

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Luis Celestino de França Júnior

Transformações na Política: um estudo sobre o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral
do Partido dos Trabalhadores

Recife

2016

Luis Celestino de França Júnior

Transformações na Política: um estudo sobre o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral
do Partido dos Trabalhadores (2002/2006)

Tese de Doutorado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação Stricto
Sensu em Comunicação da
Universidade Federal de Pernambuco
para obtenção do grau de Doutor em
Ciências da Comunicação, sob
orientação do Prof. Dr. Heitor Costa
Lima da Rocha.

Recife

2016

Catalogação na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

F814t	França Júnior, Luís Celestino de Transformações da política: um estudo sobre o PT no horário político gratuito de propaganda eleitoral / Luís Celestino de França Júnior. – Recife, 2016. 203 f.: il.	
	Orientador: Heitor Costa Lima da Rocha. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2017.	
	Inclui referências e anexo.	
	1. Propaganda eleitoral. 2. Partido dos Trabalhadores. 3. Campanha eleitoral. 4. Mídia e política. I. Rocha, Heitor Costa Lima da (Orientador). II. Título.	
	302.23 CDD (22.ed.)	UFPE (CAC 2017-70)

LUÍS CELESTINO DE FRANÇA JÚNIOR

TÍTULO DO TRABALHO: TRANSFORMAÇÕES DA POLÍTICA: UM ESTUDO
SOBRE O PT NO HORÁRIO GRATUITO DE PROPAGANDA ELEITORAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Aprovada em: 30/06/2016

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Heitor Costa Lima da Rocha(orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior
(membro interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa.Dra.Karla Regina Macena Pereira Patriota
(membro interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Ana Maria da Conceição Veloso
(membro externo)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Marcos Ferreira da Costa Lima
(membro externo)
Universidade Federal de Pernambuco

Agradecimentos

Essa tese de Doutorado é fruto de um extenso trabalho de reflexão, análise e escrita que envolveu contribuições e apoio de diferentes pessoas e instituições. Nesse momento, é natural que eu reconheça publicamente pessoas que tornaram a pesquisa possível. Agradeço inicialmente ao meu pai, Luis, que tem acompanhado toda a minha trajetória durante toda a vida, dando apoio e equilíbrio nos momentos difíceis. Sem ele, nada disso teria sido possível. Gostaria de agradecer especialmente ao meu orientador, prof. Dr. Heitor Rocha, que aceitou a orientação num momento delicado da minha vida e que me deixou sempre à vontade durante o período de orientação tendo me possibilitado ainda ministrar uma disciplina no Departamento de Comunicação, experiência muito importante para um diálogo com alunos em formação e que me permitiu renovar a minha experiência docente. Agradeço ainda aos professores Alfredo Vizeu, Marcos Costa Lima e Túlio Velho Barreto pelas críticas e contribuições na banca de qualificação. Agradeço aos professores do PPGCOM que contribuíram durante esse processo, especialmente a professora Isaltina Gomes pelo incentivo desde a disciplina de Seminário de Tese. Agradeço ainda a professora Maria Eduarda Rocha que também deu importantes contribuições durante a disciplina Sociologia do Consumo. Também agradeço a Juliana Leitão, Jean Cerqueira, Natália Flores, Filipe Barros, Patrícia Monteiro, Patrícia Paixão, Márcia Jacome, Sílvia Almeida, Karoline Fernandes, Carol Falcão, Helena Alencar, Marcos Buccini, Rafael Queiroz, Lis Lemos, Naiara Carneiro, Antônio Torres, Débora Silva, Natália Raposo, Andrea Rocha, meus colegas de PPGCOM pelos momentos compartilhados juntos. Há um pouco de vocês nesse texto. Agradeço aos colegas da Universidade Federal do Cariri, em especial ao meu amigo Ricardo Salmito que me acompanhou em momentos diferentes de alegria e tristeza. Agradeço a um amigo especial que também tem acompanhado minha trajetória desde os tempos da graduação na Universidade Federal do Ceará, Átila Bezerra Fernandes Vieira. Por fim, agradeceria também ao IUPERJ e à Fundação Perseu Abramo que cederam material de audiovisual para essa pesquisa.

RESUMO

Considerando o contexto de transformações da política brasileira dos últimos vinte anos, o objeto desta pesquisa é a tentativa de compreensão das mudanças programáticas do Partido dos Trabalhadores (PT) a partir de uma leitura de dois momentos específicos: a eleição de 2002 e a eleição de 2006. Para isso, foi feito um recorte de estudo dos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) dessas duas campanhas presidenciais. Para isso, analisamos os programas dessas duas campanhas elegendo categorias a partir de seus conteúdos e buscando identificar elementos que diferenciem os discursos das duas campanhas. A tese propõe uma metodologia que se apropria de alguns estudos anteriores sobre o tema da propaganda política, mas também fornece novos elementos tentando contribuir para novos estudos na área de comunicação e política. O trabalho partiu de uma chave de leitura de que está na defesa do acesso aos bens materiais de consumo pelas classes mais pobres o principal ponto de diferença entre um PT de oposição e um PT no Governo. A proposta de um pacto social unindo setores diferentes da sociedade brasileira que marca a campanha de 2002 encontra em programas de acesso aos bens de consumo materiais seu centro.

Palavras-chave: Propaganda Eleitoral. Partido dos Trabalhadores. Campanha eleitoral. Mídia e Política.

