



AS CLASSES SUBALTERNAS E O MUNDO DA POLÍTICA: senso comum e bom senso na recepção e decodificação do HGPE nas eleições de 2004*

João Emanuel Evangelista**

Palavras-chaves: eleições, recepção, propaganda eleitoral (HGPE)

Revolução passiva, democracia e classes subalternas no Brasil

A recepção das mensagens e das informações políticas sobre a campanha eleitoral, veiculadas no horário gratuito de propaganda eleitoral (HGPE) na televisão, ocorre em determinadas condições sociopolíticas previamente existentes. As formas de consciência e práticas sociais produzidas na vida cotidiana são marcadas pela necessidade que os homens têm de responder às demandas imediatas e múltiplas da reprodução das condições de existência material e da vida em sociedade.

A vida cotidiana é marcada pela heterogeneidade, pela imediatividade e pela superficialidade extensiva. Isso significa dizer que na vida cotidiana a uma interseção de todas as formas de atividade humana (heterogeneidade), a atitude humana específica é a conduta imediata (imediatividade) e os homens empenham integralmente todas as suas forças e atenções (superficialidade extensiva). No cotidiano, os indivíduos respondem funcionalmente às situações fragmentárias vivenciadas, atuando através da manipulação das variáveis que estão imediatamente disponíveis (EVANGELISTA, 2002). Na reprodução da vida cotidiana, os indivíduos agem como seres singulares na condição de “homem inteiro”. Apenas quando há uma interrupção no fluxo da cotidianidade, é possível os indivíduos alcançarem-se à condição universal do “inteiramente humano” (LUKÁCS, 1966), através de atividades que exigem o esforço e a concentração indispensáveis para a superação da heterogeneidade, imediatividade e superficialidade.

Na vida cotidiana, os homens não atuam primordialmente como sujeitos cognoscentes, mas como seres que agem praticamente em função dos seus interesses e necessidades imediatas nas suas relações sociais. Nas suas atividades prático-sensíveis, os homens produzem um conhecimento sobre a realidade em que estão inseridos, através da criação de um sistema de representações e noções que constituem as referências explicativas e valorativas que orientam suas práticas sociais. A partir de suas múltiplas experiências cotidianas, através de analogias e inferências lógicas generalizantes, os homens elaboram sua consciência do mundo, num claro-

* Trabalho apresentado no GT Mídia e Eleições do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, ocorrido na Universidade Federal da Bahia – Salvador-BA, 2006.

** Professor Adjunto da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e pesquisador de Comunicação e Política.

escuro epistemológico de verdade e engano (KOSIK, 1976). O conhecimento do senso comum é a base para a prévia ideação necessária a toda e qualquer ação humana cotidiana. Reitera-se, assim, uma característica fundamental da atividade humana, já que aquilo que os homens fazem é sempre objetivação e exteriorização de alguma forma de subjetivação, por sua vez relacionada a algum modo de consciência individual socialmente elaborada (LESSA, 2002). Para os homens, essa consciência do senso comum é, todavia, suficiente para atuar e responder as exigências da vida cotidiana com intimidade, confiança e familiaridade.

Os indivíduos não existem como seres isolados que se apenas interagem com os demais nas relações sociais em que estão envolvidos. Os indivíduos são a expressão das relações sociais que são vividas em uma determinada situação histórica, como componentes dos grupos sociais que são por eles constituídos e que lhes são constituintes. Os membros de determinado grupo social compartilham um modo comum de pensar e agir que configura sua concepção de mundo. Numa sociedade capitalista, as classes sociais, que são os principais grupos sociais, elaboram suas próprias ideologias ou concepções de mundo. Uma ideologia ou concepção de mundo “se manifesta implicitamente na arte, no direito, na atividade econômica, em todas as manifestações de vida individual e coletiva” (GRAMSCI, 1999: 98-99), atuando no sentido de cimentar e unificar aquela modalidade de vida social. São as ideologias que permitem aos indivíduos tomarem consciência e assumirem atitudes diante da realidade dos conflitos e contradições sociais, representando ao mesmo tempo uma forma de conhecimento sobre a realidade e uma orientação normativa e valorativa para suas práticas sociais.

Nas sociedades capitalistas modernas, as classes e os grupos sociais, através de suas concepções de mundo, disputam entre si a hegemonia na vida política e cultural e apresentam níveis internos articulados e diferenciados de elaboração e coerência lógica. Para Gramsci, essas concepções de mundo são compostas pela “filosofia”, pela “religião” e pelo “senso comum”. A filosofia é a crítica e a superação da religião e do senso comum, configurando uma “ordem intelectual” dotada de coerência e unidade próprias. A religião e o senso comum são manifestações dessas concepções de mundo marcadas pelo caráter contraditório e fragmentário. Para que haja a hegemonia de uma concepção de mundo, a filosofia, que é seu núcleo racional e sistemático, precisa transformar-se em um movimento cultural, em uma “religião”, em uma “fé”, sendo a premissa teórica implícita das atividades práticas e da vontade coletiva naquele momento na sociedade (GRAMSCI, 1999). Assim, uma concepção de mundo hegemônica precisa traduzir-se no senso comum que modela a sociabilidade e orienta as práticas sociais na vida cotidiana.

O senso comum é a concepção de mundo vigente entre os “homens-massas” que integram as classes subalternas, caracterizando-se por ser um “tipo histórico de conformismo”. Nas classes subalternas, a concepção de mundo hegemônica “não é crítica e coerente, mas ocasional e desagregada”, conformando uma “personalidade” compósita e bizarra: “nela se encontram elementos dos homens das cavernas e princípios da ciência mais moderna e progressista, preconceitos de todas as fases históricas passadas estreitamente localistas e intuições de uma futura filosofia que será própria do gênero humano mundialmente unificado” (GRAMSCI, 1999: 94). Há um “contraste entre o pensar e o agir”, numa “coexistência de duas concepções do mundo, uma afirmada por palavras e a outra manifestando-se na ação efetiva” (Idem, p. 97). As classes subalternas têm sua própria concepção de mundo, que é embrionária e se manifesta na ação de modo descontínuo e ocasional, porém “toma emprestado a outro grupo social, por razões de submissão e subordinação intelectual, uma concepção que não é sua, e a afirma verbalmente, e também acredita segui-la” (Idem, p. 97). O senso comum possui “as características difusas e dispersas de um pensamento genérico de uma certa época em um certo ambiente popular” (Idem, p. 101). É a forma de consciência contraditória do “homem ativo de massa” que atua praticamente mas não tem uma consciência teórica da sua ação. No senso comum, há uma forma de consciência implícita na ação de transformação prática da realidade e outra forma de consciência “superficialmente explícita ou verbal, que ele herdou do passado e acolheu sem crítica” (Idem, p. 103). A incorporação da concepção de mundo hegemônica promove a vinculação social e a subordinação moral e intelectual às classes dominantes, influenciando sobre a conduta moral e a direção da vontade das classes subalternas, “de uma maneira mais ou menos intensa, que pode até mesmo atingir um ponto no qual a contraditoriedade da consciência não permita nenhuma ação, nenhuma escolha e produza um estado de passividade moral e política” (Idem, p. 103).

Todavia, nessa concepção de mundo em que se dá a combinação “mais ou menos heteróclita e bizarra” entre “o velho e o novo”, há elementos dispersos que podem, quando articulados e sistematizados criticamente, promover e potencializar a luta por uma contra-hegemonia das classes subalternas. Trata-se do “núcleo sadio do senso comum, que poderia precisamente ser chamado de bom senso e que merece ser desenvolvido e transformado em algo unitário e coerente” (GRAMSCI, 1999: 98). O bom senso precisa ser contraposto criticamente ao senso comum, através da ação sistemática dos intelectuais orgânicos das classes subalternas e suas organizações culturais e políticas. A formação de um novo “bloco intelectual-moral” que favoreça a superação crítica do senso comum pelas massas populares é a condição para a

disputa da hegemonia pelas classes subalternas. Para mudar o “panorama ideológico” da sociedade em um determinado período histórico, é necessária a criação de “elites intelectuais de novo tipo, que surjam diretamente da massa e que permaneça em contato com ela”, que tenha por objetivo “trabalhar de modo incessante para elevar intelectualmente camadas populares cada vez mais vastas” (Idem, p.110). Na disputa pela hegemonia junto às massas populares, a filosofia da nova concepção de mundo “não pode ser vivida senão como uma fé” (Idem, p. 109), configurando-se níveis cada vez mais elevados de um novo tipo de senso comum das classes subalternas.

Nas condições históricas brasileiras, o desenvolvimento do capitalismo seguiu a lógica da revolução passiva como via particular para a implantação e a consolidação da forma de dominação de classe nas sociedades modernas. A expansão do sistema capitalista de produção de mercadorias não é acompanhada pela implantação disruptiva e radical do Estado moderno e a criação de vias institucionais democráticas abertas à participação universal e dirigidas à promoção dos direitos básicos da cidadania. O peso do passado oligárquico e escravista bloqueou as possibilidades de mudanças estruturais e adotou-se a reprodução da conciliação permanente entre os interesses das velhas e das novas classes dominantes, num arranjo político-institucional excludente e elitista gestado pelo alto que excluiu sistematicamente a participação política das massas populares. Os mecanismos republicanos ficaram confinados à superfície da vida política. Durante longo período, o exercício da cidadania ficou restrito às classes proprietárias e aos segmentos urbanos dos chamados profissionais liberais; e, nos períodos subseqüentes, como resultado de prolongadas lutas sociais, são incorporados outros segmentos médios urbanos assalariados e setores da classe operária que ocupavam momentaneamente uma posição estratégica para o processo de acumulação capitalista, configurando uma situação de cidadania regulada (SANTOS, 1987).

Um das principais conseqüências da revolução passiva no Brasil foi a existência de uma relação assimétrica entre um Estado forte e hipertrofiado e uma sociedade civil frágil e gelatinosa (VIANNA, 2004). Nesse contexto, os conflitos e as lutas deslocavam-se da sociedade civil e do mercado capitalista para o interior do Estado, que desempenha o papel de centro impulsionador de mudanças políticas e socioeconômicas. Com isso, as disputas políticas entre os diferentes segmentos das classes dominantes foram concentradas na luta pelo controle dos aparatos governamentais e da burocracia do Estado brasileiro, que se tornou o palco privilegiado dos conflitos e das contradições em torno da definição de políticas públicas e da distribuição da riqueza social produzida. Esse cenário sociopolítico mostrou-se muito apropriado para a reprodução da tradição patrimonialista nas

relações entre o Estado e a sociedade civil em nosso país. A acumulação privada de capitais dependia diretamente das decisões políticas emanadas do aparelho burocrático e das instâncias decisórias do Estado nacional. A privatização do Estado pelas classes dominantes e as restrições postas à democratização da sociedade e da cultura brasileiras, além da concentração da riqueza e das colossais desigualdades sociais, são fenômenos nacionais que possuem uma origem comum.

Assim, o desenvolvimento do capitalismo no Brasil assumiu o caráter de uma modernização conservadora ou uma modernização seletiva, em que apenas as classes proprietárias e certos profissionais e trabalhadores assalariados que lhes eram imprescindível foram incorporados à lógica do Estado e do mercado modernos. O passado escravista exercerá uma determinação fundamental para as restrições à universalização dos direitos sociais básicos e ao exercício efetivo da cidadania. A experiência histórica do escravismo produziu desigualdades sociais e econômicas que dificultarão o reconhecimento social e político dos subalternos, criando uma diferenciação estrutural entre os indivíduos e classes sociais inteiras (SOUZA, 2000).

Disso resultou uma república em que apenas uma minoria é reconhecida em seus direitos sociais e políticos básicos e possui as condições materiais e simbólicas para o exercício efetivo da cidadania na vida cotidiana. O processo político brasileiro será marcado pela coexistência de uma diferenciação entre cidadãos e subcidadãos. A grande maioria dos brasileiros que integram as classes subalternas e sobrevive da inserção precária no mundo do trabalho estão reduzidos à condição de subcidadania, apesar da existência das franquias e dos formalismos da democracia (SOUZA, 2003). O mundo da política, expressando a natureza excludente e particularista da sociedade brasileira e a permanência dos seus abismos sociais produzidos pelas desigualdades sociais e de classes, aparece e se manifesta como uma realidade distante e alheia ao mundo cotidiano dos subalternos.

