

ARTIGO

MEDIAÇÃO POLÍTICA E DINÂMICA LOCAL: uma análise da chamada “distritalização” da disputa eleitoral em Pelotas (1998)

*Igor Grill**

RESUMO: Este artigo visa compreender o “local” como um objeto de disputa eleitoral, que só adquire sentido mediante a politização operada por diferentes agentes e em consonância com as bases de mobilização passíveis de serem acionadas pelos mesmos. Quarenta candidaturas a deputado (estadual e federal) foram estudadas mediante entrevistas em profundidade, material de campanha e veiculações publicadas em periódicos sobre os candidatos e sobre as eleições. Ao abordar estes “mediadores políticos locais” em disputa, em um contexto formal regido pelo sistema eleitoral proporcional e uma lógica informal pautada pela distritalização do voto, pretende-se apreender a interconexão entre as dimensões locais e institucionais de atuação política.

PALAVRAS-CHAVE: eleições; mediação e política local.

Apresentação: mapeando a questão

O presente artigo dedica-se a uma dimensão da campanha eleitoral de 1998 no município de Pelotas: as estratégias de “distritalização do voto” (prioridade de escolha de “candidatos locais”) e os investimentos empregados para tanto por uma série de atores (candidatos, ativistas, dirigentes partidários e imprensa). As práticas e as representações acionadas com este intuito acabaram reforçando o papel do mediador político em detrimento das demais linguagens da representação política. Dessa forma, a disputa pelos cargos políticos e as próprias formas de atuação enfatizadas pelos agentes são predominantemente marcadas pela

* Mestre e doutorando em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

“habilidade” do empreendedor político em se constituir como um mediador.

O conceito de *mediação* abarca uma forma particular de intermediação, que se diferencia por dois traços básicos: a função crítica e a pretensão de exclusividade. Os responsáveis pela comunicação entre o “sistema local” e o “sistema nacional” desempenham, assim, papéis fundamentais de interpretação e composição de “interesses” entre as duas ordenações sociais, e constituem um reduzido número de contendores, postulantes e executores de tais tarefas (Silverman, 1977).

Alguns aspectos compatíveis com o papel de mediador estão ligados ao domínio de códigos diversos, competências específicas e trânsito entre categorias sociais distintas, bem como às linguagens que caracterizam cada uma dessas esferas. Essa “habilidade” foi definida como experiência de *metamorfose* (Velho e Kuschnir, 1996).

Para os fins desse estudo, cabe atentar que o potencial de metamorfose não está igualmente distribuído por todos os indivíduos. Existem “trajetórias sociais” - que possibilitam o acúmulo de capital político e a reconversão de bases sociais em bases eleitorais - e “contextos particularmente favoráveis ao florescimento desse fenômeno”. Entre os contextos sociais existentes em “sociedade complexas”, a “dimensão política” é um espaço por excelência das práticas de mediação (Velho e Kuschnir, 1996, p.98).

O foco da análise recai então na conquista, acúmulo e apresentação de elos que estruturam os mecanismos de mediação e são utilizados eleitoralmente, bem como a sua relação com os demais recursos em jogo nas diferentes candidaturas e situações de campanha.

Confere-se a Grynspan (1990), a partir do seu estudo sobre a trajetória de Tenório Cavalcanti, uma elucidativa contribuição à análise sobre os *idiomas* manipulados na afirmação de uma liderança política (no caso: violência, advocacia, jornal, aliança matrimonial, favores pessoais, etc.) e o conjunto de recursos e deslocamentos no espaço social (uso da genealogia, apadrinhamento, cartas de apresentação, etc.). Nas suas palavras:

Operando com mais de um código, ele [Tenório] se veria em situação de vantagem, franqueando o acesso a esferas diversas e nesta posição peculiar, servindo como mediador entre aqueles que se encontravam

restritos a apenas um espaço, apenas um idioma (Grynspan, 1990, p.79).

Seguindo as orientações de Grynspan, os marcos estabelecidos nessa investigação procuram evidenciar a intersecção entre o espaço do fluxo de relações sociais e pessoais e o espaço político (adesões, clivagens, etc.). Essas noções estão vinculadas às possibilidades de compreensão da constituição do espaço político analisado, caracterizando-se segundo a forma de difusão e produção de bens políticos (discursos, programas, concepções de mundo, promessas, etc.) e a constituição de oposições e demarcações entre adversários. Tais ofertas, por sua vez, diferenciam-se segundo as modalidades de campos de concorrência em que se situam (Gaxie, 1993).

A diversidade estaria tipificada em campos centrais (especializados, diferenciados e profissionalizados) e em campos periféricos, mais ou menos integrados às lógicas de funcionamento e divisão do campo central (especialmente às lógicas partidárias). Os casos de eleições periféricas, menos integradas aos princípios que regem as lutas nacionais, estariam marcados pelo pouco peso das etiquetas partidárias, pela “intimidade” dos eleitores com os candidatos, pela importância das questões específicas das localidades e pela evocação de questões pessoais e privadas nas escolhas (Gaxie, 1984; Gaxie, 1993).

A tendência, para Gaxie, seria a constante incorporação desses espaços periféricos ao espaço central de concorrência. A expansão geográfica dos partidos políticos, o enraizamento de uma disciplina do voto, a profissionalização dos políticos em todos os níveis e a influência de fatores macro-estruturais (urbanização, sistema escolar, sistema de comunicação, etc.) balizam os argumentos usados para afirmar essa inclinação.

Com base no exame das representações de “homens políticos” franceses, a interpretação dessa mesma “evolução” adquire um olhar contrastante para Lagroye :

Não se trata (...) de negar uma evolução, cujo um dos aspectos políticos mais salientes é a generalização das referências aos partidos políticos, nos períodos eleitorais, como nas relações que determinam parcialmente as condutas de ação e as estratégias dos eleitos.

Mas essa evolução, não implica a desaparecimento de um duplo horizonte das práticas, que contribui a uma distinção do local e do nacional, de um duplo conjunto de relações que assegura a persistência de regras distintas. As práticas dos eleitos, tendem assim a estabelecer formas específicas de relações sociais que diferenciam os espaços locais (Lagroye, 1993, p.179).

Portanto, a contribuição da análise feita por Lagroye (1993) percebendo as representações que são atribuídas aos “espaços locais” como uma dimensão prática, relativiza as abordagens que tomam as dinâmicas locais como resquícios do passado. Indica-se, ao contrário, que sejam levadas em consideração as auto-percepções sobre as lógicas locais, presentes nas estratégias de conquista de votos e de exercícios de mandatos.

É necessário, então, que se controle as duas dimensões de ação (local e nacional/institucional) de atuação política dos agentes. A negação dessa oposição simplificada permite que se perceba os códigos das organizações partidárias, estruturadas nacionalmente, e o controle de clientelas eleitorais, sendo simultaneamente acionados.