ABSTRACT

Considering the context of changes in Brazilian politics of the last twenty years, the object of this research is the attempt to understand the Party's programmatic changes of *Partido dos Trabalhadores* (PT) after a reading of two specific moments : the 2002 election and the election of 2006. For this a study was made of cut of the program Electoral Propaganda (HGPE) in these two presidential campaigns . For this, we analyzed the programs of these two campaigns choosing categories from your content and seeking to identify elements that differentiate the speeches of the two campaigns. The thesis proposes a methodology that appropriates some previous studies on the subject of political propaganda, but also provides new elements trying to contribute to new studies in the area of communication and politics. The work began with a reading key that is in the defense of access to consumption of material things for the poorer classes the main point of difference between opposition PT and PT in government. The proposal for a social pact uniting different sectors of Brazilian society which marks the 2002 campaign is in programs of access to consumer goods materials its center.

Key words: Electoral Propaganda. Worker's Party. Campaign electoral. Media and Politics.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- AP** – Ação Popular
- ALN** – Aliança Libertadora Nacional
- ARENA** – Aliança Renovadora Nacional
- CEBRAP** – Centro Brasileiro de Análise e Planejamento
- CEDEC** - Centro de Estudos de Cultura Contemporânea
- CUT** – Central Única dos Trabalhadores
- DIEESE** – Departamento Intersindical de Estatística e de Estudos Socioeconômicos
- ECA** – Escola de Comunicação e Artes
- FFLCH** – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
- FIESP** – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
- HGPE** – Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IPEA** – Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicada
- IPI** – Imposto sobre Produtos Industrializados
- Libelu** – Liberdade e Luta
- MDB** – Movimento Democrático Brasileiro
- MR-8** – Movimento Revolucionário 8 de outubro
- OSI** – Organização Socialista Internacionalista
- PCB** – Partido Comunista Brasileiro
- PCF** – Partido Comunista Francês
- PCI** – Partido Comunista Italiano
- PCR** – Partido Comunista Revolucionário
- PC do B** – Partido Comunista do Brasil
- PDS** – Partido Democrático Social
- PDT** - Partido Democrático Trabalhista
- PFL** – Partido da Frente Liberal
- PL** – Partido Liberal
- PLP** – Partido da Libertação Proletária
- PR** – Partido da República
- PSB** – Partido Socialista Brasileiro

PSF – Partido Socialista Francês

PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira

PSOE – Partido Socialista Obrero Espana

PSTU – Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado

PT – Partido dos Trabalhadores

PTB – Partido Trabalhista Brasileiro

PUC – Pontifícia Universidade Católica

PV – Partido Verde

SP – São Paulo

TSE – Tribunal Superior Eleitoral

UDR – União Democrática Ruralista

UNE – União Nacional dos Estudantes

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

USP – Universidade de São Paulo

Sumário

INTRODUÇÃO	11
1. UMA BREVE HISTÓRIA DO PARTIDO DOS TRABALHADORES	36
1.1. GENEALOGIA E ANATOMIA DE UM PARTIDO DE MASSA	42
1.1.1. A disputa por um projeto	53
1.1.2. Socialismo e Democracia	54
1.2. ORGANIZAÇÃO INTERNA: NÚCLEOS E CORRENTES	58
1.2.1. Esboço de um programa econômico em formação	60
1.2.2. O sonho da casa própria	62
1.2.3. Aspectos da campanha de 1989	66
1.2.4. A Frente Brasil Popular	67
1.3. O BRASIL NEOLIBERAL E OS ANOS DE OPOSIÇÃO PARLAMENTAR DO PT.....	74
1.4. A CARTA AO Povo BRASILEIRO	82
2. DEMOCRACIA, PARTIDO E COMUNICAÇÃO	86
2.1. CENÁRIOS DE REPRESENTAÇÃO DA POLÍTICA	91
2.2. O ESPETÁCULO POLÍTICO	96
2.3. “VOTO É MARKETING. O RESTO É POLÍTICA”: A PROFISSIONALIZAÇÃO DA POLÍTICA.....	100
2.4. PROPAGANDA POLÍTICA	102
2.5. O HORÁRIO GRATUITO DE PROPAGANDA ELEITORAL NO BRASIL....	106
2.6. OS PARTIDOS POLÍTICOS	108

3.	A CAMPANHA DE 2002	118
3.1.	“O NOVO CONTRATO SOCIAL”	119
3.2.	O COMBATE À FOME	127
3.3.	O TERROR	130
3.4.	GERAÇÃO DE EMPREGO	134
3.5.	PACTO SOCIAL	141
4.	“LULA DE NOVO COM A FORÇA DO Povo”	148
4.1.	BOLSA FAMÍLIA	149
4.2.	ENTRE O PASSADO E O FUTURO	157
4.3.	A MODERNIZAÇÃO DO DISCURSO POLÍTICO	164
4.4.	REVISITANDO AS ANÁLISES	166
4.5.	PT E OS COMPROMISSOS COM A CLASSE TRABALHADORA	174
CONSIDERAÇÕES FINAIS		177
REFERÊNCIAS		181
ANEXO		186

Introdução

Escrevo essas primeiras linhas que abrem a tese nos dias posteriores ao momento em que o Partido dos Trabalhadores (PT) saiu da Presidência da República, depois de um traumático processo de impeachment contra a Presidenta Dilma Rousseff. Foram meses e meses de protestos, debates, denúncias que acabaram em cenas patéticas de uma votação no plenário da Câmara Federal igualmente repetidas no Senado. O uso do adjetivo traumático denuncia em alguma medida minha posição.