Esse é o substrato estrutural que explica a trajetória histórica da política brasileira, marcada por interregnos de democracia e longos períodos autoritários e ditatoriais. Na sociedade brasileira, as classes dominantes não se mostraram, na maior parte do tempo, capazes de exercer uma hegemonia duradoura e mais ou menos estável, em torno de um projeto nacional que obtivesse o consentimento ativo ou passivo da maioria da população. Por isso, a experiência brasileira destaca-se pela evidente fragilidade da democracia e a existência de uma democracia socialmente limitada e excludente.

O regime militar implantada com o golpe de Estado de 1964 constituiu mais um episódio na lógica passiva do desenvolvimento do capitalismo no Brasil. Apesar das restrições institucionais à participação política, houve um significativo incremento e

fortalecimento das organizações constitutivas da sociedade civil, que foram o suporte societário para o aparecimento do chamado novo sindicalismo e de vigorosos movimentos sociais que adensaram a luta pela redemocratização e aprofundaram a crescente deslegitimação política do regime militar e possibilitaram a transição controlada à democracia. Em 1985, através do colégio eleitoral, é eleito um governo civil que encerra o longo período ditatorial pós-1964. A transição à democracia é acelerada com a promulgação de uma nova Constituição em 1988 e o restabelecimento das eleições diretas para Presidente da República em 1989.

Nesse novo período democrático, a sociedade brasileira presenciou a consolidação da democracia eleitoral com a institucionalização de um sistema político-eleitoral que assegura eleições regulares para os mandatários e representantes políticos nacionais e estaduais em intervalos sucessivos e alternados.

Todavia, esse processo de democratização ficou limitado à dimensão da democracia formal e não se traduziu em democracia substantiva. A democracia política não foi capaz de promover a supressão, nem sequer a redução, das abissais desigualdades sociais e de classes, oferecendo condições sociais básicas de existência material para todos os brasileiros. A institucionalização da democracia não acarretou a melhoria das condições de vida para a maioria da população, sobretudo para as classes subalternas que foram historicamente excluídas do exercício da cidadania. A isso se somou a reiteração generalizada de práticas políticas de caráter tradicional que foram gradativamente corroendo a legitimidade das instituições políticas, dos governantes e dos representantes políticos. Há muito são evidentes os sinais de crise do sistema de representação política no Brasil. É notória a crescente desconfiança e descrédito dos brasileiros, sobretudo das classes subalternas, em relação aos seus representantes políticos e às instituições políticas, incluídos os partidos políticos e as instâncias legislativas nacionais, estaduais e municipais. Os processos políticos são marcados pela mercantilização dos mandatos eletivos e das campanhas eleitorais. Depois de eleitos, muitos executivos e parlamentares ignoram os compromissos políticos e programáticos assumidos com os eleitores. Atuam como simples agentes do patrimonialismo, privilegiando seus interesses pessoais ou particulares no trato da coisa pública, ou intermediando os negócios privados que são feitos com órgãos governamentais. Com isso, naturalizam as práticas do clientelismo e da corrupção como característica do mundo político. Por sua vez, a grande mídia dá grande visibilidade pública a essas práticas políticas, contribuindo para a desqualificação da política, o que ofusca as atividades de representantes políticos que se pautam pelo cumprimento das suas funções democráticas e republicanas e que

exercem seus mandatos com honestidade e competência e são socialmente comprometidos com os interesses da maioria da população brasileira.

Esta é realidade sociopolítica que constitui a matéria-prima para a produção do conhecimento sobre as experiências cotidianas e que alimenta o senso comum das classes subalternas. A recepção das informações sobre o mundo da política é determinada pela desconfiança e o descrédito generalizados juntos aos eleitores das massas populares. Essa forma de concepção de mundo presidiu também a recepção do HGPE nas eleições para a Prefeitura de Natal em 2004.

A recepção e decodificação do HGPE nas Eleições em Natal (2004): senso comum e bom senso nas classes subalternas

Durante os processos eleitorais, as potencialidades da mídia revelam-se, principalmente pela divulgação das mensagens políticas durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), que representa uma das mais importantes fontes de informações políticas para os eleitores. No HGPE, os candidatos procuram persuadir os eleitores, através de estratégias de campanha baseadas na sedução midiática. O estudo desse espaço institucional, assegurado legalmente para a atuação dos partidos políticos no Brasil, permite uma observação privilegiada do processo político, dos seus atores, das suas propostas político-ideológicas e suas plataformas administrativas, nas suas novas configurações contemporâneas (ALBUQUERQUE, 1999).

Todavia, é necessário sublinhar que, segundo os estudos de recepção, essa relação entre a mídia e o público-eleitor não é unilateral, tal como propunham as pesquisas de comunicação pioneiras nos EUA. Essas relações são marcadas pela existência de múltiplas mediações, que se efetivam através da participação ativa dos espectadores. O processo de decodificação das informações e mensagens produzidas e apresentadas pela mídia mobiliza as referências culturais e ideológicas de homens e mulheres inseridos em complexas teias de relações sociais necessariamente plurais, que atravessam classes, gêneros, etnias, filiações religiosas e tradições culturais (MARTIN-BARBERO, 1987, 1995 e 2001; GOMÉZ, 1991 e WOLF, 1987). A partir de inovadora compreensão das suas relações com a política e a cultura, a comunicação passa a ser concebida como um processo de produção de significações sociais que ocorre nas práticas e relações sociais cotidianas.

Para evitar equívocos metodológicos, deve-se ainda considerar que o processo comunicativo não assegura uma relação de equilíbrio entre a produção e a recepção das mensagens, de tal modo que não se pode elidir que há uma assimetria nas relações de poder entre os produtores e os receptores das mensagens (PORTO, 1996). Se é verdade que os receptores não são agentes passivos no processo de

recepção, isso não implica que os receptores tenham autonomia e liberdade plenas para decodificarem as mensagens veiculadas. As mensagens são objeto de negociação sobre o seu sentido num processo compreendido pela codificação e pela decodificação, configurando uma disputa interpretativa sobre o seu significado social que constitui um momento fundamental da construção da hegemonia de um grupo ou classe social, sempre em potencial contraposição a uma contra-hegemonia encetada pelas classes e pelos grupos sociais subalternos numa sociedade capitalista (HALL, 2003).

A recepção e a decodificação das mensagens políticas ocorrem no âmbito do fenômeno mais geral do processo social de conquista e de manutenção da hegemonia, num equilíbrio sempre precário e em permanente elaboração entre os diferentes grupos e classes sociais na veiculação, na apropriação e na reprodução de uma determinada concepção de mundo que se faz hegemônica. A hegemonia implica a existência de “todo o processo social vivido, organizado praticamente por significados e valores específicos e dominantes” (WILLIAMS, 1979: 12). As relações de domínio e subordinação se desdobram na construção de identidades e relações sociais vividas no cotidiano, sob a forma de práticas e expectativas pelas classes subalternas. “É um sistema vivido de significados e valores - constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente. Constitui assim um senso da realidade para a maioria das pessoas na sociedade, um senso de realidade absoluta, porque experimentada, e além da qual é muito difícil para a maioria dos membros da sociedade movimentar-se, na maioria das áreas de sua vida. Em outras palavras, é no sentido mais forte uma ‘cultura’, mas uma cultura que tem também de ser considerada como o domínio e subordinação vividos de determinadas classes.”(WILLIAMS, 1979: 113).

Assim, a hegemonia vivida pelas classes subalternas é sempre um processo que precisa ser continuamente renovado, recriado, defendido e modificado pela múltiplas formas de resistência intuídas e criadas pelas classes subalternas na sua experiência cotidiana (WILLIAMS, 1979: 115-116). A hegemonia nunca é um fenômeno total, pois é exercida a partir da convivência contraditória com formas alternativas de política e cultura desenvolvidas pelas classes subalternas na reprodução imediata das suas condições materiais de existência social. A manutenção da hegemonia de uma determinada classe social ou bloco de classes e frações de classes depende da sua capacidade de incorporar seletivamente e neutralizar os elementos de resistência e de oposição que se manifestam no senso comum sob a forma de bom senso, que podem ser a base para a elaboração de uma contra-hegemonia das classes subalternas.

Para estudar a recepção do HGPE pelas classes populares em Natal (RN), durante as eleições para prefeito em 2004, foram formados seis grupos focais com moradores de bairros periféricos, a partir dos critérios de filiação religiosa, gênero e idade. Esses grupos focais realizaram duas sessões para a discussão de um conjunto de questões relacionadas à recepção da propaganda eleitoral, à cultura política e ao comportamento eleitoral.

De uma maneira geral, a recepção dos programas do HGPE ocorre no âmbito de sentimento de grande desconfiança em relação aos candidatos e aos integrantes do mundo da política. No senso comum das classes subalternas, os “políticos” são negativamente avaliados, em todos os grupos pesquisados, pois são vistos como pessoas que apenas fazem promessas em época de eleição e, quando eleitos, nunca cumprem os compromissos assumidos ou realizam as propostas apresentadas aos eleitores:

- “político (...) só faz prometer. É por isso que não acredito em político, porque ele promete e não faz. Não acredito em político, não” (Evandro, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).
- “Vamos esperar que tudo o que eles estão falando, eles sigam (...). Fazer o que eles estão prometendo. E não chegar, após a eleição, e esquecer o que estão prometendo na televisão” (Germano, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).
- “dá uma impressão assim: ‘tô sendo enganado’. Dá aquela impressão: ‘todo mundo tá mentindo para mim’. Porque todos os políticos, desde as primeiras eleições, dizem: “eu vou mudar, eu vou mudar o destino da cidade, vou fazer isso, vou fazer aquilo”. E, assim, (...) reforça a falta de esperança que já é preexistente, devido ao erro dos outros que vieram antes. Sempre reforça (...). Eles estão prometendo o céu, mas chega lá e não faz” (Felipe, no segundo grupo focal com jovens evangélicos).
- “Não faz nada (...). Só faz prometer e não faz nada para comunidade” (Ana, no primeiro grupo focal com mulheres da ONG).
- “No caso deles é que, realmente, só faz prometer. (...) Cumprir que é bom, nada!” (Rosamira, no primeiro grupo focal com mulheres da ONG).
- “O que eu queria é que eles fizessem alguma coisa. Só prometem, prometem... Eles só aparecem aqui de quatro em quatro anos. A realidade é essa. Vota quem quer” (Sânzia, no segundo grupo focal com mulheres da ONG).
- “não tem como eu confiar. Agora, quem já teve, é uma decepção porque não consegue ser honesto. Não consegue fazer o que deveria. Então, assim, você fica meio que compelido a desconfiar de todo mundo. Todos dizem: ‘eu vou melhorar, vou fazer isso e aquilo’” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).
- “O eleitor está tão cheio de propostas e promessas (...). Como todos são iguais, eu vou votar (...), mas não vale nada. Eles são todos iguais, fazer o quê?” (Herbert, no segundo grupo focal com jovens católicos).
- “É tudo a mesma coisa, mesmo! Porque eles só prometem” (Joab, no segundo grupo focal com jovens católicos).

Essa visão negativa é ainda mais radicalizada na associação feita por muitos eleitores entre o “político” e as práticas da mentira, da desonestidade e da corrupção.

- “Têm uns que até conseguem enganar por falar bonito (...). Mas têm outros que não estão muito preocupados em se esconder e dizer que roubam - porque os políticos roubam - e que tem muito furo nas administrações. Têm uns que ainda se preocupam em se guardar, mas têm outros que não ligam” (Elisama, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Se eles não roubassem tanto... Porque, além de roubar, prejudicam muito a sociedade. Está roubando mas está fazendo, mas quem nos garante que não está fazendo mas está roubando” (Roberto, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Na verdade, todos os políticos são corruptos. Todos. Quem disser que não, vai estar maquiando. Para mim, os piores ladrões estão aí de terno e gravata e a gente nem conhece” (Gleudson, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Ladrão por ladrão, deixa o que tá! Porque todos que entram roubam” (Rosiane, no segundo grupo focal com mulheres da ONG).

