

## VESTIDOS PARA VOTAR: ANÁLISE DE TRAJES DOS CANDIDATOS A GOVERNO DO CEARÁ EM 2014

*Dressed to vote: analysis of the candidates' clothing to Ceará government in  
2014*

Alves, Maria Aurileide Ferreira; Especialista; Universidade Federal de  
Pernambuco, aurileide@gmail.com<sup>1</sup>

Rocha, Maria Alice Vasconcelos; PhD; Universidade Federal Rural de  
Pernambuco, modalice.br@gmail.com<sup>2</sup>

Grupo de Pesquisa no CNPq: PLURAL - Moda e Vestuário

### Resumo

Este artigo analisa os candidatos a governador do Ceará, nas Eleições 2014, pela perspectiva de moda e vestuário. Utiliza vídeos oficiais de campanha para produzir comparações em quatro categorias: cor, estilo, identidade social social e informação pessoal. Ao final busca encontrar relação entre as vestimentas dos candidatos e o resultado da votação.

Palavras Chave: moda; indumentária; eleição; Brasil; vídeo.

### Abstract

*This article looks at the candidates for governor of Ceará, in Elections 2014, from the perspective of fashion and clothing. It uses official campaign videos to produce comparisons in four categories: color, style, social identity and personal information. It aims to find the relationship between the garments of candidates and the poll results.*

*Keywords: fashion; garment; election; Brazil; video.*

### Introdução

O presente trabalho investiga como os políticos brasileiros e cearenses utilizam a moda e os códigos de vestir para apresentar-se ao público eleitor de modo a atrair a atenção e conseqüentemente construir um relacionamento de confiança que irá ter seu clímax no dia da eleição. Para este fim, analisa sob a perspectiva da Moda, os quatro candidatos que concorreram ao cargo de governador no estado do Ceará-Brasil no ano de 2014.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Design pela Universidade Federal de Pernambuco (2014-2016).

<sup>2</sup> PhD in Fashion Design (University for the Creative Arts / University of Kent). Docente do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco e do Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Para coletar os dados necessários, foram analisados vídeos publicitários das respectivas campanhas eleitorais divulgados nos canais oficiais dos candidatos no YouTube. Cada vídeo foi analisado e serviu para fornecer informações que foram a base do relatório sobre as vestimentas escolhidas por cada um dos sujeitos.

### **Revisão de literatura**

O vestuário é uma poderosa ferramenta de comunicação não verbal, capaz de transmitir informações sobre diferentes aspectos da personalidade, da condição social, metas, atitudes, pensamentos, situação financeira, idade e identidade de um indivíduo. Um estudo de Paul Hamid em 1969 analisou a vestimenta de homens e mulheres em quatro diferentes tipos: uniforme escolar, traje casual, traje de trabalho e traje de lazer. Os participantes analisaram fotografias retiradas de revistas, que mostravam corpos masculinos e femininos. Apesar do trabalho ser considerado pioneiro nesta área, posteriormente muitos o criticaram por ter deixado o rosto à mostra, pois pesquisas indicam que a expressão facial interfere na avaliação que se faz da figura humana (Nielsen and Kernaleguen, 1976).

Pesquisas realizadas em 1989 por Lemon e Davis, constataram que a aparência e as expressões faciais de uma pessoa podem fornecer dados para que outros formem uma opinião acerca do indivíduo, sem que, sequer, haja uma comunicação verbal. Estudos posteriores a Hamid (1969) possibilitaram uma abordagem mais específica para analisar os estilos de vestuário apenas de homem ou de mulher. Por exemplo, em 1986 Soae Paek utilizou as roupas femininas de modo a classificá-las em quatro categorias: conservadora, ousada, exagerada e casual. Por sua vez, Edna Bell, em 1991 voltou-se para o público masculino, analisando também sob quatro aspectos o estilo das roupas: ousado, casual, conservador e formal.

A Moda, no contexto desta análise, será tratada de acordo com Simmel (1957), ao apresentá-la como um produto da distinção de classes operando de diferentes maneiras. Por ela e com ela o indivíduo se identifica como pertencente a determinado grupo social ao mesmo tempo em que se distingue

de outros; dentro deste mesmo círculo, ele ainda se caracteriza como único ao atender suas necessidades próprias.