Parando para rever esses anos em que estive envolvido na elaboração da tese, percebo que todos eles foram marcados por uma tensão constante em que o PT estava sempre questionado vivendo um período de ocaso no poder e de transfiguração a partir de uma política de alianças ampla em que envolvia partidos que iam do PP ao PMDB e com ministros do Governo que iam de usineiros, representantes do agronegócio, bem como sindicalistas, profissionais liberais, militantes de movimentos sociais e professores. Esse amálgama de atores de cores ideológicas diferentes era constantemente massacrado nos campos de disputa da mídia, dos parlamentos, dos movimentos sociais, mas em certa medida ele representa a forma como o partido existiu em boa parte da sua trajetória: amálgama de pensamentos diferentes no mesmo espaço.

Minha tese é sobre o PT, portanto, foi um exercício diário nesses mais de cinquenta meses tentar fazer com que o noticiário cotidiano e os debates que se travavam na esfera pública não influenciassem a pesquisa para que ela não se reduzisse alguma das falas repetidas do senso comum. O trabalho viveu sempre a tensão de oferecer um olhar e revisão crítica sobre a trajetória do partido, mas tentando se diferenciar da crítica, em certa medida banal e vulgar, que outros atores reproduziam nos cenários de disputa da mídia, dos parlamentos, de entidades da sociedade, além, claro, da miudeza do cotidiano. Não foi fácil. Ora o trabalho poderia parecer simpático demais ao PT por não ser crítico o suficiente, ora poderia parecer crítico mordaz nos mesmos moldes da extrema-direita do país. Há um esforço, portanto, de fugir desses dois polos.

Permitam-me um breve diário de bordo do que foram esses anos num momento de apresentação. Ajudarão, espero, na compreensão da formulação dos problemas de pesquisa. Como surgem os incômodos que levam a uma pesquisa? É muito difícil delimitar

o ponto em que a partir dele uma investigação científica se inicia. Revisando memórias, fico me perguntando onde exatamente minha pesquisa se iniciou. Terá sido na infância quando vi carros com bandeiras vermelhas passeando pelas ruas numa carreata da campanha de Maria Luiza Fontenelle, candidata à Prefeitura de Fortaleza em 1985? Ou terá iniciado ao perceber a tristeza e abatimento dos meus pais com a derrota da campanha de Lula à Presidência em 1989? Ou mesmo quando, já na Universidade, vi colegas estudantes me chamarem para um protesto em 1997 contra a privatização da Vale do Rio Doce? Anos depois, lembro-me de me ver diante do próprio Lula num debate no auditório da Reitoria da UFCE sobre “moratória da dívida externa”. O mesmo Lula que em 2002 assinava com o empresário José Alencar, então senador pelo PL e candidato à vice-Presidência, uma carta ao Povo Brasil em que, em um discurso polido, deixava claro que seu Governo não iria propor grandes rupturas com a política econômica do Governo Fernando Henrique Cardoso.

Talvez meu incômodo tenha surgido de um acúmulo de percepções sobre momentos diferentes em que pude perceber essa reconfiguração do PT. Não era preciso nenhum esforço argumentativo para perceber que o partido passara sim por um período de transformações programáticas ao longo de sua trajetória. Porém me instigava a ver algumas peculiaridades dessas reconfigurações e tentar compreender melhor como elas aconteceram.

Ao mesmo tempo, estava diante de um desafio que era perceber como as representações nos meios de comunicação também se reconfiguraram. Primeiro porque o próprio avanço dos meios digitais criou suportes que antes não existiam. Não havia a internet como esfera pública nos anos 1980. Mesmo nos anos 1990 ainda era embrionária o peso e a relevância dos meios digitais nos processos políticos e nas campanhas eleitorais. Segundo porque o próprio partido que nunca teve uma visão monolítica sobre como lidar com a mídia, também foi modificando sua relação com a mídia. E aqui falo tanto da relação com as emissoras de TV, rádio e jornais impressos brasileiros, como com a propaganda política.

Havia da minha parte no início do trabalho – e aqui voltamos ao ano de 2012 – uma percepção muito clara que estaria no consumo – e mais adiante problematizo a compreensão do que aqui chamo de consumo – um dos pontos centrais da mudança

programática do partido. Influenciado pela leitura de alguns autores de campos diferentes tais como Zygmunt Bauman, Nestor Garcia Canclini e sobretudo a uma obra lançada em 2012, “Os sentidos do Lulismo”, de André Singer, eu me abraçava com a ideia de que a melhora da renda das classes mais pobres – que Singer chama de subproletariado e que Jessé de Souza chamava de “a ralé brasileira”- possibilitando acesso a bens de consumo materiais e, em alguma medida, inserção numa espécie de “sociedade de consumidores” (me aproprio de Bauman, mas ao mesmo tempo não uso essa expressão com o rigor de um conceito sociológico) estava na centralidade e no protagonismo das ações do PT. Era tudo muito claro para mim. Lula repetia de forma didática um discurso de que se as pessoas consumirem mais, as empresas teriam que produzir mais, com isso seria gerado mais emprego em setores diferentes e o Governo acabaria arrecadando mais tributos e, com isso, investiria em outros setores como infraestrutura, saúde e educação. Era um ciclo que se fechava de forma muito fácil e tinha o consumo como central ou muito importante dentro desse processo.

