

Subcultura política e ideologia do clientelismo: análise de Caso em Londrina (PR), 2000

Elsio Lenardão (Prof. do Deptº . Ciências Sociais/UEL)

INTRODUÇÃO

Este texto apresenta e comenta, na qualidade de uma pesquisa exploratória, o levantamento e organização de um elenco de noções, representações e valores que se referem diretamente, à esfera da atividade política e que são compartilhadas pelos agentes sociais de setores populares envolvidos em práticas clientelísticas, articuladas para a garantia de votos e apoio a um político de expressão que atua na cidade de Londrina (PR)¹. Parte-se de alguns eventos que mostram práticas de clientelismo² desenvolvidas por esse político e que revelam o apoio que ele recebe de seguimentos populares (especialmente lideranças de associações de moradores) através do vínculo clientelista.

Pretende-se verificar se há, entre os indivíduos das classes populares que participam desse vínculo, a partilha de uma subcultura política particular que o sustentaria, quer dizer, que o organizaria ideologicamente. E, qual seria seu conteúdo (crenças, noções, representações, práticas)? Através de observação inicial, verificou-se que algumas representações sobre o que é a ‘autoridade política’ e a função do político repetem-se e parecem centrais na organização da concepção política que orienta aqueles que participam do vínculo clientelista: um forte apelo ao personalismo, à figura do político-chefe; a crença marcante em seus ‘superpoderes’, em uma expectativa exagerada quanto às suas capacidades e possibilidades de resolver problemas sociais; a noção de que a fonte dos benefícios públicos é o próprio político e não o fundo público; a crença no valor de que a forma do vínculo mais eficaz com a administração pública se dá através da troca de favores e ajudas com o político-chefe.

Preocupar-se com representações, crenças e concepções justifica-se porque é sabido que as pessoas fazem suposições e elencam categorias para orientar e interpretar suas experiências. Quer dizer, portanto, que o conhecimento do conjunto comum de tais suposições, categorias, noções e crenças, é fundamental para a compreensão das atitudes concretas dos membros de uma sociedade ou de um grupo social; nesse caso, de um grupo de eleitores. No levantamento das informações que interessam foram utilizados depoimentos, colhidos por jornais da cidade, de pessoas pertencentes à clientela do Sr. Antônio Belinati e que estiveram envolvidas em atividades políticas de apoio ao ex-prefeito na ocasião em que este respondia na Câmara de Vereadores a um processo de cassação, no primeiro semestre de 2000³.

POSSIBILIDADES DE UMA *IDEOLOGIA DO CLIENTELISMO*

Pretende-se verificar a presença de elementos compondo uma possível *ideologia do clientelismo*, a partir das representações expressas por agentes sociais envolvidos em práticas clientelistas, na cidade de Londrina/Pr, conforme esclarecido na introdução.

A atenção especial para a possibilidade desse fenômeno foi despertada por ocasião de um conjunto de eventos ocorridos no primeiro semestre de 2000, envolvendo a cassação do mandato do prefeito da cidade, o Sr. Antônio Belinati. O que nos interessa nesse conjunto é a presença de manifestações públicas de apoio ao prefeito, realizadas por setores populares da periferia da cidade, e que revelavam fortes vínculos clientelísticos com o prefeito acusado.

Esses eventos revelaram com exuberância a presença de clientelas políticas organizadas pelo prefeito e seus asseclas (funcionários públicos, comissionados e cabos eleitorais). Mais do que isso, graças ao trabalho de jornalistas locais, pôs-se em evidência também, inúmeros depoimentos de eleitores-clientes do prefeito, de modo a insinuar, pela recorrência de algumas representações nas falas, a presença de um conjunto

de noções, crenças, valores e práticas a respeito da atividade política, e que foram aventadas por causa da participação no vínculo clientelista, que pareciam compor uma espécie de subcultura política⁴ própria à política de clientela, ou, nos termos que escolhemos, uma ideologia do clientelismo.

O problema central colocado para esta pesquisa pode ser resumido nas seguintes perguntas: as práticas clientelistas, quer dizer, aquelas que articulam a relação entre o político e o eleitor, através da troca de benefícios imediatos por voto e apoio político, são orientadas por algum conjunto coerente de representações, noções e valores? Ou seja, seria própria a essas práticas alguma subcultura política? Seria possível vislumbrar uma espécie de ideologia do clientelismo, orientando/motivando a participação dos envolvidos nos vínculos desse tipo, em especial os membros dos setores populares? Ou ainda, quando os indivíduos envolvidos nos vínculos clientelistas agem, será que compartilham representações, noções e valores que articulariam as relações clientelistas?

Para responder a essas perguntas foi selecionado o estudo de um caso, o que certamente não permitirá grandes generalizações, mas acrescenta uma análise a outros estudos de caso sobre o clientelismo, de modo que vamos acumulando algumas compreensões sobre o fenômeno.