Como este trabalho foi baseado em análises feitas em vídeos, cujo material é dinâmico e prescinde movimento, optou-se por ignorar as questões relacionadas às expressões faciais, analisando somente as imagens formadas pelos corpos vestidos. Vale ressaltar que, ainda assim, não houve como ocultar os rostos, pela natureza e dificuldade imposta do artefato audiovisual.

### **Os eleitores**

Em 2014, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, o Brasil contava cerca de 203 milhões de habitantes. E segundo o Tribunal Superior Eleitoral - TSE, aproximadamente 143 milhões são eleitores aptos a votar. No mesmo ano, o estado do Ceará, o oitavo mais populoso dentre os 27 da federação, possuía 6.271.554 de eleitores aptos a votar, de acordo com o Tribunal Regional Eleitoral do Ceará. 24% desta população está entre os 25 e os 34 anos; 18,9% entre os 35 e 44 anos e 21% entre os 45 e 59 anos. Desse total, 2.976.857 (47,46%) são homens, 3.287.941 (52,42%) são mulheres. No dia da eleição, 5 de Outubro de 2014, foram apurados 4.905.479, sendo válidos 4.531.608 (92,38%), brancos 101.772 (2,07%), nulos 272.099 (5,55%) e abstenções 1.363.558.

### **Os candidatos**

Ailton Lopes nasceu no Rio Grande do Norte. Pardo, solteiro, formado em Letras, bancário, professor de português e espanhol. Com 36 anos na época da eleição já havia se candidatado em dois pleitos anteriores a vereador de Fortaleza, não tendo sido eleito.

Camilo Santana, com 46 anos em 2014, casado, cearense nascido no interior do estado, engenheiro e mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Foi deputado estadual e secretário de educação.

Eliane Novaes, com 55 anos, cearense nascida na capital. Viúva, mãe de três filhos. Economista e especialista em Engenharia de Transportes. Foi vereadora e deputada estadual.

Eunício Oliveira, casado, quatro filhos, cearense, com três mandatos de deputado federal e um de senador. Formado em Administração de Empresas e

Ciências Políticas, empresário influente no mercado estadual e local, foi ministro das Comunicações (2004-2005).

Figura 1: Candidatos. De cima para baixo, da esquerda para a direita: Ailton Lopes, Camilo Santana, Eliane Novais e Eunício Oliveira. (<https://www.youtube.com/watch?v=1ZM-ByAry7Y>), 2015.



### Vestidos para votar

De acordo com a teoria da percepção pessoal são os outros, os observadores, que formam uma ideia de quem se observa, do indivíduo observado. Esta concepção pode ser formada a partir de informações coletadas pelos sentidos, mas principalmente pela visão. Estas informações são selecionadas, interpretadas e integradas subjetivamente para formar um todo. Em se tratando de moda, este mesmo processo cognitivo pode ser usado para fazer um julgamento dos outros com base na aparência. Para Lenon e Davies (1989) existem três variáveis que afetam a percepção pessoal e social: o objeto, o observador e a situação. Neste trabalho estes fatores foram detalhados durante a análise para facilitar o processo descritivo.

O candidato Ailton Lopes utilizou muitas cores sendo praticamente impossível associar um tom cromático à sua campanha. Nas inúmeras camisetas com mensagens e dizeres relacionados ao seu discurso eleitoral ou

mesmo ao seu partido, o candidato prendeu um broche com as cores do arco-íris. Nas atividades de rua ou nos movimentos populares, Lopes optava pelas camisetas regulares, de malha com gola V ou U, mangas curtas e calça social. Nos debates promovidos pelos canais de televisão o traje utilizado era a camisa social de mangas longas dobradas de modo displicentes, sem gravata e com uma cor que o diferenciava claramente dos outros participantes. Importante ressaltar que as cores partidárias eram vermelho e amarelo.

Já o candidato Camilo Santana aparece nos vídeos institucionais quase sempre trajando uma camisa de mangas compridas branca ou levemente azulada, sem nenhum tipo de estampa. Quando aparece de corpo inteiro, pode-se perceber que dobra a manga até metade do antebraço e que alterna entre o jeans e a calça social, dependendo do ambiente formal ou informal. Em nenhum vídeo apareceu com camiseta de malha ou mesmo com camisa polo, exceto quando há flashbacks de sua vida pessoal. Nos debates para os canais de TV, transmitidos ao vivo, Santana sempre usou um terno escuro (preto ou grafite) e uma camisa branca, mas sem gravata. Sua campanha eleitoral fez uso de laranja e vermelho na maioria das peças publicitárias, entretanto, nos vídeos é bem marcante a presença de verdes e vermelhos. As cores institucionais de seu partido são o vermelho e o branco.