Assim, o caminho inicial do trabalho seria o de investigar as transformações do PT propondo um estudo do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral com recorte ainda a ser definido e tendo como hipótese inicial a de que “o acesso ao consumo de bens materiais pelas classes mais pobres” era o que simbolizava melhor essa mudança do partido.

Eis que surgem as primeiras leituras – em disciplinas como “Metodologia de Pesquisa”, “Comunicação e Ideologia” e “Mídia e Construção Social da Realidade” - e o contato com aqueles que seriam os primeiros dados empíricos. A primeira questão que se colocou era o tamanho do recorte com que eu havia inicialmente proposto esse caminho a ser trilhado. Pensava ser possível propor um estudo que analisasse as propagandas partidárias do PT (exibidas tradicionalmente numa quinta-feira uma vez por ano) e o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (durante as campanhas presidenciais). Assim, comporia um mosaico completo das transformações do partido em três décadas diferentes e, sobretudo, seria possível perceber como o partido havia construído sua trajetória antes de chegar ao Poder e em que medida o discurso mudara logo que assumira, bem como ao longo de todo o primeiro governo. Era o primeiro ano do Doutorado.

Entre idas e vindas do Ceará – onde leciono na Universidade Federal do Cariri (UFCA) – para Pernambuco, eis que me deparava com uma tarefa não só gigantesca, mas

impossível e, em certa medida, inócuas. O volume de dados com tantas variantes históricas me levaria a qualquer lugar menos a um trabalho científico e muito menos a uma tese.

Passava então ao momento de conhecer o que já havia se produzido sobre o PT, sobre as relações entre comunicação e política, sobre propaganda política, além de textos sobre as relações entre o PT e a mídia. Eis que me deparo com algumas surpresas. Numa viagem a São Paulo em 2013, conheci a Fundação Perseu Abramo. Trata-se de uma Fundação que tem, entre outras tantas atribuições relacionadas à memória do partido, mapear e disponibilizar tudo que se publicou no Brasil em termos de livros, dissertações e teses de doutorado em áreas diferentes.

A primeira surpresa foi perceber o volume de publicações sobre o partido catalogadas na Biblioteca da Fundação Perseu Abramo: mais de mil¹. Junto com o Partido Comunista Brasileiro (PCB), talvez seja o partido pelo qual mais se escreveu na história do país. A segunda surpresa, porém, foi que nem 1% dessa quantidade enorme de publicações tinha relação com a Comunicação. Ou seja, mesmo o PT e seus membros – sejam eles militantes de movimentos sociais diversos, deputados, prefeitos, vereadores, senadores, governadores e presidentes – tendo despertado um enorme interesse em trabalhos acadêmicos Brasil afora, poucos desses trabalhos abordavam a relação do partido com a mídia.

O que essa acanhada quantidade de trabalhos sobre as relações entre o campo da comunicação e o PT poderia dizer para um estudo sobre as relações do PT com a mídia? Seria o suficiente para dizer que o tema nunca fora relevante dentro da trajetória do partido? Ainda não. Mesmo assim a maioria dos estudos sobre mídia e o partido ficavam no campo do jornalismo, seja na análise da cobertura de revistas e jornais, sejam algumas publicações do próprio partido. O próprio PT nunca conseguiu implementar um veículo de comunicação nacional, algo que só nos anos 2000 conseguiu em alguma medida com a criação do site nacional da legenda, ainda assim longe de ser um fórum de debates e ideias sobre programas.

Estava então diante de um certo vócuo dentro de uma multidão de textos. Embora a palavra “vócuo” pareça exagerada, serve para mostrar que havia muito ainda a ser estudado sobre a propaganda eleitoral do PT e sobre as representações do partido no plano simbólico

da mídia. E nem entra no meu comentário o que se produziu de cartazes, outdoors, camisas, bottons ou outros suportes de divulgação. Ao mesmo tempo, não entra no cálculo a quantidade de artigos científicos ou mesmo de Trabalhos de Conclusão de Cursos de Graduação.

Notadamente o que me chamou a atenção foi o fato de que não há uma metodologia consolidada sobre o estudo do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) no Brasil. Os primeiros estudos que de alguma forma indicaram algo nesse sentido foram os de Rejane Vasconcelos (1999) e de Affonso Albuquerque (1999). A principal dificuldade parece ser o conjunto de elementos envolvidos num estudo de HGPE. Primeiro, uma legislação que se modificou de dois em dois anos entre os anos 1990 e 2000 fazendo com que cada eleição tivesse seu marco legal próprio, o que veio a influenciar nas próprias peças. Assim, por exemplo, em 1994 não havia cenas externas. Todas as imagens exibidas foram gravadas em estúdio. A partir de 2006 foram proibidas “montagens”. Uma segunda dificuldade é o fato de uma propaganda eleitoral na TV envolver áudio, texto, sons, jingles e imagem. Qualquer estudo sobre o tema seria considerado incompleto se se apegasse somente a um desses elementos, desconsiderando os demais.