- “Só vejo eles dizendo que fulano entra para roubar. Mas todo mundo não quer isso?” (Sânzia, no segundo grupo focal com mulheres da ONG).

- “Ele investe rios de dinheiro numa campanha. Ele sabe que, se conseguir se eleger, (...) vai tirar tudo aquilo que ele investiu. Digamos, três vezes mais (...). E ele tem a certeza que vai passar quatro anos no mandato” (Antônia, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “Muitas vezes nós falamos: ‘aquele dali roubou – mas todos roubam -, só que esse fez isso ou aquilo” (Jucélia, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

Essa desconfiança generalizada, em relação ao mundo da política, potencializa os elementos de bom senso presentes na concepção de mundo das classes subalternas. É possível, a partir da recusa das práticas políticas vigentes, identificar embrionariamente a expectativa do que poderia ser uma nova forma de democracia que criasse um novo tipo de relação entre representantes políticos e as comunidades periféricas. A autonomização da política e a separação, além do alheamento e descaso, dos representantes políticos em relação aos eleitores são contrapostas a um outro tipo de política, na qual os cidadãos pobres pudessem exercer o controle sobre o funcionamento das instituições políticas e sobre a atuação dos governantes e dos parlamentares. Há um clamor surdo por formas de democracia direta e participativa, que superem os limites da democracia representativa.

- “Tem que provar a capacidade. Tem que provar que realmente tem competência. Acho que deveria existir isso para o político. Por exemplo: ele seria eleito, quando ele estivesse no mandato, ele teria que passar, digamos anualmente, por uma determinada avaliação. Se ele cumprisse aquelas metas na qual ele tinha se comprometido, aí, sim, ele poderia continuar mais um ano. Seria uma forma do eleitor, da população, controlar este político que está lá eleito quatro anos. Por que nós sabemos também que podemos ter a capacidade de fazer um ‘impeachment’, de impedir, de tirar aquele político; mas isso gera uma burocracia tão grande, depende não só de uma, duas, três pessoas, mas de muita gente. E hoje, como a nossa vida é corrida,

nem sempre quando a gente coloca um político lá a gente tem a oportunidade de tirar (...). Mas teria que ser uma coisa democrática – já que colocou lá, colocou. Em um período de um ano, aquele político teria que ser renovado – não renovado com campanha política, porque isso eu acho que toma muito tempo, mas com uma avaliação. Se ele é da Câmara Municipal, ele teria que ser avaliado ali, na Câmara, pela capacidade, pela qualidade. Algo que a gente pudesse fiscalizar mais de perto aquele candidato e que ele soubesse que, no final daquele ano, ele teria que prestar verdadeiramente contas para o eleitorado. (...) A partir do momento que ele soubesse que dentro de um ano ele ia ser avaliado, acho que ele ia se preocupar mais em fazer mais obras, em cumprir mais ou menos o que ele prometeu na época da campanha” (Antônia, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “Eles só aparecem na favela onde a gente mora de quatro em quatro em anos. Só conhece o pobre de quatro em quatro anos” (Rosiane, no segundo grupo focal com mulheres da ONG).

- “A sua administração, independente de estar na prefeitura ou em outro cargo, (...) tem que ser transparente. É sua obrigação ser transparente com a sociedade. (...) É sua obrigação. (...) Mesmo que fosse outra pessoa que está na administração, teria que fazer porque ali também tem coisas que não depende dele. Tem coisas que vêm do governo federal, que eles têm que fazer. Tem recurso pra ele fazer aquilo. E às vezes as pessoas acham que o prefeito fez aquilo porque é bonzinho” (Jucélia, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Você tá lá pra quê? Pra fazer o bem? Então, você vai ficar escalando, subindo em cima desse bem pra querer ganhar o cargo de novo ou pra ganhar a primeira vez? (...) Não fez mais do que a obrigação. (...) Você não tá aí pra fazer isso mesmo? Não importa o quanto seja bom, você nunca vai fazer tudo o que deveria ter feito. Então, subir em cima disso é meio que errado” (Felipe, no primeiro grupo com jovens evangélicos).

- “Se você pegar essa comunidade, que é uma comunidade carente que tem todos os problemas de saneamento, de segurança, de educação. (...) Não tem nenhuma obra do prefeito. Não tem nada. A prefeitura não tem nenhuma coisa aqui. Nenhuma!” - (Kelly, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Ele fica prometendo isso, que vai fazer isso e aquilo, mas ele nunca veio nem aqui. Ele foi deputado, foi vereador e nunca veio aqui em Novo Horizonte. (...) Agora que tá na política é claro que ele vem” (Ana, criticando o candidato Luiz Almir, no primeiro grupo focal com mulheres da ONG).

- “Era bom que eles viessem para saber como é que tá na comunidade o posto de saúde. Como é que eles atendem a gente. Se eles atendem bem, se eles atendem mal. Era pra eles fazerem isso aí. Não só aqui como em qualquer outro posto” (Cláudia, no segundo grupo focal com mulheres da ONG).

- “Eu acho que ela [Fátima Bezerra] foi naquele bairro só naquele dia. Se ela fosse eleita, era quatro anos para voltar de novo” (Rosiane, no segundo grupo focal com as mulheres da ONG).

- “Eu queria que eles viessem aí. Mas eles não vêm” (Cláudia, no segundo grupo focal com as mulheres da ONG).

- “Apesar de tudo, nós somos pagadores de impostos. Pagamos IPTU, pagamos água, luz... Então, é um direito nosso o que ele está fazendo!” (Fábio, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “Porque o político ele tá lá, ele tem obrigação de fazer (...). Ele tá lá para isso. Tá sendo pago para isso. Eles mostram obras que estão fazendo como se fosse um favor estar fazendo aquelas obras. E, na verdade, não é. É obrigação deles!” (Antonia, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “Porque são eles, os políticos, (...) quem mandam no estado e no município. A culpa é nossa que nós só bota eles. (...) Nós podia ter o direito (...) de nós chegar pra perto deles – já que eles estão com compromisso com o povo, estão dizendo que vão fazer aquilo que eles estão falando na televisão – pra ter a oportunidade de falar: ‘doutor, você disse que ia no meu bairro e você não veio. Doutor, você esteve lá no meu bairro e disse que ia botar água nas torneiras, a água não veio’. Mas ninguém vai ter nunca esta oportunidade para chegar em Carlos Eduardo, em Ney Lopes, em qualquer um que votar (...). O certo era chegar na Assembléia ou na Governadoria: ‘doutor, aquilo que o senhor prometeu o senhor vai fazer mesmo? (...) O senhor pode ir no centro comunitário assinar em baixo o que o senhor vai fazer?’ Mas nunca ninguém vai chegar nem perto dele para fazer isso” (Germano, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “Os próprios políticos não passam o que estão fazendo. Se as propostas que eles colocavam antes na televisão estão realmente acontecendo. E os movimentos sociais, que sempre teve esse papel de cobrar isso dos governos, os movimentos também pararam. Eu não sei se é por causa do governo Lula que isso está acontecendo. E as pessoas não vão mais pra rua cobrar. ‘Olha, isso que você estava prometendo não ocorreu. Você tem que fazer essa proposta aqui’” (Elisama, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

Os eleitores têm no HGPE uma importante fonte de informação política sobre o processo eleitoral. A sua audiência permite, mesmo com limitações, conhecer os candidatos em disputa, avaliar suas propostas, desconfiar de suas promessas e, ao mesmo tempo, fazer juízos sobre a competência pessoal desses candidatos para cumprir e realizar as propostas apresentadas ao eleitorado. Alguns observam o maior ou o menor domínio da linguagem e do meio televisivo pelos vários candidatos. Nos programas do HGPE, as imagens e a performance de alguns candidatos transmitem segurança, confiança e sinceridade, enquanto outros têm desempenho que revelam inautenticidade, falsidade e falta de credibilidade naquilo que dizem e propõem aos eleitores.

- “O político que me passa confiança, passa mais credibilidade, que eu acredito que é mais sincero é Luis Almir. Outro que passa, mas que eu nunca vou votar nele, (...) Miguel Mossoró. Não é por nada, não. Só mostra o quanto está sendo verdadeiro, ignorantemente verdadeiro (...) É polêmico, mas a pessoas podem achar que aquilo é uma jogada de *marketing*. Miguel Mossoró é aquele cara que é ignorantemente verdadeiro” (Adriano, primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Fátima fala tanto que não deixa nem o pessoal falar. Ela pega no braço da pessoa e diz: ‘vamos fazer isso e aquilo’ e a câmera gravando tudo. Luiz Almir, para mim, passa propriedade do que está falando” (Adriano, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- [Sobre o quadro Natal Bairro a Bairro no programa de Fátima Bezerra] “é uma enganação, porque as pessoas que ela pega, as pessoas que você vê que quase nenhuma tem instrução. Fala aquilo por falar (...). Vou votar em Fátima porque eu simpatizo com ela. Mas não tou nem aí pro programa de governo dela. Vou votar porque eu acho ela legal” (Joab, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “É (...) pelo fato da televisão mesmo. Porque Luis Almir ele está falando para a cidade. Ele fala como se estivesse se comunicando

com a pessoa. Já outros falam só o que estão vendo ou que decorou. Mas ele não está interagindo com as pessoas pela televisão. Isso conta muita coisa (Wênia, no primeiro grupo focal com jovens da ONG)..

- “Eu acho que ali quando o candidato está falando sozinho, sem maquiagem (...), mostra a verdadeira sinceridade do candidato. Pra ele apresentar as propostas dele sem querer maquiar e derrubar o outro. E a gente ver muito isso na propaganda de Luiz Almir, Fátima e achei muito interessante” (Gleudson, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Ela [Micarla, candidata a vice-prefeita na chapa de Carlos Eduardo] passa mais confiança quando tá falando. O sorriso dela não é tão falso. Você vê Luiz Almir sorrindo? É incrível, aquele sorriso tão falso” (Kelly, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “[A imagem] É, na verdade, uma base muito forte prá conseguir o voto de mais pessoas. (...) Pronto, quando é o rosto de Carlos Eduardo... Mas quando passa Micarla, ah não! Micarla é jornalista, trabalha desde o primeiro dia de trabalho [na televisão]” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Ela [Fátima Bezerra] fala e não necessita que outras pessoas tenham referência dela. (...) ela tá falando ali e tem uma propriedade, uma vivência (...) nas propostas. Tem um conhecimento profundo, bem respaldado. Eu acho que pessoalmente essas propostas são colocadas como um fator e, se referindo a Fátima, ela fala com propriedade sobre o orçamento participativo, uma gestão participativa, que a sociedade escolhe fazer junto. Eu acredito nesse tipo de gestão, aonde a gente se sente mais perto, onde a história é completada com outros autores. A credibilidade começa a voltar dentro destas propostas” (Paulo, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Não tem necessidade dela [Fátima Bezerra] estar mostrando isto. Porque é apelante isto! Por que tem que beijar uma criança? Sempre aparece! Beija uma criança, aparece beijando uma doente, um idoso” (Kelly, no segundo grupo focal com jovens evangélicos).

- “É a plaquinha do ‘eu estou sendo falso’. A partir do momento que você diz: ‘eu sou do povo’. O fato de você mostrar isto, já diz assim: ‘eu sou falso’. Porque não anda em beco de favela, não anda no bairro em que eu moro, não anda! Nunca vi! Eu tenho dezenove anos e, até hoje, só cruzei com Fátima uma vez (e foi na Cidade Alta, ela tava dando uma entrevista), e com Vilma, ela passou na minha rua, apertou a minha mão e disse: ‘vote em mim, estou contando com você, eu asfaltei esta rua, viu?’. Eles não dão um passo na rua para perguntar... Isto é disfarçar a falsidade, é querer ganhar seu voto com algo falso” (Felipe, no segundo grupo focal com jovens evangélicos).

