

VALENCIANO, Tiago. *Cara de Santo: as propagandas políticas do Paraná*. Maringá: Sahar, 2014. 142 p.

Rafael Egidio Leal e Silva¹

- Enviado em 29/08/2015
- Aprovado em 15/09/2015

Segundo livro do autor, após o lançamento de “A radiografia do poder” (2013) texto de densidade acadêmica, oriundo de sua dissertação de mestrado em Ciências Sociais na Universidade Estadual de Maringá, temos em mãos o texto com um instigante título: a “cara de santo” que nos remete aos “santinho” dos políticos em época de eleição. O autor é atualmente doutorando no Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFPR, mas lançou este livro sem pretensão acadêmicas, mas com uma interessante discussão, ainda a ser explorada pela academia.

Sem pretensões acadêmicas, mas com um objeto inusitado: a relação da imagem com a política. Discussão esta que se revela de um problema que talvez os muros acadêmicos ainda não tenham se apercebido, mas que diante de nosso cenário político (e das últimas eleições de 2014 até os nossos dias, aliás) se torna atual e urgente: o comportamento do eleitor brasileiro, ao mesmo tempo em que tão complacente e inerte, em alguns momentos toma a paixão e até mesmo a fúria.

E isto se revela nas imagens que o autor nos apresenta. Revela-se na opção da democracia brasileira se constituir em torno do voto obrigatório e da forma publicitária de apresentação dos candidatos. Mais que a força da ideologia, dos partidos, no período de eleição parece imperar a força das imagens.

O “santinho” também remete aos tempos de colonização brasileira, onde os jesuítas ensinavam às crianças índias e mestiças a escarnecer dos antigos costumes de seus chefes e pajés, substituindo-os pela força dos sacramentos e dos santos da Igreja. O apego infantil à religião, e a crença quase ingênua do poder divino, pode-se dizer, foi incorporado ao imaginário e cotidiano político do brasileiro. A imagem dos santos é a imagem do futuro salvador da nação, o que é sempre explorado – de modo consciente ou não – pelos candidatos que se fazem santos.

¹ Mestre em Psicologia pela Universidade Estadual de Maringá (UEM), é Graduado em Ciências Sociais pela mesma instituição. É professor do Instituto Federal do Paraná (IFPR) Campus Umuarama. rafael.silva@ifpr.edu.br.

Outro aspecto que podemos ainda refletir é que o santinho também nos remete ao torcedor de futebol. O futebol, como esporte que é estruturante da sociedade brasileira do século XX, é também um culto à imagem: jogadores semidivinos, responsáveis pelos sentimentos das massas povoam nossas fantasmagorias. As figurinhas dos craques há muito enfeitam a imaginação de crianças e jovens do nosso país. Dizer que o eleitor se comporta pela paixão de torcedor, é, portanto uma tese possível. Nossa democracia não tem democratas: tem torcedores, que se deixa levar pela ilusão da imagem dos “deuses”.

Dividida em seis capítulos, mais uma Introdução e as Considerações Finais, o livro apresenta os santinhos das eleições de 2006 no Capítulo I, as eleições de 2008 no Capítulo II, as eleições de 2010 no Capítulo III, as eleições de 2012 no Capítulo IV, as eleições de 2014 no Capítulo V. O Capítulo VI é dedicado aos “santinhos curiosos”, como define o autor. Em cada capítulo temos uma breve introdução do autor, comentando brevemente o contexto da eleição, na sequência o texto nos traz uma série de imagens de santinhos contendo uma pequena descrição do candidato, seu partido e o quanto de votos que fez na eleição referida, ou ainda um breve comentário sobre o desempenho do candidato durante o pleito.

Interessante mencionarmos que o livro está centrado nas eleições de Maringá. Assim sendo, tanto as eleições estaduais ou nacionais, quanto as municipais, estão sob a ótica maringaense: são os candidatos desta cidade e da região que povoam as páginas do livro, e é interessante observarmos as imagens no tempo, e como tais personagens se transformam. E justamente por ser de período recente, é fácil ao morador da região de Maringá puxar pela memória este ou aquele candidato, se exerceu mandato, ou o que fez durante o período entre as eleições.

Podemos notar que em quase dez anos de santinhos catalogados, e considerando que já em 2006 a internet e as mídias virtuais já tomam conta da formação das redes sociais, os candidatos não abrem mão dos santinhos, que se transformam com o tempo, o que é nítido na obra, mas não perdem uma certa essência: a imagem do candidato, como se apenas pela foto e um breve texto, ali denotasse uma figura que pode ser de confiança do eleitor para um cargo de poder.

O texto carece de uma análise mais acurada das imagens, e, para o mundo da Sociologia, faltam os pesados autores que dão idoneidade às investigações. Mas este não é um texto científico ou com pretensões acadêmicas, como já anunciado. Podemos dizer que é um passeio pelas caras de santo dos nossos políticos. Desta forma, se não é um texto que poderia ser usado em um projeto acadêmico formalizado junto à uma Pró-reitoria de Pesquisa ou de Extensão, é um texto que pode ser trabalhado em sala de aula, especialmente no Ensino Médio, e pode motivar os professores de Sociologia a atividades interessantes durante o período de eleições, a incentivar os alunos a catalogar os “santinhos” e a desvelar as ocultas relações políticas que as imagens mascaram. Enfim, esta é uma obra que mais que curiosa, nos coloca questões fundamentais da política. Que ela também possa movimentar nossas mentes para que a democracia brasileira se configure como tal.