Nos vídeos de sua campanha, a candidata Eliane Novais, utilizou branco na maioria de suas roupas, variando para o marfim ou estampado em raras ocasiões. A predominância de golas V sobre a gola U é facilmente percebida, bem como a presença de brincos e de colar de pérolas em todas as suas aparições. Em nenhum momento analisado dos vídeos ela vestiu uma camisa de malha, sempre com blusa de tecido opaco ou com transparência criada por tecidos finos, rendas e bordados devidamente cobrindo o busto e parcialmente os ombros e braços. Nos debates televisionados ela variou na indumentária. Em um vestiu terno preto e blusa branca e em outro inverteu a combinação para blazer branco, blusa e calças pretas. Em ambos usou um sapato preto de salto baixo. As cores institucionais de seu partido são vermelho e laranja.

Durante sua campanha eleitoral para governador, Eunício Oliveira utilizou verde, azul, branco e cinza. A maioria das roupas era lisa e, raramente apareceu com um xadrez formado por verdes e branco ou listras (verde e

branco). Seus vídeos foram produzidos de tal modo que era possível visualizar a sua figura de corpo inteiro, permitindo observar o cuidado na escolha dos acessórios (cinto, relógio, sapatos e meias), transmitindo a sensação de uma roupa de alta qualidade. Quando em eventos com multidão ou ao ar livre, optou por uma gola polo branca ou verde, sempre com calça social e sapatos pretos. Nos debates ao vivo sempre compareceu trajando terno escuro (preto ou grafite) e camisa branca, sem gravata. Seu partido e sua campanha fizeram uso institucional do verde e branco.

### **Os parâmetros**

Para realizar este trabalho foram utilizados alguns parâmetros para identificar e classificar os sujeitos. Por se tratar de um grupo formado por homens e uma mulher, optou-se analisar os corpos vestidos dos candidatos utilizando os parâmetros detectados pelos autores já mencionados, agrupadas em três categorias: estilo, teoria da identidade social e teoria da informação pessoal. Cada uma subdividida em partes para facilitar a descrição verbal. O estilo, como em Hamid (1969) foi considerado: (1) profissional (*work attire*), casual (*casual attire*) e lazer (*evening attire*).

A teoria da identidade social defende que as escolhas do que vestir podem determinar o tipo de pessoa que se é bem como identificar os grupos aos quais se pertence (Kwon, 1987). Assim, as roupas dos sujeitos estudados serão utilizadas para tentar identificar os grupos sociais a que desejam comunicar pertencimento ou distinção (Simmel, 1957), a saber: (1) gênero, (2) filiação social, (3) similaridade social, (4) identidade própria.

Quanto à informação pessoal transmitida, cada sujeito foi avaliado de acordo com as características definidas por Burns e Lennon (1993) para definir o estilo: 1- Personalidade (confiança, inteligência, amizade); 2-Comportamento (trabalhador, de vida excitante, pessoalmente realizado); 3-Atitudes, sentimentos e crenças (confidente, entusiasmado); 4-Demográfico–financeiro (bem sucedido, ganha alto salário, feliz na profissão); 5-Traços psicológicos e biológicos (idade, altura, atratividade). Todos estes itens serão tratados como informação percebida através do vídeo assistido, portanto, não será dado um tratamento quantitativo, apenas descritivo.

A categoria cores foi inserida pelas autoras por ser considerada de extrema importância na composição do vestuário de um candidato, capaz de interferir em grande escala na percepção dos observadores acerca do pertencimento deste a determinados grupos sociais e políticos, fundamentais em um processo eleitoral.

Após visitar os canais oficiais de cada candidato, no YouTube, foram assistidos dois vídeos. Um deles escolhido aleatoriamente da *playlist*, cuja única condição era que fosse do início da propaganda eleitoral e o outro de debate oficial exibido na televisão, no Canal TV Verdes Mares, em rede estadual no dia 30 de Setembro de 2014. Para cada vídeo assistido, foram feitas observações e anotações de acordo com a ocorrência das categorias já mencionadas. A Tabela 1 contém o resultado das características observadas em cada vídeo, com pelo menos uma ocorrência durante a exibição.

Tabela 1: Categorias de análise para cada candidato.

