



REJANE VASCONCELOS ACCIOLY CARVALHO

MONALISA SOARES LOPES

MARCIA PAULA CHAVES VIEIRA

GRUPOS FOCAIS OU GRUPO DE CONVERSAÇÃO? – PESQUISA EXPLORATÓRIA
SOBRE ESTILOS DE RECEPÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL

Artigo apresentado ao **Grupo de Trabalho de Cultura política, comportamento e opinião pública** no V Congresso da Compolítica, realizado em Curitiba/PR, entre os dias 8 e 10 de maio de 2013.

ISSN 2236-6490

MAIO 2013

V Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (COMPOLÍTICA) – Curitiba – Brasil.

GT 06: Cultura política, comportamento e opinião pública.

Grupos Focais ou Grupos de Conversação? – pesquisa exploratória sobre estilos de recepção da propaganda eleitoral

Autora: Rejane Vasconcelos Accioly Carvalho. rejanecarvalho@terra.com. Professora do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará – UFC. Coordenadora do Laboratório de Estudos sobre Política, Eleições e Mídia – LEPEM.

Coautora: Monalisa Soares Lopes. monalisaslopes@gmail.com. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará – UFC. Pesquisadora do Laboratório de Estudos sobre Política, Eleições e Mídia – LEPEM.

Coautora: Marcia Paula Chaves Vieira. mpaulavieiracs@gmail.com. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará – UFC. Pesquisadora do Laboratório de Estudos sobre Política, Eleições e Mídia – LEPEM.

1. Introdução

Em pesquisas anteriores por nós realizadas nos moldes tradicionais da metodologia utilizada em estudos dos grupos focais, constatamos que os participantes solicitados pelos coordenadores a verbalizar interpretações e emitir opiniões sobre os vídeos de determinados programas do horário eleitoral na TV assistidos coletivamente, dificilmente se prendiam a análise do material projetado ou a respostas às questões postas pelos organizadores das sessões. A tendência mais geral era que os membros dos grupos expressassem de forma abrangente visões pessoais sobre a política e os políticos assentadas em experiências pessoais e/ou em quadros de informações e imaginários sociais preestabelecidos. Por outro lado os fluxos de interlocução livres desencadeados entre membros do grupo com troca de opiniões convergentes ou divergentes, com alinhamentos ou desalinhamentos interpessoais, aproximavam-se dos moldes das conversas cotidianas sobre política que acontecem com maior frequência nos períodos de campanhas eleitorais.

A questão que baliza a proposta de investigação é: quais quadros de referência cultural, memória de experiências anteriores e/ou projeções de situações futuras são acionados pelos eleitores em processos de re-elaboração de sentidos sobre o dizem os políticos em spots de propaganda eleitoral na TV?

Consideramos que nas pesquisas qualitativas desenvolvidas na área de estudos de comunicação, o termo “grupo de conversação” é mais compatível que o de “grupo focal, por admitir que este último sinalize para dimensões importantes não contempladas no modelo assentado nos termos de codificação e decodificação de sentidos. Sem desconhecer a relevância do procedimento metodológico proposto por Stuart Hall (2003) de confrontar “gramáticas de produção” e “gramáticas de recepção de sentidos”, o que se pretende é evidenciar que os “grupos focais” não são apenas variações da técnica de entrevista coletiva em que o pesquisador colhe respostas individuais a determinadas questões postas aos participantes. O elemento a ser destacado na análise é o contexto coletivo que se estabelece nos grupos focais, a ser identificado nos fluxos de interação entre os participantes que admitimos afeta os processos de recepção e reelaboração de sentidos.

Foram realizados três “grupos focais” (ou de conversação) na terceira semana da

campanha na TV para a prefeitura de Fortaleza em 2012. O critério para seleção dos participantes dos grupos foi a diferença entre eles na posição sócio econômica e o nível de instrução, de modo a viabilizar possíveis comparações nos estilos de recepção. Optamos por utilizar spots dos seis candidatos melhor situados nas pesquisas eleitorais (Elmano Freitas, do PT; Roberto Cláudio do PSB, Moroni Torgan do DEM, Heitor Ferrer do PDT, Marcos Cals, Renato Roseno do PSOL e Inácio Arruda, PCdoB) que foram assistidos pelos participantes dos grupos antes do início da discussão, e que supostamente funcionariam como ponto comum de referência no estímulo à conversação.

2. Grupos focais ou de conversação: alguns apontamentos balizadores

Na democracia representativa as pessoas comuns que integram as sociedades na condição de cidadão são convocadas periodicamente a eleger seus representantes para o exercício das tarefas de condução da vida coletiva, ou seja, do que restritamente se considera como tarefas da política institucional nos níveis do poder executivo e legislativo. É compreensível assim que os estudos políticos se voltem cada vez mais para perscrutar como funciona a cabeça dos chamados homens comuns, ou dos não especialistas, imersos nos problemas de uma vida cotidiana que quase sempre preenche todo o seu tempo e esfera de preocupações. Para tanto se reconhece que a pesquisas quantitativas que trabalham com dados agregados sobre determinadas populações são insuficientes para compreender a dimensão processual de configuração de determinadas tendências numericamente expressas. As pesquisas qualitativas que interpelam os sujeitos sobre o que pensam e sentem, para buscar compreender quais processos balizam suas escolhas políticas tornando-as inteligíveis, têm a pretensão de preencher a lacuna mencionada.

A técnica de pesquisa nomeada de “grupos focais” é uma das técnicas de pesquisa qualitativa cuja especificidade é a convocação de pessoas por um pesquisador para participar de sessões de conversação sobre temas por ele propostos admitindo-se que o contexto da conversa é favorável à expressão dos pensamentos e sentimentos dos participantes do grupo sobre aspectos considerados importantes de comportamentos lhe interessa compreender.

Esta técnica tem sido mais utilizada na área do marketing político como forma rápida de testar, através dos processos de recepção dos eleitores, quais peças de propaganda eleitoral são ou seriam mais ou menos eficazes na persuasão dos eleitores.

Com a expansão das diferentes formas de comunicação midiática em todos os domínios da vida social, de modo especial da política, tornou-se importante o estudo não apenas da instância do processo de produção de sentidos materializados nos produtos destinados ao consumo de uma audiência, mas dos processos de recepção de sentidos admitidos como tendo uma dinâmica própria que remete para um trabalho de reelaboração de sentidos cuja complexidade exige uma análise específica. Os grupos focais são assim uma técnica a que recorrem com frequência cada vez maior os pesquisadores da área de Comunicação e Política.

Marques e Simone Rocha (2007), afirmam que nos contextos de recepção encontramos respaldo para a pretensão de ampliar a perspectiva clássica dos grupos focais, que de modo especial nas pesquisas qualitativas no âmbito da sociologia e da ciência política deve ser direcionada para “a interação do grupo e não ao mero intercâmbio de perguntas e respostas entre o pesquisador e os integrantes do grupo, sendo o “efeito de grupo”, ou seja, o fato de que os participantes fazem perguntas uns aos outros e explicam suas posições de forma recíproca”, a especificidade da técnica dos grupos focais.

Sem deixar de reconhecer que o que se tem no grupo é uma conversa focalizada em questões postas pelo pesquisador, mais ou menos regulada pela presença de um moderador, nossa pretensão é buscar captar este “efeito de grupo”.

Para tanto, além de direcionar a análise para o conteúdo do que é dito por cada um dos membros, enfocamos as formas de enunciação, e de modo especial o “rumo da conversa” através da tomada dos turnos de palavra por cada um dos presentes, e as interlocuções de concordância ou discordância que se estabeleçam entre eles, de modo a justificar a proposta de Ibanez (1986) de que os grupos focais podem ser considerados “grupos de discussão”, evidentemente não iguais aos das conversas que se estabelecem espontaneamente em situações da vida cotidiana, mas que alguns aspectos lhes são assemelháveis.

O contexto de campanhas eleitorais favorece a presença da política como tema corriqueiro da conversação de amigos que se encontram nos bares, nas filas de ônibus, em associações a que frequentam, no âmbito da família, enfim nos mais diferentes espaços e situações sociais. No entanto, essas situações cotidianas são quase sempre inacessíveis aos pesquisadores ou não correspondem às exigências da temporalidade das pesquisas. Daí a necessidade do grupo focal como “conversa simulada” nos termos propostos por Lunt e Livingstone (1996; p. 85): “O grupo focal não é um agregado

conveniente de opiniões individuais, mas uma simulação desses contextos rotineiros, relativamente inacessíveis que nos ajudam a descobrir os processos através da fala cotidiana”.

3. Contexto Político da Campanha para a prefeitura de Fortaleza em 2012.

Na Era Tasso (1986-2006) estabeleceu-se por um longo período (1988-2000) uma demarcação de territórios onde foi mantida a hegemonia de grupos políticos distintos com bases eleitorais concentradas na capital e no interior. Tasso Jereissati e Juraci Magalhães mantinham uma coexistência relativamente pacífica, que comportava evitar confrontos vigorosos entre os dois gestores no exercício de suas funções no governo do Estado e na Prefeitura de Fortaleza. Vale ressaltar que Tasso (PSDB) assim como Juraci (PMDB) tinham força eleitoral própria dispensando grande coalizões partidárias que reduzissem o exercício de controle de decisões no âmbito dos seus partidos. Na única vez (1994) em que Juraci Magalhães candidatou-se ao governo do Estado foi fragorosamente derrotado. O grupo político tassista, então no PMDB, somente uma vez em 1988, com Ciro Gomes conquistou a prefeitura da capital, dois anos depois perdida quando deixou o cargo para seu vice, Juraci Magalhães, a fim de disputar o governo do Estado. A ascensão de Juraci Magalhães deu início a um ciclo contínuo de vitórias eleitorais na capital que perdurou até a campanha de 2004 quando seu candidato foi derrotado e o PT conquistou a prefeitura com Luizianne Lins.

Na eleição de 2006 para governo do estado venceu Cid Gomes candidato do PSB em coligação com PT, que teve o apoio do então senador Tasso Jereissati que se manifestou publicamente contra Lucio Alcântara, candidato à reeleição pelo PSDB. A vitória da candidata Luizianne Lins para a prefeitura de Fortaleza em 2004, fortaleceu a ela e a sua corrente política dentro do PT. Na sua reeleição em 2008, Luizianne Lins teve o apoio do governador Cid Gomes (PSB) estabelecendo assim o situacionismo em três níveis do poder, federal (presidência da República), estadual (governo do Estado) e municipal (prefeitura da capital).

