

**8º Encontro da ABCP**

**01 a 04/08/2012, Gramado, RS**

**Área Temática: Comunicação, Política e Opinião Pública.**

**Produção e Recepção de Discursos Políticos: o que fazem os eleitores com o que dizem os candidatos.**

**Rejane Vasconcelos Accioly Carvalho (Programa de Pós Graduação em Sociologia da UFC. Pesquisadora do Laboratório de Estudos sobre Política, Eleições e Mídia – LEPEN)**

## Introdução

A pesquisa exposta sinteticamente neste texto envolve dois níveis de análise, o da produção e da recepção de sentidos dos discursos políticos em um contexto específico que delimita suas condições sociais de produção, a campanha eleitoral para o governo do Ceará em 2010.

Foram selecionados para análise programas do HGPE na TV de cada um dos três candidatos ao governo do Ceará melhor posicionados nas pesquisas eleitorais, Cid Gomes (PSB), Lúcio Alcântara (PR) e Marcos Cals (PSDB), que foram ao ar na abertura de suas campanhas. Objetiva-se apreender marcas do processo de produção de sentido inscritas nos textos, o que pressupõe uma primeira interpretação feita a partir da perspectiva específica do analista recorrendo ao instrumental metodológico da análise do discurso. Parte-se do pressuposto que as marcas de distinção de “contratos de comunicação”<sup>1</sup> estão presentes de forma explícita ou implícita nos programas dos candidatos.

Para a realização dos grupos de discussão foram utilizados esses mesmos programas com o objetivo de analisar dos pontos de passagem da produção ao reconhecimento de sentidos pelos destinatários, ou seja, como os participantes apropriaram dos “contratos de comunicação” que lhes foram propostos em função de suas próprias expectativas, interesses, rejeições, quando elementos do imaginário político e das experiências do “mundo vivido” ganham significação peculiar. Nas verbalizações dos participantes dos grupos são identificadas algumas marcas de elaboração de quadros interpretativos próprios sobre a disputa política na qual são solicitados a participar através de escolhas materializadas em votos. As três sessões foram realizadas com participantes com distintos perfis sociais visando identificar possíveis diferenças em “estilos de recepção”

---

<sup>1</sup> O termo “contrato de comunicação” ou “contrato de fala” é definido por Charaudeau e Maingueneau como o conjunto das condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação e que permite aos parceiros de uma troca linguajeira reconhecerem um ao outro com os traços identitários que os definem como sujeitos deste ato (identidade), reconhecerem o objetivo do ato que os sobre determina (finalidade), entenderem o que constitui o objeto temático da troca (propósito) e considerarem a relevância das coerções que determinam este ato (circunstâncias). (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2006: 130-133)

## **1. Condições sociais de produção dos discursos políticos na disputa pelo governo do Ceará em 2010**

O objetivo fixado é buscar marcas dos "contratos de comunicação" de candidatos ao governo do Ceará em 2010 admitindo que os mesmos não são arbitrários, encontrado limites nas "condições de produção", ou seja, elementos do contexto não lingüístico que condiciona as escolhas do que dizer e como dizer (atos de enunciação) em determinadas circunstâncias e que podem determinar as possibilidades de sucesso ou insucesso dos objetivos pretendidos pelos enunciadores. No caso de discursos políticos eleitorais veiculados nos programas do HGPE, cujo teor pragmático básico é obter adesão do destinatário (eleitor), é previsível que a construção de "contratos de leitura" esteja voltada para capitalizar os aspectos positivos das condições sociais de produção e neutralizar ou apagar os negativos. (MAINGUENEAU e CHARAUDEAU, 2008).

Na campanha ao governo do Ceará em 2010, tinha-se um contexto político cujas condições eram extremamente favoráveis à construção de "contratos de comunicação" ao candidato a reeleição Cid Gomes (situação) e por conseqüência, adversas aos candidatos que, independente de suas vontades, se declarassem ou fossem reconhecidos como de "oposição".

Cid Gomes tinha bons índices de avaliação de sua gestão no governo do Ceará, participava de uma ampla coligação partidária que reproduzia a nível estadual o situacionismo nacional e contava com o apoio explícito do presidente Lula que, em face de sua extraordinária popularidade, atuava como fator importante para o sucesso de qualquer candidato. Enfim, todas as condições favoreciam ao êxito de discursos continuístas. As pesquisas pré-eleitorais e eleitorais divulgadas antecipavam uma campanha com baixíssimo grau de competitividade. Um exemplo disto é que somente às vésperas das convenções estaduais, foram lançados nomes de candidatos de partidos que compulsoriamente ficaram na oposição. Com exceção de Cid Gomes, candidato a reeleição, não existiam outros candidatos que realmente acreditassem na possibilidade de serem vitoriosos. Eles eram de certo modo

“candidatos não efetivos”, que por motivações várias pretendiam definir ou redefinir espaços a ocupar no campo político cearense.

## 2. Programa de Abertura da Campanha Eleitoral de Cid Gomes na TV

O dispositivo de construção do *ethos* é acionado por um locutor que anuncia quem irá falar, destacando a condição de autoridade que o diferencia dos demais candidatos: *“Começa agora o programa de Cid Gomes, governador.”* O movimento discursivo que se segue é o de apresentação das credenciais que legitimam o governador como candidato à reeleição: seus feitos na área temática central a ser abordada - a segurança pública - são contabilizados em uma narrativa grandiloquente que objetiva fixar seu “caráter de homem de ação” através do uso de “dixis verbais” temporais: no presente (enfrenta, trabalha), no e passado (“implantou”; “contratou”; “entregou”, “fez”), e no presente contínuo (futuro próximo), o que está sendo feito: “criando”; “construindo”.

*Cid Gomes enfrenta os problemas, trabalha pela segurança (imagens do candidato cumprindo suas funções de Governador). Cid implantou o Ronda do Quarteirão em Fortaleza, na região metropolitana e nas cidades com mais de 80 mil habitantes (imagens do Ronda do Quarteirão). Contratou por concurso quatro mil novos policiais. Deu aumento real acima da inflação. Nomeou mais de 100 novos delegados. Está construindo 50 novas delegacias no interior.*

Ao tomar a palavra, Cid confirma sua imagem de autoridade cuidadosamente matizada com o tom da responsabilidade do gestor competente, que age cautelosamente: *“A segurança pública é uma área delicada que exige uma atenção permanente do governo”*. Estabelece o *ethos* do “político de palavra” ao confrontar os compromissos assumidos na eleição anterior com o que foi cumprido em sua gestão governamental: *“O compromisso que eu assumi na eleição passada foi implantar o Ronda do Quarteirão em Fortaleza e na Região Metropolitana, isto já está feito.”*

E mais, ele foi além do prometido: *“Ele (Ronda do quarteirão) está presente também nas cidades do interior com mais de 80 mil habitantes.”*

Outro dispositivo de enunciação do *ethos* do gestor competente é buscado nos “testemunhos” dos beneficiários do Ronda do Quarteirão que atestam uma relação de intimidade e confiança em uma polícia diferente. Uma

espécie de “ping-pong” se estabelece entre o locutor e moradores de diferentes espaços do Estado, de Fortaleza ao interior:

*Locutor: Cid investiu na segurança dos cearenses, criou o Ronda do Quarteirão, mais tranquilidade para os moradores da capital, da região metropolitana e do interior. No total já são 2600 policiais treinados para serem parceiros da comunidade. No bairro Pan-Americano, em Fortaleza, por exemplo, os policiais do Ronda ganharam um lugar especial na parede da sala da Dona Zenir.*

*Dona Zenir: Eles é me conquistaram, assim, na maneira de como eles fizeram uma visita, como eles chegam na visita da gente. Isso é uma maravilha.*

O *ethos* da *condescendência pragmática* com os limites de sua gestão vem no reconhecimento de que nem todos os problemas foram resolvidos. Ele concorda que o programa Ronda do Quarteirão “*não foi feito para resolver tudo*”, não pôs fim à violência, embora tenha feito muito.