Todavia, a questão não se esgota no debate descrito acima concernente aos estudos sobre a França. É preciso por tais discussões em parâmetros que sejam condizentes com uma situação em que a dita “evolução” nem sequer faz sentido. Em um texto preliminar, intitulado *Poder Local*, Palmeira (1998) frisa as diferentes concepções de poder e política no Brasil, assumidas por estudiosos, profissionais da política e população em geral, assim como os entraves para compreender os mecanismos e as percepções que informam as práticas. Segundo Palmeira:

Os estudos de poder local e de política local estão amarrados a uma espécie de dilema entre a afirmação de sua especificidade face a um poder maior, ou a uma política englobadora, e a negação radical de qualquer especificidade. Neste caso, estaríamos apenas diante de realizações de um poder ou de uma política situados mais acima, ou atravessando uma sociedade de que o local em pauta seria uma parte como qualquer outra (Palmeira, 1998, pp.1-2).

Para evitar o chamado dilema, o autor traça alguns elementos que

visam recusar a contraposição entre uma política institucional e uma política centrada em relações pessoais, buscando a forma de interdependência entre elas e assumindo a positividade das últimas. Rejeita, da mesma forma, a existência de uma escala de complexidade, que cresce do local ao nacional, grifando a ocorrência de um feixe de relações que não se esgota nas relações pessoais, e efetiva-se a partir de práticas e adesões plenas de ambigüidades (a não coincidência entre domínios sociais e “escolhas”). E, ainda, sintetiza os efeitos disso, nas percepções sobre “política” e “poder” decorrentes das posições sociais de cada agente.

Baseado em acúmulos de trabalhos empíricos e discussões analíticas, as conclusões de Palmeira chamam a atenção para o caráter imbricado da *política das reputações* (“pequena política”) e da *política oficial* (“grande política”). Em contextos em que as relações se desenvolvem de maneira pessoal e direta, permeadas por “obrigações” que regem a vida social, a política oficial - com suas siglas partidárias e instituições - se faz presente, em um período de tempo limitado (inclusive interferindo e organizando estas relações). Assim como, em espaços conformados pelo predomínio da política institucional (as casas legislativas, por exemplo), a política reputacional garante a capacidade de trânsito e mediação com maior eficácia.

Palmeira, utilizando os estudos de Bailey, define a “reputação” como sinais de “qualificação e importância social”, o que denota a necessidade de pontuar os significados sociais dos recursos e relações que permeiam os candidatos estudados e o contexto de disputa eleitoral. Tal procedimento vai ao encontro das formulações de Offerlé em um trabalho que resgata a história do sufrágio universal. Isto é:

(...) ser candidato (...) requer (...) recursos variáveis, segundo períodos e meios sociais (...). Recursos individuais garantidos por um nome (...) por um status social atestando honorabilidade (...), por uma eloqüência e uma autoridade demonstrada no curso dos obstáculos das campanhas eleitorais ou no exercício dos mandatos (...). O que se chama atualmente estratégias de imagens dos candidatos, é esta capacidade de coordenar e valorizar, com credibilidade e ajustada ao seu público, o conjunto infinito de trunfos utilizáveis numa competição política (Offerlé, 1993, p.76).

Definindo padrões

Através de entrevistas com lideranças locais pode-se apreender os princípios que regem a disputa eleitoral: os vínculos familiares e os títulos sociais, profissionais e escolares personificados na figura política. Igualmente as mesmas evidenciam a existência de redes de relações pessoais, de amizades, e o volume de capital social acumulado.

Esses três eu protegia no início da vida partidária deles, e também como candidatos a vereador. Eu era secretário geral do partido, naquela época a gente tinha poder. Eu era danado mesmo, eu manobrava e os que eu apoiava iam pra frente e os três se elegeram (...). Porque tinham qualidades, sem dúvida alguma. E esses tinham, e falavam bem, e se comunicavam com as massas, e eu achava que as futuras lideranças do partido tavam por ali. Apesar de eu ser muito personalista, eu tinha critério para escolher bem, eu escolhia bem (...) (Entrevista 2).

(...) era garoto da rua das flores, em Pedro Osório, filho de trabalhistas, o pai dele era de uma inteligência (...) Ele quando tinha dez anos ia me ouvir nas barrancas da casa do Dr. Jaques Madeira da Rosa nas candidaturas do PTB, conheço ele desde menino, porque eu me dava com os pais, é uma inteligência, é culto (...) tem facilidade de expressão, tem cultura para ser aquilo que ele deve ser legislativo (...) (Entrevista 3).

Obviamente, o teor de todas as manifestações obedece aos efeitos das relações pessoais entre quem descreve e quem é descrito, o que reforça a eficácia das “qualidades pessoais dos líderes” . Ou seja, os atributos (ou a falta deles) que compõem cada personalidade ou o reconhecimento público dos mesmos, dependem do capital de relações pessoais que o “homem político” é capaz de adquirir e manter.

Como se pode detectar nos comentários dos informantes, as relações formais, que se desenrolam no interior das “agremiações partidárias”, apresentam pontos de encontro com elos de amizade (mais ou menos instrumentais), de parentesco e de alianças verticais e horizontais. Com efeito, o gerenciamento desses laços é tido como uma das incumbências primordiais dos “homens políticos”.

Trata-se, então, de trabalhar o material coletado até aqui de forma a detalhar essas identificações, demonstrando os pontos de intersecção com as trajetórias sociais analisadas. Assim, ao obter-se relatos de “personalidades políticas” acerca das “disputas internas”, observou-se a ênfase que os entrevistados atribuíam ao jogo entre os grupos internos às organizações partidárias e os seus reflexos nos resultados eleitorais.

Revelam-se, dessa forma, os princípios e compromissos que orientam as condições institucionais e formais de atuação, que atuam paralelamente aos mecanismos de lealdade e reciprocidade, permitindo também desvendar alguns parâmetros daquilo que é sancionado ou rechaçado nas lutas. Alguns desses códigos são apresentados abaixo, em dois depoimentos.

Eu já tinha vindo de três mandatos de deputação estadual e dois mandatos de deputação federal (...). Eu já tinha me posicionado que eu não iria concorrer mais (...). Aí se criou aqui uma situação que me obrigou a concorrer (...) se eu saísse iam dizer que eu estava fugindo com medo de perder, fui levado por uma questão até de brios e amor próprio para matar ou para morrer e permanecer na disputa (...) Mas em virtude disso, eu fui obrigado a disputar e nessa disputa nós nos dilaceramos os três (Entrevista 38)

Porque nós, ao longo do tempo, com essas atividades políticas, nós tínhamos vários amigos. E eles [o pai e o tio do candidato] não queriam que eu prejudicasse a eleição das pessoas que eram nossos amigos (...). Por exemplo, eu não podia e não fui ao distrito de Santa Silvana, que era um dos distritos mais fortes do partido e era um distrito onde a minha avó havia nascido (...). Então eu tinha tudo pra ir lá, nós éramos fortes lá, tínhamos propriedade lá, a minha avó tinha nascido lá. Eu não pude fazer uma reunião lá, porque lá tinha um vereador (...). Eles não queriam que a minha candidatura representasse uma briga pras pessoas que fossem tradicionalmente aliadas (Entrevista 30).

