agenciamento individual e coletivo, sendo necessário analisarem-se os desdobramentos dos processos que fazem com que as escolhas políticas caminhem nesta ou naquela direção, ou seja, “cumpra em certo sentido, ‘politizar’ a política, reconhecendo a existência de processos moleculares subjacentes a cada ação ou escolha individual e coletiva” (GOLDMAN & SANT’ANNA, 1996, p. 30).

---

<sup>25</sup> Para maiores informações o texto encontra-se disponível no endereço: [http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_20/rbcs20\\_01.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_20/rbcs20_01.htm)

Ao tomar esse posicionamento como diretriz de pesquisa antropológica, dedicamo-nos à produção de entrevista semiestruturada para estabelecer os diálogos com os entrevistados, a fim de entender quais variáveis influenciam na percepção da construção dos seus votos. Isto significou se dedicar a compreender quais estratégias são desenvolvidas entre candidato e eleitor para se conseguir a convergência ou divergência de interesses na disputa pelo voto, além de se tentar perceber quais variáveis são determinantes para fundamentar a decisão de se escolher em quem votar.

Diante disso, surgiram questionamentos que nortearam nossas incursões em campo, que também fazem parte da problemática que insere a pesquisa no âmbito da antropologia política. O que é o voto? Qual o significado que tem o voto para o eleitor? Como ele escolhe o seu voto? Foram as questões que basearam o início de nossas entrevistas, permitindo-nos desdobramentos sobre outras temáticas.

O voto é muito importante para a sociedade. Por ele nós decidimos os rumos muitas vezes de nossa própria vida. É por ele que escolhemos nossos representantes, que vão administrar o País. Então não deixa de ser uma maneira que a gente pode participar do processo político pela escolha. No momento em que você escolhe o seu representante, você vai estar decidindo não só a sua vida, mas a de muitos cidadãos (Francisco Oliveira, estudante, ensino superior incompleto, 28 anos, bairro Sobreira).

O voto então para os entrevistados se torna um instrumento eficaz e extremamente importante para a escolha dos representantes que administrarão a “coisa pública”. No processo democrático, o voto é considerado “a pedra angular” do sistema político, de sorte que se trata de definir os rumos administrativos da sociedade, ocasião em que o projeto de governo entra na pauta de discussão social, e a sociedade tem a oportunidade de analisar as propostas dos candidatos diante de sua realidade local.

Além disso, o cidadão tem a oportunidade de exercer seu protagonismo político ao deliberadamente poder escolher a cada dois anos seus representantes. As eleições são observadas pelos entrevistados como um momento crucial para o País e para a população, pois é através dela que o povo pode organizar sua vida social, política e econômica. Ainda mais quando se trata de eleições gerais ao definir cargos para o executivo e o legislativo na esfera estadual e federal. O voto, portanto, é poder de decisão, escolha e definição do planejamento administrativo de governo que influencia a vida de qualquer cidadão.

Não se pode brincar com o poder de decisão do voto. É através das eleições que a gente pode planejar a administração do governo. O voto é muito

importante porque é através dele que o povo vai escolher os representantes para administrar nossa vida. Né não? Cada voto faz diferença no resultado da eleição. É de voto em voto que o candidato se elege... Querendo ou não cada pessoa influencia lá na frente na escolha do político. O pessoal não sabe, mas foi você que influenciou na decisão do comando do País. No comando do Estado, no comando da cidade (Sebastião Oliveira, estudante, ensino superior incompleto, 33 anos, bairro Izídio Leite).

As escolhas no plano eleitoral são também empreendidas de acordo com as forças coletivas. O eleitor pondera em suas decisões e analisa variáveis que atuam como suporte de apoio para a construção de sua decisão político-partidária. Com efeito, o processo político é observado pelo eleitor enquanto instância de decisão individual, porém se desenvolve coletivamente, ou seja, o voto também é expressão dos agenciamentos de forças coletivas que se organizam em busca de conseguir eleger determinado candidato. Neste sentido, pode-se compreender que o voto

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).

A política e o lugar do político nem sempre são visualizados positivamente, visto que o poder de influência na decisão de escolha sobre o eleitor decorre do uso da estrutura política. Deste modo, o poder para alguns eleitores, vale dizer, o poder econômico do candidato, torna-se um dos fatores importantes para que um candidato consiga se eleger. Isto leva alguns eleitores a acreditarem que somente o poder de compra do voto torna-se o único meio de alcançar êxito eleitoral.

Alguns entrevistados sinalizam nessa direção de perder as esperanças no processo eleitoral por que acreditam que o candidato com maior poder econômico sempre vai adquirir maiores condições de se eleger. Esta expressão negativa da política pode ser constatada na seguinte ilação:

O voto devia ser visto como um meio do povo poder melhorar de vida, mas através das urnas. Né verdade? Agora o que acontece é que a política aqui em Afogados é muito suja. O povo só quer saber de dinheiro, de conseguir alguma coisa em troca pra votar. Porque cada voto na eleição daqui faz muita diferença no resultado. Os candidatos que já estão no poder tem mais vantagem pra ganhar. Eles no poder usam da estrutura pra conseguir voto. Olhe, eu acho que na verdade não acredito que um candidato é eleito sem

gastar dinheiro. Sem dinheiro meu amigo o camarada não consegue um voto. É muito difícil viu o povo aqui votar porque quer... Mas existem ainda pessoas que votam por consciência. O voto devia ser um instrumento de mudança mesmo da política. Mas não sei se tem essa força toda hoje dia. Acho muito difícil, viu. Mas infelizmente, né, a gente sabe que não é bem assim (João Gomes, feirante, 37 anos, ensino médio incompleto, bairro Morada Nova).

O voto enquanto instrumento de mudança foi atribuído como característica fundamental no processo democrático, porém um dos poucos entrevistados apresentou uma ausência de esperança no sistema político. A política na verdade ganha uma dimensão negativa diante da possibilidade de os candidatos com maior poder econômico determinar os rumos das eleições. Este imaginário revelou a descrença do eleitor com a política à medida que se tornou decisivo em sua compreensão até mesmo o uso da máquina pública pelos candidatos para adquirirem maiores condições estruturais durante sua campanha na disputa pelo voto.

Essa oscilação na análise sobre o voto permite compreender que o eleitor encontra-se inserido em um contexto no qual o acirramento na disputa pelo voto ocasiona dificuldades para se considerar o voto como uma das possibilidades de mudar o cenário político, tratando-o como mecanismo ineficiente no processo eleitoral. Entretanto, mesmo que existam depoimentos revestidos de expressões de caráter negativo, em dado momento o eleitor abre espaço para se pensar alguma qualidade do voto. O que de fato torna possível acreditar que “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).

A política é marcada significativamente como um lugar distante. E, como afirmamos anteriormente, esta distância se alarga nos momentos pós-eleição, constitui uma variável a ser pensada na escolha do voto:

como eu já disse e repito tanto, fica muito difícil de escolher um candidato; são muitos e depois eles aparecem pra gente como se fosse a melhor pessoa do mundo; aparenta ser uma pessoa boa, mas quando é depois, na continuação, ele não faz o que sempre prometeu e a gente fica sem saber o que eles pensa do povo e da gente. Eles podem ser um corrupto, totalmente corrupto; sim senhor e a gente só de ver a cara a gente não conhece; só através do trabalho que a gente vai ver se o voto da gente foi válido mesmo (Francisca Lopes. Aposentada. Ensino Fundamental Completo. 41 anos. Bairro Conjunto Residencial Miguel Arraes).