Antecipa-se assim às críticas dos opositores que tragam dados sobre o aumento da criminalidade, aproveitando a oportunidade para evidenciar o *ethos de clarividência* do estadista, ou seja, aquele que vê mais longe, e antecipa soluções com o anúncio de programas que já estariam sendo executados.

*Cid: O crime mais grave hoje é o homicídio, que vem aumentando por causa de brigas entre gangues e de dívidas com traficantes de drogas, principalmente o crack, que se tornou uma verdadeira praga em nosso país. Para combater isso, nós estamos implantando duas novas e importantes divisões na Polícia, a Divisão de Homicídios e a Divisão de combate ao tráfico de drogas. (...)*

Ao locutor cabe a tarefa de, em um tom didático, esclarecer porque estas obras são importantes, e que não são meras *promessas*, o que pode ser conferido pelo eleitor a quem se oferece “*dixis*” espaciais, ou seja, endereços de locais onde os eleitores podem visitar as obras que estão prontas ou sendo construídas.

*- A Divisão de homicídios fica na Av. Aguanhambi no Bairro de Fátima em Fortaleza. Vão reunir nesse prédio cinco delegacias, todas especializadas neste tipo de crime. A divisão vai funcionar 24 horas por dia, todos os dias da semana, com policiais treinados pela Polícia de São Paulo, dedicados exclusivamente a esclarecer os homicídios. A divisão tem também um setor de inteligência com especialistas em coleta e análise de dados.*

No segmento final do programa, é o próprio candidato quem toma a palavra estabelecendo uma interlocução com aqueles que criticam o Ronda do Quarteirão pelo uso de viaturas Hilux, consideradas desnecessariamente luxuosas e caras. A resposta é dada em argumentos que implicitamente

remetem aos ditos populares de que o “barato sai mais caro” ou vice versa, “o caro sai mais barato”:

*Cid: - Eu não vejo assim, ao contrário, o que sempre se fez foi dar a polícia viaturas que não tinham a menor condição de uso, viaturas que não duravam dois anos, viaturas, muitas vezes, sem motor pra subir uma ladeira, muito menos pra perseguir bandidos que andam em uma alta velocidade.*

*Cid se apresenta como um político que pensa diferente sobre o que o povo merece:*

*Não é porque as coisas são do Estado que devam ser ruins ou mal feitas. Eu acho exatamente o contrário, o Governo trabalha para o povo e por isso mesmo o serviço tem que ser o melhor. (...)*

## **2.1. Programa de abertura da campanha de Marcos Cals na TV**

Na cena de abertura do programa homens e mulheres comuns anunciam: “Começa agora, o programa do povo. Marcos Cals 45.” A substituição da voz de um locutor por uma suposta “voz do povo”, é uma marca do “contrato de comunicação” que o candidato pretende estabelecer com os eleitores.

O candidato apresenta-se aos eleitores com uma narrativa sobre experiências vividas na infância, apresentadas como reveladoras de sua vocação para ajudar o povo. O exemplo buscado nas figuras do pai configura-se como um “chamamento” que “vem do sangue”, e que é descoberto na vivência de um acontecimento extraordinário (uma inundação em área do sertão). O nome do pai não é citado, mas o sobrenome do candidato remete para a tradição de sua linhagem política: ele é filho de César Cals, ex-governador do Ceará e ex-senador do Ceará.<sup>2</sup>

*Marcos: Quando eu era menino, meu pai e minha mãe me levavam sempre ao interior do estado. Via a parte seca do sertão do Ceará. E numa dessas viagens, meu pai e minha mãe foram a uns municípios que estavam inundados. Eu senti a angústia do meu pai e da minha mãe. Meu pai partiu logo pra dentro d’água, minha mãe pegou um bote e foi socorrer aquelas pessoas que estavam debaixo d’água. Eu tinha 10 anos de idade, quando eu fiquei com aquele sentimento, aquela vontade de ajudar.*

---

<sup>2</sup>O Coronel César Cals foi governador do Ceará no período militar, indicado pelo presidente General Ernesto Geisel. Em 1982 preencheu a cota dos chamados senadores biônicos, por ocuparem o cargo por indicação do partido do governo, a ARENA. Exerceu funções políticas importantes como o Ministério de Minas e Energia e a presidência da Central Elétrica do Nordeste. Foi derrotado em sua única tentativa de disputa de eleição pelo voto direto em 1986 quando foi candidato a reeleição ao senado.

O *ethos* discursivamente construído reporta-se aos valores da política tradicional entre os quais se destaca o vínculo de identificação entre *quem fala* (*candidato*) e o *destinatário* (*o povo*) estabelecido em linha vertical e direta, ou seja, um poder que se exerce de cima para baixo sem invocar mediadores e é traduzido como ações de ajuda dos mais poderosos aos mais fracos.

Outra marca do contrato de comunicação é a proposta de uma clivagem entre uma gestão voltada para a realização de grandes *obras físicas* e a que prioriza *obras sociais*. O matiz ideológico de classe é buscado na reprodução de práticas discursivas das candidaturas de esquerda utilizadas com sucesso em campanhas eleitorais recentes nas quais a atuação preferencial do governo é sintetizada no uso do verbo “cuidar”, ação direcionada para as pessoas mais necessitadas:

*Marcos Cals: A grande diferença do meu governo é que a minha prioridade não são as obras e sim as pessoas. Vou fazer obras sim, mas obras que possam melhorar a vida das pessoas, e não apenas enfeitar as cidades. (...)*

O sucesso do “contrato de comunicação” depende do ajustamento do que é dito às condições sociais de produção, o que no caso analisado não acontecia. O enunciador oscilava erraticamente entre “lugares de fala” de situação e oposição, de político tradicional e de político de esquerda. Tendo participado do governo de Cid Gomes como representante do PSDB, ocupando a pasta da Secretaria de Justiça, enfrentava dificuldades em apresentar-se e ser reconhecido como candidato de oposição, entretanto também não poderia ocupar o “lugar de fala” da situação, considerando que sua candidatura materializava o rompimento entre os Ferreira Gomes e o Tassismo. A manobra discursiva para escapar a esse dilema foi propor um “contrato de comunicação” que o situasse para além da polaridade pressuposta entre situação (cidismo) e oposição (tassismo): ele se apresenta como candidato do povo, em uma tentativa de rejeitar os termos de uma disputa plebiscitária entre os que são contra ou a favor do governo.

Porém, eram óbvias as dificuldades de encontrar reconhecimento para um “*ethos* de independência” face ao conhecimento prévio de que ele era o candidato não só indicado, mas “inventado” por Tasso Jereissati.

Um dos aspectos do *contrato de comunicação genérico* de qualquer candidato a posto de governo executivo é a exigência de um discurso propositivo, ou seja, que enfatize ações a serem desenvolvidas pelo governante. E neste ponto também eram evidentes as dificuldades enfrentadas por Marcos Cals. Os seis mandatos como deputado estadual, o exercício da presidência da Assembléia e a função de Secretário de Justiça no governo de Cid Gomes, não podiam ser exibidos como fonte de crédito de um candidato que se apresentava como “novo” que prometia “*que com ele o negócio vai mudar*”. Mais uma vez seu pré *ethos*, não se ajustava ao dito, descolando-se da promessa de um “Ceará do futuro”.