Essa dimensão da política que exige a honra de não temer os adversários, onde as disputas devem, ao menos internamente aos partidos, não extrapolar os limites daquilo que é previsível e daquilo que não põe em risco a “harmonia interna” e o “atendimento” de setores

conflitantes, é realçada tanto na repreensão de determinadas condutas como na projeção de explicações de vitórias pela obediência a esses parâmetros. Os laços estabelecidos entre os “companheiros partidários”, assumem significados de trocas de apoios ou de rivalidades, definindo fronteiras, articulações ou bases eleitorais.

Dessa forma, a explicação dos próprios agentes, quanto aos seus sucessos ou fracassos eleitorais, invariavelmente localiza-se na negociação ou na transposição desses limites. Desde a entrada de “candidatos de fora”, passando pelo excessivo número de candidatos locais e em cada agremiação, até chegar aos casos de rompimentos de alianças regionais ou municipais - que incluem candidatos a deputados, vereadores e cabos eleitorais - são fatores percebidos pelos agentes engajados no processo eleitoral como obstáculos a serem superados.

Os leques de relações internos aos agrupamentos políticos e seus códigos de conduta são as origens das práticas designadas como impróprias e classificadas como atos de “traição” ou de “risco”. Normalmente, as explicações são remetidas para a não correspondência na perpetuação das alianças entre os políticos e à perda do controle da auto-reprodução dos quadros políticos locais.

Eu disse: ‘tu vais te arrepender, esse cara vai te trair’ (...) e não deu outra, no futuro ele passou a me respeitar mais porque a minha previsão deu certo. Ele se arrependeu logo. É óbvio, porque a gente podia ser adversários internos, mas havia um equilíbrio interno muito grande, era previsível, a gente sabia o que ia acontecer exatamente, era fácil de prever e agir dentro daquilo. Agora, trazer um elemento de fora, completamente desconhecido, que se sabia que era ambicioso (Entrevista 2) .

(...) a gente dividiu os votos.(...). A candidatura dele foi uma candidatura meio que natural, porque ele tinha sido o nosso candidato a prefeito. E hoje eu tenho uma avaliação diferente sobre isso, porque eu vejo que ele foi nosso candidato a prefeito, foi nosso candidato majoritário, foi um nome que todos nós construímos juntos.(...). Mas, naquele momento, ele merecia a nossa confiança e acho que a disputa interna das correntes elas não podem ser maiores que a construção do partido. Por isso que eu avalio que foi errada aquele processo, ter sido candidata, a gente dividiu, a gente não conseguia

explicar pra fora do partido a candidatura (...) e talvez a gente tenha empurrado ele pro outro lado por não ter tido maturidade naquele momento. E hoje talvez a gente esteja sendo ousado, talvez gente construa vários nomes, mas talvez a gente bote em risco um projeto que começa a ter mais corpo hoje (Entrevista 27).

Construindo a imagem do Político Local

A forma de apresentação das candidaturas encontra-se intimamente interligada com a maneira como são construídas e redefinidas as “imagens” dos candidatos, cultivadas por uma série de atores, principalmente, o modo de constituição de uma “especificidade política local” e da valorização e demarcação de “fronteiras”.

Esses mecanismos são examinados, mediante a análise dos próprios relatos dos “empreendedores locais”, as matérias divulgadas na imprensa escrita e as campanhas que visavam concentrar “votos em candidatos da região”. Ou seja, através das classificações obtidas em entrevistas com os próprios “homens políticos” e do material de promoção das candidaturas “locais”, propicia-se a identificação da autoimagem destes representantes.

A primeira oposição que pode ser detectada nos depoimentos, reside no confronto daquilo que é imputado como características dos “políticos da região” em contraposição aos “políticos de outras regiões” do Rio Grande do Sul. A oposição é manifestada em termos de sinais diacríticos, como nas palavras de um antigo dirigente partidário, candidato a deputado várias vezes, vereador nas décadas de 50 e 60 e atualmente comentarista político em uma rádio local, sobre a atuação de determinado deputado estadual do município:

*(...) basta dizer a evidência dele, atualmente, perante aquela maioria analfabeta da Assembléia Legislativa, porque é uma gringada, que vieram sem **politização**, sem **formação**, sem curso, em busca da boca. (...) Havia, antigamente, o espírito público e é a **culminância intelectual** que dá isso, porque que do Ibicui para baixo, quando não tinha essa gringada, que não é ofensa, é que são **homens práticos, objetivos, sem formação, com liderança, mas não a liderança da coisa pública** (...) (Entrevista 3).*

Na fala reproduzida acima, considera-se uma série de atributos naturalizados como “típicos de uma determinada região”, repostos e reapropriados nos seus objetivos ao longo da história, formando um repertório comum de “imagens” compartilhadas pelos “políticos” na suas auto-apresentações e nas classificações feitas sobre os mesmos. Nesse trecho, evidencia-se a construção de “identidades regionais”, calcadas em critérios como criação de “territórios”, mecanismos de estigmatização e identificação étnica, habilidades compatíveis com o “espírito público”, em contraposição aos “interesses práticos”, e requisitos escolares (títulos e formação) associados às “capacidades intelectuais”.

Os mesmos princípios são observados abaixo, em outro dirigente partidário (ex-deputado estadual e presidente de diretórios municipais), referindo-se ao sentimento de perda de “representação política da região”:

Aqui tinha poder aquisitivo, os menos ricos mandavam estudar no Rio de Janeiro, os outros em Paris. (...) o desenvolvimento econômico fez com que surgisse pessoas cultas. Aqui é que tinha pessoas que pensavam, com boa formação, era a Atenas do Rio Grande. O resto do estado era uma burrada e daqui surgiam os grandes nomes, das letras, das artes, da política. Mas acontece, que o desenvolvimento econômico das outras regiões do estado, que tinha atividades que exigiam maior braço. (...) os grande núcleos eleitorais passaram a ser essas regiões e não nessa zona de criação da antiga indústria do charque. Tu anda quilômetros pra achar uma pessoa e lá nessa zona, vai lá pra tu ver, e pessoa é eleitor. Então, o que pesa é o voto, e ele tá lá e não aqui, e a representação é de lá e não daqui, e as verbas vão pra lá, onde tá o voto (...). Mas aí tu vê a qualidade da representação, a qualidade lá não existe, mas aqui, os nobre falidos todos procuram um cargo público ou eleitoral e tem pouca chance, e lá não, os que vão pra vida pública são os piores, eles têm outras formas de ganhar mais dinheiro. Então o que vai (...) tem condições de brilhar de trabalhar muito melhor que qualquer um deles. É isso que tem que fazer, não é esse negócio de vamos eleger gente daqui, tem que eleger gente de qualidade e que tenha o fogo sagrado da política e da coisa pública, e aí dá banho. Porque tu põe dez daquela região e um com qualidade intelectual e dá banho neles (Entrevista 2).

Nesse caso, acrescenta-se uma leitura específica de informações “históricas”, “econômicas” e “demográficas”, para estabelecer (em forma de oposição e estigmatização) uma situação de desigualdade no número de representantes e superioridade em termos de “qualidade da representação”. A fim de superar a primeira situação, aciona-se as “genuínas qualidades” dos “políticos locais”, compensando o peso eleitoral e a importância econômica das demais regiões e suas conseqüências, em especial, a “transferência de verbas”.