- “Agora, uma coisa que me choca é quando aparece nas imagens (Carlos Eduardo passou, Luiz Almir...) de político beijando criança, aquelas mulheres bem pobres, coitada, aqueles homens. (...) Eu não gosto destas imagens. Gosto mais quando aparece a imagem de uma obra, de algo que eles fizeram ou de uma futura que eles iam fazer. Quando passa aquela imagem de uma pessoa carente, de uma pessoa coitadinha, aí eu não gosto. Porque é falsidade aquilo. Porque, sem ser horário político, eles não vão de casa em casa abraçando todo mundo fedorento, todo mundo sujo. Eles não vão. A verdade é essa! Aí, na campanha, eles abraçam todo mundo, beijam todo mundo. Aí, você quer dizer que aquilo é por amor ao povo. Não é! Acho que é demagogia, neste sentido. Então, o que me chama a atenção é isso: eles usarem a imagem do povo carente” (Antônia, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “Têm umas coisas que a gente vê que é verdade. Mas têm outras que só é só é mentira e promessa. (...) Têm os candidatos que a

gente olha assim (...) que pelo menos a gente vê que pode fazer alguma coisa. Mas é muito difícil. Mas têm aqueles que (...), como Fátima, como Carlos Eduardo, que para mim só têm mentira na parte deles. Porque quando eles ganham, não fazem nada mesmo” (Jane, do primeiro grupo focal com mulheres da ONG).

- “Até o momento de ir votar, eu estarei analisando os programas e debates. Vou estar dando uma sacada para eu chegar na urna e dar meu voto” (Gleudson, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “A única coisa de positivo que eu vejo é o esforço que eles fazem para tentar convencer a gente. (...) É realmente um esforço muito grande. (...) O que eu mais vejo que não tem tanta mentira (...) é o Luiz Almir. (...) Não tem tanta mentira, não tem tanta maquiagem” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Hoje, eu sentei para ver o horário político (...) desde o começo, todinho. Eu vi parte a parte, aqui e ali (...). Eu parava um pouco, eu olhava o candidato... (...) eu vou sentar e analisar realmente em que alguma coisa oferecer para mim. E quem me convenceu hoje foi Luiz Almir. Eu não tenho esse hábito, mas toda a vida que eu sento, eu me sinto desestimular. Porque um mente de lá, outro mente de cá. (...) É tão perfeito, mas tão perfeito, que já é (...) uma fantasia” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “A minha preocupação é de anotar, de tá antenado para isso, em me manter informado das propostas, para que eu posso estar cobrando e fiscalizando aquilo que foi dito pelos candidatos” (Edson, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Eu iria atrás (...) para saber (...) em quem votar. Porque, se não, chegaria no dia da votação e (...) não ia saber nem quem eram os candidatos que (...) teria a opção de escolher; e votava por votar. Tem que decidir qual é a melhor proposta e [como] os candidatos estão se colocando (...) para a sociedade. Para se começar o horário obrigatório, eu mesma não queria ver os comerciais. Mas, hoje em dia, eu ainda vejo pessoas falarem que não sabem em quem votar. Não sabem nem o número dos políticos” (Jucélia, do primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Ele está falando (...) que o que o programa de Carlos Eduardo está apresentando uma maquiagem. Mas não é. Todo mundo tá vendo que não é” (Ana, no segundo grupo focal com mulheres da ONG).

- [Se o programa não fosse obrigatório], eu assistiria uma vez para ver as propostas dos candidatos e para escolher, entre eles, o melhor; para analisar. Eu vejo muita propaganda bonita e enganosa. (...) Tem que ver as propostas deles, porque é obrigação deles fazer isso. Eles estão usando o dinheiro do povo, da gente. Eu que assistiria para ver as propostas, depois não assistiria mais não” (Marilda, no grupo focal de trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “A gente vê o grau de mentiras deles. A gente vê que algumas promessas que eles fazem é um absurdo. Não tem como fazer um negócio daqueles. Tem uns que não é tão mentiroso, fala coisa que a gente vê que tem capacidade de cumprir. (...) Tem muitos políticos que a gente vê que tá mentindo mesmo. Que não tem capacidade fazer aquilo que está prometendo” (Jane, do grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

Espera-se que o *marketing* político dos candidatos use o espaço televisivo do HGPE para a apresentação das propostas dos candidatos e a discussão dos problemas da cidade e dos seus bairros e suas comunidades. Há, assim, uma enfática aversão à prática da construção negativa da imagem pública (GOMES, 2004) dos

concorrentes no HGPE, através das críticas pessoais e desqualificadas aos candidatos adversários. Tampouco é amplamente atribuída valoração positiva às estratégias de campanha que estão centradas na crítica sistemática às insuficiências, às omissões e aos erros administrativos de candidatos adversários. No HGPE, os eleitores valorizam positivamente a apresentação de propostas feitas pelos próprios candidatos nos seus programas eleitorais. Com isso, em decorrência do efeito de realidade criado pela televisão, estabelece um compromisso direto entre os candidatos e os eleitores.

- “Os outros candidatos colocam suas críticas, criticam o prefeito mas não colocam suas idéias. Não têm projetos” (Kelly, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “a crítica pessoal... De positivo não tem. Você denigre a imagem de outro candidato e ainda dá pé para ele se fazer de coitadinho, sendo vítima (...). Eu acho que isso é o sujo do sujo. Eu não sei que é mais sujo; quem atira lama ao quem pega e diz: ‘ tá vendo, jogaram lama em mim’” (Felipe, do primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Uma das coisas que a gente percebe também no horário eleitoral é que sempre (...), todos os candidatos (...), primeiro eles derrubam o que o outro fez. (...) Então sempre primeiro vai derrubar (...) as propostas que outros colocam, para depois colocar suas propostas em cima do que essa proposta melhore a proposta feita pelo outro candidato. (...) Eu não acho interessante. Porque se você tem o compromisso e se (...) está propondo uma cidade melhor, como ele diz, então eu vou procurar fazer da forma que eu sei que vai dar certo e não procurar estar sempre mostrando o erro dos outros. Deveria estar mostrando a proposta de cada um e não o que o outro está fazendo de errado” (Jucélia, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “essa estratégia de ficar denegrindo a imagem do seu concorrente já é tradição no mundo da política. Promover a sua candidatura e mostrar o quanto é ineficiente (...) aquela pessoa que está naquele mandato. (...) É uma coisa totalmente errada, mas é um dos únicos meios que eles têm para combater e trabalhar candidatura deles” (Adriano, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “É sempre a mesma coisa. Vão para o palanque e ficam um derrubando o outro. Só fazem mostrar os problemas dos outros (...) Culpa um, culpa outro. Mas nunca fazem nada. Eles só sobem no palanque para isso: para prometerem o que não fazem e para derrubar o outro” (Sânzia, segundo grupo focal com as mulheres da ONG).

- “a culpa não seria diretamente o prefeito. É uma tática suja jogar lama desse jeito nome dele. Agora, tem aquela coisa. Eu me sinto violado pelo candidato que joga lama no nome dos outros” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Você não tem que ficar apelando. Você tá apelando (...): um jogar lama nos outros, nem tive de me dizer que fez isso e não foi você” (Thiago, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Não é certo (...) tá fazendo essa apelação toda (...). Criticar se o cara é ou não homossexual. Isso é problema dele. Tem que criticar o que ele tá fazendo e o que ele tá deixando de fazer. (...) Fazer críticas que interessam ao povo” (Rafael, do primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Não votaria em Carlos Eduardo, mas não concordo que os outros políticos usem aquilo ali para denegrir a imagem. Acho que ninguém tem que estar ali derrubando o outro. Acho que eles têm que

aproveitar este horário eleitoral para mostrar as propostas deles. Eles não têm que estar preocupados com pesquisa. Eles têm que mostrar as propostas deles. (...) Não é ele que tem de questionar. Quem tem questionar isto é o eleitor” (Antônia, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “Eu acho que é muito interessante os programas de Luiz Almir, mas não todos. Eles são muito oportunos. Eles procuram denunciar, especialmente, (...) para ver as pessoas ao seu favor. Eu acho importante todo esse trabalho que eles fazem porque a gente fica sabendo os problemas diretamente mesmo, de Natal” (Eriberto, no segundo grupo focal com jovens católicos).

A partir do crivo da desconfiança generalizada, os eleitores avaliam a pertinência das propostas apresentadas no HGPE pelos candidatos. Contudo, reconhece-se que alguns candidatos não encaram com a seriedade necessária a propaganda política no HGPE. Por isso, alguns entrevistados afirmam que as propostas dos candidatos não devem ser levadas a sério, pois a política é transformada em “pura brincadeira”, com apresentação de propostas consideradas absurdas. Isto é tratado como motivo para risos e brincadeiras pelos eleitores.

- “Muitas propostas bonitas e bem elaboradas” (Wênia, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “a maioria das propostas são bem consistentes e têm, de certa forma, uma coerência” (Adriano, no segundo grupo focal com jovens da ONG).

- “Eu acho hilário. Eu assisto e morro de rir” (Elisama, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Hoje eu vejo o programa como vários programas de comédia da TV Globo, de humor. Está perdendo para o programa eleitoral. Isso é muito sério. Candidatos estão colocando na televisão propostas e projetos absurdos. (...) A população não é mais boba de acreditar que isso possa acontecer. (...) eu acho que outros políticos agem com a falta de respeito muito grande com os eleitores. E eu, como eleitora, não consigo mais ter uma visão em quem vou votar. Eu sei que é complicado anular meu voto, mas eu não tenho segurança em quem vão votar” (Elisama, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Essas propostas absurdas [de Miguel Mossoró] que vai acabar com o IPTU, que vai fazer uma ponte para Fernando de Noronha e tem outras coisas também” (Adriano, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “pelo menos a gente sabe que ele está mentindo (...) porque Miguel Mossoró vai fazer a ponte Natal-Fernando de Noronha por dentro do mar. (...) Porque (...) os outros prometem e não cumprem” (Erinalda, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Eu gostei das piadas. (...) Não tem nada a ver (...) Miguel Mossoró. Fica apelidando coisas, entendeu? Essa ponte aí... Isso não tem como fazer” (Rapaz não identificado nas transcrições das fitas, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “É uma forma de criticar os outros candidatos. (...) Imagina se [a ponte] Natal-Redinha até hoje não saiu, imagine daqui a Noronha!” (Fábio, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “o povo já tá tão decepcionado que é bem capaz de muita gente votar em Miguel Mossoró, só de pirraça mesmo. Porque já tá tão acostumado com as promessas que não são cumpridas, que vota nele mesmo. (...) eu não sei se é meio louco, mas ele tá conseguindo fazer o que ele quer. Porque eu acho que o que ele quer mesmo é

chamar a atenção” (Kelly, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

A política e a campanha eleitoral, em geral, não despertam grande interesse dos eleitores. Muitos afirmam que não gostam da política e que não há bons candidatos. Em razão disso, reconhecem a necessidade de conhecer melhor os candidatos e suas propostas para que possam decidir o seu voto. Para tanto, adiantam que é necessária uma avaliação da credibilidade dos candidatos, a partir do conhecimento da sua trajetória político-partidária e de suas propostas. É através do HGPE que os eleitores podem observar o discurso e a construção da imagem dos candidatos na campanha eleitoral, sendo possível distinguir em suas propostas entre aquilo que é verdadeiro e o que é, ou parece ser, apenas uma promessa eleitoral que soa falsa e mentirosa. Alguns eleitores, inclusive, propõem que se faça a distinção entre uma proposta e uma promessa na campanha eleitoral. A credibilidade do candidato depende da sua capacidade de demonstrar sinceridade para os eleitores. Não basta prometer mudar e ou melhorar a realidade cotidiana. Os eleitores das classes subalternas demonstram a capacidade de discernimento e avaliação dos candidatos, levando em consideração as dificuldades e os limites que os governantes enfrentam na implementação das políticas públicas.