Em 2010, Cid Gomes se reelege para o governo do estado com o apoio de uma ampla aliança que incluía o PT. Com a indicação pela coligação governista de dois candidatos para as duas vagas em disputa para o senado (Eunício Oliveira, do PMDB e Pimentel do PT), Tasso deixou de contar com o esperado apoio do governador que lhe garantiria uma vitória até então considerada certa, amargando sua primeira e definitiva derrota (CARVALHO & AQUINO, 2011; CARVALHO, 2010).

O que caracteriza o atual situacionismo é a dimensão das coligações envolvendo um grande número de partidos políticos maiores e menores de perfis distintos no espectro ideológico. A força que deriva do tamanho das coligações é também fonte permanente de riscos na medida em que nem sempre é possível acomodar e contentar a tantos e tão diversos interesses.

A manutenção do situacionismo no Ceará teve seu grande teste nas eleições de 2012 para a prefeitura de Fortaleza. Desde a fase pré-eleitoral eram nítidos os conflitos entre a prefeita e o governador, que afluíam na esfera pública com alto potencial explosivo. A busca de entendimento que permitisse a manutenção da aliança era apenas aparente considerando-se que o governador Cid Gomes e a prefeita Luizianne Lins somente aceitariam nomes de candidatos que reforçassem suas posições de liderança no cenário político local, considerando de modo especial a campanha eleitoral de 2014. A existência de um ponto de discórdia não negociável que conduzia a um inevitável rompimento no entanto foi adiado até às vésperas das convenções partidárias, ocorridas entre o fim do mês de junho e início do mês de julho, quando Luizianne Lins indicou como candidato do PT um nome de sua confiança, Elmano de Freitas, ex secretário da pasta de Educação em sua gestão e o governador Cid Gomes lançou Roberto Cláudio, deputado e presidente da Assembleia Legislativa como candidato do PSB. Ambos, Elmano e Roberto Cláudio, tinham reduzida densidade eleitoral para a disputa de um cargo majoritário, o que se comprovava nos baixos índices de intenção de voto detectados nas primeiras pesquisas eleitorais¹.

A cisão teve reflexos na composição do quadro de candidaturas para a prefeitura da capital. A expectativa de uma campanha extremamente competitiva estimulou o lançamento no primeiro turno do elevado número de dez candidatos dentre os quais quatro já tinham participado de campanhas anteriores para a prefeitura de Fortaleza: Inácio Arruda (PC do B); Moroni Torgan (DEM), Heitor Ferrer (PDT) e Renato Roseno (PSOL).

Nas primeiras pesquisas eleitorais realizadas antes do início da campanha no Horário Eleitoral na TV e rádio os candidatos das duas grandes coligações partidárias apresentavam índices de intenção de voto inferiores a dois dígitos, enquanto os candidatos Moroni Torgan, Inácio Arruda, Marcos Cals, Heitor Ferrer que já vinham de disputas anteriores pela prefeitura de Fortaleza tinham um bom “recall” entre os eleitores. O candidato do PSOL, jovem advogado que obteve na última campanha para

¹ Na primeira pesquisa do Datafolha Elmano de Freitas pontuou 3% e Roberto Claudio 5%.

deputado estadual a segunda maior votação em Fortaleza, com a mensagem de “uma política diferente” também esperava canalizar votos da classe média e de jovens simpatizantes com as ideias da esquerda e críticos da atuação dos partidos tradicionais. O slogan da campanha de Renato Roseno do PSOL, “Nada é impossível de mudar” apontava para expectativa de surpresas eleitorais. Do mesmo modo o slogan do candidato Heitor Ferrer, “vote num candidato que você possa chamar de seu” pretendia sensibilizar o eleitor contra os candidatos apoiados pelas grandes máquinas partidárias do Estado, Prefeitura, e Presidência da República (leia-se Lula e Dilma).

O quadro da disputa eleitoral ficou assim configurado: a **Coligação Para Renovar Fortaleza**, do candidato Roberto Cláudio contava com treze partidos (PRB / PP / PTB / PMDB / PSL / PSDC / PHS / PMN / PTC / PSB / PRP / PSD / PT do B), oferecendo ao candidato do governador uma ampla base de apoio partidário. A **Coligação Pra Cuidar das Pessoas** do candidato da prefeita Elmano de Freitas, com cinco partidos (PT / PTN / PSC / PR / PV) apresentava uma base partidária menor que a do seu principal adversário. As outras duas coligações formadas por apenas dois partidos eram: **Coligação Fortaleza Merece Mais** (PDT e PPS) que lançou a candidatura de Heitor Ferrer (PDT) e a **Coligação A Fortaleza que nos Move** (PSOL e PCB), que lançou a candidatura de Renato Roseno. Sem conseguir firmar alianças, as candidaturas “solo” Marcos Cals do PSDB, Moroni Torgan do DEM e Inácio Arruda do PC do B, eram um claro sinal do seu ostracismo. Os nomes que completavam a lista das dez candidaturas a prefeitura eram inexpressivos do ponto de vista eleitoral e partidário: Gonzaga (PSTU), Valdeci Cunha (PRTB) e André Ramos (PPL).

Com o início do horário eleitoral na televisão efetivou-se a polarização da campanha entre os candidatos do governador e da prefeita. As candidaturas de Inácio e Moroni que até então lideravam as pesquisas foram progressivamente perdendo força eleitoral. O slogan de Heitor Ferrer convocando o eleitor para votar “Em um candidato para chamar de seu” não foi suficiente para promovê-lo ao segundo turno, ainda que tenha obtido uma votação expressiva (20,97%). O apelo ao sonho de que “Nada é impossível de mudar” do candidato do PSOL não sensibilizou a maior parte de um eleitorado pragmático (11,84%). O duelo eleitoral entre candidatos que não eram mais que sombras das forças que os apadrinhavam foi decidido no 2º turno.

4. A política “aqui” no Bom Jardim: a campanha eleitoral traduzida em experiências cotidianas

A sessão realizou-se no dia 26 de setembro de 2012 (coordenada pelo professor Jakson Oliveira auxiliada pela bolsista Carla Beatriz) na sala do CDVHS – Centro de Defesa da Vida Herbert de Souza, Bairro Bom Jardim. O grupo era formado por seis pessoas: Imaculada, Mariana, Cristina, Felipe, Ernandes e Hugo, todos moradores do Bom Jardim, bairro considerado da periferia da cidade, com ensino médio completo ou incompleto, assistentes com frequência de pelo menos uma vez por semana dos programas do Horário Eleitoral na TV. Dos três homens, com idade de 20 anos, dois são solteiros (Felipe e Hugo) e o terceiro com 34 anos (Ernandes) é casado; Imaculada de 32 anos e Cristina de 16, são solteiras e Mariana de 24 anos é casada. Ocupações: Imaculada trabalha em um supermercado, Mariana é dona de casa e Cristina é estudante. Entre os homens, Ernandes é pintor, Felipe é estudante e Hugo não declarou ocupação. Dos seis participantes, três são evangélicos (Ernandes, Felipe e Cristina), dois são católicos (Imaculada e Hugo) e Mariana declarou não ter filiação religiosa. A metade dos participantes afirmaram ter seu voto já decidido: Mariana em Heitor Ferrer, do PDT); Cristina e Felipe em Elmano). Os demais, Ernandes, Hugo, Imaculada, demonstraram preferência pelo candidato Roberto Cláudio do PSB.

Turno – Apresentações; percepção sobre início da campanha eleitoral.

O início da campanha eleitoral foi associado ao Horário Eleitoral na TV que teve início em agosto. Todos destacaram as formas como a campanha eleitoral chega ao bairro, tempo em que os candidatos estabelecem o “cara a cara” com os eleitores em busca de votos, com distribuição de folhetos, carros de som circulando nas ruas, visitas, apertos de mão, promessas. A campanha acompanhada do assédio aos eleitores, gera desconfiança, *“eles começam a aparecer na sua casa, mandam aqueles papéis quando você está aniversariando. Mas é quando está perto... aí é que ele vem e lembra de fazer alguma coisa...”* Outro sinal mencionado de que a campanha realmente começou, é o aquecimento da disputa, o embate duro entre os candidatos. Ou seja, a troca de acusações é esperada e considerada natural. Neste turno o fluxo de tomada da palavra respeitou espontaneamente a regra da conversação de ouvir a opinião de cada um, com intervenções de concordância, “eu também concordo” ou de complementação de respostas dadas: *“também eles começaram a aparecer lá em casa (...)”*. Apesar dos spots assistidos terem sido de candidatos a prefeito os participantes tenderam a falar não sobre me-

lhorias para a cidade de Fortaleza, mas sobre as que esperavam para o seu próprio bairro, o Bom Jardim. Desse modo o rumo da conversa deslizava espontaneamente para o “*Aqui no Bom Jardim*”, enveredando para uma discussão travada principalmente entre dois participantes (Hugo e Imaculada) sobre as campanhas de vereadores que buscavam voto no bairro. A preocupação maior era identificar candidatos com trabalho político no próprio bairro, e que se admitia que poderiam legitimamente representá-los.

Hugo: “Eles chegam, falam que vão melhorar isso, vão fazer aquilo, vão construir isso, entendeu? Alguns candidatos que aparecem como “Pastor”, que aparece de não sei onde para se candidatar aqui no Bom Jardim, mas eles não é daqui. Ai vem uma pessoa que não conhece o lugar dos outros, não sabe o que o bairro está precisando. Porque particularmente aqui dentro precisa de muita coisa no Bom Jardim.”

Imaculada chega a propor uma mudança no processo de indicação dos candidatos pelos partidos: “Um dia desses apareceu na rua cinco candidatos e nenhum é daqui. (...)Eu acho que não deve ser assim, deveria ser por “canto”, seria bem mais interessante só poder se candidatar no Bom Jardim quem é do Bom Jardim.”

Turno: O coordenador da sessão (mediador) intervém lembrado que a questão posta se refere a campanha dos candidatos a prefeito de Fortaleza

A indagação sobre o que tinha chamado atenção na campanha dos candidatos a prefeito conduziu a comentários sobre a presença exagerada dos políticos que os apoiava gerando no grupos uma percepção crítica sobre quem de fato iria governar. Portanto em quem se tem que confiar? Quem é quem?

Imaculada: “Isso. Um fala que é da Assembleia, outro fala que já trabalhou, o Elmano...”