Enfatiza-se o uso dos atributos como forma de obter melhor desempenho na luta por recursos públicos. A este respeito, é exemplar a passagem que segue:

A obtenção de recursos federais é vivida pelos parlamentares com uma luta que é parte das suas atribuições. Porém, além de remeter a uma atribuição, a idéia de luta indica como os parlamentares percebem as relações que envolvem a obtenção de recursos (Bezerra 1998, p.2).

As referidas classificações, têm efeitos práticos nas lutas presentes, pelos seus usos acionados por todos os candidatos, segundo suas trajetórias pessoais e em um contínuo processo de reinvenção dessas identidades. Em situações de campanha eleitoral, a isso se somam as estratégias de demarcação de redutos eleitorais. Aquilo que se apresenta de forma mais coesa em outros períodos, nesse confunde-se com tentativas de construção de identificações com cada localidade. No entanto, não deixa de existir uma noção de preservação dos “limites regionais”.

São os casos de candidatos ligados aos “distritos rurais” ou “setores específicos” da zona urbana, que procuram salientar suas capacidades pessoais, a particularidade da base eleitoral e, ao mesmo tempo, condenar os votos em candidatos de outras regiões. Entretanto, em outro extremo, essa demarcação é bem menos rígida. Os candidatos salientam a importância dos esforços de aumento de “representação regional”, procurando também apresentar o seu potencial eleitoral, que extrapola tais limites. São aqueles casos de candidatos com maior “expressão eleitoral”, como conseqüência também das posições e acúmulos de lealdades nas clivagens municipais, estaduais e nacionais.

Isto reforça a tese de Bezerra (1998) de que as bases eleitorais são

sempre avaliadas mediante as relações acumuladas pelos “homens políticos”. Em seu trabalho sobre a transferência de verbas no Congresso Nacional, o autor demonstra que a mesma é geralmente identificada como o espaço onde os políticos possuem relações sociais variadas e não uma unidade geográfica ou administrativa.

As percepções de cada candidato acerca dos significados da noção de “região”, relacionam-se com o conjunto de bases sociais passíveis de serem utilizadas. Os casos revelam a desigualdade da extensão do conjunto de relações acumuladas por cada candidato, indicando transformações nas avaliações daquilo que é considerado base eleitoral e nos princípios que legitimam tais avaliações (postura, ética, apoio de segmentos x trocas de apoios com lideranças estaduais, agenda nacional e liderança regional).

Essas avaliações são, igualmente, reforçadas e compartilhadas por outros “atores locais”, como a imprensa e as entidades empresariais e comerciais. A imprensa (e aqui será tratada somente a escrita), contribui com a divulgação e reprodução das *identidades estratégicas* dos candidatos (como veremos adiante) e com critérios de escolhas ressaltados. Entre estes, o que se convencionou chamar de “distritalização do voto”.

Sobre esse último ponto, debruçaram-se autores de matérias assinadas, colunistas diários dos jornais e opiniões oficiais dos mesmos, através dos editoriais. Os títulos dos últimos são elucidativos: “VOTAR EM PELOTAS”, “AS ELEIÇÕES E A ZONA SUL”, “VOTAR POR PELOTAS”, “VOTAR NA ZONA SUL”, “VOTO RESPONSÁVEL”, “IMPORTÂNCIA DO VOTO”, entre outros.

Os tipos de matérias chamam a atenção, primordialmente, por uma suposta relação entre “representação política” e “capacidade de desenvolvimento econômico”, pelas referências às “qualidades” dos “candidatos locais” e pela menção à responsabilidade dos partidos políticos em lançar um número pequeno de candidatos.

Os eleitores precisam compreender que o progresso da zona sul nos próximos quatro anos, depende, em grande parte, da representação política que terá, em termos qualitativos e quantitativos (Diário Popular 8/9/98).

Essa oferta exagerada pode criar o problema da dispersão dos votos,

inclusive dentro de um mesmo partido. Tem, entretanto, a vantagem de oferecer ao eleitor um grande número de opções e alguns candidatos são indiscutivelmente bons (...) (Diário Popular 6/8/98).

Afora esses editoriais, as reportagens conferiam especial atenção às campanhas promovidas pelo “voto em candidatos da região”, e espaços foram dedicados às opiniões emitidas por “leitores” e jornalistas sobre as razões e a importância dessa “atitude”. Essa postura, revelou condenações à entrada de “candidatos de fora”, retrospectos cronológicos sobre a perda de representatividade ao longo dos anos e incentivos às iniciativas promovidas nesse sentido.

Muito se fala na representatividade política e, uma de suas principais conseqüências, de forma quase imediata é o respeito maior com que os governadores passam a ter com quem está com expressivas bancadas nos legislativos. A partir daí, sempre haverá a relação direta com investimentos, com reversão de crises e maior poder de cobrança (...) (Diário Popular 4/10/98)

A cada dia que a eleição de quatro de outubro se aproxima, mais ‘pelotenses’ por aqui chegam, lembrando seus vínculos e desejo de ajudar. Com uma boa lábia, estruturas bem montadas, ludibriam nosso eleitor, levam votos e pouco ou quase nada fazem pela região (Diário Popular 6/8/98).

Algumas notas podem ser extraídas deste material. Em primeiro lugar, a valorização de uma representação que seja sinônimo de mediação entre as instâncias (número de representantes = poder de barganha = recursos para a região). Em segundo lugar, a pressuposição de que a fidelidade entre políticos legítimos “filhos da terra” e “eleitores conscientes”, significa o progresso para a “região” e o atendimento dos últimos. E, finalmente, a “região” como valor que, ao mesmo tempo se sobrepõe às demais fidelidades e é capaz de comportar dentro de si o conjunto de identificações.

A imposição desses valores, estabelece alguns marcos do espaço de disputa simbólica no qual operam os agentes e caracteriza alguns critérios de legitimação em pauta. Esses fatores incidem diretamente nas construções identitárias dos agentes e são constantemente transportados

para o jogo eleitoral, como veremos a seguir.

Modalidades de Apresentação das Bases

A reconversão das bases sociais em capital político, supõe a existência de um espaço simultaneamente aberto e fechado, onde ocorre a competição política. Ou seja, o reconhecimento dos profanos quanto à representatividade do empreendedor político e o reconhecimento interno ao meio político (Gaxie, 1993), resultado da luta pela imposição dos princípios de visão e di-visão do mundo social, regido pela mobilização do maior número (Bourdieu, 1989) que, no caso, se expressa na apresentação de títulos, redes de relações e compromissos pessoalmente acumulados pelo próprio candidato.

Uma série de condicionantes perpassa essas relações, no que diz respeito ao entrelaçamento de lógicas. As mesmas fundamentam-se tanto pela disputa entre os homens políticos - que concorrencialmente adquirem tomadas de posição distintas em uma esfera relativamente autônoma na disputa pela problemática política - quanto pela eficácia de tal disputa residir na disputa “*pelo monopólio do direito de falar e de agir em nome de uma parte ou da totalidade dos profanos*” (Bourdieu, 1989:185). Assim se estabelecem os marcos de estratégias, nem sempre conscientes, que são acionadas pelos agentes.