- “Eu acho que as pessoas (...) não gostam de política. Mas, uma coisa é você não gostar e outra coisa é você dar seu voto ou deixar de dar o seu voto. Você está perdendo um grande direito (...). Tudo bem que a gente não tem bons candidatos. Mas o que custa você tentar conhecer as propostas de cada um (...) Essa questão da política a gente deveria muito bem conhecer antes o candidato e dar o voto ou não votar nulo. (...) Pode até ter políticos com boas idéias e que realmente esteja disposto a fazer aquilo e a gente julga ele porque a gente não conhece. Agora, se a gente tentasse conhecer e ver o que eles têm para oferecer, (...) [a] credibilidade nos trabalhos que faz no seu partido, aí sim, gente daria o voto a ele. Essa é uma preocupação grande também que eu tenho da política. Hoje, quase ninguém assiste o horário eleitoral; mas, antes do almoço, todos os dias eu assisto” (Adriano, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “é uma vantagem de Carlos Eduardo: ele fez alguma coisa. É uma vantagem que ele tem dos outros candidatos” (Thiago, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Eu acho melhor fazer proposta do que promessa. Porque promessas qualquer um pode fazer. Eu posso chegar e fazer uma campanha, mas eu não assinei papel nem nada. Mas propostas eu acho melhor ele falar. Porque ali ele não tá prometendo, tá propondo. (...) Eu acho muito errado aparecer e dizer: ‘eu prometo que vou fazer aquilo’. Porque têm muitos que aparecem [que] só faz prometer, prometer. E na hora que vai ver, nada” (Kléssia, no primeiro grupo focal com as mulheres da ONG).

- [A coisa mais importante para escolher um candidato] “é a seriedade com o que eles falam. Votar em Miguel Mossoró, por exemplo, é uma palhaçada. É a seriedade e o compromisso também” (Fábio, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “Nenhum bom é perfeitamente bom. Logo, se o candidato expor sua vez assim: ‘não, vai ser uma caminhada dura e minha luta pessoal contra isso vai ser realmente ferrenha, mas eu vou conseguir’. Tá aí a maior credibilidade para mim” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- [A realidade que é transmitida] “é uma coisa, pra mim, meio maquiada. (...) [O programa de Carlos Eduardo] é algo visivelmente maquiado. Aquela propaganda tão perfeita do que ele fez, do que tá fazendo. (...) É tão perfeito assim, o que ele disse que já fez e o que ele quer fazer. (...) não existem pessoas perfeitas nesse mundo. E a verdade tá aí. Não tem segurança na rua como passa no comercial dele. (...) Não é tão bom. Já Luiz Almir já é um extremo demais também. Já (...) derruba tudo também. Acho muito maquiado. Cada um maquia mais ao seu jeito, mas maquia” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “eu não sou muito a favor de Carlos Eduardo, mas eu também não concordo Luiz Almir ou outro político ficar mostrando uma rua toda esburacada, enlameada, que Carlos Eduardo não fez. Porque se ele tiver lá, vai ter sempre aquela rua, nenhum político vai fazer obra ali. Quase todo bairro tem aquela rua que..., tem aquela obra por fazer, aquela rua que tem aquela lama, entendeu?” (Antônia, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

Há uma contradição difusa e muitas vezes reiterada entre a representação feita do eleitor sobre si mesmo, pensado como dotado de liberdade, autonomia e consciência em suas próprias escolhas eleitorais, e a representação feita sobre os demais eleitores, vistos como incapazes, desinformados, manipulados e destituídos de consciência em suas decisões eleitorais.

- “Engraçado que (...) a maioria das pessoas acredita. Senhoras, senhores mais velhos. Assim, pessoas que não têm estudo, não têm conhecimento (...). Ainda tem gente que acredita” (Thiago, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “A imagem, as mentiras, o céu que eles oferecem (...). A reunião de tudo isso mexe muito com a massa. A massa que ainda não pára pra pensar” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “outra coisa também que é ruim nos programas eleitorais é que eles fazem muitas montagens e enganam. (...) Quem não conhece mesmo cai. Aí, não tem nem como acreditar no que eles estão dizendo. Você já tem aquela desconfiança por causa das montagens que acontece” (Alex, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Porque é muito bonito mesmo. (...) No [programa] de Carlos Eduardo, ele fala muito em números, em estatística e quando a gente olha só ver que aumentou. Só faz aumentar! (...) tem o fato também das obras. Aí, ele faz seiscentas obras. Ele fez isso, fez aquilo. Aí, o pessoal que é leigo vê assim e diz que aumentou, que ele está fazendo uma ótima coisa para a cidade. ‘Eu vou votar nele’.” (Wênia, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

Apesar do pequeno interesse despertado pela política, os eleitores dispõem de informações gerais referentes ao quadro político, através da cobertura jornalística dos meios de comunicação de massa e, principalmente, dos telejornais.

- [Descrição do resultado das pesquisas de intenção de voto antes da definição das candidaturas] “Antes de começar a campanha, pesquisa com todos candidatos: Luiz Almir tava com trinta, trinta e cinco por cento. E o (...) prefeito tava com vinte e cinco ou vinte ou

seis. E Micarla também trava entre eles. Ela não ia ser vice. Ela seria candidata à prefeitura de Natal” (Fábio, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “hoje, já tem outras coisas, como um difamando o outro depois de debates. Aquela confusão. E, fora o horário político que passa todos dias, se você coloca qualquer jornal local fala de política, com pesquisa de quem está na frente, tem está atrás” (Wênia, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Eu gosto mais do debate. No debate onde você realmente vê. Na televisão, as coisas estão no papel. No debate, você fica perturbado e não sabe responder. No debate onde o eleitor percebe se o candidato está preparado para governar, se aquilo que ele disse era verdade” (Elisama, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Meus amigos, de vez em quando, comentam [sobre política] (...). Eu sou muito levado por comentários. O tipo de Salatiel [apresentador de programa de televisão local, denominado *Caso de Polícia*, na TV Tropical, afiliada da Rede Record]: ‘Olhe, esse aí prometeu fazer isso, isso e aquilo. (...) Não fez isso e nem aquilo’. Aí, eu penso, assim, realmente...” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

O mundo da política é visto a partir de uma lógica classificatória que reproduz as relações de dominação e subalternidade. A política é tomada como algo distante e enigmático. A separação entre representantes políticos e dos cidadãos representados se expressa nas desigualdades abissais com que o trabalho nesses dois mundos sociais é remunerado, além de se traduzir em distanciamento social e espacial na cidade. Para a maioria dos subalternos, a prática política é uma atividade própria dos “políticos” em dissonância com as atividades cotidianas das massas populares.

- “eu não entendo muito de política, não” (Adriano, primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “eu não sei como funciona o processo de escolha para os candidatos (...). Às vezes, a pessoa fala não sabe nem do que tá falando. Aí, se mete a fazer e não sabe” (Kelly, primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Política é um negócio muito complicado. Pra gente que é mais informado é complicado” (Paulo, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Eu acho que com um salário de dez mil reais, por aí... O prefeito ganhava dez mil reais! Isso é um absurdo!” (Adriano, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “devia ter para a população um quadro com cada candidato mostrando aquele que, por exemplo, vota contra o salário mínimo. (...) você já imaginou a votação que é para aprovar dez reais? É uma votação tão grande! E eles ainda não querem! Ainda tem político (...) – eu sei que não é aqui, é em Brasília – que ainda fica contra. O que é dez reais para dar a um aposentado que cansou de trabalhar para ter esse salário? Eles fazem um problema tão grande, uma dificuldade, enquanto o salário deles é desse tamanho e eles não abrem mão” (Sânzia, no segundo grupo focal com as mulheres da ONG).

Em alguns grupos estudados, as representações generalizantes de que “todo político é corrupto” ganham novos matizes. Admite-se que alguns políticos não estão envolvidos com a corrupção, porém o sistema político e a carreira política

empreendida por muitos constituem uma “máquina” que corrompe as pessoas e favorece a corrupção. No entanto, há pessoas que fazem política porque acreditam e lutam por um ideal. Este tipo de político, porém, é minoritário para mudar o sistema político.

- “Essa questão de todo mundo dizer que todos os políticos são corruptos, isso aí eu discordo. Eu acho que não é todo político que é corrupto. Eu acho que é aquele jogo. O cara tá aqui embaixo. Aí, quando vai para um cargo melhor já fica diferente e vai mudando com o tempo. Eu acho que não são todos que são corruptos não. Tem político bom aí. Tem que separar o joio do trigo. A gente tem que acreditar na capacidade do ser humano (...). Às vezes, quando o político não é corrupto, através dos que estão lá dentro faz com que, automaticamente, nem que ele seja [honesto], mas ele acaba acompanhando” (Paulo, no primeiro grupo focal com os jovens da ONG).

- “Eu acho assim. Você está dentro de uma coisa. Você tem suas propostas e acredita nisso. A partir do momento em que você está se candidatando é uma coisa; agora, quando você chega lá, sem querer você acaba se corrompendo. Isso: eu estou me dando bem, estou lutando pelo povo e não estou me dando tão bem quanto eles (...). Já que a gente não pode vencê-los (...). Aí, acaba se corrompendo. Eu acho que tem muitos casos e, infelizmente, acontece com todos os cargos políticos. Mas eu acho que ainda têm pessoas que acreditam num ideal e que vão lutar. Mas só que a política e todo o governo é como uma máquina que trabalha com várias engrenagens. Se uma engrenagem quebrar ou ficar lenta, ela vai empatar a produção de todas as outras engrenagens (...). Eu acho que é essa a questão da política e não é só o presidente que tem que fazer tal coisa. Mas o presidente e muitas pessoas que estão trabalhando com ele, como também o prefeito, o governador, o deputado” (Adriano, no primeiro grupo focal com os jovens da ONG).

- “É que nem a história da máquina. Tem uma que não presta e as outras não funcionam” (Roberto, no primeiro grupo focal com os jovens da ONG).

Os brasileiros estão imersos na cultura da mídia e demonstram grande familiaridade com a linguagem televisiva. Alguns são particularmente dotados de uma sofisticada percepção de aspectos técnicos envolvidos na produção e na manipulação de imagens, próprias da linguagem da televisão. O HGPE torna-se um espaço privilegiado para a convergência da persuasão e da sedução (SOARES, 1995), como mecanismos fundamentais na elaboração das estratégias discursivas e na construção da imagem político-eleitoral dos candidatos.

As diferenças na qualidade técnica entre os programas veiculados foram facilmente apontadas e associadas à desigualdade na disponibilidade de recursos financeiros entre os candidatos. Os programas com melhor produção no uso dos recursos técnicos foram vistos com suspeição quanto à fonte do financiamento deste importante item nos custos das campanhas eleitorais contemporâneas. Alguns entrevistados aventaram a possibilidade de que esses programas poderiam ser custeados através do desvio de recursos públicos para a campanha eleitoral. Chegam

mesmo a afirmar que o uso desses recursos técnicos e efeitos especiais tem como objetivo “enganar” os eleitores através da sedução das imagens. Conseguem apreender até mesmo os aspectos fundamentais da estratégia do *marketing* eleitoral dos dois principais candidatos.

- “eles já usam os anseios da gente (...). Vão promover a candidatura deles com base nesses problemas. Eles usam assim, vamos dizer: se eu for candidato acabarei com todos os problemas. De certa forma, essa é a jogada deles. (...) Porque eles usam isso, esses problemas que os cidadãos têm pra serem eleitos” (Roberto, no segundo grupo focal com jovens da ONG).