Por fim, eu mesmo me encontrava diante de um dilema. Seria o estudo do HGPE adequado para se estudar as transformações programáticas do Partido? Trata-se de uma dificuldade que outros pesquisadores já haviam se deparado: encontrar uma metodologia que se consolidasse e servisse de referência para todos os estudos de HGPE. Quase todo estudo desenvolve uma metodologia própria. O fato é que as coligações partidárias nunca se repetiram em eleições diferentes. A título de exemplo, a campanha de Lula em 1989 e 1994 tinha como aliados PT, PSB e PC do B. Em 1998, o PDT se somou à coligação. Em 2002, participavam PT, PC do B, PSB e PL. Isso me levava a um questionamento se seria então um estudo do HGPE o mais indicado para analisar a construção da representação do PT sendo que, na verdade, trata-se do programa de uma coligação partidária.

Ainda assim, pareceu-me mais adequado a escolha do HGPE por três motivos. Primeiro, mesmo sendo uma coligação de diferentes partidos, o PT sempre apareceu como protagonista entre eles em todas as campanhas eleitorais. Além disso, a propaganda se coloca como o momento em que o partido dialogava para além de seus filiados, simpatizantes e militantes tradicionais. Em cenário de disputa, criava estratégias para

convencer pessoas diferentes a votar na sigla. Se a escolha do trabalho recaísse sobre jornais e publicações internas do partido, ficaria limitado ao que se convencionou chamar de “pregação dos convertidos” quando há convencimento somente para quem já está convencido.

Um terceiro aspecto é o fato de poder ver o partido se contrapondo às demais siglas o que ajuda a delinear uma fronteira nítida de diferença entre o PT e partidos como PSDB, PFL, PPB entre outros. São peças em que se expõe propostas e planos de governo, mas também que se tenta se contrapor a adversários. Em alguma medida, os partidos tentam mostrar sua identidade e explorar a imagem de seus líderes o que pode ser visto como negativo – afinal muitas vezes se sobrepõe à própria imagem do partido – mas que servem também como amálgama das diferentes correntes de disputa interna, alguém que unifique o partido e o ajude a formular sua identidade. Sem dúvida a figura de Lula parece se sobrepor ao PT em vários momentos. No entanto, ele nunca deixou de explorar sua relação com símbolos do partido como a estrela vermelha e se referir aos espectadores como “companheiros”.

Além disso, o Brasil vivia (e ainda vive) um cenário de forte concentração midiática o que representava uma esfera pública com enorme assimetria de falas entre os sujeitos da sociedade. Nesse sentido, o HGPE também ganhava força como possibilidade de comunicação direta dos partidos políticos e dos atores políticos sem a mediação dessa mídia concentrada.

Revisitando os dados de concentração da mídia brasileira na primeira metade da década de 2000, é possível perceber a manutenção de uma tendência de oligopolização dos meios de comunicação.

As comunicações aparecem ao lado das indústrias de chocolate, bebidas e pasta de dente como os setores onde é maior a concentração econômica no país, fruto de uma série de aquisições e fusões. De fato, as tecnologias de informação, as telecomunicações, a publicidade e as editoras que já apareciam entre os quinze setores onde houve maior número de fusões e aquisições no Brasil entre 1994 e 2001, confirmam a tendência em 2003. As tecnologias de informação e as telecomunicações aparecem como um dos quatro setores com maior número de fusões e aquisições no primeiro trimestre que, aliás, cresceram 35% em relação ao mesmo período de 2002¹. (LIMA, 2003)

¹ Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/primeiras-edicoes/existe-concentrao-na-midia-brasileira-sim/> Acessado em: 14/09/2016.

Lima (2003) destacava à época que três fatores contribuíam para a solidificação de um cenário de concentração da mídia no Brasil:

- 1) O descumprimento do Decreto n. 236/1967 que limita a participação societária do mesmo grupo nas empresas de radiodifusão a cinco concessões nacionais em VHF; e duas concessões estaduais em UHF;
- 2) O tempo de carência para a troca legal de proprietários (venda das concessões de radiodifusão) era de somente cinco anos e, mesmo assim, existiam vendas antecipadas através de uma prática conhecida como “contratos de gaveta”;
- 3) Inexistência de restrição legal para a constituição de “afiliadas” de emissoras de radiodifusão para a formação de redes nacionais e regionais.

Nesse sentido, o Brasil acabara por ocupar um lugar de vanguarda do atraso no que dizia respeito à oligopolização da mídia. Antes mesmo de esse problema ser considerado uma questão mundial e de preocupação internacional, o Brasil já vivia uma forte tendência de concentração da mídia.

A oligopolização das mídias insere-se no painel de forte concentração de comandos estratégicos e de mundialização de conteúdos, mercadorias e serviços, facilitada pelas desregulamentações, pela supressão de barreiras fiscais, pela acumulação de capital nos países industrializados, pela deslocalização geográfica das bases de produção e, evidentemente, por redes tecnológicas de múltiplos usos. Na base da chamada ‘flexibilização dos investimentos empresariais’ – eufemismo para o processo de concentração multinacionalizada de bens e serviços –, a realização de lucros implica maior acumulação de capital ao menor custo possível. O que pressupõe: a) amplos mercados consumidores; b) concorrência intensa entre um grupo cada vez menor de megagrupos, constituídos por fusões e incorporações de empresas produtivas já existentes; c) reformulação estratégica das corporações transnacionais, que passam a centralizar as funções de decisão e os planos de inovação, ao mesmo tempo em que coordenam a dispersão das operações comerciais e industriais. (MORAES, 1998, p. 59)

Um quadro apresentado por Lima em 2003, primeiro ano do Governo Lula, mostrava que mesmo na TV paga havia uma concentração de mídia. Naquele ano, o grupo Sky solicitara autorização do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) do Ministério da Justiça a compra da DirecTV. Com isso, o grupo NET-Sky passara a controlar 74% do mercado brasileiro de TV por assinatura, dentro dos quais 95% da TV por satélite (principal meio de recepção de TV no interior do país).