Além disso, essa concorrência, em qualquer contexto, não se dá apenas na disputa entre as empresas políticas, mas se dá, também e antes, no interior das organizações partidárias pelo direito a participar da disputa eleitoral. Trata-se, então, de clientelas distintas, uma de ordem interna (partidários, membros de grupos situados dentro do partido, lideranças com forte apelo eleitoral com voz nas instâncias partidárias, etc.) e outra representada pelos eleitores em geral.

Estudando eleições municipais em cenários localizados na França, Gaxie (1984) salienta a tendência recorrente dos homens políticos a trabalhar, freqüentemente no sentido da eufemização, isto é, a adoção de estratégias em direção ao atendimento das problemáticas internas (fortemente marcadas) e em direção aos eleitores (com problemáticas flexíveis e mais genéricas para atingir o público externo), manipulando símbolos assimiláveis pelos dois “públicos”.

No que tange ao universo em pauta, as intersecções entre os trunfos usados nas disputas internas e na conquista de clientelas eleitorais são coincidentes tanto no conteúdo quanto na forma de enunciação. O apoio de cabos eleitorais expressivos, a adesão de “personalidades” com notoriedade em vários setores de atividades, inclusive política, e a demarcação de espaços de atuação próprios (os chamados redutos), dependem da capacidade pessoal que estes empreendedores demonstram em transitar em diferentes esferas de poder (principalmente para trazer recursos estaduais e federais), em acionar uma série de vínculos cultivados ao longo das suas atividades, em reavivar laços familiares e em renovar o atendimento a setores específicos.

Essas “habilidades” são apresentadas como conjuntos de relações pessoais, como demonstração de fidelidades e adesões conquistadas e como um conjunto de prerrogativas de ordem cultural, econômica e social, centradas nas “qualidades pessoais” destes políticos. Objetivando-se, desse modo, através de categorias de luta, como “inteligência”, “sucesso empresarial”, “facilidade de fazer amigos” e “jeito para a política”.

As entrevistas, as notas publicadas no jornal e o material impresso de campanha possibilitam apreender as estratégias e os trunfos de consagração pessoal, que visam assegurar a posse de créditos políticos de acordo com o volume de capital social, as relações pessoais e os apoios de diferentes ordens.

(...) a representação do homem político resulta do reencontro que se opera entre estes princípios de construção e as propriedades específicas que os caracterizam. ‘Marca simbólica’ pela qual o ator político se distingue dos seus pares, sua identidade e é então uma identidade construída e redefinida a cada momento nas diferentes instâncias que as publicam (Collovald,1988:29).

Como se trata também de estratégias que visam a afirmação das candidaturas no interior dos partidos, esse material lança luzes sobre os mecanismos institucionais (partidários), funcionando conjuntamente com outros princípios regidos por relações de “trocas” e “compromissos”.

A auto-apresentação dos candidatos

Um primeiro recurso, que é mencionado em quase todos os depoimentos, centraliza-se na “história pessoal” do candidato e os serviços prestados para a “comunidade”. Esse tipo de “estratégia” baseia-se nos cargos ocupados ao longo da sua trajetória (a gestão do prefeito, os recursos públicos trazidos pelo deputado, a intermediação da visita de um ministro, entre outros), ou nas iniciativas pessoais promovidas.

Em uma dimensão mais formal, os candidatos, em linha geral, procuram afirmar a existência do maior número possível de apoios partidários, o que significa desde a indicação preferencial, garantida por determinado diretório municipal, até contar com declarações de apoio individual de alguns filiados locais, passando por apoios de “grupos setoriais” ou “núcleos específicos” dentro do partido.

Nós devemos sair como candidato preferencial para todos os municípios que constituem a nossa zona sul, nós conseguimos fazer com que o PMDB da minha cidade, agora, nessas eleições, ter um número reduzido de candidatos, concentrar todo o esforço do partido para eleger esse candidato (...), tanto é que nós estamos saindo como candidato único (Entrevista 31).

Agora, eles vêem uma perspectiva de Santa Vitória do Palmar ter pela primeira vez um deputado estadual, ao ponto da minha candidatura lá ser uma candidatura pluripartidária. Veja, eu sou do PL, numa coligação proporcional com o PPB, e um dos coordenadores da minha campanha lá é do PMDB, é um advogado de projeção (...), tenho... o apoio, eu não vou dizer, mas algumas recomendações do atual prefeito que é do PDT, tenho o apoio do meu tio que é ex-prefeito e é do PPB (...) (Entrevista 22).

Nessas falas, percebe-se uma clara oposição de dois princípios. Na primeira, evidencia-se a valorização de uma liderança que se pretende regional e, portanto, capaz de aglutinar em torno de si as lideranças partidárias dos vários municípios, desenvolvendo um movimento de coesão partidária. A segunda, por sua vez, inverte as relações, o candidato faz parte de um partido pequeno (PL) e utiliza suas origens geográficas, seus laços familiares e sua capacidade de extrapolar seu feixe de relações

para fora do partido. Existe, porém, essa tensão observada em nuances diferentes em cada candidatura, sendo códigos acionados por praticamente todos os candidatos em proporções e momentos variados.

Os “apoios” podem representar, também, “conexões para cima”. A apresentação deste tipo de ligação, acompanha-se de considerações sobre o prejuízo acarretado para a “região” em perder a representação de um “político com trânsito no governo do estado ou no governo federal”. O mesmo trunfo pode adquirir conteúdos variados em outros contextos. O apoio de instâncias partidárias pode significar o “comprometimento” das “executivas” com um “candidato preferencial da região”, assim, tendo efeitos nas lógicas internas de conquista de militantes e na penetração eleitoral, resultante dos cálculos efetuados quanto à maximização desses apoios.

Outros aspectos são igualmente sublinhados. O fato de ter residido em outro município, ter parentes em outros locais, ter “amigos” e colegas de trabalho, ou simplesmente visitar determinada localidade constantemente e estabelecer com figuras locais determinados “vínculos”, são trunfos muito enfatizados pelos candidatos entrevistados.

Contudo, essas ligações relacionam-se com outros recursos disponíveis pelo empreendedor político. A passagem pela localidade, pode ser descrita por um ocupante de cargo político (deputado) como uma reunião de trabalho de “sugestões para o mandato”, o que possibilita atender “reivindicações” pessoais ou mediadas por uma “liderança”. Em outro extremo, a participação em eventos sociais em que a atividade de conquista de apoios adquire diferentes matizes (desde a sua transformação em um ato de campanha até o desconforto com a presença no local de um “político”). A comparação dos relatos transcritos adiante, feitos por dois ex-vereadores, um candidato a deputado federal pelo PMDB e outro a deputado estadual pelo PTB, são representativas disso.