O lugar do político é observado pelo eleitor com um distanciamento, posto que no período de campanhas eleitorais sua presença se dedica apenas a conseguir viabilizar sua candidatura. O eleitor está atento a esta estratégia política ciente de que concluído o processo eleitoral as relações estabelecidas no “tempo da política” são desconstruídas. Neste ínterim, o eleitor perde qualquer garantia de que seu voto será legitimado pela atuação do postulante, uma vez que seu distanciamento do povo se trata de quebrar os laços de fidelidade construídos durante o processo eleitoral, ou seja, poucos eleitores passam depois do candidato eleito a observar sua atuação.

Segundo Magalhães (1998, p. 117), agora que o candidato está integrado a outras esferas de relações sociais o eleitor pode considerar que “a possibilidade de roubar é algo que ninguém escapa, revelando novamente uma concepção de *natureza humana* perversa, como também a *natureza* perversa do poder”. Ao se privilegiar o recorte temporal da campanha não se quer defender que tudo na política está circunscrito a este momento, tampouco o voto, por isto, perguntamos aos entrevistados em que ocasião escolhem o seu voto:

É bem antes, antes mesmo; porque a gente vai observando as proposta; vai se informando aos poucos direitinho; a gente já conhece o candidato e a gente já sabe: eu não mudo de jeito nenhum. Então a gente precisa ir analisando as propostas dele, a gente analisa direitinho. Aí eu escolho e pronto, não tenha quem mude; eu posso trabalhar pra outros, mas eu, eu voto no meu candidato, né? O outro eu tô trabalhando, eu tô ganhando, pois é, mas eu não mudo de jeito nenhum. Por isso que eu digo, eu não induzo ninguém pra dizer em quem vai votar (Josefa Maria, dona de casa, 43 anos, ensino médio incompleto, bairro Borges).

Podemos afirmar que nem tudo se resume ao período da campanha eleitoral. A disputa faccional, como já sinalizado, os sentimentos, as relações de compromissos são, entre outros elementos, pensados e levados em consideração na escolha do voto, que nem sempre é definido no período eleitoral, ou no dia da eleição. Aponta à entrevistada:

Bom, teve época que eu já sabia em quem eu ia votar; já conhecia o candidato de outras eleições. Aqui em Afogados a gente conhece os candidatos, tem contato com eles muito antes de ser político. Eles visitam muito as comunidade da gente, conversa com os familiares há muito tempo. Como essa campanha é pra Presidente e Governador a gente acompanha as notícia pelo rádio e televisão. Mas eu acompanho o voto aqui de um candidato que já me conhece bem. Ajuda muito a gente por aqui. Então ele pede pra gente votar num deputado e governador e tal... Aí já é uma pessoa que a gente já conhece, né? Eu voto assim, né? (Cristina Andrade, dona de casa, 59 anos, ensino fundamental incompleto, bairro Centro).

A fala em destaque menciona o compromisso da entrevistada com um candidato que se constrói muito antes do período eleitoral e se prolonga para além dele. Cria-se um sentimento de dívida que parece ser fundamental como critério de escolha eleitoral, levando a referida eleitora informante a continuar a votar no político de sempre. Em outras palavras, como já sinalizado em discussão anterior, o compromisso é outra variável na escolha do voto. Assim como as relações clientelistas e o faccionalismo.

Se o voto é escolhido, na maioria das entrevistas, antes da campanha, apresenta-se uma evidência: poucos são os eleitores que entrevistamos que têm dúvidas em quem votar, a grande maioria sabe claramente quem é o candidato de sua preferência:

Eu aproveitei pra votar nulo mesmo. Não tinha outra escolha pra mim. Já estava decidido muito antes da política começar mesmo... Eu não iria mudar de opinião mesmo... Eu já tinha decidido e que era assim e pronto! (Jurandir Ferreira, estudante, 18 anos, ensino médio incompleto, bairro Centro).

No primeiro turno eu escolhi em quem votar antes da campanha. Mas durante a campanha eu mudei de ideia, sabe. Eu sei que eu não perdi meu primeiro voto... eu achei que era melhor votar em quem votei. No primeiro turno eu estava consciente da escolha; fui, votei sem dúvida do que eu queria; e no segundo, apesar de eu ter mudado de ideia, de opinião, ter formado uma nova opinião, fui consciente também. Não tive a menor dúvida com relação ao candidato (Cláudio Almeida, motorista, 36 anos, ensino superior completo, bairro São Sebastião).

A segunda declaração chama atenção sobre o fato de que a decisão de votar é construída antes e durante a campanha eleitoral. Essa afirmativa corrobora com a nossa percepção de que o voto não é estático. Afirmar isso não quer dizer que os eleitores não sejam motivados a terem lealdade em quem afirmam votar, mas, possibilita falar nas brechas e negociações que são realizadas por candidatos – eleitores – redes sociais.

Destaca-se também a ‘não’ dúvida quando das eleições majoritárias: “não, assim, pra Prefeito e Presidente da República eu nunca tive dúvida não; quando as eleições são municipais a gente fica mais indecisa pra Vereador; às vezes eu digo meu Deus do céu, vou dar esse voto só por causa de mãe” (Cátia Rodrigues, professora, 54 anos, ensino superior completo, bairro Centro). A escolha do voto, desse modo, é perpassada pelas redes familiares:

Pra Presidente a gente tem a escolha mais definida, né? Agora como são muitos os candidatos nessas eleições a gente fica em dúvida pra Deputado e Senador. Mas a gente vai conversando com amigos, familiares e no trabalho... ajuda a decidir mais. Mas até agora eu não voto com muita dúvida não

(Antônio Silva, aposentado, ensino fundamental incompleto, 52 anos, bairro Borges).

As eleições gerais causaram dúvidas aos eleitores devido ao grande número de candidatos e conseqüente dificuldade em distinguir as funções. Foram muitos os depoimentos que relataram esta dificuldade de se diferenciar as funções exercidas para os cargos aos poderes executivo e legislativo, efetivamente. Além de que existiu ainda outro obstáculo quanto ao procedimento de votar, uma vez que erram muitos números a serem digitados na urna eletrônica. Na busca em perceber mais atentamente quais variáveis que orientam a escolha do voto, perguntamos aos eleitores o que o candidato, o político precisa fazer para conquistar os seus votos. Chama-nos atenção a narrativa abaixo descrita:

É difícil dizer direito... mas eles procuram conquistar mais a população que tem um mínimo de educação; aquelas pessoas necessitadas que não tem muita consciência política social e ética; até porque o candidato sabe que é fácil pra ganhar o voto. Agora eu particularmente, eu não acredito em discurso, entendeu; o político não consegue me levar pelo discurso somente. Mas eu vejo o passado deles, vejo a questão da ficha limpa, vejo se eles tem algum problema de fraude, algum problema na justiça, na justiça comum. Não na questão eleitoral porque é difícil, eles sempre arrumam um jeito de tira né? Mas eu vejo se ele tem algum tipo de envolvimento com coisa ilícitas, se não houver... Assim, eu não lhe digo que eu confio neles, mesmo se fosse da minha família (Sebastião Oliveira, estudante, ensino superior incompleto, 33 anos, bairro Izídio Leite).

O referido estudante nesta fala procura justificar sua escolha pelo candidato se diferenciando de outros eleitores pelo critério de “esclarecimento” a partir do nível de escolaridade. Observa que na política os casos de corrupção estão relacionados à falta de capacidade de determinados eleitores não terem discernimento político para votar pela falta de escolaridade. São a partir destes que os candidatos podem se eleger porque investem na compra do voto.