- “no caso da propaganda, dá pra ver escancaradamente a diferença tanto de tempo que a propaganda de Carlos Eduardo é praticamente a metade de todo o programa político. É muito mais tempo pra ele. E também a diferença. Assim, o programa dele e de Ney pra o programa de Luiz Almir, que é basicamente no meio da rua porque num tem estúdio, não é tão bonito como o de Ney e o de Carlos Eduardo. E, principalmente, o programa de Miguel Mossoró que teve que fazer a filmagem (...) amador. (...) Então tem a diferença tanto... Você dá pra ver (...). Até a gente fica desconfiado que esses programas, principalmente de Carlos Eduardo, devem ser até com o dinheiro da gente. A gente tá pagando pra ele fazer o programa dele” (Kelly, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Ele [Carlos Eduardo] pediu a um mês atrás 900 mil reais pra completar aquela ponte Redinha-Rocas. Só que você sabe, né? O dinheiro não vai pra ponte... Todo mundo sabe que vai pra campanha” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “O melhor programa é o de Carlos Eduardo! (...) É a melhor produtora de Natal que tá fazendo!” (Thiago, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “eu achei em segundo foi o de Luiz Almir. A idéia dele de pôr em dúvida o que você vê no [programa] de Carlos Eduardo é ótima! (...) O outro na certeza: ‘vote em mim que eu vou continuar meu trabalho. Aí, ele vai e diz: ‘não, o trabalho dele é este aqui’” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Se você não tiver conhecimento do estado, se você não tiver por dentro das obras do prefeito, você acaba sendo enganado. Porque é um programa tão bonito... É tudo tão perfeito. Uns números tão altos... (...). Ele faz tanta coisa. Tanta gente falando bem dele, que você acaba acreditando” (Kelly, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Vamos dizer que ele [Carlos Eduardo] já sentou na cadeira da prefeitura assumindo no lugar de Vilma e aqueles projetos ali já existia. Então, ele só fez colocar em prática a verba. E como mostraram o mesmo, ele fez maquiagem, tá ligado? O lance da rua Central. Quando a gente partia pros lados, via o descaso. Era rua descalçada, buraqueira, o pessoal pedindo socorro pra que calçassem aquela rua. Então, a maior parte das obras dele foi feita na Zona Norte. E a visão dele é também pro lado do turista, mostrando muito as praias e tal. Esse lance aí que ele maquiou algumas coisas, fez uns quiosques e tal, mas a gente vê a poluição nas praias, as praias sujas. Ele não olha isso. Mostra só o lado bonito do calçadão, algumas coisas que eles fizeram. E ele explora muito o lance dos prédios públicos, porque sabe que na prefeitura tem muitos prédios como unidade de saúde. Ele mostra muito o que fez, uma escola municipal, porque sabe que tem muitas pessoas, alunos, jovens e as pessoas mais velhas que trabalham de dia e estudam à noite que estudam nessas escolas públicas. Ele explora muito essa questão dos prédios e mostra que fez. Mas, na verdade, se você entrar numa

escola pública dessas, numa escola municipal principalmente, essas escolas foram só maquiadas, a frente da escola. (...) Todas as escolas no mesmo formato. Mas você pode olhar que é só a frente. Mas ele não mostra a escola que caiu, que foi obra no mandato dele que surgiu. (...) Mostra a escola que tá boa, que ele fez há pouco tempo. (...) Sobre o nosso amigo Luiz Almir, também ele mostra muito o lado da periferia, a realidade. O que a gente vê é que os candidatos só mostra as áreas bonitas. (...) Porque a gente vê que eles maquiaram muito. Mostram muito o lado bonito da cidade, mas não mostram a periferia, o bairro pobre que tá descalçado, uma ruma de criança que tá sem estudo, sem escola (Gleidson, no segundo grupo focal com jovens da ONG).

A propaganda eleitoral de Carlos Eduardo (PSB), então prefeito e candidato à reeleição, era criticado por abusar no uso dos recursos técnicos de simulação televisiva da realidade, pautando seu programa no HGPE no formato do videoclipe, com um frenético ritmo de corte e montagem na seqüência das imagens em associação com jingles como músicas vibrantes e aceleradas. A ênfase na apresentação de obras e realizações da prefeitura, durante a sua gestão, cria uma cidade fictícia onde tudo é limpo e bonito e não há problemas. Em conseqüência disso, há reclamações de que o candidato aparece pouco no vídeo para apresentar suas propostas aos eleitores.

- “[O programa de Carlos Eduardo] É o mais maquiado! (...) o mais mentiroso ou o que está mais editado. (...) É o melhor, o filme” (Felipe, no segundo grupo focal com jovens evangélicos).

- “Aquele lixão de Cidade Nova... Eu passei por lá faz duas semanas, (...) tá a mesma coisa. Não acabou, não. (...) Assim, (...) mentiu bastante aí, porque (...) tá tudo limpo aí. Mas eu acho que eles limparam lá uma parte e a outra deixaram lá” (Kalline, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Eu notei: Carlos Eduardo não apareceu na propaganda eleitoral dele tanto quanto Luiz Almir, Fátima e esses outros candidatos. E eu não sei o que isso representa para Carlos Eduardo. Mas, pra mim, eu acho que é uma fuga da própria imagem. Ele deixa mais as coisas belas aparecerem, pra o povo não associar às categorias dele, à índole dele” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos)

- “Tem um programa político que passa a música de Carlos Eduardo e um deficiente dançando [risos]. Mas influencia... (...). Pra muita gente. Agora, pra mim... Eu acho que a gente tem que ouvir o que ele vai falar, a proposta dele, e não música” (Tiago, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “A imagem é tão importante que os que têm mais dinheiro contratam as melhores empresas de Natal pra fazer os comerciais, as musiquinhas (...). Quem faz o (...) é a mesma que tá elegendo agora Carlos Eduardo. E, assim, porque escolher a mesma? Primeiro, porque tem a maior validade em termos de imagem, tem os efeitos também. Aqueles painéis que têm atrás são todos feitos pela mesma empresa que faz os *outdoors* e tal. E, assim, a melhor empresa que tem aqui em Natal, a mais cara também. E parece que a imagem não tem defeito. E, realmente, esse efeito pega todas as rugas e tira (...). Vilma... Quem já viu Vilma? Essa imagem de boneca, de Barbie! Assim, um rosto de bebê! Tão perfeita! [Refere-se às fotografias usadas por Vilma de Faria nas eleições para o governo estadual em 2002] (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “essa questão de estética é uma coisa muito preocupante. Eu acho uma brincadeira, uma falta de respeito com a própria sociedade e com os eleitores. Eu já acho que a própria imprensa também devia trabalhar em cima disso desmascarar essa sacanagem, de mostrar uma cidade bem limpinha e toda maravilhosa e dizer que o prefeito fez isso. Mas enquanto está mostrando a praia de Ponta Negra, a Praça Cívica que ele restaurou, que ele maquiou, por que não mostra os pontos mais pesados? Mostre o bairro dos Guarapes, o bairro do Bom Pastor, o lixão de Cidade Nova, que não fechou, literalmente” (Adriano, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

Em vários grupos foi questionada a autenticidade dos depoimentos de populares e da participação de atores em programas de diferentes candidatos. Os recursos do *marketing* político-eleitoral são evidências da mercantilização das campanhas eleitorais.

- “Isso tudo é puro marketing! É marketing, velho! Você vê que teve um cara! (...) Na minha opinião, eu acho que muitas vezes ali, pra mim, muita gente ali é pago. Na minha visão, muitas vezes o que aparece ali é tudo pago. Porque parece que o cara está falando de um irmão! Eu acho que tem muita gente ali que vai por causa do dinheiro para a gela [cerveja]” (Jean, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “vêm os repórteres e dizem: ‘vamos fazer uma entrevista para Carlos Eduardo’. E aí ele não tem o interesse de votar naquele candidato, mas eles dão um suborno: ‘ah, você não gosta dele, mas a gente te dá uma ajuda de custo para você aparecer na propaganda’. É o mesmo no caso do muro. Na casa ele não tem interesse de colocar a foto do candidato, mas eles liberam trinta reais” (Gleidson, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “A pessoa foi paga pra falar (...). O cara chega na casa do cara... Tá na cara que isso aí é comprado! Eu acho...” (Jean, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Isso é puramente comprado! Isso é comprado...” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

- “Acho que a maioria daquele povo ali trabalham para eles mesmos. Cadê que eles perguntam para qualquer outra pessoa assim que viesse aqui e perguntasse a qualquer que não fosse do partido dele. Acho que a maioria daquele povo ali é tudo do partido dele, que eles compram para botar na televisão. Mas outro pobre qualquer eles não botam, porque sabe que ele vai falar das coisas, da precisão, aí não botam” (Klésia, no primeiro grupo focal com as mulheres da ONG).

- “pra mim (...), aquelas pessoas que eles estão apresentando ali, eu acho que todas elas foram compradas. Eles pagam! Eles pagam! Eles pagaram alguma coisa para eles ali, sabe? Só para mostrar aquele projeto que eles queriam mostrar” (Cláudia, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados)

- “São pessoas que têm cargo de confiança, ou com parentes com um cargo de confiança e que serão beneficiadas se aquele determinado candidato vencer” (Antônia, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “as pessoas passam quatro anos sofrendo na pele tudo aquilo. (...) a gente sabe que pela falta de administração das prefeituras e dos governos as coisas não acontecem. (...) Pelo mísero valor de vinte reais, as pessoas vão pra frente da televisão dizer que o prefeito faz isso e aquilo e é o melhor prefeito do mundo. Essa história é muito forte e isso vem se repetindo há muito tempo” (Elisama, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

Há evidências de que a recepção dos programas do HGPE obedece à lógica da audiência seletiva e da aceitação ou recusa de informações e argumentos que constituem as propostas dos candidatos nas mensagens da propaganda eleitoral, de acordo com uma prévia decisão eleitoral, à semelhança dos estudos clássicos feitos por Lazarsfeld e Hovland nos Estados Unidos, na década de 1950 (VEIGA, 2002 e PORTO, 2003).

A audiência seletiva é acionada quando os eleitores emitem opiniões contraditórias sobre qual seria o melhor programa no HGPE. Em geral, as opiniões alternam-se entre o programa de Carlos Eduardo e o programa de Luiz Almir, justamente os dois principais candidatos em termos de intenção de voto. Uns afirmam criticamente que o programa de Carlos Eduardo, ao apresentar as obras realizadas por sua administração, faz uma maquiagem da realidade da cidade. Enquanto, outros parecem movidos por prévia decisão eleitoral em seu favor afirmam que o programa de Carlos Eduardo é convincente ao mostrar de forma positiva a situação de Natal.

- “Ele [Luiz Almir] tá falando que ele acha que o que o programa de Carlos Eduardo está apresentando é uma maquiagem, mas não é. Todo mundo tá vendo que não é (...). Luiz Almir disse no programa que as obras de Carlos Eduardo é obra intestinal. Isso é coisa que se diga?” (Ana, no primeiro grupo focal com as mulheres da ONG).
- “Eu gosto mais do de Carlos Eduardo. (...) Porque ele está fazendo lá no Passo da Pátria e tá ficando legal lá” (Carla, no primeiro grupo focal com as mulheres da ONG).

É o caso também quando o eleitor recusa a mensagem do programa de Luiz Almir e responde ao principal argumento usado no seu programa eleitoral para criticar a administração de Carlos Eduardo:

- “Tem uma rua aqui que está sendo asfaltada. Aí, tem uma rua que não é asfaltada. Mas ele não tá asfaltando esta rua? Não tem como asfaltar todas as ruas de Natal (...). Não é à toa que Capim Macio [bairro de elite], meu amigo, lá o bairro todinho, nenhuma rua é asfaltada! Nenhuma, nenhuma! E é o bairro que tem o IPTU mais caro, até de mil reais tem IPTU. E a maioria das ruas é de barro, pra você ver” (Thiago, no segundo grupo focal com jovens evangélicos).

A audiência seletiva parece explicar, também, algumas situações em que o eleitor, em geral muito desconfiado e dotado de um senso crítico relativamente aguçado em relação ao mundo da política e às mensagens emitidas pelos candidatos, não é capaz de flagrar uma demonstração mais ou menos evidente de demagogia do candidato Luiz Almir:

- “no RN TV, a menina estava fazendo uma entrevista com Luiz Almir e ele estava sendo sincero. Sobre a questão de saúde, ele falou até nos pais dele dizendo que pagava mil reais com plano de saúde e as pessoas que não tem condições. No depoimento dele, ele diz sempre que se pra ele ser candidato e não conseguir ajudar a população ele

preferia não ganhar. Ele deixou isso bem claro (Paulo, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

A política contemporânea sofre os efeitos do processo geral de midiaticização experimentado nas sociedades contemporâneas. A televisão irá favorecer a espetacularização dos processos políticos e eleitorais e tornar-se uma linguagem indispensável para a comunicação entre o mundo da política e os cidadãos (RUBIM, 2004). O domínio da linguagem televisiva, por sua vez, acentuará as dimensões pessoais e os aspectos estéticos dos candidatos no seu desempenho em cena durante os eventos da campanha eleitoral, em especial nos programas do HGPE e nos debates eleitorais promovidos pelos canais de televisão. Isso afetará os critérios de identificação dos eleitores com os candidatos e suas escolhas eleitorais, deslocando outras modalidades de identificação políticas tradicionais, como, por exemplo, a identificação partidária (MANIN, 1995). Isso se agrava com os condicionamentos derivados de um sistema político-eleitoral que não assegura o respeito à fidelidade partidária e prescreve o voto obrigatório em candidatos, contribuindo para o enfraquecimento dos partidos políticos e a personalização da política e das campanhas eleitorais. Haverá, assim, a conjunção de formas tradicionais e contemporâneas de personalismo político e as escolhas eleitorais obedecerão em larga medida à capacidade de despertar simpatia e identificação midiática nos eleitores.