Na TV aberta, o cenário de concentração midiática era marcado por algumas peculiaridades. A primeira delas era o fato de que eram estimados praticamente 60% de

toda a verba publicitária do país (não somente as verbas estatais) daquele ano ser destinada à TV aberta (LIMA, 2003). Desse total, 78% foram para a TV Globo e suas afiliadas Brasil afora.

O quadro abaixo ajuda na compreensão da participação comparada da TV Globo no mercado brasileiro em relação às demais redes:

REDES COMERCIAIS DE TV ABERTA NO BRASIL (ano 2003)						
Redes	Emissoras (próprias, associadas e afiliadas) (1)	Cobertura Municípios (2) %	Cobertura Domicílio s c/TV (2) %	Participação audiência nacional % (2)	Audiência % 18 às 24h (*) (2)	Participação % verbas publicitárias (3)
Globo	113	98.91	99.86	49	51	78
SBT	113	89.10	97.18	24	25	—
BAND	75	60.65	87.13	5	5	—
REC	79	42.13	76.67	9	6	—
Rede TV	40	62.52	79.71	3	3	—
CNT	—	4.36	36.67	—	—	—
Gazeta	—	4.87	21.92	—	—	—
Outras	—	—	—	11	9	—

A mídia brasileira era ainda fortemente marcada por um fenômeno conhecido como “concentração vertical”, ou seja, um único grupo era capaz de controlar os vários aspectos da produção de programas de televisão passando da veiculação, comercialização e distribuição. Lima (2003) chamava a atenção para o quanto a ausência de uma separação clara entre a atividade produtora e a atividade exibidora das concessionárias de TV era responsável pelo fato de mais de 90% do conteúdo das TVs ser produzido internamente.

Outro fenômeno que marcava as comunicações no país à época (e em certa medida esse cenário permanece inalterado mesmo depois de passados 14 anos) era a chamada “propriedade cruzada”. O fenômeno se caracteriza pelo fato de o mesmo grupo ser proprietário de diferentes tipos de mídia do setor de comunicações. Assim, por exemplo,

era possível a um mesmo grupo ser proprietário de empresas de Tv aberta, TV por assinatura, rádios, revistas, jornais, telefonia (fixa, celular e móvel, via satélite) e provedor de internet. Atuando somente em dois Estados da federação (Santa Catarina e Rio Grande do Sul), o Grupo RBS reunia em 2003: 06 jornais; 24 emissoras de rádio AM e FM; 21 canais de TV; um portal de internet; uma empresa de marketing, além de ser sócio da operadora NET de Tv a cabo. Por fim, o quadro brasileiro de 2003 ainda trazia um cenário de “monopólio em cruz”, ou seja, todas as formas de concentração de mídia existiam no Brasil: propriedade cruzada, concentração horizontal e concentração vertical.

A citação é longa, mas resume bem os riscos que a concentração de mídia no Brasil representava tanto para a consolidação da democracia no país como para a construção de uma esfera pública.

Como se sabe, dois princípios fundamentais da democracia liberal são a pluralidade e a diversidade nas comunicações. A pluralidade significa garantia de competição ou a ausência de oligopólios e monopólios, além de provisões legais que proíbam um mesmo proprietário controlar no mesmo mercado meios de comunicação distintos. Por exemplo: jornal e televisão ou rádio. Em outras palavras, leis que não permitam a propriedade cruzada. Diversidade, por outro lado, significa a presença na mídia de conteúdo que expresse as muitas opiniões que existem na sociedade. Deve haver, portanto, provisões legais que garantam a diversidade de fontes produtoras de informação e de entretenimento. Essa diversidade não pode ser confundida apenas com a segmentação de mercado ou com "diferença" de conteúdos, que certamente atendem às necessidades de anunciantes mas não interferem na representação pública de interesses em conflito. Na verdade, os princípios da pluralidade e da diversidade

são a transposição para a esfera da comunicação dos fundamentos liberais da economia de mercado, isto é, a garantia da livre concorrência. (...) Nas comunicações, poucos proprietários, além de significar menos concorrência, também significam menos diversidade de conteúdo, ou a possibilidade de restrições explícitas ou implícitas, diretas ou indiretas à livre manifestação do pensamento. No limite, os antigos regimes autoritários comunistas, onde o Estado era o único "proprietário" da mídia, sempre foram o exemplo preferido pelos defensores do liberalismo para se mostrar os malefícios da ausência de competição, pluralidade, diversidade e, portanto, de democracia. (LIMA, 2003)

Diante disso, a propaganda política pode ser vista como uma oportunidade para que partidos políticos dialogarem com a sociedade brasileira sem a mediação de uma mídia fortemente concentrada como a mídia brasileira. O HGPE na televisão se torna assim uma plataforma importante já que exibida em horários específicos dos veículos nacionais conseguindo alcançar enorme “capilaridade” de público Brasil afora que provavelmente nenhum partido alcançaria sem esses meios.