Nestes termos tem-se que a representação política, como tem se repetido é negativa: o político conquista o eleitor que não tem escolaridade, que segundo esta fala não assume os critérios de sofisticação (interesse por política, envolvimento no processo eleitoral, informação). Sem querermos elucidar esta querela, o nosso exercício tem atentado para o fato de que diferenciações, posições sociais, contexto histórico-cultural e socioeconômico são relevantes para a compreensão da política cidadina. Entretanto, como denotamos no decorrer de nossas entrevistas, não é determinante e não repousa a racionalidade do voto do eleitor num lugar merecido.

Goldman & Sant'Anna (1996, p. 28) explica que este distanciamento delega sempre 'aos outros' todos os males e/ou resultados que não satisfaz o eleitor. É uma fala estratégica e pode evidenciar que:

o próprio eleitor pode, deste modo, se eximir de qualquer responsabilidade pessoal pelos efeitos das eleições, aparecendo a si mesmo e aos demais como sujeito dotado de consciência crítica, suficiente afastado dos que decidem de forma equivocada.

O que se tem em comum na construção da decisão sobre o voto do eleitor é que um conjunto de crenças e uma orientação de condutas se inter-relacionam, fazendo com que se assemelhem por vezes as representações do que se espera que seja a atuação e prática política. Deste modo, “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).

Destarte, a conquista do eleitor é perpassada por outras variáveis e o candidato sabe que tem que consolidar uma relação que o caracterize através de uma identificação positiva, ou seja, o eleitor tem de se convencer de que no período eleitoral determinado candidato preenche em certa medida seus anseios e expectativas como representante do povo. Neste passo, afirma Magalhães (1998, p. 71): “existe em todos os candidatos, todos os partidos, a construção de uma imagem que varia de acordo com suas concepções a respeito do que é legítimo, verdadeiro, importante, e de acordo com o que julgam ser a concepção do eleitor”.

Ser boa pessoa é uma das variáveis mencionadas constantemente pelos eleitores na escolha do voto. No entanto, esta característica do candidato é construída coletivamente e a representação do que é ser bom político deve ser apreendida a partir da percepção dos eleitores. Então o candidato deve ter consolidado esta identidade socialmente, tornando-se integrada ao próprio perfil do postulante.

O candidato que vou votar nessa campanha mesmo ele ajuda muito os povo que precisa. Eu não vou dizer o nome, tinha um nesse ano passado que eu não tava mais nem com vontade de votar. Mas depois pensei direitinho e percebi que ele ajuda muito as pessoas. Aí eu disse: eu vou votar nele porque ele ajuda muito os pobres; distribui remédio, ajuda pra o povo ir pra médico, paga conta de água e energia. Tudo isso ele faz. Ele já tinha sido candidato e ele continuou a ir de bairro em bairro, com o carrinho dele, pegando as pessoas doentes, levando pra secretaria pra ajudar. É aquilo, transporte, uma mãe quer fazer uma ligação, sem ser a época da política, aí eu disse depois eu vou votar no candidato, pois, foi o meu candidato que eu votei (Francisca

Lopes, aposentada, ensino fundamental completo, 41 anos, bairro Conjunto Residencial Miguel Arraes).

O candidato que ajuda aos pobres é relacionado pelo eleitor de acordo com sua capacidade de se dedicar mesmo fora do tempo da campanha. Portanto, o “bom candidato” torna-se aquele que direciona sua ação política para, de maneira “desinteressada,” estar presente na vida cotidiana dos eleitores. É aquele que está presente e pode ser visto em momentos em que as pessoas do bairro necessitam. A questão do merecimento é simbólica na escolha do voto, ou seja, “quem merece o voto é quem tem condições de fazer alguma coisa, além de ser uma pessoa boa” (MAGALHÃES, 1998, p. 47).

Nas relações estabelecidas entre candidato e eleitor normalmente se consolidam critérios de honra para que se fundamente a confiança de assumirem compromissos recíprocos, configurados como um dos códigos de conduta simbólica na escolha do candidato. Estes ganham uma importância vital na noção de honra, assim como grande consideração às relações de caráter pessoal, na hora de escolher o voto, mais do que opções ideológicas abstratas ou cálculos racionais individuais (KUSCHNIR, 2007).

Minha escolha é definida mesmo porque eu analiso a história da pessoa, a trajetória de vida família, profissional etc. Analiso o candidato como pessoa também... Pra mim faz diferença. Procuro saber o passado dele pra saber se não tem algo que desabone a conduta dele futuramente com político. Eu acho que a vida pessoal do candidato tem tudo a ver com o desempenho dele na política (Sandra Albuquerque, professora, 47 anos, ensino superior completo, bairro Pacus).

O caráter pessoal do candidato é analisado pelo eleitor ganhando mais visibilidade no período eleitoral. Porquanto, ser boa pessoa é sinal para alguns de que determinado candidato pode ser bom político. Então sua trajetória de vida é considerada no âmbito político: qualidades como comportamento moral, seu passado, justiça e até estrutura familiar, podem ser características definidoras para escolher em quem votar:

A história da vida da pessoa é muito importante pra escolher o candidato. Agora mesmo com essa nova lei da ficha limpa o cara tem que demonstrar que é íntegro. A gente quem é a pessoa pra depois quando ela chegar lá a gente não se arrepender. Você não pode votar em qualquer pessoa porque ela prometeu que vai trazer mundos e fundos só não. Temos que saber quais suas propostas, o que ela já fez na vida. Por exemplo, o povo não vai votar num político casado e divorciado três vezes, vai votar no que tem a família bem estruturada. O cara que não tem estrutura familiar vai ter estrutura pra governar? O povo pensa nisso, o povo pensa (Sebastião Oliveira, estudante psicologia, 33 anos, ensino superior incompleto, bairro Izídio Leite).

As opções dos eleitores não obedecem a uma lógica previsível, de maneira que se pode considerar que se tem a partir das análises dos depoimentos que existe uma diversidade de motivos legítimos e racionais dentro da lógica de cada um dos entrevistados e concernentes aos seus respectivos modelos culturais:

Então, eu me baseei para votar diante do quadro que existe e escolhi o “menos pior”; é porque a coisa tá difícil na política. Então eu procurei primeiro estudar o máximo sobre passado dos candidatos; pra vê se eu conseguia ter uma ideia boa sobre minha escolha. pra ver se ele me daria condições futuras de proporcionar algo de positivo pra o município onde eu resido e onde eu quero ascender socialmente. Levantei em conta a história dele e as contribuições que ele deu pro município e fiz uma espécie de cálculo, se ele ou o concorrente, qual teria mais futuro, qual o que traria mais benefícios pra o meu município. Percebendo que um seria menos pior do que outro, eu preferi esse. Pronto! (Jurandir Ferreira, estudante, 18 anos, ensino médio incompleto, bairro Centro).

A história dos candidatos se revela como motivo importante para a escolha dos candidatos. É por este critério que eles analisam os possíveis benefícios que serão conseguidos futuramente caso o pretendente seja eleito. Também serve como parâmetro de comparação a vida íntima do candidato. Verificar seu comportamento intrafamiliar significa realizar um ponderamento de valores ético-morais acerca da conduta dos candidatos. Com isto, estabilidade afetiva, estrutura familiar e desempenho profissional são determinantes para muitos eleitores no momento da escolha de seu candidato.

Neste sentido, o eleitor se identifica com o candidato, projeta suas expectativas de futuro ao desempenho de seu mandato eletivo. Mais ainda: reforça qualidades que ele próprio julga possuir, que estão no seu cotidiano e que lhe garante familiaridade que supõe determinado nível de confiança sobre a conduta moral do candidato. A identificação é cognitiva.