Eu mais ou menos sou informado, as pessoas me ligam pra gente fazer essas visitas, outras eu já sei já tenho agendado. São reuniões que são de períodos certos e eu tenho procurado sempre manter esses contatos com as pessoas, porque é a forma que a gente conversa informalmente com as pessoas. Porque o problema da reunião formal é que as pessoas ficam envergonhadas de encaminhar pedidos, reivindicações, externar as suas idéias, o seu ponto de vista, mas

não na reunião informal. Eu faço muito isso, eu tento quebrar esse protocolo, agora como deputado muito mais ainda. Mostrar que deputado não é nenhum extra-terrestre, porque o deputado tem muito, disso ele gosta de falar difícil (...) (Entrevista 18).

A nossa campanha é uma campanha de reuniões e visitas, nós não vamos ter carreatas, não vamos ter passeatas, não vamos ter grandes comícios, nós vamos fazer mateadas, reuniões, showmícios. Reuniões, visitas e com muita música, eu gosto de tocar gaita, eu gosto de tocar teclado, eu tenho um grupo de jovens, e companheiros não tão jovens, que tocam violão e tocam cavaquinho...a gente conta histórias, uma campanha feita com alegria, de uma forma bem popular e com o mínimo de discurso possível. As coordenações que marcam (...). São pessoas que nos acompanham desde a primeira campanha para vereador, são pessoas ligadas por vínculos de amizade, por afinidade pessoal que estão com a gente há mais de dez anos, desde 1987 quando a gente começou a preparar a nossa primeira campanha para vereador (Entrevista 35).

Em ambos os casos, as relações incluem vínculos pessoais e usos dos cargos políticos. As campanhas políticas e os mandatos aparecem como elementos de aproximação com o eleitor, cultivo de amizades com lideranças locais e transformação destas amizades em apoios político. Salienta-se ainda, a importância dada ao caráter informal das atividades e a possibilidade que este formato de reuniões representa na “proximidade” com eleitores e cabos eleitorais.

Consagração de imagens e imprensa escrita

O material jornalístico é uma fonte valiosa para mensuração das conexões valorizadas e dos investimentos de consagração, estigmatização e apresentação de atributos pessoais, em um contexto em que o “homem político” personifica os títulos, as ações e as relações que ele é capaz de reunir. Em vista disso, foram sistematizadas todas as informações referentes aos pré-candidatos locais. A seguir, elas serão classificadas em um quadro geral e, na seqüência, analisadas de acordo com alguns significados que adquirem no jogo eleitoral e partidário, e com as especificidades de alguns casos.

Quadro -Diário Popular- setembro/97 a outubro de 1998

Tipos de matérias sobre candidatos	nº de veiculações	%
Atividades sociais	76	14.7
Atividades legislativas	64	12.3
Presenças de personalidades	48	9.3
Candidaturas	66	12.7
Contatos	61	11.8
Apoios	39	7.5
Homenagens	29	5.5
Transferência de recursos	87	16.8
Denúncias	31	6.1
Outros	17	3.3
Total	518	100

O quadro foi construído somente para organizar o conjunto de notícias pessoais dos candidatos.. Isso significa que não foram selecionadas todas as reportagens sobre a “política municipal”, nem tampouco se pretende separar, pela classificação das veiculações, os sentidos variados que podem adquirir cada nota jornalística.

Inicialmente, quanto às transferências de recursos públicos para a região, promovidas ou reivindicadas por determinados candidatos, refletem a noção de intermediação de interesses já apontadas nas entrevistas. Caracteriza-se como um tipo de atividade reconhecidamente valorizada em “âmbito local”, cuja execução é restrita às personalidades locais que ocupam postos e/ou desfrutam de “relações com autoridades estaduais e federais”.

Tais iniciativas, juntamente com as atividades gerais dos mandatos de deputados e vereadores, como pronunciamentos diversos e votações, descrevem a dimensão mais formal da atuação destes, sendo inclusive resultado de informações passadas pelas assessorias. Aponta-se, porém, a relevância de outras esferas da conduta pessoal e política dos mesmos, que ocupam boa parte da auto-promoção dos candidatos e das visões sobre eles compartilhadas e veiculadas.

Como contraponto, pode-se destacar a quantidade e a variedade de homenagens verificadas e a especial atenção dispensada às “atividades

sociais” desempenhadas pelos candidatos. Sua presença em um jogo de futebol, ou em uma escola de samba, o local escolhido para passar as férias, a assinatura de um contrato comercial pela empresa da qual faz parte e o lançamento de um livro publicado pelo candidato ou por alguém da família dele, são alguns exemplos desse tipo.

As homenagens também possuem origens variadas, desde declarações pessoais, passando por iniciativas de entidades, até prêmios de destaque por atuação legislativa. Os exemplos se proliferam, através de declarações pessoais acerca da notoriedade de determinados candidatos, depoimentos de lideranças partidárias sobre as “qualidades pessoais e políticas” dos mesmos, manifestos de torcida de futebol, de entidades representativas sobre os “serviços prestados”, solenidades públicas promovidas por instituições, entre muitas outras.

Algumas homenagens se confundem com indicações de apoios por parte de “personalidades” ou “entidades”. Contudo, só foram computados como apoios as manifestações diretas de apoios a candidaturas ou presumíveis apoios.

As notas designadas como “contatos” no quadro são geralmente visitas a diretórios, lideranças ou associações. Isso, obviamente, não exclui que outras situações como festas, jogos de futebol, confraternizações, etc. não tenham como resultado o estabelecimento de “contatos”. Porém, aqui foram classificados de acordo com o sentido formal detectado pela notícia.

A presença de lideranças partidárias estaduais e federais constitui outro recurso de legitimação dos candidatos perante as clientelas locais. Essas “visitas”, que são por eles mediadas, são mecanismos de exibição de “prestígio” e “notoriedade” em instâncias decisórias de captação de recursos, e também estratégias de alinhamentos e adesões quanto às questões nacionais.

Finalmente, os “boatos” sobre lançamentos e desistências de candidaturas e as “denúncias”, demonstram o jogo de construção e afirmação de imagens, bem como de desqualificação de candidaturas. Ou seja, o campo cruzado de atributos pessoais, indistintamente políticos e morais, constitui símbolos de reputações em concorrência, mediante o qual se disputa os componentes das candidaturas e as imagens do “homem político” incarnando certos valores socialmente compartilhados (Gaxie:1993), e do “líder” como “modelo” dos ideais (Bailey:1971), que

é objeto de lutas no período de definição de candidaturas e na campanha eleitoral.

A manifestação clara disso é traduzida pelas modalidades de veiculações dos lançamentos de candidaturas, geralmente acompanhadas da apresentação de “fiadores” comprometidos com o empreendimento eleitoral (e muitas vezes responsáveis por ele às expensas da “vontade do candidato”), assim como as denúncias que se pretendem desabonadoras dos indivíduos em pauta.

Propaganda política e bases sociais

Outro instrumento de pesquisa - que pode servir de medida das utilizações das bases sociais com fins eleitorais, suas estratégias e os condicionantes de sua produção em cada caso - é a análise dos materiais impressos distribuídos pelos candidatos durante o período eleitoral. Prioriza-se, neste trabalho, a análise dos chamados “santinhos” e das diversas “cartas” usadas na campanha.