	<b>Ailton Lopes</b>	<b>Camilo Santana</b>	<b>Eliane Novaes</b>	<b>Eunício Oliveira</b>
<b>Cores</b>	Cinza, azul, vermelho, amarelo, verde, rosa e branco.	Azul claro, branco e preto.	Branco na maioria das vezes. Colorida em uma ocasião. Preto.	Verde na maioria das vezes; raramente azul, listras (verde e branco, azul e branco), preto.
<b>Estilo</b>	Casual, convencional.	Profissional, casual, convencional.	Profissional, convencional.	Profissional, casual, atualizado.
<b>Identidade social</b>	Gênero; Pertencimento a grupo social; Similaridade social; Identidade própria;	Pertencimento a grupo social; Similaridade social; Identidade própria;	Gênero; Similaridade social; Identidade própria;	Pertencimento a grupo social; Similaridade social; Identidade própria;
<b>Informação pessoal</b>	1- pouca confiança, inteligência, amizade; 2- trabalhador; 3- confiante; 4- mal sucedido, ganha baixo salário, infeliz na profissão; 5- jovem, altura mediana, baixa atratividade.	1- muita confiança, inteligente, muito amigável; 2- trabalhador, de vida provavelmente excitante, pessoalmente realizado; 3- pouco confiante, muito entusiasmado; 4- bem sucedido, ganha alto salário, feliz na profissão; 5- jovem, alto, fisicamente atrativo.	1- pouca confiança, inteligente, amigável; 2- trabalhadora; 3- confiante; 4- tem bom salário, pouco feliz na profissão; 5- meia idade; baixa; sem atratividade.	1- muita confiança, inteligente, pouco amigável; 2- trabalhador, de vida muito excitante, pessoalmente realizado; 3- pouco confiante, pouco entusiasmado; 4- muito bem sucedido, ganha altíssimo salário, não tão jovem, de pouca atratividade física.

## **Os votos e o resultado da eleição**

A eleição aconteceu em dois turnos. No primeiro o candidato Ailton Lopes obteve (2,40%) 102.394 de votos sendo o quarto mais votado. Depois dele, a candidata Eliane Novaes, em terceiro lugar obteve 144.507 (3,39%), Eunício Oliveira ficou em segundo lugar com 1.979.499 votos (46,41%). Camilo Santana ficou em primeiro lugar com 2.039.233 votos equivalente a 47,81%. No segundo turno, Eunício Oliveira obteve 2.113.940 ou 46,65% de votos e Camilo Santana 2.417.668 representando 53,35%, sendo o candidato vitorioso.

## **Considerações finais**

Após analisar os resultados obtidos na votação, pode-se dizer que na primeira parte prevaleceu a preferência do público pelos candidatos que se apresentaram vestidos com estilo profissional e com clara identificação de pertencimento social, ao mesmo tempo em que se mostravam com identidade própria. Eliane Novais, sendo a única mulher do processo, não conseguiu convencer suas iguais de que era merecedora do voto. Sendo o eleitorado cearense feminino em sua maioria, é algo a se considerar. Na tentativa de mostrar-se profissional e moderna, ela usava roupas sérias, com um toque de feminilidade, mas sem a adequação necessária ao seu tipo físico, deixando-a ainda mais baixa. O branco, cor que não era associada ao seu partido, trabalhou contra sua associação política, deixando o público confuso sobre a que grupo pertencia. Ainda assim, mesmo transmitindo uma imagem insegura, insatisfeita e incoerente, ela mostrou-se mais sofisticada e profissional que o candidato que ficou em quarto lugar.

Pode-se supor que o vestuário de Ailton Lopes traduz-se na tentativa de criar uma identificação com um determinado grupo social. Um eleitorado mais jovem, de preferências sexuais abertamente declaradas e, provavelmente, ansioso por mudanças. Assim, pode-se também inferir que o candidato desejava portar-se como um igual, como pertencente ao mesmo núcleo social e cultural de seu público, sem, entretanto deixar clara, pelas suas escolhas vestimentares, a sua intenção clara de ser um líder imediatamente superior aos de outra classe. Ao exibir uma aparência que remete à igualdade, alinhando-se ao pertencimento ao invés da distinção (Simmel, 1957) o candidato faz uso da



sua indumentária para colocar-se como igual e transmite simpatia, mas também pode causar sensação de insegurança quanto às habilidades gerenciais e administrativas necessárias ao cargo pleiteado. A grande variedade cromática usada em seu vestuário associada com a displicência de sua aparência, trabalharam contra sua imagem de político, e concomitantemente a imagem do político que o eleitor gostaria de escolher: profissional e de confiança.