Mariana: “(voz baixa...) eu acho que não deveria ser permitido envolver outros candidatos, por exemplo, envolver o Presidente Lula, o Cid. Isso não deveria ser permitido.”

Hugo: “no meu ponto de vista, o Elmano só está com essa “bola toda”, porque enfim todo mundo gostou do Lula. O Lula está apoiando ele.”

Imaculada: “Pois é, o único problema dele (Elmano) é que ele tem essa segurança. Ele aparenta mesmo, ele passa muito para a pessoa segurança. Mas também tem a Dilma do lado, tem a Luizianne, ele passa muita segurança. Ele passa mesmo, tem que admitir.”

Hugo: “Porque todos gostaram do Lula, fez um ótimo trabalho, ninguém tem do que se queixar dele. Ai como o Lula está apoiando ele, a “negada” pensa que ele vai fazer a mesma coisa que o Lula fez.”

Imaculada: “O Lula é o Lula. O pessoal ainda não botou isso na cabeça.”

As intervenções filtram informações gerais para focar o que lhes interessa, ou seja, o “*aqui no Bom Jardim*”. Falar no Bom Jardim é uma forma de ressaltar a oposição entre lugares onde moram pobres e lugares onde moram os ricos. Políticas para o turismo são percebidas negativamente como as que são para os outros e não para eles (os

que estão no lado bonito da cidade, os turistas que estão de visitam mas não moram aqui) moradores dos bairros pobres.

Hugo: “Na minha opinião, eu não sei em quem eu vou votar ainda, ainda tem mais essa semana para a pessoa estudar quem vai fazer o melhor, mas eu acho que no caso do Elmano, ele está se preocupando mais com o lado da Praia do Futuro, com esse pessoal mais rico.”

Ernandes: “É. Ele se preocupa mais com o turismo do que com a própria saúde aqui, que precisa mais de saúde, segurança. Lá não (área nobre da cidade), lá tem muita segurança e pro nosso lado **aqui (Bom Jardim)** não tem. Está entendendo? Eu estava pensando em votar nesse Roberto Cláudio ou nesse Marcos Cals, porque ele pensa muito em fazer UPA e ia ajudar mais. E colocar mais segurança, ou o próprio Moroni.”

Vale ressaltar que a percepção de que o turista vem de fora para “olhar” a cidade moldou uma inversão do sentido preferencial do slogan da campanha do Elmano, destacado no spot assistido, “*Olho no olho para governar Fortaleza*”, que pretendia inspirar confiança nos eleitores. Ernandes, Mariana e Imaculada concordaram com a interpretação de Hugo de que o candidato do PT se preocupava mais com o turismo do que com a saúde, com a segurança para as áreas mais pobres, como aquela em que eles moravam, o Bom Jardim. O slogan foi reinterpretado de forma a torná-lo congruente com a ideia de que é o turista é *o de fora*, o que vem só para olhar o que é bonito, diferente portanto do que a gente vê aqui de dentro, do lugar onde se sente as carências do dia a dia. A interpretação não foi rebatida por nenhum outro participante do grupo, mesmo considerando que ela era uma clara subversão da ideia central que norteava a campanha do candidato do PT: “*cuidar das pessoas como Lula ensinou*”. Nem a intervenção do mediador indagando se a mensagem “olho por olho” não poderia ser entendida como forma do candidato mostrar-se sincero, conduziu naquele momento a uma revisão da percepção verbalizada.

Hugo: “A respeito da propaganda mesmo do Elmano, esse negócio de: “Olho no olho para melhorar Fortaleza”. Quer dizer, ele não quer melhorar para gente, ele quer melhorar para quem vem para Fortaleza (os turistas).”

Imaculada: “Para quem “vê”.”

Hugo: “Para quem vê e não para quem mora.”

Mariana: “No Bom Jardim tem muita coisa para melhorar porque aqui não tem nada. De lazer, não tem nada. De saúde...”

Imaculada: “Se for olhar e prestar muita atenção, ele (Elmano) só fala “em alguém vim ver Fortaleza”.”

Turno - Promessas: percepção sobre o jogo político

A indagação sobre o que dizem os políticos para conquistar votos gerou uma discussão reveladora da ausência de ingenuidade na percepção do jogo político. Cristina afirma que os políticos são avaliados não por isto ou aquilo que prometem, “*eles agra-*

dam só pelas coisas que fazem”. Ao mesmo tempo que se critica as promessas não cumpridas também não se espera que todas elas sejam integralmente cumpridas. É que pode ser ilustrado na avaliação retrospectiva de Imaculada sobre a gestão de Luizianne:

Imaculada: “Acho que ela (Luizianne) foi a primeira mulher que ia ser prefeita. Na minha opinião, ela fez algumas coisas, mas errou muito, porque ela fez muita festa. Gastou muito dinheiro? Gastou. O Hospital da Mulher demorou muito? Demorou. Mas pelo menos ela fez a metade. Ela fez a metade, coisa que o Juraci Magalhães não fez.”

Cristina reitera uma avaliação condescendente no cumprimento de promessas dominante no grupo: “Tipo, a Luizianne colocou várias coisas no Colégio da Prefeitura. Ela deu fardamento, merenda para os alunos, deu a mochila, deu o sapato, fez várias coisas, fez o Hospital da Mulher. Então, as outras pessoas podem também dar continuidade. Outras pessoas melhores.”

Hugo sintetiza exemplarmente esta posição do grupo face às promessas de políticos: “Até nesse ponto, eles quando falam com a pessoa, dizem que vão fazer isso e aquilo, mas não fazem. Essa é uma coisa que eles poderiam até dizer e fazer. Se eles falam que vão melhorar a segurança, isso ou aquilo da saúde ou qualquer coisa que seja, que eles abram a boca pra dizer pra pessoa, que fizesse pelo menos 50% daquilo. (Intervenções de concordância de Imaculada, Mariana)

A vantagem atribuída ao candidato do governador (Roberto Cláudio) é que ele promete coisas que estão sendo feitas, Hugo:

Hugo: no meu caso, o Roberto Cláudio está passando confiança pra mim, porque até antes das eleições ele já começou a fazer três UPAS, a respeito da área da saúde. Agora, nessa parte, já estão construindo uma, não foi terminada mas já em obra. Mas está pra vim mais duas. O meu lado é esse, porque o que ele se preocupa mais é com a saúde mesmo. Qualquer canto que você vê, você vê acidente em qualquer lugar, principalmente aqui dentro de Fortaleza. Tudo o que você vê é acidente, muita coisa precisando.”

Vale observar que ao candidato foi mencionado como autor de realizações que não são dele mas do governador que o apoia.

Por outro lado a lembrança de um acontecimento² pode ser decisiva na avaliação negativa de um candidato: “- Não voto no Roberto Cláudio porque ele mandou bater nos professores” (Cristina). O fato de um candidato ser percebido como independente pode justificar a confiança nele, como afirma Mariana:

“É, porque o Heitor não tem ninguém apoiando ele. A campanha dele é uma campanha dele mesmo. Não precisa de nenhum candidato apoiar ele, nem governador, nem Presidente. Acho que o candidato tem que ser ele mesmo. Então, eu vou votar nele também por causa disso. As pessoas se preocupam muito, como ele disse (Hugo) com Presidente, com esse tipo

² A ordem de usar a força da polícia para barrar a invasão de professores em greve na sede da Assembleia Legislativa foi atribuída ao deputado Roberto Cláudio, então presidente do órgão. O fato ocorreu em 29 de setembro de 2011.

de gente. Eu acho que tem que pensar no Prefeito que vai melhorar Fortaleza. E não pensar só na gente, pensar nas outras pessoas também.”

A discussão gerada entre os participantes do grupo sobre determinadas propostas que tocam mais diretamente às suas experiências e interesses é indicativa de que há um acompanhamento das informações veiculadas nas campanhas dos candidatos. A ampliação do número de Unidades de Pronto Atendimento (UPAs) é avaliada a partir dos que eles próprios viram, das suas experiências pessoais: *“porque eu fui lá, no Canidezinho. Eu fui lá, minha mãe foi lá”*. Tudo é avaliado em termos pragmáticos: o que se fez, o que não foi feito, e o que deve ser feito “aqui no Bom Jardim”.

Ao mesmo tempo em que se evoca um sentimento de descrença, *“pra mim, eu não votava em nenhum, mas tem que votar”*, há também a percepção da responsabilidade de quem vota: *“Eu acho que a pessoa tem que pensar bem, eu votei com 16 anos, a minha mente com 16 anos pra agora sobre política, mudou muito”*

A discussão sobre a plausibilidade das promessas, foi desencadeada por Felipe ao reportar-se às propostas de entregar um tablete a cada aluno das escolas públicas estaduais, e instalar um posto de saúde nos terminais de ônibus. A exclamação sublinha sua reação negativa ao que é considerado por ele uma proposta absurda: *“o Roberto Cláudio disse que ia colocar um tablet na mão de cada aluno da escola pública. Pelo amor de Deus! A opinião é assim justificada: “Vão ser roubado os pobrezinhos, não sabem nem entrar na internet, vão fazer o que com um tablet?”*”

Turno -Segurança Pública

A proposta inicialmente lembrada foi a de colocar “um policial na moto, dois andando e um na cabine”, que já tinha sido feita por Moroni (ex delegado da polícia federal) nas três campanhas anteriores em que foi candidato a prefeito. Todos falam ao mesmo tempo e disputam com interrupções a tomada da palavra, o que sugere um elevado índice de interesse em participar da discussão. Vale lembrar que o Bom Jardim é um dos bairros da cidade com mais altos níveis de violência e criminalidade.

Ernandes: o Moroni e o Roberto Cláudio. Eles sempre falam mais na segurança, para colocar um (policial) na moto, dois (policiais) andando, dois na cabine, na esquina e tal. Sempre eles falam isso aí. (Completa a frase interrompida)

Imaculada: Na cabine seria novamente uma antiga ideia seria bem mais interessante se eles fizessem novamente a cabine... (os demais participantes fazem intervenções de concordância)

Imaculada: porque incrível que pareça só o Ronda, porque aqui acolá você dá uma olhada aqui, você vê o Ronda. Porque as vezes tem gente que diz que no Bom Jardim não tem, mas eu acho que tem.

A intervenção seguinte é uma forma irônica de criticar o que foi dito por Imaculada ao imputar o aumento do policiamento ao serviço de segurança dos candidatos que circulam no bairro por causa da campanha.