Tenta-se levantar essa suposta ideologia do clientelismo através da coleta de depoimentos de alguns moradores e lideranças populares que participam de vínculos clientelistas com o grupo político ligado ao Sr. Antônio Belinati. São lideranças de Associações de bairro, favelas e assentamentos que se filiam à liderança política do Sr. Belinati, e que buscam estender a moradores de seus bairros a mesma filiação, através da prática do clientelismo: troca de apoio político por ‘favores’, ‘ajudas’, promessas etc.

PESQUISA EXPLORATÓRIA

A análise do conteúdo dos depoimentos coletados pelos jornais permite traçar indícios da *pauta* de uma possível *ideologia do clientelismo* orientando as atividades

políticas dos indivíduos dos setores populares ligados a vínculos clientelísticos, mantidos pelo Sr. Antônio Belinati. Dá para observar, por exemplo, a presença das seguintes *crenças*, noções ou representações:

1ª. Crença num suposto ‘hiper-poder’/ super-poder do chefe político (no caso o prefeito) em solucionar todo tipo de problema ligado a demandas de caráter público. Vê-se, por parte do eleitor-cliente, uma ‘investidura’ de ‘força’ e capacidade de influência à figura do político. Uma moradora da periferia (Jd. Monte Cristo) disse, por exemplo, sintetizando essa crença:

“Para os pobres, ele [Belinati] é um Deus”.

A moradora de um outro assentamento afirmou que: *“Sem o Belinati o pobre não é nada”.*

Observando as solicitações e pedidos feitos por moradores e registrados pela imprensa, em ‘sessões de atendimento’ que o prefeito organizava de madrugada em seu gabinete para atender pedidos da população (1998/1999), dá para ver que os moradores sobrestimavam a capacidade de decisão e resolução do prefeito para atender suas demandas: estas iam de pedidos de empréstimos de dinheiro, a pedidos de doações de casas.

2ª. Uma *expectativa* e até *exigência* de *personalização* na relação política. Uma forte necessidade de *personalismo* nessa relação. Expectativa mesmo de contato pessoal, de reconhecimento pessoal, por parte do eleitor-cliente. O político que presta, para este eleitor-cliente, é aquele que o cumprimenta, que olha em seu olho, que lembra seu nome. Um líder comunitário, que já foi presidente da Federação das Associações de Moradores de Londrina e que é ligado ao grupo político do Sr. Belinati disse que parte do sucesso do prefeito estaria na abordagem direta que ele faz com o morador-eleito, promovendo o contato pessoal e físico. Segundo ele: *“[O Belinati] é um político jeitoso, que vai na favela, pega no colo a criança suja, passa a mão na cabeça de um, abraça o outro, e conquista as pessoas (...).”*

3ª. A crença de que o *político* (chefe político) seria a própria *fonte* dos benefícios públicos; por isso ele pode apresentar-se como ‘doador’, ‘ajudante’.

Uma moradora eleitora do Sr. Belinati e que participou de manifestações em sua defesa em 2000, por ocasião do processo de cassação, disse que: *“[sua] família era grata ao prefeito por ele ter doado material de construção para erguer as casas no Bairro [Jd. João Turquino].”*

Eu não tinha casa, ele foi pessoalmente numa reunião e disse que era um presente para a gente”.

Outra liderança (do assentamento Jardim dos Campos), disse que “O povo tem gratidão pelo lote, pela água, pela luz e confia que o prefeito vai asfaltar e legalizar os documentos dos lotes. Sem ele na prefeitura acaba toda nossa esperança”.

Um segundo líder comunitário observou: “Outros políticos só lembram dos pobres quando chega a eleição, mas o Belinati não, sempre tem ajudado e socorrido as pessoas carentes”.

4ª. Crença de que a maneira de buscar benefícios ligados ao poder público passa pelo *pedido* feito diretamente, ou via ‘seu despachante’ (cabos eleitorais), ao chefe-político. Ou, noutros termos, o aceite de que o mecanismo da conquista das demandas é o *pedido* de ajuda, o pedido de ‘favor’. Ou ainda: procurar pessoalmente o prefeito é a solução.

Eram os eleitores-clientes do Sr. Belinati que enchiam as ‘sessões de atendimento à população’ realizadas de madrugada e lotavam também, diariamente, seu gabinete.

Foram colhidos depoimentos de moradores que foram até o prefeito para fazer *pedidos*, para solicitar ajuda. Uma moradora disse que, certa vez, “acordou às 5 horas (da madrugada) para pedir duas vagas na supercreche [creche municipal que leva o nome do pai do ex-prefeito] para seus filhos de 2 a 4 anos”.

Outra relatou: “Fui pedir a legalização de um terreno onde moro no Jardim Santa Rita. Estou lá há 20 anos mas não tenho a posse. O terreno é da prefeitura. Quero ver se o prefeito legaliza” (...).

5ª. Ligada imediatamente a esta última crença, está a representação que considera o político (no caso o Sr. Belinati) como ‘pai’, ‘protetor’.

Uma liderança entrevistada, disse ser o Sr. Belinati, “o nosso protetor”. Outro morador, referiu-se a ele como “o pai dos moradores dos assentamentos”.

