



TRAJETÓRIA DO VEREADOR CURURU, DE PELOTAS, RS: ESTUDO DA GESTÃO DE SUA AUTO-IMAGEM, A PARTIR DA CRIAÇÃO DE FACTÓIDES POLÍTICOS

Autora: SILVA, Andréa Fonseca

Orientador: SAPPER, Sady

andreasjornalista@gmail.com

sadi@cpact.embrapa.br

Universidade Católica de Pelotas

Introdução

Em meio à atual situação de problemas vivenciados no Brasil, em todas as classes sociais, pessoas comuns tentam se sobressair, em meio à concorrência e à falta de oportunidade. A popularidade, a auto-imagem e a criatividade passam a ser ferramentas para que os indivíduos possam obter êxito na sua vida.

Este trabalho tem o objetivo de analisar e traçar um paralelo entre a gestão da auto-imagem e a criação de *fait divers* pelo cidadão brasileiro Claudio Roberto Insaurriaga, vereador em Pelotas desde 2005, atuando como um personagem criado por ele mesmo, o Cururu.

Serão apontadas algumas características pessoais e sua trajetória política, a passagem por três partidos políticos (PT, PFL e o atual PV), além de animosidade com políticos regionais.

Factóides que envolvem o personagem Cururu, gaúcho estilizado, cantor e restaurador de móveis antigos, que se tornou vereador com uma campanha incomum e polêmica.

O vereador Cururu, mesmo sendo eleito com discurso anti-político, com promessas de resolver sua vida e de incomodar os corruptos, fez um mandato turbulento na Câmara de Vereadores, sempre causando controvérsias e tendo seus projetos rejeitados, conseguiu fazer um ato de exorcismo religioso no plenário e ser cassado por duas vezes.

É nesse contexto de peculiaridades que o personagem Cururu confirma sua imagem de palhaço e incoseqüente, que tenta chamar a atenção dos eleitores e perturbar os políticos "ladrões", utilizando-se de um discurso bairrista carregado de expressões regionalistas.

Insaurriaga apostou no diferente, criou bordões que caíram na simpatia popular, e que acabaram identificando-o, de forma consciente ou não, com os

seus eleitores. Cururu consegue ser amado e odiado com a mesma intensidade. Para tentar entendê-lo enquanto exercício de certa cidadania política torna-se necessário entender e projetar em sua pessoa alguns conceitos, como marketing político e auto-imagem para definirmos e entendermos melhor seus atos.

Ainda com base na entrevista obtida junto ao vereador em exercício, serão revelados fatos pessoais, sua trajetória política, como lidou com problemas e com sua cassação, além de comentários sobre as repercussões, em mídia nacional, da maior parte de suas atitudes polêmicas e extrovertidas.

Com suas críticas ao sistema político local e nacional, conquistou de forma simples e com pouco investimento uma identificação com eleitores da classe popular, pela maneira de chamar a atenção para problemas comuns, a forma de falar e agir, o que reforça o pressuposto desta monografia de que sua criatividade na geração e exploração de novas situações constitui um caso peculiar de gestão da auto-imagem. Cururu é o marqueteiro de si próprio.

Metodologia

A pesquisa foi realizada através de entrevista semi estruturada com o pesquisado. Durante o ano de realização da pesquisa, o pesquisado atuou como parlamentar na câmara municipal Pelotas, com mais quatorze colegas, sendo que um deles era o Presidente da casa. Nesse ano o Prefeito em atividade é Fetter Junior (PPS). A partir da observação desse servidor, parti para a conversa informal, onde pude formular algumas afirmações e logo ficou evidente que: o vereador Cururu desde muito cedo já lutava para poder ter uma vida digna, sempre ligado as questões ambientais, há também com as eleições municipais deste ano. Além disso, O Vereador Cururu é também presidente Municipal da Executiva de Pelotas.

A organização do trabalho para a coleta de dados foi feita através de: entrevista semi-estruturadas; observação do vereador e seus assessores, alvos da pesquisa, durante atuação em seus afazeres; registros/interações em áudio e gravação das entrevistas. Posteriormente, realizei seleção de imagens e notícias veiculadas na mídia, visando o aprofundamento das entrevistas. Composição de um diário de campo. Análise dos depoimentos e categorização dos *factóides*.

Adotei então, para todos os *factóides* citados uma letra do alfabeto para classificá-las, e ainda, algumas palavras em negrito pra melhor destaque no texto.

Foi perguntado ao entrevistado sobre sua carreira antes e durante o seu mandato de vereador, e, sobre os *factóides* mais significativos da sua carreira.

A escolha de tal abordagem justifica-se porque é a que mais valoriza a relação entre o pesquisador e o sujeito da pesquisa; o ambiente social é considerado fonte de dados, a preocupação é com o processo; o foco são os significados; não há preocupação em buscar evidências que comprovem hipóteses a priori.