Hugo: Mas pra ser sincero, o que está aumentando, no meu ponto de vista, o que está aumentando mais o policiamento aqui é só por causa desses vereadores. No meu ponto de vista. Porque se você ver, se chegar em qualquer ponto, em qualquer esquina tem um carro do vereador passando para poder fazer a sua propaganda. Aí sim, o policiamento vem para poder demonstrar serviço, mas pra mim os policiais são tudo um bando de... (Interrupções para manifestar o apoio a imagem negativa dos policiais)

Mariana direciona a discussão para o que considera problema do Bom Jardim, os pontos de droga,

Mariana: Aqui no Bom Jardim, só o quem tem é ponto de droga e eu acho que a polícia sabe; Hugo- Sabe! Sabe! Sabe por quê? Eu gosto de ser sincero com todo mundo. Eu tenho o conhecimento e eu me envolvo com todo tipo de pessoa, tanto traficante como policial. Eu conheço os dois lados. Para ser sincero, tem um conhecido meu que é do 6º BPM e tenho outro conhecido meu que é traficante. Ele vai lá, pega o dinheiro dele toda semana e vai embora para continuar fazendo o serviço dele lá. É como se o traficante pagasse o cara do 6º BPM e praticamente só ele anda ali, naquela favela, só ele anda ali.

O moderador intervém indagando se os participantes do grupo acham que os problemas apontados podem ser solucionados pelo novo prefeito.

Ernandes: Pode ser que melhore com o Roberto Cláudio;

Hugo: O Roberto Cláudio é dos bons, compromissado. (Concordância);

Mariana: O novo prefeito possa mudar isso aqui, porque em relação a pessoa usar (droga) ou alguma coisa do tipo, eu não sou contra não. Agora o problema é que a pessoa começa a roubar. Tem gente lá que a gente conhece e rouba na nossa frente, na nossa casa, rouba as nossas coisas, se deixar o portão aberto. E é gente que a gente conhece.

Ernandes: Pode, eu acho que pode, porque ele é a autoridade máxima ali, naquele ponto. Ele pode fazer alguma coisa. É difícil, mas...

Imaculada reforça o pessimismo quando se refere ao que o Bom Jardim pode esperar do novo prefeito: Aqui é muito grande, o Bom Jardim. Acho que o Bom Jardim tinha que ter uns olhos maiores do prefeito principalmente. Aqui é muito grande, o Grande Bom Jardim. Aquele Centro Cultural ali, é muito bonito, mas você não consegue chegar até lá. Você chega lá e quando dá fé... você não chega....

Turno - Percepção sobre Oposição e Situação

Em uma campanha eleitoral em que a confronto maior era entre os candidatos do governador e da prefeita, cujos partidos PT e PSB mantinham-se na base ao governo estadual e federal, era confuso mesmo para especialistas estabelecer com clareza a diferenciação entre categorias como oposição e situação. Este assunto foi posto pelo mediador para os participantes do grupo e mesmo com o estímulo de informações explicativas não despertou interesse.

Ermandes: Não, eu não conheço esse negócio.

Mediador: Eu vou até explicar. A gente chama de situação quem está do lado do governo e oposição quem está do outro lado. Bom, quem é o candidato da Prefeita? (Intervenção explicativa)

Com a explicação dada todos reconheceram no candidato da prefeita, Elmano, o lugar de “situação”, por representar o governo da prefeita. O candidato da oposição por consequência seria o candidato Roberto Claudio que tinha o apoio do governador.

Ao questionamento sobre se “ser de oposição” ajudaria ou atrapalharia o candidato Roberto Cláudio, a resposta foi dada por um único membro do grupo, Hugo, *“eu acho que vai ajudar a ganhar votos,”* com a justificativa de que *“sendo de oposição muita gente vai confiar naquele que está apoiando ele”*.

Turno - Quem apoia quem.

A avaliação do peso político de quem apoiava os candidatos a prefeito, considerado fator decisivo na decisão de votos dos eleitores, foi o assunto seguinte da conversa. A naturalização da necessidade de apoio, *“ninguém é independente, todo mundo precisa de outra pessoa para conseguir alguma coisa”*, foi estendida da vida para a política. O argumento “situacionista”, ou seja, estar do lado do governo, foi assim utilizado pelos eleitores dos dois principais adversários.

Felipe, que se declarava eleitor de Elmano, justifica sua posição em termos situacionistas: *“Acho que se o vereador, o prefeito e o presidente forem pra esse partido, logicamente vai sobrar mais dinheiro para aquele partido. Então, acho que o prefeito daquela cidade, devido ser do mesmo partido, vai poder fazer mais coisas.”*

Os argumentos “situacionistas”, extremamente pragmáticos foram também utilizados por Imaculada, para justificar a preferência pelo candidato considerado de oposição, Roberto Cláudio: *“eu acho assim. O governador apoiando, já facilita o prefeito, porque o prefeito passa, se for de acordo, já facilita para o governador levar. Então, eu acho um apoio maior. Eu prefiro, depois que ela sair, ela (Prefeita Luizianne) não pode fazer mais nada, e o (Governador) ainda vai continuar no governo, ainda tem dois anos.”*

Os candidatos fracos, são os outros, os que quase não aparecem na TV, os que não estavam abrigados no apoio político de nenhum dos governos. Aqueles de quem é difícil até lembrar o nome, *“Moroni, eu não sei quem está apoiando ele não”* (Mariana); sobre Heitor Férrer *“uma mulher, aquela que já foi candidata do Partido Verde. Ela está apoiando ele”* e *“Acho que o pessoal nem lembra mais dela (Marina*

Siva)”; “Acho que quem apoia ele (Roseno) é as pessoas da Universidade, não? Eu nunca vi não. Eu vejo muito aluno de Universidade falando.” (Ernandes); “*E os outros eu não sei nem quem está apoiando.*” (Ernandes)

A avaliação das gestões da prefeita e do governador foi também objeto de discussão acalorada. No caso da gestão da prefeita as opiniões foram predominantes no grupo eram negativas, assentadas principalmente em uma visão personalizada da prefeita:

Hugo: Atrapalha que para ser sincero, no dia que entregaram o UPA do Canindezinho, ela nem apareceu, porque muita gente falou que se ela (Luizianne) aparecesse, lá mesmo ela ficava com “moi de pêa. Porque ninguém gosta dela.”

Mariana: “O pessoal diz que ela (Luizianne) usa droga. Diz o povo”.

No que se refere aos resultados sua gestão foi lembrada mais pelos aspectos considerados negativos:

Mariana: “porque ela só quer saber de festa”

Hugo: “Ela fez aqui dali, ela pode ter ajudado, ter construído, mas muitas coisas que ela vivia falando, falava, prometia, o que as pessoas mais queriam, foi o que ela mais deixou de lado.

Ernandes: Eu fui no Frotinha um dia desses, eu cheguei era umas 3 horas da tarde, eu fui sair era 11:30h ou 12h da noite.

Mariana: E no ensino também, a criança está com dificuldade para ler. Tem menino com 11 anos que não saber ler ainda, 4ª série;

Hugo: Só investiu em merenda, porque acha que o aluno vai para a escola só para merendar.

A avaliação da gestão do governador foi positiva, embora não assentada em resultados objetivos trazidos para Fortaleza: “*Eu vou votar nele, porque ele fez isso, aquilo*” (Imaculada); “E ele está fazendo né, o governador, muita coisa boa” (Mariana).

O apoio de Tasso Jereissati ao candidato do seu partido, o PSDB foi considerado fraco ou sequer foi lembrado. Para Mariana mesmo que ele aparecesse na campanha ele “*atrapalhava, porque ele também é meio queimado aqui.*”. O apoio de Lula ao candidato do PT e da prefeita foi considerado essencial.

Turno- Fragmentos de conversas sobre decisão de voto

Embora o tema tenha sido posto pelo moderador, as tomadas da palavra pelos participantes foi estabelecida uma dinâmica própria da conversa coloquial com interações entre os participantes que funcionavam como formas de exposição de opiniões próprias com argumentos que as sustentavam e questionamento crítico das opiniões expostas por outros.

O “diálogo” entre Felipe e Mariana é ilustrativo do chamado de “efeito do grupo”, ou seja, o que é dito por um é afetado pelo que os outros dizem. Felipe justifica seu voto em Elmano pela confiança “passada pelo candidato” e por ele e Lula serem do mesmo partido, o PT. Ao ser interpelado por Cristina, que colocou em dúvida que o voto declarado fosse motivado pela confiança pessoal no candidato, Felipe confessa que se Lula não o estivesse apoiando ele votaria em Renato Roseno do PSOL. O pressuposto é que essa seria sua preferência pessoal somente poderia se efetivar em um contexto político imaginário, no qual a ruptura entre o governador e a prefeita não tivesse ocorrido, e que ele não tivesse que optar de forma mais pragmática por um dos dois candidatos com mais chances de vitória.

A exposição de Imaculada sobre sua decisão de voto em Roberto Cláudio remete para as dificuldades de um cálculo pragmático no qual a medida das vantagens depende menos da avaliação dos candidatos do que do peso dos apoios políticos que recebem:

Imaculada: Roberto Cláudio. Eu estava em dúvida. Ainda fico meio assim... Vou pensar bem, olhar bem, ver as propostas. Mas eu decidi mais pela forma dele pensar, falar, passar também a segurança. O Elmano passa segurança, mas a segurança dele vem por trás de outras pessoas. O Roberto Cláudio tem a segurança do Cid, mas o Cid fala pouca coisa dele. Ele fala mais coisas sobre ele mesmo. Ai eu penso assim: segurança, ele já está fazendo uma UPA, vai que melhore mesmo?. Ele disse que vai fazer não sei quantas UPAs, se ele fizer ao menos uma, duas, já está ótimo. Na segurança também, se ele aumentar a Guarda Municipal, policiamento, ai vai melhorando. Eu pensei mais na segurança e na saúde. E ele também ia aumentar colégio, porque vem começando de criança né, já ir tirando as crianças da rua, já é um incentivo.

Mariana que declarou voto em Heitor, que ela própria admitia que não iria disputar o segundo turno, justificando sua escolha em uma experiência pessoal, que a teria levado a uma preocupação maior com dos problemas de saúde, que o candidato por ser médico e trabalhar em hospitais públicos entenderia melhor.