Durante o período de campanha, a política e suas representações se oferecem com um campo cruzado por relações personalizadas, no qual os candidatos devem não apenas oferecer programas, mas também a si mesmos como pessoas com um passado reconhecido e com um biografia que permite situá-los socialmente. (Scotto, 1997, p.165).

Os “santinhos” assumem conteúdos que variam desde uma mera orientação de como votar em urnas eletrônicas ou manuais (as chamadas colas), passando por combinações de fotos de candidatos a deputado federal e estadual (frente e verso ou dividindo uma das faces e apresentado biografias atrás) e chegando a materiais individuais com o foto do candidato e seu *curriculum vitae*. Optou-se por trabalhar, neste momento, basicamente com o último tipo de material, devido aos objetivos já listados.

Isso pode ser compreendido mediante o referido material, seu confronto com as informações obtidas em entrevistas e o contexto no qual ocorre a eleição em pauta, isto é, uma forte campanha pela “distritalização do voto”. A ênfase dirigida à biografia, centra-se entre os extremos da

prevalência da carreira política e da notoriedade conquistada nas suas trajetórias profissionais, com o entrelaçamento contínuo das duas dimensões. Foram analisados panfletos de dezoito candidatos. Desses, dois não apresentavam texto, diminuindo o total para dezesseis. Apesar de existir uma diversidade de formatos e tamanhos de panfletos, o conteúdo biográfico dos mesmos apresentava alterações mínimas.

Dos dezesseis casos, catorze apresentaram suas titulações profissionais e treze as titulações escolares. Esses dados, reforçam o peso dos títulos escolares como critério de seleção de candidaturas a deputado no município, e mostram a preocupação com a sua apresentação na biografia pessoal dos candidatos. É importante frisar que a listagem de atividades profissionais geralmente confunde-se com os títulos escolares.

Esse material oferece, ainda, outros tópicos a serem grifados. Em primeiro lugar, a importância atribuída à apresentação dos cargos públicos já ocupados, ressaltada por doze candidatos e, em segundo lugar, a importância imputada também à atuação nos mandatos, ressaltada por dez candidatos.

Porém, há ainda outros dois conteúdos com presença significativa nesses breves textos. São a referência ao tratamento diferenciado da “região sul” e à localidade de nascimento. Os temas remetem à construção, por parte dos agentes “locais”, de uma disputa situada nos marcos da “região” e com forte apelo em votos em candidatos da “região”.

Uma conjuntura em que os órgãos de comunicação divulgavam campanhas pela valorização dos “candidatos da terra” fez com que, até mesmo os setores ditos mais “ideológicos”, conduzissem a sua apresentação como tais (o que correspondia ao local de nascimento) e como “representantes da região” (o que correspondia, desde propostas para a região até a “folha de serviços” prestados em busca de recursos pra a região).

Outro expediente de propaganda eleitoral, utilizado pelos candidatos enfocados, localiza-se em cartas de apresentação e/ou apoios. Elas procuram criar laços de identificação entre o candidato e o eleitor, em algumas situações mediadas por uma ou mais personalidades que concedem sua notoriedade em vários domínios sociais às diferentes candidaturas.

As cartas tratadas aqui, são assinadas por vereadores que se dirigem aos seus eleitores para indicar sua posição no pleito eleitoral,

chamando-os, dessa forma, para que renovem seus vínculos o acompanhando. Outras são assinadas por presidentes de diretórios municipais, presidentes de clubes de futebol, torcidas de futebol, empresários, médicos e professores com reconhecida “reputação” nos seus campos de atividades, além, é claro, daquelas assinadas pelos próprios candidatos.

Assim sendo, o “público alvo” também indica algumas lógicas inscritas no conjunto de códigos manipulados pelo candidato. O foco pode ser os eleitores identificados pessoalmente com um vereador, sendo que este estabeleceu uma “aliança” calcada em fatores diversos, inclusive pessoais, com o candidato. Ou os indivíduos fiéis a uma sigla e suas lideranças, que esperam o alinhamento destes com as candidaturas em disputa para pautar as suas escolhas; ou o círculo de “amizades” e colegas de profissão dos assinantes das cartas; ou as pessoas identificadas com um clube de futebol e crença religiosa; assim como os eleitores em geral de um município ou região.

Não cabe discutir, para os propósitos levados em consideração nesta pesquisa, os resultados ou a maior ou menor eficácia dessas cartas, mas sim os significados que contém e o conjunto de relações que permitem abarcar. Serão abordadas, pois, dois casos representativos deste conjunto analisado.

Primeiramente, considera-se a carta emitida por um vereador do PMDB para aqueles indivíduos listados em seu escritório como “seus” eleitores. O citado vereador, além do atendimento na câmara de vereadores pela manhã, possui um escritório de atendimento que funciona durante a tarde. A seguir o conteúdo da carta:

Conheces minha luta e a disposição que tenho demonstrado de usar meu mandato de vereador para servir àqueles que me procuram e confiam em mim.

É baseado nesta confiança que decidi te procurar agora para pedir que me ajudes e eleger duas pessoas que me ajudarão a resolver os problemas que os amigos trouxeram para mim.(...)

Quero a tua luta junto comigo para elegermos os dois, a fim de que eles trabalhem pela nossa cidade e nossa região, que tanto necessitam deste apoio.

Assim, quero contar contigo nesta arrancada em direção à vitória. O voto que deres a eles estarás dando a mim e sei que poderás contar também com esses dois amigos meus.

Alguns tópicos sobressaem-se no texto acima. Em primeiro lugar, a ênfase na confiança que tenta ser garantida pela cadeia de relações acumuladas pelo vereador, alicerçadas nos atendimentos já prestados. Em segundo lugar, o peso das “amizades”, uma vez que as pessoas que procuram o vereador são classificadas como “amigos”, assim como os candidatos que ele apóia. Em terceiro lugar, a apresentação das candidaturas e suas possíveis vitórias como garantia da continuidade do atendimento. E, relacionada aos itens anteriores, a promessa em mediar questões que unem eleitores e deputados.

Uma outra modalidade refere-se às cartas dirigidas aos eleitores em geral e assinadas pelo próprio candidato. Esta apresenta geralmente um tratamento pessoal e conteúdos autobiográficos, como o exemplo exposto abaixo:

Talvez não nos conheçamos pessoalmente. Temos amigos em comum. Nestes meus sessenta e dois anos de vida, fiz muitos amigos. Trabalhei em várias cidades.

Por onde passei, identifiquei-me com os produtores pelo amor que temos à terra; com os empresários, pela luta nos nossos negócios para fazer o Rio Grande crescer, com os trabalhadores, porque como eles, já trabalhei na terra, já dirigi caminhão e trator, já atendi clientes e, como sou de profissão engenheiro, já construí um pouco de tudo.

O meu trabalho básico é a lavoura de arroz. Aprendi com meu pai a lavrar a terra, colher os seus frutos e, ao empregar pessoas, transmitir a elas a importância de produzir alimentos.