Ainda no que diz respeito à trajetória do candidato e de sua família:

Quando eu sei que o candidato tem uma história de vida limpa isso já é uma grande vantagem pra a gente votar nele. O candidato deve ter uma vida voltada pra servir o povo... Tem candidato que só aparece em tempo de campanha pra pedir voto. O povo percebe isso na hora. Na campanha o candidato aparece como todo bonzinho pra querer ganhar seu voto, né. Em Afogados é desse jeito. Eles pensa que é só ser candidato e pronto, tá tudo certo. A pessoa tem que ter uma história de vida bem relacionada com o povo e também experiência pra poder querer ser político. Eu só vou pra o candidato que tem uma história com o povo, uma história de comunidade, que tem uma vida limpa, que não tem roubalheira na vida política dele. Aí

esse é meu candidato (Gorete Mendes, dona de casa, 54 anos, ensino médio completo, bairro São Sebastião).

Novamente o eleitor remete enquanto critério distintivo na escolha do candidato sua trajetória de vida, porém relacionando sua identidade com seu possível desempenho político, ou seja, acredita-se que caso o postulante tenha idoneidade moral em sua história de vida torna-se possível que ele desempenhe bem sua função pública, salvaguardando sua integridade moral diante de suas atribuições públicas. Entretanto, é factual que estes motivos escolhidos para se votar no candidato podem modificar à medida que os mandatos estão sendo exercidos, o voto não é uma dimensão estática, deve-se, portanto, sempre ter em mente outras variáveis que importa ao eleitor.

Eu votei nessa agora pra tentar mudar um pouco a política. Eu acho que Marina Silva pode mudar o Brasil um pouco. Eu creio que eu votei pra não dar continuidade a algumas políticas e também numa visão tentando mudanças, mas a gente sempre na visão de não dar força a um grupo, acabamos dando força a outro grupo, né! A gente erra na hora de escolher, a gente tem esse tipo de pensamento (Evandro Dias, estudante, 36 anos, ensino superior incompleto, bairro Alto da Bela Vista).

O período eleitoral é momento também de se pensar estrategicamente a partir das escolhas eleitorais realizadas pelo eleitor. Este não acredita que as eleições estão concluídas após se computarem os resultados, sabe perfeitamente que o desafio político continua passadas as eleições, pois acredita que o candidato no desempenho de suas atribuições poderá contribuir para implementar mudanças que podem trazer melhores condições de vida a população.

Nesse desafio de procurar votar acreditando que está contribuindo para conseguir mudanças futuras o faccionalismo sempre retorna na fala dos entrevistados como elemento distintivo na hora do eleitor cidadão escolher um candidato. Atentamos nesta fala para sinalizar que o voto aqui, mesmo no cenário de continuidade de um dos grupos sinaliza as mudanças e negociações pensadas no âmbito do eleitor.

Durante as eleições em Afogados da Ingazeira foi marcante a reviravolta protagonizada por Dilma Rousseff quando o povo se dividia em opiniões sobre as escolhas dos candidatos à Presidência da República. Após a morte do presidente Eduardo Campos no primeiro turno, Marina Silva, obteve 2.310.700 votos ou 48,05% dos votos válidos, Dilma Rousseff conseguiu 2.126.491 votos ou 44,22% dos votos válidos e Aécio Neves recebeu apenas 284.771 dos votos ou 5,91 dos votos válidos. Esse desempenho eleitoral de Marina

Silva se sustentou em Pernambuco pela forte influência do ex-governador Campos, considerando sua atuação política no Estado e pelos depoimentos em meio à forte comoção do povo devido à tragédia que ceifou sua vida.

No segundo turno as coisas mudam e os resultados eleitorais são completamente diferentes. O povo pernambucano, segundo análises especializadas<sup>26</sup>, soube aproveitar o crescimento econômico, a geração de empregos, além dos grandes investimentos em obras de infraestrutura alocados durante o governo do PT na região para referendar o compromisso político com Dilma Rousseff (PT), dando-lhe 70,20% dos votos ou 3.438.165 dos votos válidos. Ampla vantagem em relação ao Aécio Neves (PSDB) que obteve 1.459.266 dos votos ou 29,80% dos votos válidos. Inclusive este resultado foi praticamente o mesmo em Afogados da Ingazeira, quando a Presidente Eleita conseguiu votação histórica de 13.583 votos ou 68,41% dos votos válidos, ao passo que o presidenciável “psdbista” obteve 6.272 votos ou 31,59% dos votos válidos.

Nesse contexto, o eleitor construiu suas escolhas dentro de parâmetros que foram fortalecidos pela conjuntura política no âmbito nacional. Esta realidade foi verificada ao longo das incursões em campo, quando se identificou em vários depoimentos os possíveis benefícios conquistados pelos afogadenses na era política dos governos do PT. Mesmo o governo municipal, declaradamente, apoiando a candidatura de Marina Silva no primeiro turno e depois no segundo o candidato Aécio Neves, atuando de maneira ostensiva com equipe de vereadores durante a campanha, o povo avaliou que o momento político era de se permanecer com a administração petista à frente do governo federal.

Conquanto, quando o eleitor se decepciona com os candidatos e não encontra neles respaldo político ou atributos que legitimem sua atuação junto ao povo, aflora esse sentimento de descrença que culmina em muitos casos com o arrependimento do voto. É o que pode ter acontecido na corrida presidencial no âmbito municipal como se pode verificar em alguns discursos, quando indagados aos depoentes se já se arrependeram em terem votado em algum candidato:

Já sim, acabo de me arrepender. Votei no primeiro turno em Marina Silva pra Presidente. Pense que me arrependi mesmo viu. No segundo turno foi

---

<sup>26</sup>O posicionamento do Cientista Político Alberto Carlos Almeida é esclarecedor quando analisa a votação dos presidenciáveis após as eleições ao ser convidado a participar do Programa da Rede Globo Manhattan Connection no dia 2 de novembro de 2014. Mais informações, disponíveis em: [https://www.youtube.com/watch?v=VOU\\_cW6eZCk](https://www.youtube.com/watch?v=VOU_cW6eZCk).

bem diferente, eu pensei melhor... Olha, pensando bem, a gente foi muito contemplado pelo governo Lula e Dilma. Pernambuco é outro Estado. E Afogados da Ingazeira? Já pensou numa seca dessas a gente sem essa adutora aqui? Hoje a gente tem até faculdade de medicina aqui bem pertinho em Serra Talhada. Vamos votar em quem a gente já conhece, né? Todo mundo sabe o que foi feito. Então mudei mesmo pra Presidente (Alberto Gomes, radialista, 42 anos, ensino superior completo, bairro Centro).

O conhecer o candidato é coletivo, os indivíduos isolados, tampouco em grupos fechados decidem seus votos. O voto assim é perpassado pelos atributos pessoais que relacionado ao desempenho do candidato a frente de um mandato, tornam-se variáveis importantes para a definição eleitoral (MAGALHÃES, 1998).

Neste particular Baquero (2001) faz um alerta muito interessante quando aponta que o desafio da participação democrática na contemporaneidade vincula-se ao fortalecimento do personalismo e o descrédito das instituições políticas. Nos depoimentos colhidos, pode-se verificar que o desempenho da gestão administrativa encontra-se atrelada à pessoa. Como é o caso de se considerar que o governo do PT é sempre confundido com a figura do ex-presidente Lula. Então os eleitores muitas vezes acreditam que a condução da política no País depende da pessoa que exerce o poder, não importando tanto a equipe de governo ou as instituições políticas, nem mesmo partidos.