5. Velha política e Nova política: Percepções dos jovens universitários

O grupo de conversação ocorreu no dia 01 de outubro de 2012, faltando poucos dias para o primeiro turno da eleição. O local escolhido foi o Laboratório de Estudos sobre Política, Eleições e Mídia (LEPEM), coordenado pela doutoranda Márcia Paula Chaves Vieira, auxiliada pela bolsista Eudênia Magalhães. O grupo estava formado por quatro jovens universitários, assim como tínhamos acordado que seria o perfil: Pedro, estudante de Engenharia Metalúrgica na Universidade Federal do Ceará (UFC); Joab, estudante do curso de História da Universidade Estadual do Ceará (UECE); Sandra é

estudante do Mestrado em Letras na UFC e Carol estudante da arquitetura, também na UFC. Todos na faixa etária entre 19 e 22 anos. No decorrer da conversação, as preferências de voto foram ficando claras, mas não foram feitas declarações diretas e achamos conveniente não perguntar.

O LEPEM é localizado no bairro da cidade de Fortaleza chamado Benfica. Ele é conhecido por ser um bairro predominantemente universitário e o escolhemos pela proximidade da localização dos cursos dos jovens que participaram do grupo de conversação. Assim, o quadro espacial exercia duas funções contextuais: 1) Local institucional de pesquisa de universidade; 2) Ambiente familiar para os jovens. A pesquisa foi feita na segunda-feira que antecedeu o domingo do primeiro turno e, temporalmente, condiz com a semana em que as decisões em relação a escolha do candidato só seriam afetadas por algum elemento surpresa.

Iniciamos com a apresentação do objetivo do grupo de conversação e a exibição dos *spots*. A dinâmica seguiu o roteiro estabelecido para todos os grupos, com possíveis intervenções da mediação. No grupo aqui descrito foram necessárias poucas intervenções, apenas para mediar as vezes que fugiram da questão proposta e que não correspondia a nenhuma das demais questões do roteiro. Os participantes permaneceram à vontade e com interesse em apresentar seus pontos de vistas e, mesmo quando discordaram uns dos outros, o fizeram de forma tranquila sem tons de desagrado.

Turno - Apresentações; percepção sobre início da campanha eleitoral.

O primeiro turno da conversação dispôs sobre o início da campanha eleitoral. Os dois jovens do sexo masculino, nesses primeiro momentos, tomaram a palavra e discorreram sobre suas perspectivas e as duas jovens do sexo feminino tomaram a palavra a partir de suas discordâncias ou concordâncias com o ponto de vista apresentado inicialmente.

Para eles, a campanha começa logo que o prefeito assume seu mandato. Ou seja, basta estar ocupando o cargo administrativo que já se começa a articulação para o próximo pleito e com o passar do tempo vão intensificando. Esse processo é visto pelos jovens como percebido através da mídias de redes sociais.

Sandra: Eu também acho que a partir do momento que eles já são eleitos, eles já estão pensando em quem vem depois, em quem... Agora, depois de um tempo é que eles vão intensificando isso. No caso do candidato a prefeito, no candidato do PT, já pensavam em quem colocar, já planejavam tudo, até chegar a conclusão de que seria no caso o Elmano. Trabalhar a questão de mídia com ele, trabalhar de tudo um pouco, da

forma como ele falar com o público, então eles já vem preparando isso desde antes, depois de um tempo é que eles vão solidificar essa preparação.

Turno – Quem disputa a eleição: A conquista de votos através de terceiros e a imagem de independência

Indagados sobre as características que os candidatos enfatizam em si em busca de conquistar votos através da veiculação dos *spots*, os jovens dividiram suas opiniões. O primeiro argumento levantado foi de que os candidatos utilizavam seus apoiadores políticos colocando-os em evidência: *“Quem tá apoiando é o que mais ganha destaque, tanto é que a gente vê que o Elmano subiu quase... foi um meteoro esse negócio, ele subiu tanto depois que apareceu o Lula. Então eu acho que o que mais evidencia realmente é sempre quem tá apoiando”*, disse um dos participantes. Um outro jovem corroborou com a ideia, citando o caso de Roberto Cláudio ser apoiado por Cid Gomes e utilizar isso em sua campanha eleitoral. Esse jovem argumentou que é um recurso que não apenas pode como deve ser utilizado pois, afinal, fazem parte do mesmo grupo.

O terceiro jovem a falar levantou um contraponto indicando que existiam candidaturas com mais foco em suas propostas e na transparência, o que é uma inovação. Diz ele *“Eu acho que os candidatos enfatizam além dos apoiadores, por exemplo, o candidato do PSOL, ele enfatiza a transparência, transparência da campanha o tempo todo, ele tá sempre dizendo que “quem doa pra nossa campanha é você, o povo, a gente não é atrelado à máquina nenhuma, ao governo do estado nem a prefeitura”, ele procura digamos, enfatizar que é um candidato independente”*. Uma das jovens concordou com ele ampliando o argumento para o fato de que indicar quem está apoiando é uma forma de dar referência, de mostrar de qual grupo político faz parte. Os que prezam pela transparência e por não fazer uso de apoiadores anteriores se apresentam como novo.

A imagem de Lula é indicada como positiva para o candidato que se associa a ela. As disputas pelo seu uso ocorrem porque, para os jovens, a imagem é *“patrimônio nacional”*. Eles não avançaram na interpretação do efeito de base governista. Segundo eles, apesar dos escândalos que envolveram o ex-presidente, há a ideia de que ele deu assistência e direcionou políticas para o benefício dos menos favorecidos economicamente. Diz um jovem que *“Ai, eu acho mesmo que... Dessa ideia, para mim, o que faz com que essa imagem dele seja tão forte é essa questão mesmo de, por mais*

que o PT tenha feito tanta coisa, tenha acontecido tantos escândalos, a população sempre foi assistida de alguma forma”.

Ainda em relação a Elmano (PT), os jovens falaram que associar a imagem à Luizianne tem efeito negativo para a campanha petista. A principal questão apresentada foi em relação às festas feitas pela prefeitura sob administração de Luizinne Lins. Nesse ponto, incluíram Cid Gomes também, com o gasto para inauguração do Centro de Eventos para um público restrito. Porém, um dos jovens, o Pedro, fez uma diferenciação de gastos, argumentando que o dinheiro gasto nesta inauguração rapidamente voltou aos cofres públicos pelo capital movimentado no lugar inaugurado. Diz ele: *“Gastou três milhões. É... Mas agora, em compensação, se você chegar hoje no Centro de Eventos, “Ó, eu queria marcar para fazer um evento...” “O Centro de Eventos tá alugado até 2013.” Todo o dinheiro que ele investiu já voltou para o estado, entendeu. Então, tipo, se por acaso, o cara pega e faz um investimento desse, é para ter um retorno, não é para “Ah, eu quero fazer festa, política de pão e vinho, não...” Entendeu?”.*

Ainda como um elemento que se apresenta como positivo associar a imagem de Roberto Cláudio a de Cid Gomes, os jovens lembram que a responsabilidade pela Copa do Mundo é associada ao atual governador. Isso, para a população em geral, dizem os participantes do grupo, é muito positivo ver a articulação entre prefeitura e estado. Um dos jovens, o Joab, fez o contraponto da imagem de Cid Gomes ao lembrar da greve dos professores estaduais, em que houve embate entre Roberto Cláudio, então Presidente da Assembleia Legislativa, e os professores estaduais que estavam protestando. Entretanto, os demais participantes consensualizaram que os professores são apenas um grupo e essa questão não atingiu diretamente a população – diferentemente da Copa do Mundo que é um evento de grande porte.

O que é interessante de perceber nas falas e nos argumentos construídos pelos jovens é que eles trazem o efeito das políticas de governo para as campanhas eleitorais. As percepções transitam entre o macro, como a Copa do Mundo e o que é pontual para grupos e políticas sociais.

O candidato Marcos Cals não teve nenhum político associado a sua campanha e todos os comentários em relação a ele foram em tom de brincadeira e piada. O candidato Heitor Ferrer teve sua imagem associada a Patrícia Sabóia, do seu mesmo partido, mas sem muita segurança dos participantes. Ferrer, para eles, foi enunciado com um perfil de neutralidade mais do que de independência. Esta diferenciação é feita por nós, considerando que a diferença reside no fato de que ao enunciar a neutralidade,

há associação com a atuação no parlamentar como deputado estadual construída como a favor do interesse do “povo” e não a interesses de ganhos pessoais. Não há, na ideia de neutralidade, a ideia de situação ou oposição a um governo, e sim a de estar atuando de acordo com o interesse do “povo”. A independência aqui estou tratando como o fato de enunciar-se como oposição ao governo.

O candidato Renato Roseno foi associado a um grupo, os universitários, e não a um político já conhecido. Um dos jovens ainda lembrou do Plínio de Arruda Sampaio, mas foi o único dos quatro e, por sua postura e ideias no decorrer do grupo, ficou claro que ele é eleitor do PSOL. Os demais jovens associaram a independência do candidato Renato Roseno como parte da estratégia de marketing da campanha.

Carol: Eu acho que talvez nem eles queiram esses apoios políticos assim... Faz parte da imagem...

Sandra: Faz parte da imagem, é mais uma proposta...

Carol: É mais uma jogada de marketing.

Pedro: É... A imagem deles...

Turno – A confiança nos candidatos: O eu e os outros

Os jovens participantes do grupo de conversação indicaram conhecer o passado dos candidatos apresentados nos spots. Dois referenciais se destacaram: a percepção deles em relação aos outros e a percepção deles em relação a si. Assim, existem as impressões que se faz do candidato para o ganho próprio e o que almejam ao fazerem a escolha do próprio voto e as impressões que se tem em relação a receptividade da campanha para escolha de votos que outras pessoas possam vir a ter.

Quando iniciamos a conversação sobre a temática da “confiança no candidato”, os jovens Pedro e Joab iniciaram falando sobre as práticas políticas conhecidas pelo senso comum e se referem a prognósticos de possíveis atos duvidosos para a administração. Juntamente com a concordância de Carol, ele apontaram Renato Roseno e Heitor Ferrer como candidatos da nova política. E Sandra discorda.

Pedro: Porque tipo, o Heitor ele é um ótimo deputado, é um cara sério, e tudo mais, mas agora o problema dele é que ele não tem capital para promover, mesma forma do Roseno, (...) quando, por exemplo, se o Renato Roseno, por acaso assumir, ele inspira confiança total, até por causa da forma como ele tá tentando se eleger. Qualquer outro político que for entrar lá, Inácio, ele comentou aqui no VT “ah, eu fui senador e eu sei onde é que eu vou pegar as verbas”. Da onde é? Entendeu? (risos) Onde é que eu quero também.