A prestação de contas das realizações do candidato em sua vida pública, que credencia quem fala a ocupar o lugar de governante, no caso de Marcos Cals, restringia-se às ações parlamentares. O pressuposto é que o eleitor considerasse as atividades no parlamento como formas de capacitação de um político para o exercício do governo do Estado.

*Música: Competência e trabalho, igual a ele você nunca viu. Criou a TV Assembléia pro nosso povo acompanhar os trabalhos dos deputados e os destinos do meu Ceará. Foi seis vezes deputado, esse homem tá mais que preparado pra ser o próximo governador.*

Por outro lado, ter sido Secretário de Justiça do governo Cid até às vésperas da campanha reduzia sua credibilidade como crítico do governo do qual tão recentemente se tornara adversário.

*Locutor: O Ceará vive a maior crise na segurança pública (aparece recorte de jornal com notícias sobre violência no Ceará) da sua história. Ocorrem oito homicídios por dia. A taxa de homicídios aumentou em 64%.*

Para estabelecer parâmetros de comparação entre bons e malfeitos, a alternativa utilizada foi reportar-se a um outro tempo político, o do tassismo, no qual o candidato se incluía como partícipe:

*No tempo do senador Tasso Jereissati como governador do Estado do Ceará não existia tanta criminalidade, não existia tantos assaltos, não existia tanta morte, não existia tanta pistolagem. (André, Comerciante).*

A cenografia escolhida para que o candidato anuncie o que pretende realizar na área de segurança pública é a *conversa direta* com uma pessoa do



povo. Marcos Cals, abordado na rua por uma mulher, toma seu rosto entre suas mãos, (gesto de aproximação física) e responde a uma pergunta que ela supostamente lhe teria feito. A resposta impessoal e genérica, e o olhar direcionado para a câmara e não à interlocutora, contradiz o enlaçamento com a cenografia selecionada reduzindo o tom de intimidade e a “naturalidade” que a tornariam crível.

*- De imediato vou fazer um concurso para os policiais militares, aumentaremos o efetivo dos policiais militares, dos policiais civis e vamos criar o batalhão de fronteiras para combater o crime organizado.*

## **2.2. Programa de abertura da campanha de Lúcio Alcântara na TV**

A fala do candidato Lúcio Alcântara na abertura do programa foge aos parâmetros do contrato genérico de comunicação de um candidato ao governo. Inverte-se a posição entre personagem principal (candidato) e secundário (vice), com o primeiro ancorando-se nas qualidades do segundo para validar sua própria condição de candidato. O pressuposto é o de incompletude do *ethos* do candidato: ao valor da experiência de um velho político, adiciona-se a qualidade que lhe falta, o espírito empreendedor de um jovem empresário.

*Lúcio: No governo do Ceará, vou aliar à minha experiência o espírito empreendedor e dinâmico de um jovem que encara os problemas de frente. Cláudio Vale representa uma nova geração de cearenses. Como meu vice, o Cláudio será um aliado de todas as horas, para enfrentar desafios e fazer brilhar o Ceará, com garra e amor à nossa terra.*

O estatuto de personagem principal atribuído ao vice se confirma no tempo a ele dedicado no programa. O locutor, mestre de cerimônias, o apresenta ao público:

*Locutor: Cláudio Vale, advogado e empresário, tem 34 anos, é casado e sabe que ser jovem é ser dinâmico. Questionar o que está errado, descartar o que não serve, e dizer sim às mudanças. Ao lado da esposa Renata, Cláudio quer ver as filhas crescendo em um Ceará forte, justo e generoso com seu povo.*

A marca de candidatura de oposição é impressa em um quadro de humor burlesco, tipicamente cearense, protagonizado por um boneco, “seu Fabrisso”. A sátira é o recurso lingüístico utilizado para negar o que se afirma, remetendo para um conhecimento prévio da realidade como forma de ressaltar o absurdo do que é dito e que se apresenta como verdade, provocando o riso.

O humor cáustico tem função privilegiada nos embates políticos orientando-se para a desmoralização dos adversários. O governador candidato é implicitamente acusado de fazer propaganda eleitoral enganosa:

**Fabrisso:** - *Eu queria mesmo era morar na propaganda do Governo. Lá tem polícia que protege, casa arrumada, tem até emprego. Hum...* (expressão de descrença).

### **3. Processos de recepção de discursos políticos em campanhas eleitorais: o que os eleitores fazem com o que os políticos dizem?**

Os programas de abertura da campanha para o governo do estado dos candidatos Cid Gomes, Lucio Alcântara e Marcos Cals, veiculados no Horário Eleitoral na TV no dia 23 de agosto, foram utilizados para a realização de três sessões de grupos de discussão com o objetivo de identificar possíveis diferenças e convergências nos processos de recepção dos “contratos de comunicação” propostos pelos candidatos cujos sentidos somente se consomem quando os destinatários os reconhecem e aceitam; reconhecem e rejeitam, ou reconstróem ao seu modo o lhes é oferecido. Trata-se, tal como proposto por Stuart Hall,<sup>3</sup> do estudo de recepção não como processo automático de decodificação de sentidos, mas principalmente da articulação entre produção e recepção de discursos.

Os procedimentos metodológicos foram os mesmos em todas as sessões: os participantes do grupo assistiam aos programas dos três candidatos e a seguir eram solicitados pelo organizador da sessão, com o estímulo de algumas questões bem gerais, a verbalizar suas impressões sobre o que tinham assistido. (registradas em gravações) . O interesse era saber o que os eleitores fazem com o que dizem os candidatos.

#### **3.1 Sessão com jovens universitários**

---

<sup>3</sup>Hall, Stuart, *Teoria da Recepção* in **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Editora UFMG, Belo Horizonte, MG , 2003

Da sessão de discussão<sup>4</sup> realizada no dia 26/08/2010 participaram cinco estudantes universitários. O perfil dos participantes era homogêneo no que se refere ao grau de instrução (3º grau incompleto), estado civil (todos solteiros); faixa etária (entre 20 e 25 anos); todos assistiam frequentemente aos programas do Horário Eleitoral na TV (o que permite inferir alto grau de interesse por política). As diferenças eram de gênero, três homens (Davi, Renato e Rafael) e duas mulheres (Selene e Isabel), e de religião, Davi e Isabel não mencionaram filiação religiosa, Rafael se declarou ateu, Selene católica e Renato evangélico.

As respostas à questão inicial feita aos participantes do grupo sobre o que mais tinha lhes chamado atenção em cada um dos programas assistidos permitem perceber que os pontos mais importantes dos “contratos de comunicação” propostos pelos candidatos foram cognitivamente apreendidos, o que não implicava, entretanto em aceitar o “lugar” a eles reservado como co-enunciadores ou “interlocutores idealizados”. O posicionamento mais freqüente assumido pelos participantes foi o de “analista” crítico que se considera distinto do eleitor ordinário, com baixo conhecimento da política. Ao preencher as fichas com dados pessoais, alguns anotaram seu interesse em serem convocados a participar de outras experiências de pesquisa informando números de telefone para contatos posteriores. Tratando-se de alunos universitários, era compreensível que percebessem a situação vivida como uma espécie de *teste* no qual estava em jogo a *performance* de cada dos participantes.