O mesmo autor afirma que se tem detectado que no Brasil existe um aumento da desconfiança nos partidos políticos, propiciando o surgimento de relações terciárias, isto é, estabelecimento de uma relação direta entre Estado e indivíduo, em detrimento dos partidos políticos.

Não, eu acredito que pra mim o importante é a pessoa do candidato, sabe. As vezes não é nem o candidato, é a índole da pessoa que vai concorrer, que precisa ser analisada se vale a pena votar. A procedência, a visão daquela pessoa, se é uma pessoa informada, se é inteligente; eu procuro vê se de fato se ele chegar ao ponto de administrar a cidade, se vai ter crescimento; agora esse negócio de legenda de partido pra mim não pega não; eu vejo mais pela pessoa: o que foi que ele fez de verdade pelo povo; melhorou a situação de vida da gente; foi bom o governo pra o povo. Isso depende da pessoa que é eleita, não é mesmo? Essas questão é importante (Joana Ferreira, costureira, 59 anos, ensino médio completo, bairro Alto da Bela Vista).

Aqui se entrelaça na escolha do eleitor a esfera valorativa e os padrões racionais, o eleitor comporta-se tendo a eficiência administrativa como norte do seu voto. Mesmo assinalando a identificação partidária não se credita a confiança nesta instituição. O eleitor pondera a eficiência política de quem é eleito de acordo com suas realizações durante seu

mandato para considerá-lo um bom gestor. Desta feita, mais do que dizer, “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).

Esse voto personalista também se articula com a religião que assume um lugar particular na disputa política. O modo de se fazer política atualmente se utiliza de todo artifício para se flertar o eleitor. A utilização dos símbolos religiosos, nos discursos inflamados dos candidatos e eleitores também referenciam falas religiosas. Existe na verdade uma pluralidade religiosa que atravessa o mundo da política e traz esperanças: “a gente vê tanto candidato que realmente é de Deus, que se preocupa com a pessoa. Sei que é muito raro, mas tem gente que você sabe que tem um bom coração pra fazer as coisas. Eu acho que ainda existe esperança nesse mundo de meu Deus... Existe pessoas humildes, sabe?”. (Henrique Dias, estudante, 20 anos, ensino técnico incompleto, bairro Morada Nova).

A moral religiosa é algo valorizado na nossa cultura e por isto se torna um dos artifícios na conquista do voto. Não obstante, o candidato que se contradiz nos seus discursos, que não convence o eleitorado também pode perder o voto por causa do discurso religioso, como observamos:

Tem candidato que coloca o nome de Deus na política. Eu acho isso uma incoerência. Não tem nada a ver com Deus esse mundo da política. Agora eles se aproveitam pra pegar o povo pelo discurso de que é religioso. Isso é uma malandragem de campanha porque se você vê a pessoa sendo incoerente com ela própria, imagine no tratamento com a coisa pública. Porque se ela começa uma trajetória, que ela vai ter que ter uma postura pra tentar alcançar, galgar alguma coisa, e a pessoa começa a usar de um meio não lícito pra alcançar determinada coisa. Você vai perceber que ela não é coerente. Então, se ela naquele instante fez, uma hora ou outra ela vai usar do mesma maneira pra conseguir alguma coisa. E tá aí a corrupção entrando, mas é aquela história: quem rouba um botão, rouba um milhão (Francisco Oliveira, 28 anos, ensino superior incompleto, bairro Sobreira).

A partir desta fala podemos afirmar que o fator religião acaba sendo explorado no período de campanha e se torna relevante como critério de análise para os eleitores, que se identificam ou não com os posicionamentos do candidato ao evocar questões religiosas. É um dos temas tênues na dinâmica do processo eleitoral. Os candidatos, por sua vez, procuram com cuidado posicionar suas colocações para não atingir a dimensão ética religiosa dos eleitores, haja vista que pode se tornar motivo suficiente para se criar uma polêmica desnecessária e arriscada quanto ao adequado andamento da campanha.

Opiniões são compartilhadas e construídas numa rede. As redes sociais nos ambienta na discussão do voto enquanto construído coletivamente e orienta os eleitores, seja nas escolhas, seja nas rodadas de conversas.

A cidade vira um comitê de boataria. Vá ao bar de tripa, por exemplo, pra você saber o que estou dizendo aqui. Vá lá! Todos os dias a gente vê rodada de conversa nas praças, ruas, calçadas e bares, principalmente. O povo “respira política” aqui em Afogados, homem... Não tem outra coisa pra se falar a não ser política. Isso acaba nos ajudando ou dificulta ainda mais na hora da gente escolher o candidato pra votar. É muita conversa e informação de todo tipo. Passa na televisão de um jeito aí a gente já esta de outra forma na rua. E assim vai... E o voto aqui é assim: cada um que queira se beneficiar de alguma forma. Se uma pessoa é empregada na prefeitura então a família fecha logo com o Prefeito ou vereador dele. O povo que depende mesmo ou deve favor a alguém da política, esse sim é que fica enrolado até a cabeça pra pagar os favor. Eu já recebi uns três políticos aqui pra fechar apoio com eles, mas não quero não. Agora não (Antônio Silva, 52 anos, ensino fundamental incompleto, bairro Borges).

Vejamos que o eleitor contextualiza a sua realidade no trabalho. Descortina-se novamente o faccionalismo presente, o “tempo da política”, as relações clientelistas perpassando a composição dos votos citadinos. O voto é perseguido mesmo no ambiente particular de trabalho e a tendência é que os funcionários que são indicados políticos se envolvam com a candidatura de quem conseguiu arranjar seus empregos ou mesmo uma indicação para tanto. O voto de cabresto aqui assume novas formulações, mas o componente que o alimenta permanece: pressão, medo, gratidão.

O contínuo entre as relações sociais e as motivações são experienciadas pelos eleitores nas suas realidades. Perguntamos aos entrevistados como as pessoas que fazem parte de seu convívio lhe ajudam na hora de escolher em quem votar. Conjecturamos que o voto é mais do que uma escolha que o eleitor faz através de intermediações. É um aderir, estar do lado de alguém, assumir posições. Nesse sentido, concordamos com Palmeira & Heredia (2006, p. 284) ao afirmarem 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, a adesão compromete o indivíduo e sua família ao longo do tempo. Essa influência de amigos e familiares na escolha do voto ficou evidente em outras entrevistas quando indagamos sobre as escolhas e motivações do candidato em quem votar:

Olhe, vou dizer..., vou ser sincera: votei porque recebi uma ajuda de um vereador. Ajudou a minha família, na morte de familiar nosso e tal. Foi esse hoje o principal motivo porque votei no candidato dele. Não vou mentir. Aí meu pai pediu, minha família me pediu, aí votei em quem me pediu. Eu acho que foi a única vez que votei em alguém porque me pediram (Guilherme Pedrosa, professor matemática, 42 anos, ensino superior completo, bairro Pacus).

As relações de compadrio, de amizade e entre familiares são fundamentais na escolha do candidato que por vezes determinam a intenção do voto diante de necessidades que atingem o eleitor e sua rede de relações mais próximas. Assim, na sociedade em que estamos inseridos a personalização, a vinculação familiar é muito importante, entre outros atributos. Então, antes de ser uma decisão individual, o voto é “um processo envolvendo unidades sociais mais amplas que simples indivíduos ou redes de relações pessoais” (PALMEIRA, 1996, p. 53).