Joab: A maioria dos candidatos me inspira desconfiança, porque a gente tá cansado da velha, da velha política, dessa que a gente enxerga no nosso país. Um ou outro procura ir por outros caminhos e tal, mas assim, eu

vejo que a maioria dos candidatos de Fortaleza representam grupos políticos que já estão no poder, ou já estiveram no poder.

Sandra: Eu acho que, isso que eu falei, já faz com que você pense nessa confiança. Você vai pensar no que você já ganhou, no que você ainda pode ganhar, se essa mudança vai ser ou não favorável. Pra quem tem um conhecimento um pouco maior, um maior esclarecimento, já vai analisar dessa forma, “ah, será que essa mudança vai me ajudar, vai ajudar um grupo maior de pessoas?”. E quem não tem, ele vai simplesmente pensar, no caso, nas necessidades básicas. Esse aí que vai fazer com o que eu coma, e que eu tenha onde trabalhar? Então pronto, é esse. Então, o que faz realmente pensar é, ou seu interesse, no caso de quem tá com o Roseno, é o interesse realmente de “ah, vou ganhar uma vaga na prefeitura.” E quem não tá, a população de massa mesmo é “ah, vou ter o meu bolsa escola, e vou ter o que comer”.

Há, nas impressões de Sandra sobre si e sobre os outros a diferença de classes, no sentido de desigualdade, e que se reflete nas opções de voto. Pedro sugere que Renato Roseno é a perspectiva de uma nova forma de fazer política, mas que não tem apoio financeiro para uma grande campanha, ele diz “(*...*)o Roseno também é um candidato muito bom, e tudo mais, mas ele não tem um capital para ele poder fazer a mesma, o mesmo padrão de publicidade que os outros tem”. Sandra reage a essa fala do Pedro, dizendo que “*Mas aí o Roseno pelo menos ele tem a graça dos riquinhos universitários, né? Do Centro de Humanidades, porque no caso do Heitor, nem isso*”. Sandra então complementa sua fala a partir da percepção que ela tem da confiança dos “outros”:

Sandra: Não, quando eu penso no Roseno, eu só lembro da minha família. Ninguém vai votar nele, porque simplesmente não foi ele que deu uma condição pra eles melhorarem em relação a parte social, em relação a acesso a escola. Quando eu penso em Roseno, eu só penso neles. Todo mundo da minha família, pessoal que eu tenho mais contato assim, todo mundo vai votar no candidato da prefeita, no candidato do governador pelo simples fato de que, na prática, eles ainda conseguiram alguma coisa com esses, e com outro que fala em liberdade e socialismo, eles nunca viram nada. E também, medo de mudança, garantir o que você já tem, porque quando a gente pensa realmente, teve uma galera que tava lá passando fome e depois desse bolsa família, pelo menos teve condições de comer, isso pesa, isso pesa e muito. Na família da minha mãe, do interior de Aracati, isso aí pra eles é o que fez com que o PT ganhasse uma atenção pra eles, em relação a dar, ganhasse uma atenção deles. Então, na prática, tudo isso aí vai por água a baixo, porque o Roseno está andando com o pessoal que querendo ou não é o mesmo que o PT há um tempo atrás, a gente sabe que quem compõe essas secretarias do PT é a galera rica que estudou na UNIFOR, que mora na Aldeota, porque eu conheço, eu tenho contato, eu sei. Vai ser o mesmo caso se o Roseno assumir, a gente viu aí, essa galera que tava aí no vídeo do Roseno, é a galera que faz aqui Comunicação, faz Ciências Sociais, querendo ou não é um pessoal que é de classe social mais alta, e tem dinheiro, e são eles quem vão assumir esses cargos. Então, o que é que vai mudar?

Sobre a percepção da própria escolha do voto, os jovens transitam entre a velha política e nova política, assim como tentam acompanhar o passado e fazer prognósticos futuros de melhoras. Assim, todos consensualizaram que procuram se informar sobre os candidatos e acompanhar a trajetória do mesmo. Disso, podem optar por pelos candidatos que já estão em cargos políticos e que tiveram administrações que consideram positivas ou optar pelo novo que se apresenta como a materialização de suas idealizações – opção está feita através do exame das propostas apresentadas.

Turno – Percepções sobre a campanha

Ao analisarem as questões que agradavam ou desagradavam nas campanhas eleitorais, confiança nos candidatos e possíveis vitórias eleitorais, os jovens apontaram para questões sobre a igualdade de disputa do pleito. Em diversos momentos da conversação, a questão do investimento e dos investidores nas campanhas eleitorais foi colocada em pauta, sempre enfatizando que Heitor Ferrer e Renato Roseno não estão dentro do círculo das campanhas caras.

Heitor Ferrer é apontado como um político neutro, como dito anteriormente. O que falta para ele, segundo os jovens, são investidores. Já Renato Roseno, como também foi falado anteriormente, é parte da estratégia eleitoral não ser vinculado a empresas.

Outra discrepância entre os candidatos que foi apontada pelos jovens é em relação à distribuição do tempo do Horário Eleitoral Gratuito.

Carol: Eu fico... Eu fico me perguntando onde é a democracia aí? Onde é que tá? Porque, eu acho que era para serem todos tratados de forma imparcial né? Igual para igual. Para dar a mesma...A mesma chance, até mesmo não só para eles, mas para o próprio eleitor, que às vezes o eleitor ele perde a chance de conhecer um candidato bom porque ele não tem tanto apoio, ele não tem tanto dinheiro assim para ter um tempo maior. Eu acho isso muito absurdo, uma coisa que me incomoda muito, muito mesmo.

A chance de vitória é, então, segundo os jovens, daquele que estiver ocupando a máquina do estado ou daqueles que utilizam as grandes campanhas (ou ambos). Há, nos jovens, ainda um espírito de idealismo, de justiça. Muitas vezes eles construíram seus argumentos com um olhar da política que busca a maximização dos ganhos pessoais, mas sem perder o horizonte da política positiva, no sentido de que há espaço para uma política diferente.

No decorrer da conversação, Pedro foi a pessoa que buscava tomar a palavra e dizer, sob uma postura analítica, como ele se apropriava corretamente do tempo da política. Joab tomava a palavra fazendo o contraponto sob um ponto de vista mais idealizado, exercendo uma criticidade da política tal como é. Era perceptível que ambos pertenciam à classe média. A Sandra e a Carol transitaram entre os argumentos do dois jovens e se distinguiam ao colocar a perspectiva de classe média baixa e até mesmo popular, apontando para as próprias famílias como beneficiárias dos programas da política petista.

6. Classe Média: entre o desencanto e a ideologia

A sessão foi realizada no dia 26 de setembro de 2012 (mediada pela pesquisadora Monalisa Soares, auxiliada pela pesquisadora Paula Vieira). O local de realização foi o salão de festas do prédio em que residia uma das pesquisadoras. Quando estabelecemos os critérios para definir os componentes do grupo focal, consideramos *classe média alta* aqueles que tivessem uma renda a partir de cinco mil reais. Decidimos procurar possíveis conhecidos, pois a inserção no grupo de pessoas situadas nesse nível de renda não tem sido facilitado. No dia do grupo focal, das sete pessoas convidadas apenas quatro compareceram – uma esqueceu a data, as outras duas pessoas ligaram avisando que tinham se atrasado por causa do horário que saíram do trabalho e consideramos melhor fazer o grupo sem eles porque os demais já estavam esperando há um tempo. Dos participantes, três são advogados: Thiago, advogado trabalhista; Clarisse mais próxima aos direitos humanos e Stela que possui trajetória acadêmica. O quarto participante César é gerente de banco concursado. Todos possuem nível superior. Dos participantes dois são casados: Thiago e Stela e os outros dois solteiros: César e Clarisse. A idade dos participantes varia dos 27 aos 45 anos. Thiago e Stela declararam ser espírita, César se declarou católico e Clarisse não declarou filiação religiosa. Eles informaram assistir com frequência o HGPE, no mínimo 3 vezes por semana. Thiago, Clarisse e César informaram que já haviam escolhido o candidato em quem votariam no primeiro turno das eleições, somente Stela não havia decidido. O perfil do participantes era de esquerda. Por esquerda, indicamos não um perfil ideológico, mas um posicionamento a partir da conjuntura local. Em termos de políticas, nos referimos à inclinação a uma preocupação com igualdade social e o seu desenvolvimento a partir de ações governamentais. A seguir apresentamos as reflexões produzidas sobre o grupo, partindo dos temas e categorias centrais que perpassaram toda a conversa entre eles.

Turno – Percepção sobre início da campanha eleitoral.

O início da campanha eleitoral foi associado pelos participantes do grupo a um bem período anterior aos meses legalmente constituídos para o exercício de ações eleitorais. A grande maioria creditou essa sua percepção antecipada do jogo eleitoral à sua inserção profissional,

Clarisse: Eu, particularmente, trabalho na prefeitura [Municipal de Fortaleza] né (sic), então a gente está no último ano de gestão, então desde a virada no ano a gente está ouvindo isso – “é o último ano, último ano” – aí a gente já sente esse clima de eleição.

César: Sim, eu fui gerente do Bradesco [Banco] dentro da Assembleia [Legislativa do Ceará], então minha vida é com política, eu lido com muita gente de... tanto ligada a candidatura do Elmano, quanto do Heitor Ferrer, quanto do Roberto Claudio. Então assim, eu já estou nesse ritmo há pelo menos desde o começo do ano, a nível de ter as informações.

Thiago: Eu também acho mais ou menos isso, eu trabalho no Sindicato dos Servidores né, então é... também se sente esse movimento de final de mandato né e algumas coisas que devem ser conseguidas nesse momento político, algumas coisas que vão ser conseguidas porque é véspera de eleição e... então assim, é... já se sentia desde o final do ano passado, que a data base dos servidores agora em época de final e de primeiro de janeiro né... então já se sentia isso.

A primeira crítica mais incisiva e que já aponta para um discurso que se generalizou no grupo, referente a um desencanto com a política institucional, já aparece nesse reconhecimento sobre o que é o período eleitoral e quando ele inicia.