Três deles não apenas identificaram as principais estratégias discursivas dos candidatos, mas as analisaram e fizeram inferências sobre intenções a elas subjacentes (o não dito). Os trechos transcritos sugerem “leituras” semelhantes e detalhadas dos “contratos de comunicação” dos candidatos. Eles reconhecem que o programa de Lúcio Alcântara era direcionado aos jovens, mas recusam-se a encaixar-se no perfil dos “destinatários idealizados” de quem se pretendia adesão. A estratégia de apresentar a juventude do vice para caucionar a candidatura de Lúcio Alcântara é considerada uma farsa.

---

<sup>4</sup> Opto por utilizar o termo “grupo de discussão” em substituição de “grupo focal”, utilizado nas pesquisas qualitativas de marketing político eleitoral.

- O programa do Lúcio ele se direcionou a mostrar o vice dele, que é jovem e direcionando o discurso dele pro público jovem, tentando tirar dele é... Talvez o espectro do político é...que tava atuando num período da política do Ceará em que as pessoas são de uma geração mais a frente do que os jovens (Renato)

O tom paternalista e o apelo ao sentimentalismo feito por Marcos Cals são também alvos de crítica:

- “ ah eu vou cuidar de você; porque quando eu era criança, os meus pais, assim; quando eu for governador eu vou proteger vocês”, eu senti mais isso, né”

Ao candidato é negado crédito para criticar um governo do qual ele participou como Secretário de Justiça:

- Outra coisa, ele (Cals) foi secretário né, quase a gestão toda do Cid né?! Ele não bate no projeto do Cid, mas ele... Acho que eles pensaram estrategicamente em colocar a segurança como a pauta forte, tanto ele como o Cid falam da segurança. (Renato)

A presença do ex-governador Tasso Jereissati na campanha é apontada como contraditória à proposta de Marcos Cals de um “governo que cuida das pessoas”, apropriação indébita do *pré ethos* de políticos de esquerda:

- Ele bate na questão de que não vai ser um governo de obras, o que é altamente contraditório né, porque ele vem... Bota o Tasso pra falar que fez um bocado de obras e ai dialogando essa história da segurança, da falta de segurança. (Isabel)

Acredita-se que Cid preencheu bem o lugar esperado de candidato a reeleição ao mostrar o que realizou na sua primeira gestão e o que fará na seguinte. Entretanto, o uso da conjunção adversativa introduz a desconfiança pontuada por críticas:

- O do Cid não sei se é porque eu tenho uma certa (nesse momento ela faz um gesto de empurrar as mãos para a frente, simbolizando uma possível repulsa a Cid Gomes) sabe? **Mas** aquela coisa, eu acho que ele tá investindo muito nesse negócio da polícia, porque querendo ou não a gente sabe que o Ronda não atingiu a expectativa que tinha realmente.(,,) a gente queria aquela coisa de ver o policial como amigo, **mas** todo mundo sabe que não é! (Selene)

O estilo de recepção do grupo pode ser ilustrado através do comportamento de um dos participantes do grupo, Rafael. Ele se apresenta como “pesquisador e militante de movimentos sociais”. Esta condição o colocaria na posição de crítico dos critérios de distribuição do tempo do horário eleitoral entre os candidatos e coligações desqualificando a “*forma de democracia que a gente vive*”. (pressuposto de ausência de igualdade).

- *Eu sou o Rafael, além de pesquisador, sou militante dos movimentos sociais né. É, o que primeiro chamou atenção, na minha opinião, da propaganda eleitoral é o tempo que eles têm, né (...). Chamou primeiro atenção isso, em minha opinião, e tem a ver também com a forma democrática que a gente vive, com a propaganda eleitoral e com as eleições também, em minha opinião.*

Ao reportar-se aos programas, o destaque feito por ele é a quantia de dinheiro gasto na propaganda dos principais candidatos, indicativa das distorções consideradas inerentes ao sistema político vigente:

- *Programas assim né, primeiro uma coisa que chama muito a atenção da propaganda, das três né, que são... É importante também discutir que são as três que vão ser as mais caras do Ceará, a segunda mais cara do Brasil. As eleições do Ceará vão custar mais de 160 milhões, só perdendo pra São Paulo. É... Isso é importante porque os caras vão gastar milhões. (Rafael)*

A descrença daqueles que se colocam como conhecedores das artimanhas da propaganda política e que não se deixam enganar está presente nas avaliações das campanhas dos candidatos.

A condição de receptor qualificado é sublinhada por ele com a sugestão feita ao mediador da sessão sobre o deveria ser indagado, oferecendo-se em seguida como aquele que teria as respostas: *“acho que deve ter uma pergunta sobre segurança, (sugestão feita ao coordenador do debate) depois eu posso falar um pouco mais sobre isso, discutir um pouco sobre policiamento e o Ronda do Quarteirão.”*

A ironia é forma de deixar claro o descrédito e desdém aos que se deixam enganar:

- *Já o **Lúcio, que é um candidato laranja** (...) ele vai fazer uma campanha voltada pra juventude, por isso que ele usa o vice, que é o Cláudio, eu já conheço a algum tempo, empresário bem-sucedido aqui em Fortaleza, e vai usar o papel da juventude, mesmo que a juventude no Ceará, a maior parte dela vai votar no Tasso Jereissati né! (Tom de ironia). A última pesquisa do Tasso 67% dos votos dos eleitores do Tasso é a juventude até vinte e três anos né.(Rafael)*

### **3.2 Sessão com adultos e idosos de baixa renda**

A sessão realizada no dia 28 de agosto reuniu um grupo com a seguinte composição: duas mulheres e dois homens, moradores de bairros da periferia da cidade, com instrução que não excedia ao ensino fundamental e renda familiar inferior a três salários mínimos. Vale ressaltar que a desconfiança dos participantes solicitados para falar sobre política, exigiu que a coordenadora da sessão explicasse veementemente de que se tratava de um estudo para a

Universidade e que “*tudo o que tá sendo dito aqui vai ficar só entre a gente*”. A indagação de um dos participantes, sobre se o que estava sendo gravado ia passar na TV, foi motivo de pilhéria de outro participante: “*Seu Pedro, quer ficar famoso*” (risos).

É o caso de “seu” Pedro que, antes de explicitar sua visão negativa sobre a política e os políticos, faz questão de salientar que:

*Eu vou logo dizer como eu sou, como é que normalmente eu sigo. Primeira coisa a falar, eu não participo de política, eu sou uma pessoa que eu voto, mas não tenho candidato né, “ah eu vou voto naquele candidato, naquele outro”, tá entendendo? A gente é esta pessoa que vive dessa maneira. (...) Porque a gente... eu por exemplo, sou uma pessoa que estudei pouco, talvez não tenha a mentalidade melhor do ponto de vista melhor.*

A afirmação de seu Pedro, “*o que eu vejo hoje nesses políticos é muita desonestidade*”, é cuidadosamente complementada com o esclarecimento de que não é contra ninguém em especial:

*– “Também eu livro das críticas, também não somos críticos, não vamos criticar o governador porque não fez isso, porque não fez aquilo, **a gente vive infelizmente desse povo, sabe?**”.*

A explicação sobre como escolher em quem votar pauta-se em sentimentos opostos de confiança e esperança desencantada por experiências passadas:

*- A gente confia naquela pessoa, “ah essa pessoa aqui ela vai resolver esse problema né”, e tá lá, aí a gente vai com toda assim, votar naquela pessoa contando com que aquela pessoa resolve mesmo a situação. E quando essa pessoa chega lá não olha pra cara da gente. (Pedro)*

Não há ingenuidade em relação ao conhecimento de como funcionam as promessas no jogo eleitoral:

*- Eles prometem muito, não tem um ano que um governador que se... eles fazem a campanha que o objetivo básico que eles procuram falar ou falam (segurança) infelizmente isso nunca foi resolvido, nunca foi! (...) É essas coisas que infelizmente não resolve, mas são coisas que todo tempo de política eles falam. Fala você agora! (Pedro)*

Ações do governo nas áreas de segurança, saúde, educação são abordadas de uma perspectiva pragmática pontuadas por exemplos do que deu ou não deu certo, acrescidos de explicações para acertos e erros.