É por isso que sou CANDIDATO. É preciso alardear aos quatro ventos o que significa a nossa vocação gaúcha. Devido à minha experiência de vida, sinto-me conhecedor e capacitado para lutar junto às esferas de decisão política e reverter as cores do nosso céu gaúcho. O nosso Estado precisa voltar a ser predominantemente verde, produtivo.

Sei que, ao votares em mim, estarás passando uma procuração; e vou fazer uso dela com todo o meu empenho, toda a minha energia, toda a minha garra.

Vou fazer com esta procuração o que melhor sei fazer na minha vida: TRABALHAR.

Nesse caso, de forma diferente, também são ressaltados os “amigos” e as “relações pessoais”, tanto que a carta inicia com um esforço de diminuir a distância entre um grande empresário local (o candidato) e o eleitor, remetendo à existência de “amigos em comum”. Comporta também, o forte apelo aos “interesses dos produtores rurais” da qual procura reafirmar “fazer parte” e “representá-los”, tentando, contudo, não afastá-lo de outros setores, cuja aproximação seria possível pelo leque de ocupações já desempenhadas.

Quanto à referência às suas origens sociais, além de descrever a profissão do pai (filho de agricultor) e as profissões que já exerceu, dois destaques são relevantes: o primeiro, acha-se na ênfase em sua “capacidade de trabalhar”, que reforça uma “imagem” muito usada na campanha, a de que a sua “competência” poderia ser medida pelo seu “sucesso empresarial”. E, em seguida, a frase “sou de profissão engenheiro”, que enfatiza o título escolar como crédito valorizado (ver anteriormente a oposição estabelecida pelos próprios agentes entre “homens de negócios” e “homens de espírito público”, que seria exclusividade daqueles munidos de “formação cultural”) e como sinônimo da categoria profissional assumida, como já foi salientado.

Considerações finais

Todos os materiais examinados aqui, descrevem uma disputa que se trava nos marcos da definição e imposição dos limites regionais e pelo posto de mediador dos interesses que compõem a base eleitoral de cada político. A apreensão da influência desses elementos nas candidaturas não se esgota, obviamente, nas formas de apresentação dos recursos (títulos escolares, profissionais, inserções sociais, biografia, capital de relações pessoais, serviços prestados à “região” e o “trânsito” permitido por eles). Exige-se a análise da campanha eleitoral em diferentes cenários (em que estes recursos são transformados em trunfos eleitorais), compostos por seguidores que transacionam apoios em troca de retribuições materiais, simbólicas e políticas.

Evidenciou-se, porém, a partir do material examinado, a predominância do capital social e do cultivo de redes de reciprocidade na estrutura de capitais dos agentes, somadas ao peso da titulação escolar como critério de legitimação social.

Quanto às relações de reciprocidade em pauta, existem diferentes lógicas de “trocas” e “compromissos”. Essas encerram, mais que o argumento estritamente eleitoral (aceito e propagado durante a campanha), também uma série de processos sociais anteriores. Isto é, os vínculos descritos abrangem um espectro de relações, cujas percepções dos atores combinam desde a mera troca de “apoios” por “atendimento” até a valorização da manutenção dos laços regionais, de parentesco e de lealdades pessoais.

A gestão do capital político que reúne tais laços, por sua vez, é executada através da administração e expansão das alianças horizontais e, principalmente, verticais, possibilitando a maximização dos mesmos em termos de trunfos políticos e eleitorais.

Os investimentos visando o controle quanto ao ingresso no universo de competição política e as estratégias coletivas de auto-definição dos políticos locais (formação escolar, tradição política, definição de territórios, mediação regional, etc.) são elementos também destacados na pesquisa. Esses mecanismos influenciam na construção de uma “representação regional” que ocorre nos marcos de uma disputa efetuada pelos empreendedores políticos em torno da incumbência de mediar as localidades com as “instâncias externas”. Destaca-se, então, a apresentação da biografia pessoal e política dos candidatos e o conjunto de relações que foi e é “capaz” de cultivar, manter e adquirir.

Referências Bibliográficas

- BAILEY, F.G. *Les règles du jeu politique*. Paris: Presses Universitaires de France, 1971.
- BEZERRA, M. *Em nome das bases: política, clientelismo e corrupção na liberação de recursos federais*. Tese de Doutorado. PPGAS, Museu Nacional, 1998.
- BOURDIEU, P. “Le capital social”. In: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, (2,3), juin, 1980.
- BOURDIEU, P. A representação política. Elementos para uma teoria do campo político. In: BOURDIEU, P. *O poder simbólico*, Lisboa: Difel, 1989.
- BOURDIEU, P. *A economia das trocas lingüísticas: O que falar quer dizer*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.
- BRIQUET, J.L. *La tradition en mouvement*. Paris: Éditions Belin, 1997.

- COLLOVALD, A. "Identité(s) stratégique(s)" In: *Actes de la Recherche en sciences Sociales*, n.º 73, juin 1988.
- GAXIE, D. *Enjeux municipaux*. Paris: Presse Universitaire de France, 1984.
- GAXIE, D. *La démocratie représentative*. Paris: Montchrestein, 1993.
- GRAZIANO, L. Patron-client relations in southern Italy. In: *Friends, Followers and Factions*. A Reader in political clientelism. Berkeley: University of California Press, 1977.
- GRYNSPAN, M. "Os idiomas da patronagem: Um Estudo da trajetória de Tenório Cavalcanti" In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n.14, outubro de 1990.
- LAGROYE, J. De l'objet local à l'horizon local des pratiques. In: MABILEAU, M. (Org.) *A la recherche du local*. Paris: L'Harmattan, 1993.
- OFFERLÉ, M. *Un homme, une voix? Histoire du suffrage universel*. Paris: Gallimard, 1993.
- PALMEIRA, M. Poder Local. Rio de Janeiro: PPGAS/MN/UFRJ, mimeo, 1998.
- PITKIN, H. O conceito de representação. In: CARDOSO, F.H. & MARTINS, C.E. *Política e Sociedade*. vol.2. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1980.
- SCOTTO, G. "Campanha de rua, candidatos e biografias". In: PALMEIRA, M. e GOLDMAN, M. (orgs.). *Antropologia, voto e representação política*. Rio de Janeiro: Contra-capas Livraria, 1996.
- SYLVERMAN, S. Patronage and Community-nation relationships in central Italy. In: SCHMIDT, S.W. et alli. (Eds.). *Friends, Followers and Factions*. A Reader in political clientelism. Berkeley, University of California Press, 1977.
- WOLF, E. R. Relaciones de parentesco, de amistad e de patronazgo en las sociedades complejas. In: BANTON, M. (Comp.). *Antropologia de las sociedades complejas*. Madrid: Alianza Editorial, 1980.
- VELHO, G e KUSCHNIR, K. Mediação e Metamorfose. In: *Mana*, v.2 n.º 1, abril 1996.

Fontes citadas:

Jornal Diário Popular (Pelotas) – setembro de 1997-outubro de 1998
52 entrevistas com candidatos e lideranças partidárias
Material de Campanha Eleitoral