Thiago: Mas campanha político-partidária [inicia] mesmo assim é com a distribuição do horário gratuito pelo TRE porque até mesmo a sensação que dá é que as propostas só passam a existir a partir disso, *as propostas são construídas a partir da campanha*, da reação né... então a partir do momento em que se define os candidatos, que começa a propaganda na TV, que tem a pesquisa, a partir daí é que tem campanha mesmo, porque como a Luizianne [prefeita] falou né... “qualquer um vale, eu coloco um poste e eu vou eleger.” (Grifo nosso.)

Na busca de apreender que sentidos eles observaram nos spots apresentados, questionamos qual imagem eles identificavam nos candidatos, como eles percebiam as movimentações do jogo eleitoral a partir do HGPE. As percepções dividiram os candidatos entre os que era apoiados por outras lideranças políticas, e usavam seu tempo na TV para explorar essa vinculação, e os que buscavam apresentar características pessoais como forma de garantir adesão à sua candidatura.

César: Roberto Claudio se apoia na figura do Cid [Gomes, governador] e na figura da família dele também; o Elmano se apoia, na minha percepção né?, na figura... na prefeita, na Luizianne Lins; o Heitor Ferrer na oposição; o Moroni na questão da figura do xerife, minha percepção também, né?; tá faltando quem?; O Roseno na juventude, que eu acho que

é a juventude e a inovação, eu acho que ele consegue muito isso aí: a inovação.; E os outros? O Inácio pelo fato de ser senador.

Houve um consenso em torno da interpretação das imagens, entretanto, mais uma vez emergem as críticas aos sentidos que os candidatos buscam dar a seus discursos e atuações. A fala dos participantes reforça seu lugar social, as informações de que dispõem são acionadas como modo de interpretar o jogo proposto pelos candidatos no cenário eleitoral.

Thiago: Tem umas coisas que são hilárias né... (rindo) o campeão de verbas né... Eu acho que parte de um pressuposto de que a gente é muito ignorante né... ou, ou, ou pela via contrária né! O cara acha correto se colocar como bom candidato, porque afinal de contas ele é amigo do cara que é presidente ou que é governador, então, por isso né... Onde é que fica a moralidade, a legalidade das coisas né?! (Risos). Então assim, como o cara é do meu partido, o cara é meu aliado, então as coisas vão funcionar bem, né...

Turno - Promessas: percepção sobre o jogo político

Foi na discussão em torno das propostas apresentadas pelos candidatos que o “desencantamento” com a política institucional mais se evidenciou, inúmeras críticas remetendo à pasteurização e a mercantilização do processo eleitoral dão a tônica das falas,

Thiago: E assim, eu acho muito bizarro a propaganda eleitoral, assim e como é que funciona tudo isso né? Porque é uma coisa meramente de quem tem o melhor marqueteiro [concordância de Stela: é], de quem sabe fazer o melhor apelo na televisão, de quem sabe... eu acho muito triste, assim você é... assim as pessoas vendendo uma imagem e a imagem que melhor agrada, ou então dentro do contexto que a sociedade vive, a proposta que melhor atende uma necessidade imediata, o que né tem mais reflexo, aí esse é o melhor candidato, esse é o melhor... Eu acho isso é... assim pra mim, fica soando simplesmente... o pessoal acha que a gente é burro sabe? Bem burro, né?! Então assim, eu não... eu acho, eu acho... tem uma coisa que me desagrada bastante é como funciona, sabe o processo eleitoral? É uma coisa que dentro de 1 mês, é... dentro de 1 ou 2 meses a população vai avaliar o que cara que tem a melhor equipe de marketing (risos) sabe? E o cara que teve uma ideia e vai saber lidar melhor com as emoções ou as pesquisas... e não tem construção na verdade real de projeto político.

César: Eu acho as campanhas bem parecidas, sabe? Ano, eleição por eleição é muito parecida, não muda muita coisa não. Concordo com essa questão do marqueteiro, quem tiver o melhor marqueteiro leva, quem tiver mais dinheiro, na verdade não é nem marqueteiro, é quem tiver mais dinheiro vai levar a eleição, não tenha dúvida disso. Eu acho assim muito parecido. Não tem nada de novo, a mesmice. Mesmice, como fosse eleição para governador, prefeito, deputado fosse tudo a mesma coisa.

A crítica apresentada pelos participantes corrobora com um discurso corrente de que a política tem se esvaziado, que os processos de midiaticização da esfera pública e a

consolidação de um “padrão midiático-publicitário da política” proporcionaram um enfraquecimento dos projetos políticos e um reforço a um personalismo já conhecido da realidade política brasileira, *“Assim, para mim, as propostas são bastante oportunistas e as que não são oportunistas têm que ser né?”*. A tônica é de que os movimentos que ocorrem no período eleitoral são artificiais, sem conexão com a realidade social. Nos discursos dos participantes, fica evidente essa crítica e preocupação das consequências desse tipo de processo eleitoral para as gestões,

Stela: de uma maneira geral eu acho que todo processo é realmente muito feio, que é assim, é um grande espetáculo na verdade né?! Parece que um espetáculo que é feito para que cause determinado efeitos nas pessoas né... A comunicação é feita no sentido de comover as pessoas, no sentido de fazer... de, na verdade, eles criam grandes líderes, não tem, não tem... não há esse movimento espontâneo, não é algo que a gente vê surgir naturalmente. Na verdade é um fenômeno que ele é produzido e espetacularizado, ponto.

Mesmo considerando as críticas, questionamos sobre quais das propostas apresentadas pelos candidatos que eles consideram importantes, e que gostariam de ver efetivadas. Figuram entre as propostas lembradas, especialmente, as referentes à saúde e à educação em tempo integral. A condição de classe não os exime do desejo de ver concretizadas as propostas que se relacionam com as regiões da cidade que moram e/ou frequentam: *“E o que me chamou atenção, até mesmo por um motivo egoísta, eu só vi 1, no máximo 2 candidatos, falando na revitalização da Praia do Futuro, que eu né... eu morava lá e eu acho um espaço super mal aproveitado tem muita demanda na Praia do Futuro para a questão dos vendedores ambulantes, das barracas, do calçadão, os moradores então? Eu acharia muito bom que desse certo.”* (Clarisse).

Um dos participantes (Thiago) traz à tona para o debate a discussão sobre o tema da realização da copa do mundo, que terá como uma das sedes Fortaleza, e é acompanhado em confirmação pelos demais participantes. É válido ressaltar, que mais uma vez o tema aparece como uma crítica à política institucional, que de acordo com as interpretações mascara as reais intenções de suas práticas produzindo um discurso do interesse público.

Thiago: E outra coisa que eu não ouvi ser falado é o motivo real, de na minha concepção, de ter tantos candidatos e tanta grana ser colocada que é o fato de em 2014 né da quantidade de grana que vai entrar em Fortaleza, nessa... nesses próximos anos por conta da copa do mundo. E é interessante que ninguém fala disso nas campanhas, porque parece que não se fala disso nas campanhas **[Interrupção Clarisse: é verdade]** eu só vi o Valdeci falando na, na... criticando lá que as obras não estavam sendo feitas, mas que as obras ali no entorno do... não sei como é o nome daquela rotatória, ali, não tinham sido concluídas então assim..

impressiona como eles não tratam desse assunto, quando, na verdade, eles sabem que grande foco vai ser esse, né? (Grifo nosso)

Turno – A confiança nos candidatos: O eu e os outros

Esse tópico serviu para reafirmar a desconfiança e desencanto que os participantes do grupo têm em relação à política institucional. Todos os participantes, com exceção de Clarisse que afirmou confiar no seu candidato, alegaram que o processo de apresentação dos candidatos é artificial. Há uma crítica velada que aparece na ideia de que aqueles programas eleitorais são uma encenação para o eleitor. Indagados se em sua apresentação os candidatos inspiram confiança ou desconfiança, os participantes afirmam,

Cesar: Desconfiança! Oh, totalmente desconfiança.

Stella: Desconfiança.

Thiago: Pois é, né... até na música o negócio dele é esse: Olho no olho! Né? É... assim despertar confiança. Mas...

Stella: O Roberto Claudio que nem pisca. A gente... a gente viu, uma vez, na, na... ele olha... com os olhos assim “grelados e arregalados” pra câmera e não pisca. É uns quinze, vinte segundos que ele fica lá que ele não pisca, aí vem logo o Cid depois dele ... e entra... aí Cid pisca 16 , 20 vezes , aí ele não pisca... **[Interrupção de Cesar: é impressionante! É um detalhe!]** É um detalhe!

Cesar: Pra você observar como cada pessoa faz uma leitura...

Thiago: mas eu fico impressionado que o cara não pisca o olho.

Stella: Ele grela o olho...

É interessante perceber como o ponto alto da crítica de Thiago se expressa na imitação sarcástica que ele faz do jingle “Olho no olho” de Elmano de Freitas. A expressão informa que ele reconhece o sentido preferencial que a campanha quis passar (a ideia de confiança, de segurança e firmeza), mas não concorda, porque entende que isso também é um produto do marketing. Stela revela um olhar aguçado para reconhecer as pistas da encenação e localiza isso em Roberto Claudio no fato de não vê-lo piscar o olho durante os segundos do spot.

As motivações apresentadas para não confiar nos candidatos são elencadas a artificialidade do processo de construção das imagens, os compromissos pré-estabelecidos com aliados políticos que não são bem vistos, e, em especial, a omissão dos candidatos de determinados fatos de suas biografias. A mais incisiva crítica nesse quesito é direcionada a Elmano pelo fato de ele não ter informado no HGPE que foi advogado do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), o que é considerado positivo pelos participantes do grupo,

Thiago: o que acho que faz confiar ou não confiar é o histórico do cara.

[Interrupção Stella: Eu concordo com ele.] É, o Elmano tem uma

história política interessante, o cara era advogado do MST, né?
[Interrupção Stella: E ele não fala isso] É claro que ele não fala isso!
Por que ele vai ganhar 30 votos e perder 200 mil, entendeu? Por aí você vê se dá para confiar ou não no cara, né?

César: Ele foi advogado do MST? [Resposta Thiago: Foi!] Eu não sabia!

Stella: então...

Thiago: Ele diz assim: advogou para os mais carentes...

César: é!

Stella: para os movimentos sociais

Thiago: é...

Stella: mas não diz MST.