- O que eles mais falam é nos colégios né, que vai botar pra estudar, que vai ter mais segurança. O que eles falam mais é na segurança e que isso não acontece porque não depende só deles, porque bota um policial desse como o Ronda do Quarteirão, ele só atende se você ligar pra lá e de lá é que ele toca o carro e vem atender. Mas se eles forem passando e você chamar eles não atendem. Tem que ligar pra delegacia. (Lucila)

As críticas às ações do governador (o “homem”) são ponderadas, sem radicalismos. O reconhecimento de que “o homem tá fazendo alguma coisa”, é seguido de restrições, introduzidas pela preposição adversativa “mas”, seguidas de explicações sobre o que não dá certo e o que teria de ser feito para que desse certo:

*“mas não resolve, quero dizer que não resolve”. Tem esse Ronda do Quarteirão que eu acho bom, não acho ruim, acho bom. Mas não resolve a situação, você vê a estatística. Olhe no ano passado foram é, é... a quantidade, a mortalidade no ano passado foi muito menor do que a desse ano. O que acontece, cada dia a mortalidade do crime aumenta. Não é que o cara não esteja procurando fazer o melhor, ele tá, ele tá. É porque esse Ronda do Quarteirão é um negócio muito bom, mas eu acho na minha concepção, que é muito mal usado sabe? Porque o que é que a gente vê, só o carro vuuum, passando pra lá e pra cá, vuuum pra lá e cá. Porque que não anda devagarzinho? Pra procurar ver alguma coisa que tá acontecendo ali? Está acontecendo alguma coisa aqui passa ali e não vê. Não sabe nem o que é. Então são essas coisas que infelizmente não são resolvidas, na minha concepção. (Pedro)*

As referências ao programa de Lúcio Alcântara e a César Cals foram esparsas e imprecisas:

- O Lúcio eu achei que ele já foi candidato, prometeu muito, mas quase não fez. Acho que também não depende só dele né, ele tem vontade de fazer, mas não depende dele só, tem sempre um gancho no meio. Mas eu nem me lembro, quando ele foi prefeito ou foi governador? Nem me lembro! E não fez o que ele prometeu. (Lucila)

É interessante destacar que os programas assistidos e as provocações das perguntas feitas pelos mediadores da sessão geraram fluxos relativamente livres de conversa entre os participantes do grupo nos quais as experiências cotidianas eram invocadas para firmar opiniões sobre diversos temas:

### **O funcionamento da política:**

- Foram lá na minha sogra, o repórter e filmando tudo e eu dizendo isso ai é a maior mentira! Eu disse foi na cara dele, isso é a maior mentira! “Meu filho, não diga isso comigo”... Isso é a maior mentira! Foi dito e feito oh, até hoje o que foi feito lá? Tá do mesmo jeito lá, do mesmo jeito! (Raimundo)

- É uma cidade muito grande, eles, não ajudam quem não tem. O pobre se quiser fazer tem que batalhar, lutar pra fazer, pra ajeitar essa rua aqui, diz que lá tá como se ela seja asfaltada, esse pedacinho aqui. As vezes eu acho assim, porque é que todos os bequinhos estão asfaltados, só o nosso aqui tá esburacando? Não, mas lá tá como asfaltado! Maior mentira. (Lucilia)

### **Comportamento das crianças e jovens**

A temática que apenas indiretamente foi abordada nos programas assistidos foi introduzida por um dos membros do grupo gerando um acalorado fluxo de debate. Predominaram opiniões de crítica à intromissão do Estado com a proibição aos pais de punir os filhos com castigos físicos, nomeada popularmente como “lei da palmada”. As afirmações são atravessadas por uma percepção negativa sobre os jovens dos dias atuais que conduzem a defesa de uma visão moralista sobre a forma correta de educá-los com os rigores da lei e da autoridade dos pais e dos mais velhos.

- *Os jovens, se eles tratassem mesmo, tivessem assim, fizesse uma lei que aplicasse, ai seria bom. Mas só pra falar (risos) falar todo mundo fala né! Agora seria bom mesmo né? Porque os jovens estão todos perdidos. O jovem não obedece mais os pais em primeiro lugar, o jovem só faz o que quer, os jovens todos se acabando de quinze anos né, tudo se acabando.* (Lucilia)

- *Juventude, ninguém num pode proibir, você vê que agora ninguém pode mais nem dá uma palmadinha no filho, né?* (Lucilia)

Há uma avaliação ressentida sobre diferenças entre filhos de pobres e ricos. Os castigos aplicados pela família são considerados necessários para prevenir que “filhos de pobres” caiam nas mãos da polícia.

- *Eu tenho pra mim que é assim, eles que não querem que ninguém faça nada com os filhos deles (pressuposto: dos ricos) que andam soltos por ai. Ai eles usam isso pra poder... ai é os pobres que padecem.* ((Lucilia)

### **Propaganda Eleitoral: avaliações sobre os candidatos e decisão de voto.**

Os participantes do grupo tenderam a afirmar que a propaganda eleitoral na TV não é importante nas suas escolhas sobre em quem votar.

- *Por exemplo, essa moça aqui, ela já tem o candidato dela, se o cara falar mil vezes, cem vezes, não vai mudar! Entendeu?* (Pedro)

- *As propagandas ajudam a gente vê os trabalhos deles né! A gente vota pelo trabalho deles né! Os antigos né, porque os novos a gente não vê nada né, só tem conversa por enquanto né. Ai eu vou por isso, mas até agora desse ano não tem ninguém* (Raimundo).

As respostas às indagações feitas sugerem que as pessoas comuns, os profanos como nomeado por Bourdieu, ao contrário do que se costuma pensar, não são totalmente desinformadas sobre política, apenas restringem-se seletivamente às informações que afetam mais diretamente às suas vidas. Elas apropriam-se dos programas eleitorais (ainda que não apenas eles) para formar impressões pessoais sobre os candidatos e principalmente para reforçar, ou ao contrário matizar, imagens negativas sobre a política.



- Assim como o Pedro falou, mas eu gostei muito do programa do Cid. Assim da segurança dele, ele realmente tá fazendo alguma coisa e pretende fazer, ele diz se for eleito, terminar o que começou né? O Marcos Cals, a gente sabe, ele nunca foi candidato assim, nunca foi eleito né. Foi deputado e outras coisas né, mas pra prefeito ou governador ele não foi. Então a gente não tem essa noção. Quanto ao Cid a gente já tem noção do que ele já fez, do que ele tenta fazer que as vezes não consegue, não tem condição, não dá pra fazer e do que está fazendo né. Gosto assim de como ele se aplica, de como ele age, tem boa vontade, só que não é só por ele né? Tem as partes ao redor assim... (Lucilia)

É possível inferir que a “leitura” do contrato de comunicação do candidato a reeleição, Cid Gomes, foi a que seguiu mais de perto as marcações de sentidos preferenciais nele inscritos. A imagem (*ethos*) do candidato foi incorporada pelos membros do grupo como a de alguém que está “realmente fazendo alguma coisa” e que deveria “terminar o que começou”.