Eunício Oliveira, apesar de não ser tão jovem quanto os outros concorrentes apresentava-se nos vídeos com elegância, sofisticação e profissionalismo tanto na escolha dos tipos de roupa quanto das cores, devidamente associadas ao seu grupo político. Visualmente, sua imagem no vídeo transmite uma sensação agradável de um homem inteligente, bem sucedido, competente, realizado, mas ainda assim, pouco confiante e até mesmo um pouco esnobe. A sua aparência, juntamente com outros fatores como expressão facial, voz e gestos contribuem para criar um distanciamento entre ele e quem o vê, quase de o inacessível.

Camilo Santana, assim como seu oponente mais bem votado, sempre apareceu sofisticado e elegante, embora simples. Suas escolhas de vestuário, optando sempre pela mesma cor e modelo de camisa nas cenas internas e externas dos vídeos, transmitem uma grande coerência visual da sua imagem corporal. A sua juventude, quando comparada com Eunício, também sugere uma forte sensação de confiança e determinação.

Figura 2: Camilo Santana e Eunício Oliveira fotografados antes de debate no segundo turno, em Outubro de 2014.



Estes dois últimos candidatos, sendo os mais votados, os mais preferidos pelos eleitores, mostraram-se muito semelhantes pelas escolhas de seus trajes. Já no primeiro turno, quando compareceram aos debates televisionados, exibiram-se com cores e vestimentas muito parecidas. Fato que se repetiu também no dia do último debate transmitido pela TV, ao vivo, em foto publicada nos jornais locais (Figura 2), lado a lado, os dois candidatos, ao invés de se diferenciarem, mais pareciam fazer parte de um grupo, de uma mesma equipe.

As escolhas que fizeram foram acertadas, criaram empatia, transmitiram profissionalismo e confiança aos eleitores. Arriscamo-nos a dizer que talvez a juventude e a identificação pessoal tenha sido fator decisivo na hora de votar. Mas isto é assunto para um outro trabalho.

## Referências

- BELL, E. L. (1990). Adult's perception of male garment styles. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(1), pp. 8-12.
- HAMID, P. N. (1969). Changes in person perception as a function of dress. *Perceptual and Motor Skills*, 29(1), pp. 191-194. Doi: 10.2466/pms. 1969.29.1.191
- KWON, Y. H. (1987). Daily Clothing Selection: Interrelationships Among Motivating Factors. *Clothing and Textiles Research Journal*, 5(2), pp. 22-27.
- NIELSEN, J. P., Kernaleguen, A. (1976). Influence of clothing and physical attractiveness in person perception. *Perceptual and Motor Skills*, 42 (3), pp. 775-780.
- PAEK, S. L. (1986). Effect of garment style on the perception of personal traits. *Clothing and Textiles Research Journal*, 5(1), pp. 10-16.
- SIMMEL, G. (1957). Fashion. *The American Journal of Sociology*. Vol. 62, No. 6, pp. 541-548.
- Debate na TV Verdes Mares ao Governo do Ceará. Exibido em 30 de Setembro de 2014 e acessado em 20 de Fevereiro de 2015 em: <https://www.youtube.com/watch?v=1ZM-ByAry7Y>
- Tribunal Superior Eleitoral do Brasil. Acessado em 20/02/2015.  
<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais-2014>
- Brasil tem 202 milhões de habitantes, aponta IBGE. Acessado em 10 de Setembro de 2014 em: [http://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2014/08/28/interna\\_nacional,563158/brasil-tem-202-milhoes-de-habitantes-aponta-ibge.shtml](http://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2014/08/28/interna_nacional,563158/brasil-tem-202-milhoes-de-habitantes-aponta-ibge.shtml)
- Ceará é o oitavo estado mais populoso com 88 milhões de habitantes. Acessado em 10 de setembro de 2014 em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/08/ceara-e-8-estado-mais-populoso-com-88-milhoes-de-habitantes.html>
- Nota técnica estimativas da população dos municípios brasileiros com data de referência em 1º de julho de 2014. Acessado em 17 de Outubro de 2014.  
[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/pdf/analise\\_estimativas\\_2014.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/pdf/analise_estimativas_2014.pdf)