Contudo, faz-se necessário mencionar que o fato de um familiar pedir o voto não quer dizer que ocorrerá sempre esta adesão e que se dará o voto a quem foi solicitado, mesmo diante das circunstâncias que exigem troca de reciprocidade. A lealdade política tem a ver com um compromisso pessoal, e nem só familiar, portanto, permeia outras esferas de sociabilidade, já que “as pessoas relacionam-se no dia a dia, através de múltiplos fluxos de trocas, que as vão vinculando umas as outras, confirmando ou não relações preexistentes, cuja interrupção é capaz de gerar conflitos ou redefinir clivagens dentro de uma comunidade” (PALMEIRA, 1996, p. 47).

Nesta perspectiva, o voto não se configura como uma prerrogativa que é assumida individualmente. Os eleitores entendem que não estão sozinhos definindo o caminho da política, o que corrobora com a nossa concepção de que “não são indivíduos isolados nem tampouco um grupo fechado em si a decidir seu voto. Existe uma referência ao coletivo que ajuda e respalda o ato de conhecer os candidatos” (MAGALHÃES, 1998, p. 84).

O voto, portanto, é construído socialmente a partir da conjugação de inúmeras variáveis operadas às vezes isolada ou conjuntamente, isto é, se vota “por interesse, afinidade ideológica, adesão partidária, mas também por simpatia, identificação pessoal, torcida de futebol, autoridade materna etc. e mais uma infinidade de razões impossíveis de esgotar” (GOLDMAN & SANT’ANNA, 1996, p.25).

Os motivos elencados não são exclusivos, mas compõem uma constelação de carga valorativa que em seu contexto específico o eleitor articula para justificar suas escolhas e

decisões eleitorais. Ademais, para cada eleitor eles funcionam racionalmente durante as negociações que podem sofrer alterações constantemente diante de toda a dinâmica social que torna inteligível o voto, pois “ao converter ações e símbolos muito concretos em “categorias”, “valores” e “padrões”, elimina-se todo esse campo de variação e transmuta-se a troca em uma espécie de razão transcendental do voto” (GOLDMAN, 2006, p. 214).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso percurso teórico e metodológico possibilitou verificar que a cultura política do País ao longo de seu processo de formação social foi sedimentada, historicamente, por fatores sociais, econômicos e políticos que marcaram indelevelmente a sociedade brasileira.

No entanto, nossa análise não procurou compreender o comportamento eleitoral a partir das teorias tradicionais das Ciências Políticas, mas se deteve a uma abordagem sócio-antropológica para se buscar compreender as relações de sociabilidades tecidas em um período específico em que o cotidiano das pessoas é alterado pela campanha política, tendo como pressuposto a experiência vivenciada pelos eleitores no contexto das eleições gerais ocorridas durante o ano de 2014.

A pesquisa de campo ocorreu entre os meses de agosto e outubro, preferencialmente, quando já estavam liberadas as manifestações públicas das coligações partidárias e o horário gratuito de propaganda eleitoral. Muito embora nossas incursões também ocorressem durante todo o ano mencionado, haja vista que além de preservarmos nosso domicílio eleitoral na cidade tornou-se o momento também de já participarmos de algumas manifestações político-partidárias organizadas na cidade.

Foram realizadas vinte e uma entrevistas com eleitores dos diversos bairros da cidade. O desenvolvimento da pesquisa tornou possível compreender as motivações a partir do comportamento dos eleitores, verificando-se que inúmeras variáveis são acionadas na ocasião de se aderir e decidir acerca de suas preferências eleitorais.

Os eventos públicos foram observados como um dos fatores de influência ao comportamento eleitoral dos cidadãos. As manifestações dos candidatos em locais estratégicos durante a campanha foram observados pelos eleitores como uma oportunidade de se aproximar do cidadão. Esta estratégia política foi utilizada para se conseguir inserção social, procurando popularizar as propostas de campanha e especialmente consolidar a identidade dos candidatos junto ao povo nas feiras, mercados públicos, caminhas nas principais ruas e comícios.

Verificou-se que muito dos eleitores simpatizantes participam efetivamente dos eventos públicos como forma de demonstrar sua adesão política e conseguir acompanhar o processo eleitoral. Os comícios se tornam o “o teatro aberto” às encenações dos candidatos

que precisam conquistar a atenção dos eleitores pelo adequado desempenho durante seus pronunciamentos. Deste modo, sua performance é avaliada pelos eleitores que, atentos ao discurso, conseguem perceber se o candidato de fato tem capital político a partir da compreensão da realidade socioeconômica local. Além de avaliarem se o candidato oferece propostas viáveis à solução dos problemas enfrentados pela população.

O horário gratuito de propaganda eleitoral é acompanhado pela maioria dos eleitores de maneira intensa sempre na busca de se conseguir definir seus posicionamentos. Trata-se de um instrumento amplamente utilizado pelos candidatos nas eleições e que se torna um canal de interlocução entre candidato e eleitor. Neste sentido, a mídia tem grande poder de influência sobre os eleitores pela capacidade de difundir a cobertura em tempo real da campanha.

No entanto, o eleitor está cada vez mais procurando se informar através de outras fontes de comunicação. A internet, por oportuno, ganhou grande protagonismo no processo eleitoral afogadense por que viabilizou um amplo recurso de acesso a informações quase ilimitadas, que podem ser adquiridas por qualquer eleitor em tempo real. A mídia alternativa possibilitou, portanto, a revelação dos “bastidores da política”, fazendo um contraponto de análise crítica ao noticiário da mídia “oficial”; trazendo vantagens aos eleitores na análise da disputa política afogadense pela capacidade de informar o eleitorado sobre as negociações e estratégias utilizadas pelos candidatos na disputa pelo voto. Principalmente, ao auxiliar no acesso às informações sob diversos pontos de vista acerca dos fatos que invadem o cotidiano dos eleitores.

Na cidade de Afogados da Ingazeira, o recurso radiofônico tem grande capacidade de mobilizar a população na transmissão de informações eleitorais, de modo que os eleitores se utilizam deste instrumento de comunicação como forma de acompanhar os desdobramentos da campanha a partir das informações e fatos políticos relevantes envolvendo as coligações partidárias neste cenário de negociações de interesses e disputas pelo voto.

Os debates políticos, as entrevistas com os candidatos e o acompanhamento do processo eleitoral faz com que as transmissões da Rádio Pajeú ganhe notoriedade no compromisso de informar o eleitor. Entretanto, foi perceptível que ele tem clareza sobre as opções políticas dos próprios radialistas. Isto significa dizer que apesar dos eleitores acompanharem o noticiário pela emissora alguns eleitores demonstraram saber que a opção

política dos profissionais envolvidos com os trabalhos de jornalismo pode influenciar na maneira como a notícia é divulgada. Além de terem a noção quanto às distinções de tratamento com que os candidatos são submetidos durante a campanha.

A experiência social dos eleitores demonstra que as redes de sociabilidade são fundamentais para a construção das escolhas políticas, uma vez que é a partir da convivência com outras pessoas através de seu círculo de amizades que o eleitor consegue também elaborar sua decisão. Obtendo informações, confrontando ideias e, sobretudo se inserindo em um processo dialético de análise ao definir um perfil preferencial sobre determinado candidato orientado pelas circunstâncias políticas propiciadas pelo “tempo da política”.

A escolha do candidato acontece motivada por disposições subjetivas que se articulam de acordo com sua rede de relações sociais e que por vezes podem transcender as explicações consagradas no âmbito das instituições políticas. O “tempo da política” se processa de maneira complexa e singular, marcado por negociações e troca de interesses entre candidato e eleitor. O que possibilita um intenso (re)construir e (re)significar as relações sociais, transformando o cotidiano das pessoas.