Lúcio Alcântara ao buscar apoio na figura de um vice mais jovem não provocou o efeito de sentido esperado de complementação de virtudes, ao contrário conduziu a uma comparação que lhe foi desfavorável: “*ele já está saturado*”.

A imagem de Marcos Cals incorporada pelos participantes do grupo foi a um candidato imaturo e sem experiência como gestor.

### **3.3 Sessão com Grupo de Classe Média Alta**

Os participantes da sessão tinham um perfil homogêneo no que se refere à idade, adultos com mais de 40 anos, grau de instrução, todos com nível universitário, moradores de bairros considerados “área nobre da cidade” e interessados em acompanhar os acontecimentos políticos nacionais e estaduais.

Uma característica comum no estilo de recepção dos membros do grupo é a busca de argumentos e detalhes que reforcem a sua própria imagem de eleitores qualificados, aptos para analisar e avaliar as estratégias de comunicação identificadas como parte de manobras de marketing eleitoral dos candidatos. As avaliações seguem um padrão comparativo. As afirmações feitas sugerem convergência na aceitação dos termos do “contrato de comunicação” de Cid Gomes: todos reconhecem que ele mostrou o que realizou no primeiro mandato, qualificando-se assim para fazer crer que dará continuidade a “Construção de um Ceará Melhor” (*slogan* da campanha).

- *Eu vejo o seguinte, o Cid é objetivo, é direto, tem facilidade de expressão. É capaz de explicar tudo o que deseja explicar, quer dizer, o discurso dele tá dentro do âmbito da questão da segurança, mas ele fecha o ciclo completo, fala em todos os problemas e à medida que vai falando, ele mostra o que já fez. Então eu acho que é um discurso direto e completo.* (Roberto)

Comparados com Cid Gomes os demais candidatos são avaliados negativamente, admitindo-se que são destituídos de quaisquer condições de competitividade.

- *O Marcos Cals, eu acho que ele não mostrou nada, faltou comunicação, ficou muito vazio. E o Lúcio, em minha opinião, (risos), eu acho que nem se considera um bom candidato porque ele joga tudo pro jovem, é o jovem que deve aparecer, como se ele não tivesse mais nada a oferecer. Foi isso que me chamou atenção. (...) Mas, quer dizer, o que mais me impressionou, me chamou atenção é a forma, a estrutura assim montada de marketing de cada um, de uma maneira geral.* (Lilian)

O estilo crítico de recepção se revela também no cuidado em detectar a percepção dos equívocos nas formas como os candidatos se apresentam. Há a preocupação em esclarecer que reconhecem para além do dito as “intenções” dos candidatos, sem que isso implique em aceitá-las. Ao contrário, são apontados com argumentos objetivos o que se considera “acertos” e “equivocos” das estratégias de comunicação adotadas. Mais do que consumidores comuns de propagandas políticas, os participantes do grupo se colocaram na perspectiva de analistas, opinando inclusive sobre algumas das estratégias de comunicação.

- *Eu começo, eu acho que o Marcos Cals, ele tava meio que **imitando a campanha da Luizianne Lins, quando ele disse assim: eu vou cuidar das pessoas, eu vou num sei o quê.** Na verdade, um piegas o Marcos Cals. Repito que o Cid se apresentou como gestor, como pessoa empenhada em desenvolvimento de processos, como um representante da modernidade na gestão. E os outros dois se apresentaram como sempre se apresentaram, como aquela coisa da política antiga, do assistencialismo, da coisa... Quer dizer um programa totalmente diferente do candidato que lidera as pesquisas.* (Alexandre)

- *A questão básica de um programa desse eleitoral, eu acho que é de convencimento de quem tá assistindo, essa é a grande preocupação, inclusive dos caras que devem orientar os candidatos, né? Então aí passa, primeiro, Cals sem nenhuma presença na televisão, quase gaguejando, né? Não demonstra firmeza em coisa alguma, vai interagir com aquela eleitora e como ela se dirige a ele para abraçar e ele tava preocupado em aparecer pra televisão, ele quase que afasta a eleitora pra dizer: eu vou fazer isso e isso! Depois ele vai lá e apóia, é ridícula a posição do cara, é ridícula, ele não convence ninguém, ele não convence, tudo é falso e essa falsidade, mesmo que a pessoa não tenha conhecimento, só por questão de empatia você sente quem tem um discurso coerente com aquilo que pretende fazer ou que também já foi feito e nenhum dos dois outros tem, são extremamente apagados do ponto de vista da comunicação. O Lúcio tem dificuldade pra falar, não tem imitação de voz adequada, o outro não fala baixo. É esse o entendimento e o povo não é burro não, o povo percebe isso.* (Roberto)

Sobre os temas abordados pelos candidatos em seus programas o mais lembrado e considerado de maior relevância foi o da segurança pública. A menção às notícias sobre crimes violentos que atingem até mesmo “pessoas como nós”, sugerem um sentimento de temor generalizado vivido no dia a dia.

*- Eu acho que o caso da gente ter visto essas questões de violência, aquela menina, filha do dono da Pirineus, que deixou todo mundo tonto com aquele crime, aquele roubo. Foram muitos os crimes recentes, que chocam, porque a gente vê que são pessoas como nós, que são pessoas que toda hora tão aí nas ruas, nos sinais e a gente pode tá passando por uma coisa dessas. Eu acho que é um tema relevante. (Lilian)*

As percepções sobre as formas de combate a violência mostradas no programa do governador Cid Gomes expressaram posicionamentos políticos críticos sobre ações policiais repressivas consideradas menos eficazes que as preventivas. A elaboração mais detalhada deste posicionamento político assumido pelo segmento social ao qual pertence, classe média alta, com escolaridade de nível universitário, é expressa paradigmaticamente por Roberto:

*- A relação entre segurança e educação. Agora, eu acho importantíssimo, não sei se vocês pensam assim, eu senti isso desde o início, é que ele (Cid), intencionalmente ou não, eu creio que sim, ele está criando, procura demonstrar que está criando uma infra-estrutura para o combate. Não é remediar, ele está preparando toda essa infra-estrutura, por isso é que ele fala na polícia, na educação do policial, na academia de polícia, vai falando de todos os outros elementos no sentido... por exemplo, fala da parte do instituto de medicina legal, fala do instituto de identificação, em tese tudo isso tá presente. Isto é, o lado da polícia técnica, da polícia científica, né?, isso é infra-estrutura, isso não vai atingir a pessoa menos esclarecida, mas quem tem sensibilidade percebe que isso é fundamental pra qualquer transformação que posso vir a ocorrer. Aí existe uma distância, é um oceano de distância, entre a posição do Cid e dos outros dois candidatos, porque é sempre o lado da denúncia, é sempre o lado do ocasional, do desejo, mas não demonstra como isso pode se estabelecer ou como essa infra-estrutura deve se estabelecer, porque está claro que ela não existe no Ceará, essa infra-estrutura não existe no Ceará. (Roberto)*

Outro aspecto do estilo de recepção do grupo é a manifestação de divergências ou convergências entre os participantes através de fluxos de opiniões que se estabelecem entre eles.