- “acho que o partido é mais fanatismo. O PT tem petista doente. Pode ser quem for, se for do PT, você vai brigar. O PSTU também é um partido que tem muito fanático. (...) Na minha opinião, eu sou pelas pessoas” (Thiago, no segundo grupo focal com jovens evangélicos).

- “Eu escolhi não ligar pra bandeira, pro partido, pra ser mais neutro e absorver mais. Justamente, quem está mais disposto a fazer o melhor, ou quem está se propondo a fazer o melhor. Fiquei neutro por causa disto. Antes, eu não levantava a bandeira, mas sempre era puxado pelos colegas: vamos ser do PC do B, vamos pro PSTU, o outro dizia: ‘meu negócio é PT’. E assim vai. Embora (...), assim, o PSTU o PC do B não faz minha cabeça porque a bandeira do proletariado e tal. Têm uns que querem vencer a burguesia. Porque a burguesia é isto, é aquilo. Deixa muito vaga a questão: ‘vamos ser do meu partido’. A idéia não é que todos os partidos não devem procurar o bem da comunidade, da comunidade geral?” (Felipe, no segundo grupo focal com jovens evangélicos).

- “A melhor coisa que se tem a fazer é ficar neutro e escolher aquele que você acha que: ‘este vai fazer o melhor’” (Felipe, no segundo grupo focal com jovens evangélicos).

- “Não pelo partido, mas pelas propostas. Você acha que vai fazer o melhor e não pelo partido” (Dona da casa que pediu para falar no segundo grupo focal com os jovens evangélicos).

- “Pra mim, eu não acho que é o partido [que é importante para a escolha do candidato]. Porque a gente não vai votar no partido, vota no candidato. Então, tem que ver o candidato, o que é que aquele candidato já fez, saber o passado do candidato. Porque não é o partido que vai influenciar o seu voto. Vai votar no partido? O partido

não é um prefeito que vai governar Natal. Não é o partido que vai governar. É sim o prefeito, a pessoa que está candidato. É que a gente tem que pensar em qual o candidato a gente vai votar. Não é o partido” (Felipe, no segundo grupo focal com os jovens da ONG).

- “Tenho [preferência eleitoral]. Quer dizer, mais ou menos. (...) Às vezes, eu voto [pela preferência eleitoral]. Essa eleição agora é que tá complicado. Porque, eu vou falar, na eleição passada, eu voltei do PSB, que é o partido de Vilma. (...) Já Carlos Eduardo faz parte desse partido agora. Ele que tá representando. Então, meu interesse era continuar com o PSB. Mas só que (...) tenho uma quedazinha, assim, também pelo PT, porque é um partido trabalhista e tal. Envolve muito esse lance do trabalho, que eu acho importante” (Alex, no segundo grupo focal com os jovens da ONG).

- “Eu acho que isso é tudo um jogo de interesse. O partido é interesse. Por mim, o partido não influi nada não. Eu acho que é pelo candidato mesmo. Agora, pelo partido não. Porque você vê Garibaldi apóia Luís Almir, que amanhã pode apoiar Miguel Mossoró, que depois... Se Miguel Mossoró for pra o segundo turno, quem sabe, não é? (...) Os outros partidos vão apoiar quem agora? Tudo tem interesse. Eu acho que, pelo menos, pra mim isso não influi nada, com certeza (...) Vilma tá apoiando esse Carlos Eduardo, porque é do mesmo partido. Ela, talvez, possa se candidatar no futuro em outro partido. Mícarla de Souza, que tá na chapa de Carlos Eduardo, e ela antes tava rodando na chapa de Luiz Almir, tava rodando na chapa de não sei de quem, para onde ela se encaixar. Eu acho que não influi nada. (...) O meu [voto] não.” (Valéria, no segundo grupo focal com os jovens da ONG).

- “Eu acho que sim [os partidos e o apoio de lideranças influenciam a decisão eleitoral]. Existe muitos partidos. Existe aqueles partidos mais organizados, que já tem um trabalho mais justificado. Carlos Eduardo pode até ser que ele não ganhe, mas por ter tido o trabalho da prefeita, que tá apoiando ele, e isso já faz com que ele fique somente... Tem gente que nem vai votar nele, nem vai querer votar nele. Mas de tanto a ex-prefeita, a governadora agora [Vilma de Faria]... Por causa do trabalho dela. A gente sabe que ela realmente faz... Aí ela tá apoiando Carlos Eduardo. Então, na Zona Oeste, por aqui, que ela tem trabalhado, e vem dando o apoio a ele. Quer dizer, isso é o apoio” (Paulo, no segundo grupo focal com os jovens da ONG).

- “o candidato também influencia. Por isso, acho que é uma coisa que é se torna variável. De acordo com a pessoa, de acordo com o candidato também. Minha preferência é PT. Agora, se tem um candidato no PT que não me agrada, as propostas dele não são boas, eu vou votar com o partido? Por isso, eu acho que é uma coisa, pra mim, é variável. Independentemente do partido, eu acho que, pra mim, o candidato que eu for votar, o partido, de certa forma, pode influenciar um pouco. Desde que o candidato também esteja totalmente vivendo aquele processo ali que o partido tá, que é o objetivo principal. E que a sua personalidade, a sua pessoa e seu passado não vá de encontro ao objetivo desse partido. Eu acho que é por isso que influencia (...). Já a questão do partido, eu acho que influencia pra mim uma porcentagem mínima, pouquíssima” (Adriano, no segundo grupo focal com os jovens da ONG).

- “Não tem nada a ver [votar no partido político], não. Porque tem gente que vota em um prefeito de um partido e o vereador em outro” (Fábio, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “olhe, você vota num candidato hoje – (...) por exemplo, no PT. Quando ele tá na metade do governo dele, oh! (...) e muda pra outro partido. Também... não é coerente! Eu votei num candidato do PT e

agora é do PHS? Aí eu acho que não influencia, não!” (Joab, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “Eu tenho uma preferência pro partido, mas eu vou analisar as propostas. Não é só pelo partido que eu vou votar. Mas para mim, também, não influi a questão de apoio de outros que já teve no governo. Isso não influencia para mim, não. Eu procuro analisar as propostas do candidato, do que se tá colocando (...). Independe do partido. Eu tenho uma preferência, mas... (...) [O partido] Influencia também. Mas eu vou buscar analisar a proposta daquele candidato que tá naquele partido. Quer dizer, o primeiro passo é eu ver as propostas daquele que eu acredito que é o partido que pra mim é mais coerente. Mas se eu vejo que não tem consistência, que aquilo é absurdo, eu procuro pelos outros que houver” (Jucélia, no segundo grupo focal com os jovens da ONG).

- “Eu não voto no partido político. Eu voto na pessoa que ele é. Eu voto em Luiz Almir. Não é porque ele seja político, é porque eu gosto dele de muito tempo, dos programas de rádio dele (Ângela, no grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “antigamente as pessoas votavam por uma prótese, um óculos. E hoje em dia é totalmente pela simpatia (...). Hoje em dia existe [compra de votos], mas é pouco. Eu acho que é mais a simpatia mesmo” (Heriberto, no segundo grupo focal com jovens católicos).

Em alguns depoimentos, numa manifestação do bom senso presente no senso comum das classes subalternas, concebe-se a política como fenômeno que não está limitado ao momento eleitoral, mas é parte constitutiva da sociedade e está presente na vida cotidiana. Esboça-se a projeção das conseqüências da decisão eleitoral e o papel fundamental que tem a organização e a luta das classes subalternas para conquista de uma efetiva cidadania. Assume-se, inclusive, a responsabilidade relativa que as massas populares possuem na reprodução da ordem sociopolítica vigente.

- “política a galera já colocou na cabeça que é tudo que não presta. Mas o pior é que a gente está no meio da política, velho. A gente faz política vinte e quatro horas (Paulo, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Eu acho que o voto é muito importante. Por que, antes, muita gente dizia assim: ‘Meu voto não vale nada’. Não, meu voto é muito importante! Somado com outro, então! Não interessa se o voto dos outros eles pensam que não têm valor. O meu tem! Então, tem que ir lá e fiscalizar aquilo que tem valor, que é o meu voto. Aquele que eu coloquei lá. Mas a gente também é muito omisso (Antônia, no grupo focal com os trabalhadores e as trabalhadoras terceirizados).

- “independente das pessoas que [o povo] coloque, (...) ele vai governar a cidade e isso vai atingir a mim e a meu bairro. A minha preocupação é de anotar, de tá antenado para isso, em me manter informado das propostas, para que eu posso estar cobrando e fiscalizando aquilo que foi dito pelos candidatos” (Edson, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Eu notei que a gente culpa muito os políticos: ‘Não, o político só quer comprar o nosso voto’. Mas, na verdade, na maioria das vezes, é o eleitor que já se acostumou a isso. Então, o eleitor chega para o político e diz: ‘Eu só voto se você me der isso’. Então, o político fica naquela paz, pois ele quer se eleger, então ele acaba comprando o voto. Eu acho que o eleitor também tem culpa nisso. Eu acho que o eleitor, o modo de pensar, de votar, tem que começar a mudar,

porque, se não, o político também não vai mudar nunca se o eleitor não mudar” (Antônia, no grupo focal com os trabalhadores e as trabalhadoras terceirizados).

- “a população é muito culpada também por se permitir a certo tipo de situação e ver que hoje a miséria está muito grande. Mas se a gente não acabar com isso e está sempre permitindo que esses políticos fiquem comprando a gente, quatro meses antes da eleição, prá mudar é complicado” (Elisama, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “os projetos que são elaborados são justamente em cima dos problemas. Porque, se não existe problema, o que é que ele ia fazer na prefeitura de projetos? Vou dar um exemplo. O que é que ele vai fazer da prefeitura com aquele problema. Os projetos já são elaborados em cima dos problemas nossos. Ele vai ter que, logicamente, beneficiar o seu bairro onde você mora, a cidade onde você vive. (...) Eu acho que [a política] influencia sim [na vida cotidiana], tanto com a minha, quanto com a sua, quanto com a de qualquer um que tá aqui. Porque um voto faz muita diferença. Se eu votar na pessoa errada, eu vou tá prejudicando eu, vou tá prejudicando você e qualquer um que tiver aqui. Por isso é que o voto é muito importante” (Edson, no segundo grupo focal com os jovens da ONG).

- “Por que a gente faz uma reunião aqui, sobre a Urbana, e não vem ninguém? Tem que ter a comunidade, minha filha. A gente tem que se interessar. Porque vereador e prefeito só (...) Tem que a comunidade (...). A gente tem vai ter que lutar para que o vereador e o prefeito assuma. Agora, também vai ter que ter a comunidade, porque se a comunidade não fizer lá, do jeito que tá não vai. (...) O serviço foi feito, mas tá pela metade, ainda falta fazer” (Ana, no primeiro grupo focal com as mulheres da ONG).

- “Isso não depende da prefeitura. Depende da comunidade! Se você procurar fazer um abaixo-assinado e procurar fazer para eles fazerem. Aí, sim” (Sânzia, no segundo grupo focal com as mulheres da ONG).

- “Eu acho que as pessoas estão hoje vendo a política como uma brincadeira e não consegue perceber que é algo muito sério. A gente depende desses políticos pra muita coisa da vida da gente. As pessoas estão começando a ver em Miguel Mossoró: ‘Não, eu vou votar nele. Vou votar nele como um voto de protesto. Porque isso e aquilo’. Mas isso tá virando uma bola de neve grande e eu tou morrendo de medo desse homem ganhar” (Elisama, no segundo grupo focal com jovens da ONG).