Neste sentido, o processo eleitoral em regra é observado pelos eleitores como uma oportunidade de o cidadão efetivamente conseguir transformar a realidade social e econômica na qual está inserido. O voto, portanto, é considerado um instrumento social legítimo em que a população pode definir pela escolha dos candidatos a dinâmica de organização da vida em sociedade, tendo o eleitor no processo eleitoral, em regra, a consciência sobre as consequências políticas de seu poder de eleger seu representante de acordo com suas preferências eleitorais.

Neste processo de disputa o voto se torna o fim almejado pelos candidatos, de modo que o eleitor tem clara compreensão de que é o período em que ganha maior visibilidade nesta arena de disputas e conquistas que se configura a cidade. O que nos permite considerar que as pessoas votam acionando um determinado conjunto de crenças e motivações que significam as suas vidas. Votam também a partir de um referencial valorativo de atributos que configuram como importantes na escolha de um candidato, que se tornam legitimados e reconhecidos de forma positiva pela sociedade, visto que as identidades são construídas através de interações sociais coletivas.

Não obstante, a troca de favores se constitui enquanto uma relação estabelecida pelo compromisso de fidelidade conforme os acordos firmados tacitamente pelos interesses compartilhados entre candidatos e eleitores. Neste ponto, a compra de votos se torna uma estratégia articulada de negociações que se processa inexoravelmente no interior das relações que se instituem mediante uma racionalidade operada pela capacidade de conjugar interesses recíprocos, através da fidelidade de compromissos assumidos, que nem sempre é sinal de vantagens somente econômicas e eleitorais.

Como últimas palavras, gostaríamos apenas de acrescentar a máxima de que o eleitor não é massa de manobra, ou um alienado do processo político, ao contrário, ele tem clareza do processo eleitoral e possui uma noção e classificação muito interessante sobre os múltiplos significados do voto, e são esses significados, a aderências e a adesão a determinada candidatura que faz o voto e a eleição serem momentos e/ou situações muito especiais na vida do cidadão afogadense.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABÉLÈS, M. (1997). "Political anthropology: new challenges, new aims", *International Social Science Journal*, 153: 319-332.

ARENDT, Hannah. **A condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2009.

ASSIS BRASIL, J. F. de. **Democracia Representativa: do voto e do modo de votar**. 4ª ed. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1931.

BARBOSA, M. L. V. **O voto da pobreza e a pobreza do voto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988.

BARREIRA, Irllys. A política de perto Recortes etnográficos de campanhas eleitorais. **Novos Estudos Cebrap**. p. 177-194, 2006. Disponível em: [http://www.cebrap.org.br/imagens/Arquivos/a\\_politica\\_de\\_perto.pdf](http://www.cebrap.org.br/imagens/Arquivos/a_politica_de_perto.pdf). Acessado em: 12 janeiro de 2015.

BARREIRA, C. Fraudes e corrupções eleitorais: entre dádivas e contravenções. In: BARTH, F. "A Análise da cultura em Sociedades complexas". In: **O Guru, o Iniciador e Outras Variações Antropológicas**. Rio de Janeiro, Contra Capa, 2000.

BAQUERO, M. **Cultura política participativa e desconsolidação democrática. Reflexões sobre o Brasil contemporâneo**. São Paulo no. 4. vol. 15. 2001. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0102-88392001000400011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0102-88392001000400011&script=sci_arttext). Acessado em: 22 nov. 2014.

BEZERRA, M. **Em nome das "Bases": Política, Favor e Dependência Pessoa**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1999.

\_\_\_\_\_, M. O. **Corrupção: um estudo sobre o poder público e as relações pessoais no Brasil**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

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.

BOURDIEU, P. **O poder Simbólico**. 4ª edição, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2010.

\_\_\_\_\_, P. **Ofício de Sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia**. ed. 6. Petrópolis: Vozes, 2007.

BRASILEIRO, Cynthia C. B. **Motivações do voto e comportamento eleitoral em Campina Grande – Eleições 2010**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Campina Grande-PB. Disponível em: <http://www.ufcg.edu.br/~ppgcs/wp-content/uploads/2012/09/Disserta%C3%A7%C3%A3oCynthiaCarolinaPDF.pdf>. Acessado em 15 de nov. de 2015.

CARNEIRO, L. P. & KUSCHNIR, K. As dimensões Subjetivas da Política: Cultura Política e

Antropologia da Política. In: **Revista Estudos Históricos**. V.13, Nº 24, 1999. Sítio <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2100/1239>.

CANIELLO, Márcio de Matos. **O ethos brasílico**: Sociologia histórica da formação nacional, 1500-1654. Tese de doutorado apresentada ao PPGS/UFPE, 2001.

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.

CASTRO, M. M. de. **Sujeito e estrutura no comportamento eleitoral**. 1991. Site: [http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_20/rbcs20\\_01.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_20/rbcs20_01.htm). Acessado em: 22 jul. 2014.

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

COURTINE, Jean-Jacques. Os Deslizamentos do espetáculo político. In: GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. São Carlos, Claraluz, p. 21 - 34 2003.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, Malandros e Heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1974.

DENZIN, K. N.; LINCOLN, S. Y. **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa: Teorias e Abordagens**. Artmed, 2011.

DUARTE, Nestor. **A ordem privada e a organização política nacional**. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1939.

DUBAR, C. **A socialização: construção das identidades sociais e profissionais**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

FAORO, R. **Os Donos do Poder**: formação do patronato político brasileiro. 11 ed. São Paulo/Porto Alegre: Ed. USP/Ed. Globo, 1997.

FERNANDES, F. **O Padrão do Trabalho Científico dos Sociólogos Brasileiros**. Petrópolis: Vozes, 1977, p. 50-76.

GEERTZ, C. Do Ponto de Vista dos Nativos: a natureza do entendimento antropológico. In: **O Saber Local: Novos Ensaios em Antropologia Interpretativa**. 4º edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era de comunicação de massa**. São Paulo, Paulus, 2005.

GONTIJO, Rebeca. História, cultura, política e sociabilidade intelectual. In: ABREU, Martha; SOIHET, Rachel; GONTIJO, Rebeca (Orgs.). **Cultura política e leituras do passado: historiografia e ensino de história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

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, M. "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.

WHYTE, William Foote. **Sociedade de Esquina**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

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.

\_\_\_\_\_, M. "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.

HANNERZ, U. "Fluxos, Fronteiras, Híbridos: Palavras – Chave da Antropologia Transnacional". In: **Mana**, 3 (1). 1997.

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, 2005.

KUSCHNIR, Karina; CARNEIRO, L. P. As Dimensões Subjetivas da Política: Cultura Política e Antropologia da Política. **Revista de Estudos Históricos da FGV**. n.24. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

KUSCHNIR, Karina. **O Cotidiano da Política**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

\_\_\_\_\_. 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.

\_\_\_\_\_. Rituais de comensalidade na política. In: **Como se fazem Eleições no Brasil – estudos antropológicos**. Rio de Janeiro, Relumê Dumará, p. 243 – 270, 2002.

\_\_\_\_\_. 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.

\_\_\_\_\_. **Antropologia da Política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., Passo a passo 79. 2007.

\_\_\_\_\_. Cultura e Representação Política no Rio de Janeiro. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.

KERBAUY, Maria Teresa Miceli. **A morte dos coronéis: política interiorana e poder local**. Araraquara: FCL/Laboratório Editoria/ UNESP; São Paulo: Cultua Acadêmica Editora, 2000.

FASSON, Karina. **Etnografia das eleições 2008 na periferia paulistana: a política sob o olhar antropológico**. Revista *Habitus: revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais - IFCS/UFRJ*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 38-49, jul. 2010. Semestral. Disponível em: <www.habitus.ifcs.ufrj.br>. Acesso em: 26 out. 2014.