Um desses fluxos de discussão reportou-se à avaliação da importância positiva ou negativa dos apoios políticos recebidos pelos candidatos ao governo. Foram manifestadas dúvidas sobre a influência da imagem de Tasso na campanha de Marcos Cals para o governo do Estado:

*- A gente fala de uma visão que reflete um segmento.(pressuposto: aquele ao qual pertencemos) Eu acho que o Tasso deve ter peso, a fala dele deve ter peso pra pessoas mais*

*humildes, pras pessoas do interior, e a gente sabe que ele tem uma forte influência no interior.*(Lilian)

*- A figura do Tasso pra nós aqui em Fortaleza não cola, mas eu acho que no interior cola, então isso é variável, isso não pode ser em tese, o candidato apareceu e prejudicou o outro, em tese não. Pois é, eu acho que no interior cola, isso aí cola no interior.* (Roberto)

Predominou a opinião de que o apoio do ex-governador e candidato ao senado Tasso Jereissati não trazia dividendos políticos positivos para a candidatura de Marcos Cals.

*- Eu já vejo que o Tasso, as declarações do Tasso, no meu entender, fazem é diminuir o candidato. Só por uma questão de empatia, eu não vejo o Tasso como um candidato, eu não reconheço ele...* (Alexandre)

*- Mas o que a gente tem visto nas últimas eleições, é que sempre que o Tasso aparece, o candidato dele aí que cai mais na pesquisa, ele é pé frio. Ele é uma pessoa de nome.* (Lúcia)

Foi consensual a percepção de que Cid Gomes tinha força própria para se eleger sobrepondo-se assim aos apoios políticos recebidos.

*- O Cid não usou nenhum depoimento de ninguém pra reforçar a candidatura dele, é isso que eu estou querendo colocar também.* (Alexandre)

*- É interessante isso aí, é muito interessante. Porque eu acho, eu não vou dizer que ele precise no sentido de que ele será eleito, porque ele seria eleito de qualquer forma, mas eu acho que a quantidade de votos do Ciro está também ligada à figura do Lula... isso pra mim é uma coisa tranquila.* (Roberto)

O uso da imagem do Lula na campanha do Lúcio Alcântara foi considerado usurpação oportunista que não favorecia ao candidato:

*- Agora, especificamente para esse programa, o Lúcio quando fala, o pano de fundo é o Lula e tal. Agora, não cola, não cola porque não existe essa pseudo-intimidade ou esse pseudo-apoio só na invocação presença não funciona, não funciona agora o desejo dele é que funcionasse.* (Roberto)

*- Quando o Lula fala, ele diz que o Governador dele é o Cid. O povo sabe, o povo não é burro, sabe que Lula tá apoiando o Cid.* (Lucia)

O direcionamento da discussão sobre a disputa presidencial conduziu a manifestações mais acaloradas sob o crivo de posições políticas pessoais de cunho mais ideológico assumidas pelos participantes do grupo. O ponto principal do dissenso situou-se menos sobre os próprios candidatos à presidência e mais sobre o que essas candidaturas representavam em termos de temporalidades políticas distintas: a de FHC e Lula. Dois participantes polarizaram o embate verbal com os demais se alinhando a um ou outro através de breves intervenções de concordância ou discordância.

As falas longas são acompanhadas de argumentação cuidadosa que justificam as posições políticas declaradas:

- *Sim, a pergunta é sobre o vínculo entre o Senado, o Governo e o Federal, né? Bom, eu vou começar falando da Dilma da seguinte maneira, eu acho que a Dilma, que ela passa, no meu modo de entender, a imagem de um executivo competente, de uma pessoa que faz as coisas funcionar. Então é como uma executiva. Ela me passa também a imagem de uma pessoa autoritária, certo? A outra coisa que eu acho é seguinte, falta a ela o que sobra no Lula, isto é, a visão política, humanista. (...) Então, eu acho que ela é isso, eu acho ela é autoritária, mas acho que ela tem competência, ela tem competência. O que me anima, eu acho que de certa forma, o Lula poderá interagir no processo de administração dela por algum tempo, eu sei que ele vai se afastar, mas por algum tempo, eu acho que ele vai ser um conselheiro importantíssimo porque ela tá começando a aprender a se comportar politicamente, porque até então a imagem dela não era de política. (...) Agora, ao contrário do que você fala (no caso Alexandre) eu voto na... rapaz, eu tenho que dizer isso com um cuidado, com uma convicção, porque eu não sou uma Maria vai com as outras, mas eu vou votar na Dilma por causa do Lula. E por exclusão, não consigo imaginar um governo do Serra, que pra mim significa o retorno do Fernando Henrique Cardoso, pretensioso, incompetente, um pseudo-intelectual, certo? (Roberto)*

- *Mas o que o senhor acha, se o Lula tivesse apoiando a Marina, você acha que ela ganhava? (Intervenção de Lílian)*

- *Eu acho que muita coisa era capaz de alterar. Porque eu acho que quem tá se elegendo aí não é a Dilma, é o Lula, é o Lula que tá se elegendo. A gente fala assim, tá se elegendo por causa das políticas de apoio, populista, tá dando dinheiro pra pobre, mas não é verdade. O Lula fez uma coisa que nenhum outro Presidente da República conseguiu fazer até hoje, que foi criar um mercado interno. Você tirar a pessoa da condição de miséria, no volume em que ele tirou, a gente não pode desconhecer isso, isso é algo que pesa decisivamente, essas pessoas que passaram a ter uma nova vida, não foi por uma benesse populista, foi por uma convicção política de que essas pessoas precisam ter a assistência que tiveram pra se estarem na condição em que se encontram hoje. E esse processo que eu espero, imagino que vá ter continuidade, tá? (Roberto)*

O alinhamento político a favor ou contra Lula e o petismo deixou marcas nas intervenções posteriores dos membros do grupo em um debate que enveredou sobre a possibilidade da permanência de governos do PT tornar-se ou não, uma ameaça à democracia.

- *Eu não voto na Dilma de jeito nenhum, eu acho que a gente tem que mudar, e eu acho que com a Dilma a gente vai acabar numa ditadura. (Regia)*

- *Deus me livre, eu já sofri demais com esse negócio, não quero saber desse negócio não e se esse perigo houver... Como dizia Voltaire, posso não concordar em todo com suas palavras, mas morro defendendo seu direito de dizê-las (...). Eu acho que não tem a menor possibilidade ter postura semelhante a da Venezuela, quem saiu de uma ditadura como nós saímos, não vai admitir ditadura com coloração nenhuma. Eu não sou a favor de ditadura de esquerda, nem de direita, nem verde, nem amarela, nenhuma! (Roberto)*

- *Essa política internacional brasileira é desastrosa. Nós temos alinhamentos com o que há de pior, a pior escória das ditaduras do mundo, o Brasil tá se alinhando. Os bolivarianos aqui do continente, aqueles ditadores sanguinários da África, é o que nós vemos. O que nós vemos é isso, é o alinhamento do Lula e espere Deus que esse alinhamento, e que esse posicionamento internacional desastroso do Itamaraty não seja continuado... (Alexandre)*

- *Me deixa fazer uma colocação, se a Dilma instalasse uma ditadura, eu queria só perguntar ao Dr. Roberto, se ele acha que nós eleitores hoje, estaríamos preparados pra ir a rua mesmo e colocar pra fora?* (Lilian)

- *Oxente, pois foi o que aconteceu na minha vida toda, foi essa, lutar contra ditadura, por que eu vou aceitar uma ditadura agora? Eu tenho uma história de vida, eu sei que não sou eu só, eu tenho uma história de vida de uma pessoa que não suporta isso. Eu não suporto isso, bom, eu não suporto.* (Roberto)

- *Então o terror é esse, é de nós termos essa semente, essas coisas que a gente tá acostumado a ver nos regimes populistas. Então, por isso que nesse momento é para ser um Zé Serra, por pior que fosse, mas pra dar uma ruptura num sistema que tem toda uma ciência maquiavélica pra se perpetuar no poder.* (Alexandre)

O tom engajado e quase ríspido da discussão entre os participantes explicita posicionamentos políticos prévios subjacentes aos processos de decisão e justificação nas decisões de votos. Os programas eleitorais são utilizados para acompanhar o curso das campanhas e fornecer argumentos e contra argumentos nos círculos de conversa sobre política, tal como aconteceu na sessão descrita na qual os participantes extrapolaram em muito á análise dos programas assistidos.