- “Eu acho que o resultado [das eleições] também influencia na vida, na minha vida. Eu acho que influencia sim. Porque, se eu tou votando numa pessoa que eu acredito... Vai que não tem só uma pessoa, mas que tem outras pessoas. E se essas pessoas são eleitas, elas vão assumir um cargo. Vão tá com uma cadeira lá. Então, vai, com certeza, vai ajudar, sim, a minha vida. Porque eu vou ter uma pessoa que eu posso tá contando pra algumas situações que eu só não posso resolver ou o grupo só. Mas que eu preciso também de um apoio de governantes, de um apoio de um deputado, de um deputado estadual, federal. Então, isso vai influenciar também na minha vida. Porque eu vou ter um apoio lá dentro que eu posso contar. Eu acho que isso influencia sim, com certeza (...) Por exemplo, se o candidato que eu vou votar ganhar, então eu sei que eu posso contar com essa pessoa. Pra algumas coisas. (...) Eu acho pra essa minha atividade social, dentro das organizações. Pro trabalho voltado pra comunidade. Eu acho que isso vai contribuir.” (Wênia, no segundo grupo focal com jovens da ONG).

- “isso pode fazer com que a comunidade resolva, que a sociedade acorde e queira batalhar por uma grande mudança. Independente (...) daquele que seja escolhido pela população, a gente tem que ir atrás dos nossos direitos. Se for qualquer um, não importa, importa é que eu vá lá e batalhe, consiga o direito” (Eriberto, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “se entrasse uma pessoa que quisesse trabalhar sério também, mas também a pessoa não tem que esperar pelo político. A pessoa tem que se organizar... Tem que ver o que ela quer realmente. Tem que lutar pelo que ela quer (...). Mas, com certeza, uma pessoa só não vai poder mudar tudo! Mas você tem que buscar dar sua contribuição na sociedade (...). Buscar aquilo que você quer, seus objetivos” (Joab, no segundo grupo focal com jovens católicos).

- “a comunidade tem que avaliar os candidatos e nós também. Mas temos também que reivindicar e cobrar. Porque muitas vezes você tem a atitude de uma ou duas pessoas querer cobrar, mas muitas vezes o resto das pessoas ignoram e a própria comunidade, quando muda alguma coisa que ela não gosta, a comunidade ignora e fica calada não sabe ir lá cobrar. (...) Então, se você votou, se o candidato que você votou ganhar, tem que saber mobilizar as pessoas para poder cobrar isso. Então ele ganhou. Prometeu isso, prometeu aquilo, mas também não fez. E não fez por quê? Porque você ignorou, você também não foi cobrar” (Gleidson, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “A gente coloca que nenhum político presta, mas a gente também não busca estar intervindo nisso, se organizar para colocar pessoas que a gente acredite. Eu acho que hoje os movimentos sociais fazem esse papel. E a gente sempre está criticando, mas não busca uma solução também de estar colocando outras pessoas. E eu fico pensando: a gente diz que os políticos não prestam e porque também a gente não se organiza para está propondo um nome, uma pessoa que a gente possa tá colocando lá uma pessoa que a gente acredite? Que eu também acredito não que todo mundo não presta. Acho que têm pessoas que são comprometidas (...). Se a gente buscar informações pra entender melhor a questão da política nas eleições e que a gente possa está propondo também, não estar só criticando outras formas e questões que a gente vê que não presta. Uma das coisas é que a gente também possa está participando para que essa realidade possa mudar” (Jucélia, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “[Tem] essa particularidade de um serviço do candidato, que já dá mostras do que ele vai fazer. Ou, então, do que ele fez pra ser eleito. É culpa mais da sociedade (...). Nós somos cúmplices. Nós não reclamamos (...) Não vamos tirar pelo menos um dia para irmos reclamar lá na prefeitura isso. Ou, então, se juntar” (Felipe, no primeiro grupo focal com jovens evangélicos).

A maior experiência e o conhecimento resultante da participação regular nos processos político-eleitorais, configurando a existência de diferentes níveis de socialização no mundo da política, tornam mais complexas as visões políticas presentes no senso comum das classes subalternas. Ao lado da desconfiança generalizada em relação aos protagonistas do mundo da política, há também o reconhecimento da legitimidade de algumas lideranças políticas no Rio Grande do Norte.

- “Garibaldi, Vilma e Aluizio têm uma história política no estado” (Elizama, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “Eu escolho [meu candidato] (...) pelo trabalho. Aconteceu uma vez comigo... Foi a professora Vilma [de Faria]. Eu estava bebendo uns goró, lá onde eu moro, e ela passou na carreata. Eu já tava um pouco quente, a cachaça acabando de subir (hoje, graças a Deus, eu não bebo mais) e ela ia passando: ‘doutora, minha rua não é calçada, não. Doutora, vamo aqui na minha rua, a senhora passou lá por cima, aonde os ônibus passa, aqui, olha a rua como é que tá. A senhora botou calçamento ali, aqui não vai botar, não?’ [Ela responde] ‘a sua rua vai ser calçada, não es quente a cabeça, não. Sua rua vai ser calçada’. Com um mês ela foi e botou o calçamento. Então, quer dizer, a oportunidade chegou ali e a gente confia no trabalho da pessoa. Toda eleição que a professora Vilma Maia foi para deputada, prefeita, governadora, toda vida eu dei o voto a ela. Dei, pois, como eleitor, sei que ela trabalha” (Germano, grupo focal com trabalhadores e trabalhadoras terceirizados).

- “esse jogo de colocar Vilma, Garibaldi, Aluizio Alves: (...) ‘ah! porque Vilma fez isso e aquilo, está apoiando Carlos Eduardo. Eu vou votar nele porque ele está com Vilma e ela é uma boa pessoa’. ‘Luis Almir está com Aluizio Alves’. ‘Eu vou votar nele por que Aluizio Alves fez aquele trabalho todo’ (...) E o pessoal vota mais porque tem alguém por trás, do que pelo próprio candidato. Ele está sendo envolvido pelo outro. O outro está apoiando, então, eu vou votar porque aquela pessoa está apoiando. Fulano de tal está apoiando ele, então eu vou votar nele. Como Vilma está fazendo muito trabalho e alguma coisa o pessoal vê, né? Vilma fez aquilo, fez não sei o quê lá, organizou isso e aquilo. Então, o pessoal diz: ‘eu vou votar em Carlos Eduardo, porque ele está sendo apoiado por Vilma’. Vai mais por esse jogo, essa maquiagem. No caso, vai mais pela influência de outra pessoa e não pelo candidato” (Alex, no primeiro grupo focal com jovens da ONG).

- “O único candidato que fez alguma coisa boa, desde que eu comecei a votar, foi José Agripino. O resto...” (Senhora não identificada na transcrição das fitas, no segundo grupo focal com as mulheres da ONG).

- “Vilma Maia também fez” (Sânzia, no segundo grupo focal com as mulheres da ONG).

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de recepção e de decodificação das mensagens políticas, transmitidas pela propaganda eleitoral dos candidatos à Prefeitura de Natal em 2004 no HGPE na televisão, é determinado pelo senso comum produzido pelas classes subalternas que, ao longo do tempo, sedimenta-se nas suas experiências cotidianas e suas relações com o mundo da política. Nesse processo de recepção, observa-se a coexistência contraditória e complementar, nos diversos grupos estudados, das três modalidades de decodificação do significado dominante das mensagens políticas: a posição dominante, a posição negociada e a posição oposicional (HALL, 2003).

A desconfiança generalizada, fundada nessa experiência cotidiana, é a base para a elaboração das diferentes formas de representação que constituem o senso comum das classes subalternas e as idéias, as noções e os valores que são criadas sobre os agentes políticos – candidatos, governantes, parlamentares, partidos políticos

etc. - e a natureza do mundo da política e sobre os processos eleitorais. Essa desconfiança é uma atitude difusa e perene que é responsável pela ativação de componentes cognitivos que são potencialmente críticos e que constituem o “núcleo sadio” do bom senso no interior do senso comum, forma imediata de manifestação da concepção de mundo das classes subalternas.

A partir da análise das manifestações fragmentárias do bom senso, é possível identificar alguns importantes componentes de uma concepção de mundo potencialmente contra-hegemônica das classes subalternas. Na recusa às práticas dominantes e na erosão da legitimidade no atual do mundo da política, está contido um anseio coletivo pela existência de uma nova configuração das relações entre a maioria dos cidadãos e o mundo da política. São reclames que apontam para a superação dos limites da democracia representativa e sua característica autonomização dos governantes e parlamentares frente aos cidadãos, que ficam reduzidos a uma cidadania restrita à participação através do voto nos processos eleitorais. Há um clamor surdo, ainda em estado molecular, por formas de cidadania ativa e pela edificação de práticas políticas que apontam na perspectiva de uma nova democracia participativa e substantiva. Dessas novas formas político-institucionais, numa articulação qualitativamente distinta e superior entre a sociedade civil e o Estado, espera-se a emanção de novos impulsos de reordenamentos societários. O mundo da política, em estado latente como bom senso na concepção de mundo das classes subalternas, deve ser capaz de propiciar a superação das desigualdades sociais, que condenam a maioria dos brasileiros à condição de miséria e subcidadania, criando as condições sociais e materiais indispensáveis para um efetivo exercício democrático da cidadania.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. **Aqui Você Vê a Verdade na TV: a propaganda política na televisão**. Rio de Janeiro, Publicações do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação, UFF, 1999.

EVANGELISTA, João E. **Crise do Marxismo e Irracionalismo Pós-Moderno**. 3ª ed., São Paulo: Cortez, 2002).

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMEZ, Guillermo Orozco. La audiencia frente a la pantalla : una exploracion del proceso de recepcion televisiva. **Dia-logos de la comunicacion**, Lima, n. 30, p. 54-63, 1991.

GRAMSCI. **Cadernos do Cárcere: Introdução ao Estudo da Filosofia**. A Filosofia de Benedetto Croce. Volume 1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

KOSIK, Karel. **Dialética do Concreto**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

LESSA, Sérgio. **Mundo dos Homens: trabalho e ser social**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002

LUKÁCS, Georg. **Estética: I – La peculiaridad de lo estético**. Barcelona – México: Ediciones Grijalbo, 1966.

MANIN, Bernard. As Metamorfoses do Governo Representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, n. 29, Ano 10, outubro de 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. “América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social”. In SOUZA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense; ECA/USP, 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. “La Telenovela en Colombia: television, melodrama y vida cotidiana”. In: **Dia-logos de la Comunicación**, Lima, n. 17, jun., 1987.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.

PORTO, Mauro. "Televisão, audiências e hegemonia: notas para um modelo alternativo na pesquisa de recepção". In: **Comunicação & Política**. Rio de Janeiro, III (3):120-145, setembro/dezembro de 1996.

PORTO, Mauro P. **A Pesquisa sobre a Recepção e os Efeitos da Mídia: propondo um enfoque integrado**. Belo Horizonte, setembro de 2003, XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação).

RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba; São Paulo: Editora Unesp, 2004.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. **Cidadania e Justiça**: a política social na ordem brasileira. 2ª ed., Rio de Janeiro: Campus, 1987.

SOARES, Murilo César. **Construindo o Significado do Voto**: retórica da propaganda política pela televisão. São Paulo, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 1995 (tese de doutoramento).

SOUZA, Jessé, **A Modernização Seletiva**: Uma Reinterpretação do Dilema Brasileiro, Ed. UnB, 2000.

SOUZA, Jessé. **A Construção Social da Subcidadania**: Para uma sociologia política da modernidade periférica. Belo Horizonte–Rio de Janeiro: Ed. UFMG e IUPERJ, 2003

VEIGA, Luciana Fernandes. **Em Busca das Razões para o Voto**: o uso que o eleitor faz da propaganda política. *Contracampo*. [online]. jul. 2002, no.7, p.183-208.

Disponível em:

<http://revcom.portcom.intercom.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-74832002000700012&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1414-7483.

VIANNA, Luiz Werneck. **A Revolução Passiva**: iberismo e americanismo no Brasil. 2ª ed., Rio de Janeiro: Revan, 2004.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.