Este trabalho não se inscreve como um estudo clássico de Análise de Discurso (trata-se, na verdade, de um estudo de HGPE que tenta se aproximar da “tradição” inaugurada a partir dos estudos de Albuquerque (1999) e Vasconcelos (1999)), mas alguns elementos da AD ajudam a traçar um percurso nas escolhas feitas nesse trajeto e na construção do corpo a ser analisado.

Maingueneau (2014) chama atenção para o fato de que o discurso só adquire sentido no lugar do interdiscurso chamando atenção para o fato de que para a interpretação do menor enunciado seria necessário relacioná-lo a outros enunciados sobre os quais ele se apoia de múltiplas maneiras. Algumas correntes da análise de discurso colocam o interdiscurso sobre o discurso inscrevendo todo o enunciado num “dialogismo” generalizado. Com isso, há uma recusa em se pensar qualquer texto como “fechado”. Ele é aberto aos enunciados anteriores e exteriores participando de uma cadeia verbal interminável.

Há um princípio elementar dos estudos que “todo discurso constrói socialmente o sentido”.

Este postulado diz respeito tanto às interações orais entre duas pessoas quanto às construções coletivas destinadas a um público amplo. O sentido de que se trata aqui não é um sentido diretamente acessível, estável, imanente a um enunciado ou a um grupo de enunciados que estaria esperando para ser decifrado: ele é continuamente construído e reconstruído no interior de práticas sociais determinadas. Esta construção do sentido é, certamente, obra de indivíduos, mas de indivíduos inseridos em configurações sociais de diversos níveis (MAINGUENEAU, 2014, p. 29)

Assim parece óbvio, porém se faz necessário dizer que o contato com o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral visto mais de uma década depois e a posição do pesquisador enquanto sujeito vivenciando e observando uma série de acontecimentos políticos tem enorme influência na construção de sentidos sobre esse objeto. Ao mesmo tempo, o trabalho espera, ao final, contribuir para que outros pesquisadores coloquem diferentes olhares sobre o mesmo objeto repensando problemas antigos e propondo problemas novos, ou seja, o HGPE não está “congelado” e qualquer observação sobre ele se faz observando indivíduos dentro de práticas sociais determinadas em contextos específicos.

Outra observação recorrente é a de que todo enunciado é elaborado dentro de um contexto e, aqui quando se fala de contexto, deve se evitar a mera alusão a uma espécie de

moldura decorativa e passar a se pensar um ambiente que influencia diretamente a produção de sentido dentro desse contexto. Fora de contexto, portanto, não se pode atribuir sentido a um enunciado. O trabalho passará necessariamente por uma longa contextualização e dentro disso fará uma longa revisão sobre a história do PT.

Outro princípio elementar que ajudou o trabalho a construir sua trajetória foi o de que todo discurso é regido por normas.

Os gêneros de discurso são conjuntos de normas que suscitam expectativas nos sujeitos engajados na atividade verbal. Mais fundamentalmente, nenhum ato de enunciação pode ocorrer sem justificar de uma forma ou de outra seu direito de se apresentar tal como se apresenta. (MAINGUENEAU, 2014, p. 27)

Isso é importante para pensarmos até mesmo que a propaganda política segue um conjunto de normas específicas. Mesmo quando a propaganda tenta se passar por jornalismo, na busca de uma imagem da “verdade” nas denúncias contra adversários políticos ou nos depoimentos “espontâneos” de cidadãos, o “pacto” que se estabelece entre a propaganda e o público é ou deve ser compreendido como tentativa de persuasão do sujeito sobre algo e de tomada de uma ação (no caso a ação de votar). São portanto enunciados com objetivos claros e com normas próprias do gênero (aqui nem menciono as normas legais que regem a propaganda política).

Maingueneau (2014) chama atenção ainda para a constatação de que o uso do conceito de “discurso” tem um emprego duplo. Ao mesmo tempo em que designa “objetos de análise” (“discurso da mídia”, “discurso acadêmico”, “discurso científico”, etc.) mostra a adoção de um ponto de vista sobre esses discursos. Assim, repete-se a afirmação de que as escolhas feitas para a elaboração desse trabalho já denotam um ponto de vista sobre os objetos de análise.

Um corpus pode ser construído por um conjunto mais ou menos vasto de textos, de trechos de textos e até mesmo de um único texto. A análise de discurso não estuda obra. Ela constitui corpus reunindo materiais que julgam necessários para responder a um ou outro questionamento específico e explicitado diante do objetivo da pesquisa. (MAINGUENEAU, 2014).

Diante disso, a tese não vai se propor a uma análise de toda a produção da propaganda política presente no HGPE de 2002 e 2006, mas fará escolhas dentro desses programas sobre aqueles que identifiquem mudanças de discursos e políticas entre 2002 e

2006.