Deslandes (2007) diz que a abordagem qualitativa responde a questões particulares, com um universo de significados, motivos e atitudes impossíveis de quantificá-los, já que os indivíduos se distinguem por pensar e agir de forma única e, portanto, pensam e interpretam a realidade. Por se tratar de

um estudo exploratório onde o sujeito da pesquisa o Vereador Cururu dificilmente poderia ser traduzido em números.

Assim, a proposta metodológica partiu de uma abordagem qualitativa que, acredita-se, possibilitar a verificação de determinado fato, assim como sua compreensão e sua interpretação dentro do contexto em que efetiva sua existência, como afirma Lüdke e André (1986).

Discussão

Com o intuito de alavancar sua carreira de cantor, seu sonho desde a adolescência, e com as dificuldades vivenciadas desde muito cedo, Claudio Roberto Insaurriaga convive no meio popular e torna-se um empreendedor do “jeitinho brasileiro”, pois teve receio de recomeçar varias vezes, seja no campo pessoal como no profissional.

Atuou como pequeno empresário, cantor, restaurador, até engajar na vida política, sendo eleito numa das campanhas mais surpreendentes da região e do país, pois o já conhecido Cururu, substituiu a identidade de Cláudio e serviu como “puxador de votos”, com imagem popular e com discurso anti-político, representando um indivíduos que pretendia resolver “os seus problemas” conseguiu uma identificação com os eleitores. Esse personalismo é criticado por vários autores políticos VECHIA (2000), FIGUEIREDO (2000), BALLBACK (1999), ambos descrevem a rejeição à política, tanto de adultos, como de jovens, essa descrença geral é fruto de um sistema político precário, ou seja, com a divulgação diária de irregularidades, fraudes, impunidades, fez com que o negativismo político esteja fortemente enraizado na nossa sociedade.

Cururu conseguiu eleger-se com pouco investimento, apostando na forma simples de fazer política, atuando pelas ruas da cidade no chamado “corpo a corpo” valendo-se de palavras simples e deixando clara suas intenções em resolver seus problemas, mas que “não era ladrão nem mentiroso”. O postulante obteve uma votação espetacular na cidade na campanha municipal, e mesmo com problemas nas eleições estaduais também foi aprovado por vários municípios.

Sempre objetivando fazer denúncias e manifestar suas indignações o com o sistema político, Cururu tenta de maneira bem humorada e com certa zombaria ser mídia durante vários dias em cada episódio que participa. Mas o principal *fait divers* ou factóide que inventou foi o ato de exorcismo, sendo *mídia* nacional e citado em mais de cem sites na web.

De simples trabalhador subalterno, passou de Claudiola à Zé Trovão, de Zé trovão à Cururu, sempre com a mesma irreverência e determinação de resolver seus problemas, mas de cabeça erguida e sem mentiras, pois ele consegue o que se propõe. Ser um palhaço que zomba da situação cotidiana, e, mesmo criticando o sistema político luta para continuar atuando nesse meio.

Cururu consegue atuar diretamente no imaginário coletivo, forçando às vezes decisões e atos por impulsos, com irreverência, criatividade e com bom humor

Conclusão

O objetivo central foi conhecer e descrever a trajetória política do personagem Cururu, que se tornou vereador em Pelotas. Explorou-se a hipótese de que, através da gestão da auto-imagem e da criação de *fait divers*

atrativos para a mídia, o referido parlamentar tenha conseguido atrair para si atenções diferenciadas da sociedade e do eleitorado. Através de criatividade e de um discurso anti-político, o postulante conseguiu ser mídia nacional e, em seguida, ser cassado, por ter feito um ato de exorcismo na Câmara Municipal de Pelotas, RS. O edil, que entre outras coisas também é cantor, palhaço, ecologista e ex-marceneiro, é um indivíduo disposto a fazer mudanças na sociedade e atingir seus objetivos.

Bibliografia

BALLBACK, J. Marketing pessoal: como orientar sua carreira para o sucesso; tradução Eduardo Lassere. – São Paulo: Futura, 1999.

DEMO, P. Leitores para sempre. Porto Alegre: Madição, 2006.

FERREIRO, E. Linguagem e escola: uma perspectiva social. São Paulo: Ática, 2001.

Guia do Eleitor Cidadão eleições 2008.

KOTLER, P. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*; tradução Ailton Bomfim Brandão – 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LÜDKE, M. & ANDRÈ, M. Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MINAYO, M. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994.

PASSOS, A. Carreira e *marketing* pessoal: da teoria à prática. São Paulo: Negócios Editora, 1999.

SOARES, M. Letramento: um tema em três gêneros. Belo Horizonte: Autêntica, 1998.
<http://www.senado.gov.br/sf/legislacao/const/>

www.pvrs.org.br/menu/valoresdopv.htm

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%EAo.htm

<http://www.tse.gov.br/internet/index.html>

http://www.politicaparapoliticos.com.br/interna.php?id_subsecao=117

<http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=%22Vereador+Cururu%22&btnG=Pesquisar&meta=cr%3DcountryBR>