#### 4. Considerações finais

Retomo 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 do que Stuart Hall nomeia como “sentidos preferenciais,”<sup>5</sup> mas porque eles os tomaram como álibi 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 de modo a facilitar a tarefa do pesquisador de classificar o material coletado em função de tipos ideais de recepção tal como proposto por Stuart Hall.<sup>6</sup> Tal procedimento metodológico pressupõe que um pesquisador que

---

<sup>5</sup>Termo utilizado por Stuart Hall no texto “Codificação e decodificação” para reportar-se ao fato de que a gramática de produção de textos supõe uma determinada competência genérica partilhada entre emissores e receptores de modo que a comunicação seja possível pelo entendimento das mensagens mais enfáticas in *Teoria da Recepção* in **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Editora UFMG, Belo Horizonte, MG , 2003

<sup>6</sup>Stuart Hall menciona três tipos ideais de recepção: a) hegemônica-dominante, quando o receptor interpreta o sentido do texto de direta e completa, operando dentro do código

utilize as ferramentas analíticas adequadas, é capaz de realizar uma prévia “leitura competente” do “corpus discursivo” que lhe permite avaliar e tirar conclusões sobre os “deslizamentos” de sentidos operados nas “leituras dos profanos”. A “escuta” do material das gravações das sessões, porém me conduziu a outros “achados”.

A análise desenvolvida sugere que os participantes dos diferentes grupos apresentaram “estilos de recepção” diferenciados, em função de formas de uso ou apropriação dos programas eleitorais que se vinculavam às suas experiências prévias e às próprias condições de realização da pesquisa. . O termo “estilo de recepção”, utilizado por mim neste texto guarda alguma simetria com o de “estilo de comunicação” proposto por Catherine – Orecchion (2006: p119) para “focalizar comportamentos de uma mesma comunidade que obedecem a alguma coerência e esperar que sua descrição sistemática permita depreender o “perfil comunicativo” dessa comunidade”. No caso de “estilos de recepção” o objetivo seria 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. Quais desvios ou “invenções” os consumidores de discursos políticos são capazes de operar integrando-os às suas práticas cotidianas? Esta indagação me parece pouco explorada nos chamados “estudos de recepção”. Para Michel Certeau *“a presença e a circulação de uma representação (ensinada como o código da promoção sócio econômica por pregadores, educadores ou por vulgarizadores) não indicam de modo algum o que ela é para seus usuários. É ainda necessário analisar sua manipulação pelos praticantes que não a fabricam. Só então é que se pode apreciar a diferença ou a semelhança entre a produção da imagem e a produção secundária que se esconde nos processos de sua utilização”*. (Certeau, 2003:p40) O autor propõe que a pesquisa seja feita *na perspectiva*

---

dominante; b) “código negociado”, quando o receptor reconhece a legitimidade das definições hegemônicas em abstrato, mas desenvolve uma posição crítica sobre temas específicos; c) a posição do “código de oposição”, quando o receptor a mensagem de uma maneira completamente contrária ao sentido preferencial. (Hall, “Codificação e Decodificação”, op cit p. 400-404)

*da enunciação que se opera no campo de um sistema lingüístico colocando em jogo uma apropriação, ou reapropriação da língua por locutores; instaurando um presente relativo a um momento e a um lugar; estabelecendo um contrato com o outro (o interlocutor) numa rede de lugares e de relações.*

Admito que as pesquisas de recepção de discursos políticos não devem restringir-se aos parâmetros metodológicos das pesquisas com “grupos focais” centradas nos conceitos de codificação e decodificação de sentidos inscritos em determinados textos. Uma contribuição interessante pode ser buscada na análise conversacional cujo *“objetivo é, precisamente, explicitar regras que sustentam o funcionamento de trocas comunicativas de todos os gêneros; ou em outros termos, decifrar a “partitura invisível” que orienta (sempre lhe deixando uma margem de improvisação) o comportamento daqueles que se encontram engajados nessa atividade polifônica complexa que é a condução de uma conversa”* (Catherine Kerbrat – Orecchioni, 2006: p 15). Parece-me claro que apesar da presença de um mediador que pauta temas, propõe questões 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. Ressalto a importância de direcionar a análise para os fluxos relativamente livres de comunicação que permitam inferir sobre certa “ordem da conversa”<sup>7</sup> co-elaborada pelos próprios participantes de um grupo negociando entre si a interpretação de sentidos.

## **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  
**Almeida, Jorge. A conquista do lugar de fala e a fala fora do lugar nos discursos de FHC e Lula sobre o Real.** In: RUBIM, Antônio Albino Canelas et

---

<sup>7</sup>O 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.



- alii.* (Org.). **Práticas discursivas na cultura contemporânea.** São Leopoldo, RS: Compós.
- Amossi, Ruth. Imagens de si no discurso – a construção do ethos.** Editora Contexto. SP 2005
- Bourdieu, Pierre. O Que Falar Quer Dizer.** . Difel. Algés – Portugal. 1998  
-----**Coisas Ditas** . Editora Brasiliense, SP, 1990
- 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  
----- *Como se Faz e Desfaz um Fenômeno Eleitoral: o caso Roseana* in **Eleições Presidenciais 2002 no Brasil – Ensaio Sobre Mídia, Cultura e Política.**
- Certeau, Certeau, A Invenção do Cotidiano 1. Artes de Fazer.** Editora Vozes, Petrópolis RJ, 1994
- Charaudeau, Patrick.** Discurso Político Ed. Contexto, SP, 2006
- Charaudeau, Patrick e Maingueneau Dominique.** Dicionário de Análise do Discurso. Ed Contexto, SP, 2006
- 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  
----- Eleições Presidenciais de 2002- Ensaio sobre mídia e política. Hackers Editores/ CULT. SP, 2004
- FAUSTO NETO, Antônio.** A deflagração do sentido - estratégias de produção e captura do sentido in **Sujeito, O Lado Oculto do Receptor;** Brasiliense, SP, 1994
- Hall, Studart,** *Teoria da Recepção* in **Da Diáspora: identidades e mediações culturais.** Editora UFMG, Belo Horizonte, MG , 2003
- Orecchioni, Catherine Kerbrat.** **Análise da Conversação - princípios e métodos.**Ed. Parábola, SP, 2006
- Porto, Mauro.** **Televisão e Política no Brasil - A Rede Globo e as interpretações da audiência** .E-Papers, Rio de Janeiro, 2007
- Spink, Mary Jane ( org).** **Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas.** Cortez Editora. São Paulo, 1977
- Thompson, John B. Ideologia e Cultura Moderna.** Editora Vozes, RJ, 1999 ( capítulo 6. "A Metodologia da Interpretação" )