Turno – Quem apoia quem

Os apoios das lideranças políticas conhecidas em nível municipal, estadual e federal são reconhecidas pelas participantes não há nenhuma surpresa na lista de apoios apontadas pelos participantes para Elmano (Lula, Dilma e Luizianne), para Roberto Claudio (Cid e Ciro Gomes), para Heitor (André Figueiredo e Patrícia Saboya, mas reforçam que esse tem perfil mais de independência), para Renato Roseno (João Alfredo), para Marcos Cals (Tasso Jereissati, mesmo veladamente já que esse não aparece no HGPE), Inácio Arruda é apresentado como alguém que quer se nutrir de uma ligação com Lula, Dilma e Cid Gomes pelo fato de seu partido participar das coalizões, Moroni é o único que é tomado como sozinho, sem apoio. Todos fazem uma leitura bastante analítica dos resultados eleitorais dos apoios, sobretudo, dos chamados candidatos das máquinas,

Thiago: ele (Elmano) tinha 4%, ele não tinha nada a perder, então, qualquer coisa que desse um voto a mais, ainda que tirasse... que desse três votos a mais e que tirasse um fez ele subir para 20%. Então assim, tanto é prova que o Lula ajuda (...).

Cesar: pronto, ele (Roberto Claudio) começou também estava igual o Elmano no mesmo índice de pontuação, foi só a campanha política na televisão junto com a figura do Cid (faz barulho como se fosse um avião subindo) subiu...

Questionados se acreditam que o situacionismo consolidado no fato de prefeito e governador estarem no mesmo grupo político era bom ou ruim para a cidade, todos foram categóricos em dizer que teoricamente poderia até ser, mas que na prática com “tanta corrupção” é melhor estarem em grupos separados,

Thiago: eu não acho não ter, ter... porque assim para mim, são os grupos econômicos, e... e ainda que você bote dois grupos diferentes, eles vão se alinhar. Pode ter certeza, pode não se alinhar *assim*, mas se alinhar em termo de grandes obras, em termo de... porque assim, pode ser síndrome de perseguição, mas essas licitações milionárias, bilionárias e não sei o que, tudo isso passa por um acerto entre prefeitura e governo do estado. Agora assim, quando é mais nítida a diferença política e por conta da base, assim supondo que existe uma base... que no município tenha o PT e que tem os correligionários e, portanto, como foi lá a questão da, da, do

porto né... lá do... não teve uma confusão do governo do estado e a prefeitura sobre... (...) o estaleiro, por exemplo, aquilo ali foi bom para a cidade. Ter, ter aquele tipo de divergência, porque criou uma situação de pensar aquele assunto melhor. Eu acho, eu achei importante... colocar tudo num grupo só tipo assim, o partidão, o partido que vai resolver... a tendência é criar um... um... (...) uma hegemonia política muito perigosa....

O situacionismo é criticado também pelo fato de que ele oculta as divergências, pois mesmo com tantos candidatos à prefeitura fica difícil identificar quem é situação e oposição, afinal, a governabilidade transpassa os três níveis de gestão pública. Outra crítica para a dificuldade de estabelecer classificações como essa é a de que não há uma clareza nos projetos políticos.

Turno- Fragmentos de conversas sobre decisão de voto

As respostas em torno dos critérios para decisão do voto apresentam reflexões as quais evidenciam que ao lado do desencanto com a política institucional que vem sendo exercida caminha um perfil ideológico na escolha dos votos. Chamamos aqui de ideológica a tomada de decisão do voto que se orienta por um conjunto de valores definidos pelos sujeitos em torno de temas como ética, compromisso com questões sociais de relevância, entre outros.

Stela: olha, eu tô pelejando para decidir ainda. Eu ainda não decidi, porque realmente para mim num primeiro momento é fundamental é o projeto político mesmo, é a ideologia, né?

Thiago: eu procuro decidir assim, começou a campanha e esses são os candidatos eu procuro decidir, de preferência, antes de começar o programa eleitoral. Eu prefiro para exatamente não me deixar envolver no voto útil, sabe? Porque o que os caras disserem ali não vai mudar muita coisa, porque... eu posso não conhecer os candidatos, mas dá para conhecer as pessoas por quem está perto delas né? Então assim, eu procuro... eu procurei decidir, inclusive eu já não votei, escolhi não votar em algumas eleições é, antes, pra não ficar sujeito a na última hora escolher o menos ruim, sabe? Pode ser um pouco de irresponsabilidade, mas eu prefiro não escolher o menos ruim, eu prefiro não votar, se for assim... mas eu prefiro decidir meu voto antes de todas as chantagens emocionais que eles colocam na televisão pra gente assistir.

O grupo de conversação ocorreu bem no sentido de um diálogo, mesmo em alguns momentos com o monopólio da fala por conta de Stela, os demais participantes sempre respondiam às perguntas, muitas vezes em diálogo (concordante ou discordante) com o que foi dito por outro participante. É interessante ressaltar, que mesmo com a artificialidade de um momento como o grupo de conversação, todos os participantes se sentiram à vontade para falar o que pôde ser observado nas inserções de Clarisse no

debate. Mesmo sendo ela a que menos se pronunciou, sempre que percebeu ter suas concepções “atacadas” não se sentiu inibida de pronunciar-se em reforço às suas ideias.

7. Considerações finais

Retomamos uma indagação posta anteriormente: o que os eleitores fazem com o que os políticos dizem? A observação mais geral é que os mesmos discursos foram apropriados de formas distintas pelos participantes dos três grupos, não pela impossibilidade de entendimento dos “sentidos preferenciais,” mas porque eles os tomaram como alibi para manifestações de suas próprias concepções e demandas em relação à política. Ou seja, pessoas que participam dos chamados “estudos de recepção” de programas eleitorais dificilmente se prendem a uma mera descrição do que assistiram.

Os participantes dos diferentes grupos apresentaram “estilos de recepção” diferenciados, em função de formas de uso ou apropriação dos spots que se vinculavam às suas experiências prévias e às próprias condições de realização da pesquisa. O termo “estilos de recepção” teria como objetivo encontrar elementos de semelhanças e diferenças entre formas de apropriação ou consumo dos discursos políticos por pessoas comuns, cujo interesse e participação na política seriam supostamente mais baixos e ocasionais que os apresentados por pessoas consideradas mais informadas e qualificadas.

Parece-nos claro que apesar da presença de um mediador que pauta temas e tenta controlar os fluxos de comunicação, os participantes dos chamados “grupos focais”, tendem a estabelecer entre si uma dinâmica próxima de uma “conversa” sobre política que as pessoas tendem a travar com maior frequência em época de campanhas eleitorais. Neste caso ressaltamos a importância de direcionar a análise para os fluxos relativamente livres de comunicação que permitam inferir sobre certa “ordem da conversação”³ co-elaborada pelos próprios participantes que negociam entre si a interpretação de sentidos.

Os estudantes universitários, por exemplo, tenderam a se apropriar do que os políticos diziam como se tivessem desenvolvendo um exercício no qual seus próprios

³O termo “negociação” reporta-se aos posicionamentos ou “lugares” que os sujeitos atribuem a si e ao outros no próprio processo discursivo e que somente podem ser sustentados no pressuposto de um mínimo de cooperação entre os interlocutores no que se refere a partilha um nível básico de sentidos sócio culturais.

conhecimentos, capacidade analítica e posicionamentos políticos estivessem sendo testados.

No que se refere ao grupo de pessoas de baixos níveis de renda e instrução, uma característica a destacar é um estilo pragmático de recepção, revelador de uma compreensão genérica de como funciona a política e o que é possível dela esperar em termos de implicações para suas vidas cotidianas. Nada de ingenuidade, ao contrário, um aguçado senso crítico é acionado como forma de proteção de manipulações que pressupõem o desconhecimento dos que as sofre.

Os participantes do grupo de classe de renda e níveis de escolaridade mais altos tenderam a apresentar um estilo de recepção diferenciado em relação ao que consideravam das “pessoas comuns”.

Vale ressaltar que as considerações feitas são embrionárias em razão do reduzido material empírico em que se assentam. Apontam, entretanto para a importância de agregar novos procedimentos metodológicos as pesquisas de recepção em que a própria dinâmica das interlocuções construída no decorrer das sessões dos “grupos focais” seja incorporada à análise desenvolvida.

Bibliografia

- ALDÉ, Alessandra. A construção da Política – Democracia, Cidadania e Meios de Comunicação de Massa; FGV Editora. Rio de Janeiro, 2004
- Almeida, Alberto Carlos. A Cabeça do Eleitor- estratégias de campanha, pesquisa e vitória eleitoral. Ed. Record, Rio de Janeiro São Paulo, 2008
- BARTHES, Roland. O Óbvio e o Obtuso. Editora Nova Fronteira, RJ, 1990 (cap. 1, "A Escritura do Visível")
- CARVALHO, Rejane Vasconcelos. Produção e Recepção de Discursos Políticos: campanha de Luizianne Lins em 2010. Texto apresentado no GT Comunicação Política e Opinião, 7º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP) Recife, 4 a 7 de agosto de 2010
- CHARAUDEAU, Patrick. Discurso Político Ed. Contexto, SP, 2006
- CERTEAU, Michel de. A Invenção do Cotidiano 1. Artes de Fazer. Editora Vozes, Petrópolis RJ, 1994
- DUCROT, Oswald. O Dizer e o Dito, Pontes. Campinas/SP . 1987
- RUBIN, Antonio Albino (org) Comunicação e Política – Conceitos e Abordagens Hacker Editores, CULP/FACOM/UFBA. São Paulo, 2004

FERNANDES, Kamila Bossato. “E por falar em política” – Marcas de narrativas midiáticas sobre política em conversas na Praça do Ferreira”. Dissertação de Mestrado defendida no Programa de Pós Graduação em Sociologia da UFC em fevereiro de 2010.

Gondim, Sônia Maria Guedes. “Grupos Focais Como Técnica de Investigação qualitativa: desafios metodológicos” in *Padéia*, 12 (24\$, 149-161. 2003

HALL, Stuart. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Editora UFMG, Belo Horizonte, MG , 2003

LUNT, P. & LIVINGSTONE, S. “Rethinking the focus group in media and communications research” in *Journal of communications research* pp79-88 Oxford University Press. 1993

Marques, Angela Cristina Salgueiro e Rocha, Simone Maria. “A produção de sentidos nos contextos de recepção: em foco o grupo focal” in *Revista Fronteiras- estudos midiáticos*. Unisinos.VIII (1): 38-53, janeiro/abril de 2006

ORECCHIONI, Catherine Kerbrat. *Análise da Conversação- princípios e métodos*.Ed. Parábola, SP, 2006

SPINK, Mary Jane (org). *Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. Cortez Editora. São Paulo, 1977