Todas essas crenças e representações se ajuntam, conformando numa noção mais ampla e mais ou menos coerente sobre o que é o mundo da política, ou melhor, sobre o que é a relação política, que a entende como: a arte do ‘favor’, da ajuda, da doação e da *troca* entre o político e o eleitor.

Para se dimensionar as implicações dessa noção, pode-se contrapô-la a uma outra que vê o campo da política como o *espaço da realização de direitos* ou da disputa da riqueza social, onde se resolve, permanentemente, conflitos entre grupos e classes sociais que possuem interesses divergentes em relação ao uso do fundo público, à construção da legislação e à detenção do poder estatal.

Pode-se observar, portanto, a presença de uma **subcultura política clientelista**, como congregadora de concepções e noções sobre a atividade política e que aparecem como comuns aos agentes envolvidos na rede clientelista, da cidade em foco. Tal subcultura funcionaria como o *código que os une*, que aproxima e permite o *diálogo* político entre seus membros, definindo parte dos roteiros do comportamento político destes agentes.

Encontra-se aqui, na esfera dos valores — que repercutem diretamente em interesses —, o que permite inferir que essas concepções e noções cumprem uma importante função ideológica, assimilando e unificando a ação política de parte dos agentes sociais das classes populares, inscrevendo-os como subordinados na esfera das relações políticas organizadas pelo vínculo clientelista.

Baseada nos termos levantados por ora, estaria dada uma *subcultura do clientelismo local*, com alguns traços já observados em outros casos⁵. Estamos supondo que esta possível **subcultura do clientelismo** pode ser interpretada como uma *ideologia da dominação*, nos termos que aparece em FRANCO (1976:cap.III)⁶ ao referir-se às representações que afetam as relações entre os homens livres pobres e os grupos dominantes da região do Vale do Paraíba, em São Paulo, na segunda metade do século XIX. Seria uma *ideologia da dominação* se considerarmos sua funcionalidade:

- a) promove o vínculo de setores das classes populares às elites políticas de maneira a situá-los na posição de subordinados;
- b) promove a sujeição desses setores a certos grupos políticos da cidade;
- c) articula a cooptação desses setores por parte de grupos políticos descomprometidos verdadeiramente com os interesses das classes populares;

- d) leva à restrição da autonomia política desses setores e;
- e) realimenta as formas de dependência nascidas da pobreza e da exclusão política.

¹ Trata-se do Sr. Antônio Belinati, ex-prefeito da cidade e figura de grande destaque na política regional há mais de 30 anos.

² Clientelismo é aquela modalidade de prática política que visa o controle do voto e do apoio político de parcelas do eleitorado, baseada na cooptação/conquista de seu voto e apoio através da oferta de favores e ajudas (dinheiro, alimentos, materiais de construção, empregos, etc.) por parte do político. Entende-se aqui que o clientelismo vai além da simples compra de voto que seria mais pontual, mais imediatista. Quer dizer, o grande objetivo daqueles políticos que fazem uso dessa prática é constituir suas bases de eleitores na forma de clientelas, ou seja, espécies de eleitores cativos, fiéis, sempre disponíveis para tarefa que estropeiem os períodos eleitorais. Sobre o clientelismo no Brasil, ver: AVELINO FILHO, George. **Clientelismo e política no Brasil**. Revisitando velhos problemas. Novos Estudos. São Paulo: nº. 38, p. 125-240, mar. 1994; CARVALHO, José Murilo de. Mandonismo, coronelismo, clientelismo: uma discussão conceitual. **Dados**. V. 40, nº 2, Rio de Janeiro, 1997; DROULERS, Martine. Clientelismo e emprego público. **Sociedade e Estado**. Brasília: vol. 4, p. 126-144, jan/jun. 1989.

³ Sobre o processo de cassação ver: CÉSAR, Délio. **A primavera de Londrina: o despertar de uma cidade contra a corrupção**. Londrina: Midiograf, 2001; SILVEIRA, Fábio. **Imprensa e política: o caso Belinati**. Londrina, Edições Humanidades, 2004.

⁴ De acordo com DULCI (1984), é possível se falar em *subculturas* políticas, quando um conjunto particular de orientações políticas distingue-se de outros no sistema cultural geral. (p. 12). Crê-se, portanto, haver certas especificidades de comportamento político de grupos locais, com particularidades em suas orientações e em sua postura política, sugerindo a possibilidade da existência de subculturas políticas locais. A referência é: DULCI, Otávio Soares. As elites mineiras e a conciliação: a mineiridade como ideologia. In: Ver. **Ciências Sociais Hoje**. São Paulo: Cortês, 1984.

⁵ DINIZ, Eli. **Voto e máquina política: patronagem e clientelismo no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982; KUSCHNIR, Karina. **O cotidiano da política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000; VIEIRA, Ana Cristina. Clientelismo e serviços de saúde: **Revista de políticas públicas**. São Luiz/Maranhão, v. 6, n 1. jan/jun/2002.

⁶ FRANCO, Maria Sílvia de Carvalho. **Homens livres na ordem escravocrata**. São Paulo: Ática, 1976.