

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

Natália Cristina Granato¹

- Enviado em 29/08/2015
- Aprovado em 23/02/2016

Materiais de divulgação de candidatos em campanhas políticas são recorrentes em época de eleições, aparecem aos olhos dos eleitores nas ruas, no trabalho, nas suas casas e em variados ambientes que frequentam. Normalmente eles somem de vista quando as eleições acabam, e se tornam novamente presentes no cotidiano das pessoas com eleições posteriores. Entre uma eleição e outra, Tiago Valenciano, o autor do livro “Cara de santo: as propagandas políticas do Paraná”, coleta esses materiais e coleciona, guardando consigo os mais variados “santinhos” de políticos de diversos partidos e cargos disputados. A ideia do livro surgiu a partir dessa coleção e do interesse do autor por política e eleições desde o pleito de 1996. O autor expõe o material colecionado ao mesmo tempo em que apresenta suas reflexões e informações sobre as eleições de 2006, 2008, 2010, 2012 e 2014, sobretudo referentes à cidade de Maringá, onde mora desde 2006.

As primeiras reflexões do autor referem-se à política, comparada a um jogo, no qual os atores ascendem e exercem o poder disputando partidas e eleições. Nesse sentido, a estratégia da propaganda é de extrema importância para esses atores nos tempos de eleições, tendo os “santinhos” como um de seus principais recursos. Sua história remonta às gravuras católicas do século XV, ressignificada pelos políticos brasileiros em suas campanhas eleitorais. O autor aponta que um dos responsáveis por popularizar o uso do “santinho” como material de divulgação política foi Getúlio Vargas em sua campanha para a presidência da república em 1930. Desde então, todas

¹ Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Paraná. Mestranda em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná. Endereço eletrônico: nataliagranato@hotmail.com.

as campanhas eleitorais utilizaram os santinhos para divulgação, oferecendo informações como o número, o nome e o rosto dos candidatos, além do tradicional costume do próprio candidato distribuir os seus “santinhos” para os eleitores. O autor destaca a importância desse material para a decisão do voto por parte dos eleitores e expõe os mesmos no decorrer do livro.

No capítulo 1, Tiago Valenciano aborda as eleições de 2006, destacando os candidatos mais votados para o cargo de deputado estadual e federal. Em seguida, o autor elenca os candidatos vitoriosos na região de Maringá. Também apresenta os resultados das eleições para senador e governador do Paraná, juntamente com o resultado das eleições para presidente na esfera local. Nas páginas seguidas a tais considerações, o autor expõe os “santinhos” de sua coleção inserindo breves comentários abaixo dos mesmos, variando informações sobre a cidade de representação, algumas de suas bandeiras ou curiosidades.

No capítulo 2, o autor expõe as eleições de 2008, para vereador e prefeito de Maringá, informando sobre os candidatos mais votados e destacados das eleições, apontando as novidades surgidas nas cenas políticas. A exposição de santinhos agrega os candidatos vitoriosos e derrotados, dos diferentes partidos políticos e estilos de propaganda.

No capítulo 3, o autor expõe as eleições de 2010, resumindo os dados gerais sobre as disputas para presidente, governador, senador, deputado federal e estadual, destacando os candidatos de Maringá. Na exposição dos santinhos, é recorrente a associação dos candidatos com a imagem do candidato a governador Beto Richa, vitorioso no pleito.

No capítulo 4, o autor nos informa a respeito das eleições de 2012. Ele explana como foi a disputa para a prefeitura de Maringá, bem como os vereadores mais votados e eleitos, as novidades e as associações entre os candidatos a vereador e os candidatos a prefeito.

No capítulo 5, há a exposição de informações sobre as eleições de 2014, para presidente, governador, senador, deputados federais e estaduais. Nessa eleição, o material foi coletado e apresentado a partir das informações da internet, que se mobiliza em campanhas e passa a ser decisiva para a divulgação dos candidatos de maneira intensiva, além do uso de redes sociais. Novamente, o autor faz comentários abaixo das figuras dos “santinhos”, destacando os candidatos de Maringá e região.

No capítulo 6, o autor expõe os “santinhos” curiosos das eleições anteriores de 1996, 2000 e 2002, incluindo alguns de sua cidade natal, Presidente Prudente, curiosidades e figuras inspiradoras de seu interesse pessoal pela política.

O livro possui várias informações interessantes sobre as campanhas eleitorais e o importante registro dessas eleições através dos materiais de divulgação política, além de anexos com os resultados das eleições abordadas. Variadas fontes das candidaturas são apresentadas de maneira leve e relevante, levando em consideração também os materiais digitais, juntamente com os “santinhos” impressos. Essas duas formas de propaganda são importantes para o eleitor e para as eleições, bem como para os pesquisadores que se interessam por esses processos e se encantam com uma simples imagem que nos influenciam racional e emocionalmente.