JOVCHELOVITCH, S. **Vozes da esfera pública: Representações sociais em diálogos grupais**. In: *Representações Sociais e Esfera Pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil*. Petrópolis – RJ, Vozes, p. 111 a 141, 2000.

LAMBERT, J. **Os Dois Brasis**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1971.

LANNA, M. Nota sobre Marcel Mauss e Ensaio sobre a dádiva. In: **Revista Sociologia Política**, Curitiba, 174 – 194, jun., 2000.

LIMA, Elizabeth Christina de A. **Ensaio de Antropologia da Política**. EDUEPB: Campina Grande-PB, 2011.

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

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Discurso e Representação ou como os Baloma de Kiriwina podem reencarnar-se nas atuais pesquisas. CARDOSO, R. **A Aventura Antropológica**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

MARTINS, J. S. de. Clientelismo e Corrupção no Brasil contemporâneo. In: **O poder do atraso: Ensaio de Sociologia da história lenta**. São Paulo, Hucitec, 1994.

MAUSS, M. O ensaio sobre a dádiva. In: **Sociologia e Antropologia com uma introdução à obra de Marcel Mauss, de Caude Lévi-Strauss**. São Paulo, EPU, 1974.

MOTA, L. A. de. Dádiva e sociabilidade no Brasil. In: **Revista Antropológicas**. Ano 6, volume 13 (2): 107-123, 2002.

NICOLAU, J. **História do Voto no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

NUNES, Edson. **A gramática política no Brasil: clientelismo e insulamento burocrático**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.; Brasília, DF; ENAP, 1997.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **O Trabalho do Antropólogo: olhar, ouvir e escrever**. In: *O Trabalho do Antropólogo*. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora UNESP, 1998.

PALMEIRA, Moacir & BARREIRA, César. (Org). **Política no Brasil: Visões de Antropólogos**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006.

\_\_\_\_\_. M. Uma antropologia da política: rituais, representações e violência – projeto de pesquisa. **Cadernos do NuAP**. Rio de Janeiro: 1998.

\_\_\_\_\_. M. & GOLDMAN, Marcio (org.) **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1996.

PARK, R. “A Sociedade Moderna”. In: PIERSON, D. **Estudos de Organização Social**. São Paulo, Martins, 1970.

PASSERON, Jean-Claude. **O raciocínio sociológico – o espaço não popperiano do raciocínio natural**. Petrópolis: Vozes, 1995.

PRADO JÚNIOR, C. **Formação do Brasil Contemporâneo**. ed. 23. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SAHLINS, M. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Zahar Editores. 1979.

SAISI, K. Estética e Política, mais um espetáculo de consumo na sociedade midiática. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto & CASTRO, Valdir José de. **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo, Paulus, 2006.

SARTORI, G. **A teoria da democracia revisitada: volume I - o debate contemporâneo**. São Paulo: Editora Ática, 1994.

SCOTTO, G. Campanhas de rua, candidatos e biografias. In: PALMEIRA, Moacir, GOLDMAN, Márcio. **Antropologia, Voto e Representação Política**. Rio de Janeiro, Contracapa, 1996.

SEGA, R. **História e Política**. Curitiba: Editora UFPR, 2002.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

TEIXEIRA, C. C. & CHAVES, C. A. (orgs.). **Espaços e Tempos da Política**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2004.

TEIXEIRA, C. C. **A hora da Política: decoro parlamentar e cassação e mandato no Congresso Nacional (1949-1994)**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1998.

VELHO, G. **Observando o familiar**. In: Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987.

VIANNA, Francisco José Oliveira. **Instituições Políticas Brasileiras**. Rio de Janeiro: Distribuidora Record, 1974.

Weber, M. A política como vocação. In: **Ensaio de Sociologia**. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC Editora S.A., 2002.

\_\_\_\_\_. M. **A “objetividade” do conhecimento nas Ciências Sociais**. In: COHN, Gabriel (Org.). Max Weber. São Paulo: Editora Ática, 1997.

ZALUAR, A. Teoria e Prática do Trabalho de Campo: alguns problemas. In: CARDOSO, R. **A Aventura Antropológica**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

# ANEXOS

## **Instrumento de Pesquisa – Questionário semiestruturado**

### **I. Dados Sociodemográficos**

Nome, idade, profissão, escolaridade, bairro onde reside, renda mensal, estado civil.

### **II. Escolha e significado do voto**

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 - O que o político tem que fazer para conquistar seu voto?

6 - Como Você busca informações para fazer a escolha do seu candidato, como faz essa busca?

7 - Você procura pesquisar a vida profissional, a trajetória política do candidato? Você procura pesquisar a vida pessoal, familiar do candidato? Na hora da escolha, o que pesa mais?

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 - Como você acha que as pessoas votam em Pernambucano (o que elas levam em consideração na hora de escolher o candidato), como se constrói o voto localmente?

### **III. Corrupção e jeitinho no Brasil**

11 - O que para você é o espaço público?

12 - Como você acha que as pessoas pensam o espaço público na sua cidade?

13 - Você acha que durante a campanha as pessoas aproveitam para ter acesso a benefícios que não têm nos outros dias? Exemplificar.

14 - Como você observa durante uma campanha a reação dos eleitores a compra de voto e a troca de favores feitos pelos candidatos?

15 - Por que você acha que as pessoas vendem ou trocam os seus votos?

16 - Você já teve ajuda de algum candidato para conseguir algum benefício que você considerava ser seu direito enquanto cidadão?

17 - Você já vendeu ou venderia seu voto? Conhece alguém que já vendeu? Sabe os motivos da venda?

#### **IV. Redes pessoais, familiares, patrimoniais**

18 - Como as pessoas que fazem parte de seu convívio lhe ajudam na hora de escolher em quem votar? (hipótese)

19 - O que você acha que o eleitor deve buscar na figura de um candidato (valor, ética)

20 - Que atitudes de conflitos da nossa prática no dia a dia se destacam no momento da campanha? (focos, rivalidades, alianças, promessas)

21 - Que atitudes os políticos realizam durante a campanha para conquistar os eleitores? (tendo em vista que os políticos buscam agir de maneira a contemplarem o que os eleitores valorizam no cotidiano)

#### **V. Participação do eleitor/ Alienação/ Abstenção/ Consciência política**

22 - A escolha do voto é feita antes ou durante as eleições?

23 - Você já foi votar com dúvidas?

24 - Você já se arrependeu de algum voto?

25 - Já votou nulo ou em branco?

26 - No dia da eleição você vai votar satisfeito?

27 - O que acha de o voto ser obrigatório no Brasil?

28 - Quando você vai votar sabe o partido do seu candidato?

29 - Como você acha que está a participação do eleitor nas últimas campanhas?

30 - Durante a campanha como fica a cidade? Os eleitores conversam muito sobre política?

31 - Depois do período eleitoral você e as pessoas em geral ainda se interessam em saber o que os políticos estão fazendo pela cidade?

32. Você acredita que a política pode trazer benefícios à sociedade? De que forma?

#### **VI. Renovações de práticas**

33 - O voto antes e hoje. O que tem mudado na política?

34 - Quais os elementos que as pessoas acionavam para escolher os candidatos antes? São os mesmos que atualmente?

35 - Que atitudes políticas as pessoas desenvolvem durante o momento da campanha?

36. Você gostaria de ingressar na política? Ou gostaria de ter algum parente seu na política?

37. O que é a política pra você?

38. Você acredita que o processo político afogadense, historicamente, tem incentivado a participação popular? Através de quais mecanismos?