Em função de seus objetivos e dos meios de que o pesquisador dispõe, a mesma atividade verbal pode, assim, dar lugar a um número ‘ilimitado’ de textos diferentes, isto é, a transcrições distintas destinadas a entrar em um corpus. Essas próprias transcrições podem se tornar textos-arquivo, objetos de estudo, por exemplo, no quadro de uma pesquisa que incidiria sobre as práticas desses ou daqueles analistas de discurso. (MAINGUENEAU, 2014, p. 40)

Grillo (2009) considera que a noção de corpus corresponde a um recorte feito pelo analista na superfície discursivo elaborando uma seleção de formas, vistas como capazes de revelar o modo de delimitação de uma formação discursiva. A autora oferece uma possibilidade de leitura do corpus a partir da seguinte classificação:

a) O *corpus máximo* depende da variável que permite agrupar os enunciados: por exemplo, todos os enunciados que pertencem a um gênero do discurso determinado ou que são produzidos a partir de tal posição ideológica. A maior parte do tempo esse *corpus* máximo não é delimitável.

b) O *corpus delimitado*: sobre o *corpus* máximo, o analista circunscreve um conjunto de enunciados, em função do objetivo de sua pesquisa.

c) O *corpus elaborado* : a partir das hipóteses de trabalho que ele constrói, o pesquisador define um programa de análise e deve extrair do *corpus* delimitado um ou vários *corpora* elaborados (certos episódios narrativos, enunciados de tal estrutura sintática, um conjunto de passagens organizadas em torno de um conector argumentativo etc). (GRILLO, 2009)

Assim, se apropriando dessa classificação do corpus em três níveis, num primeiro momento o trabalho tenta inscrever o PT dentro de sua trajetória histórica, buscando diferentes momentos do partido e quais suas interações com a sociedade através de outros meios como documentos, encontros políticos, atuação parlamentar e atuação de prefeitos e governadores. Não necessariamente estará amarrado a uma leitura da mídia. Dialoga com uma ideia de contextualização, mas esse olhar sobre a trajetória do partido já é o corpus do trabalho em si.

No segundo momento, é delimitado um recorte temporal que busque responder ao objetivo preliminarmente traçado de observação do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) de perceber as diferenças, mudanças e transformações do PT entre duas eleições, uma em que era oposição e a seguinte em que é Governo. No terceiro momento, buscará uma análise mais detalhada observando os diferentes tipos de textos e sub-textos

sobretudo porque se tratam de imagens em vídeo exigindo uma análise de jingles, músicas e falas.

Charaudeau (2008) chama atenção para a dificuldade de apreensão das imagens na política pelo fato de elas se contradizerem entre si quando derivam para efeitos não desejados. A citação é longa, mas ajuda a compreender que em vários momentos o trabalho se encontrará diante da contradição própria do ambiente político. Assim, toda interpretação de imagem política transita dentro de opostos extremamente fluídos e contraditórios e o trabalho assume, em certa medida, esse risco de analisar imagens, mas ao mesmo tempo o faz consciente disso.

Existe, por exemplo, contradição entre o valor positivo (algumas vezes não confessado) acordado à ‘imagem’ de poder do político que provém de uma situação econômica confortável (se fosse pobre, isso faria com que perdesse sua credibilidade) e a negativa acordada à imagem do ‘bem-nascido’, incapaz de partilhar os sofrimentos dos pobres. Contradição de imagem positiva de ‘inteligência’, até mesmo de ‘astúcia’, necessária a todo político e a imagem negativa de ‘hipócrita’ que pode acompanhá-lo. Contradição ainda entre a imagem positiva de um ‘pai protetor’, que se encarrega do futuro dos seus concidadãos e, em contrapartida, a imagem negativa de ‘paternalismo infantilizado’. Pode haver contradição entre duas imagens positivas opostas, como pode ser a de um ‘controle de si’, na verdade de ‘moderação’, necessário à construção da simbologia do chefe (...) e uma imagem de ‘paixão’ que faz aparecer uma humanidade sob a máscara de político, igualmente necessária à construção do chefe humano. A via é estreita para o político que não sabendo quais são, em dado momento, os imaginários mais sensíveis deve saber conjugar os contrários: mostrar-se, ao mesmo tempo, diplomata e engajado, protetor e dinâmico, distante e próximo, astuto, mas honesto, rico, mas não corrompido uma vez que uma mesma atitude pode ser construída como imagem positiva por seus partidários e negativa por seus adversários (CHARAUDEAU, 2008, pp. 87-88)

Feito esse breve parêntese, faltava uma definição sobre quais seriam as campanhas eleitorais a serem estudadas. A vontade de pegar uma quantidade mais elástica no tempo permitiria ver as mudanças ao longo do tempo. Porém qualquer introdução à metodologia de pesquisa apontaria imediatamente contrapontos. Um trabalho muito longo geraria uma quantidade de dados de tamanha dimensão que acabaria levando a uma perda de foco.

Eis que fui questionado numa disciplina durante uma disciplina no Doutorado de que minha pesquisa partia de um pressuposto e não de um problema. Ao mesmo tempo, era sempre confrontado com a ideia de estar muito preocupado com o objeto, em vez de focar

inicialmente no problema. O pressuposto era que o central nas transformações programáticas do PT estava focado numa proposta de política de acesso aos bens materiais em detrimento de políticas historicamente ligadas ao partido, como causas sociais, como acesso à educação e saúde, ou temas mais “abstratos” como justiça social.

Lembro de uma aula em meados de 2013 em que saí arrasado diante de uma repetida cena em que a cada fala minha era feito um contraponto sobre a pertinência da pesquisa se manter nos mesmos termos. Fazer doutorado parece ser praticar uma arte do desapego. Naquele momento, eu me debatia contra o fato de ter que me desapegar da proposta original. Não havia como eu permanecer como a questão tal qual a formulei originalmente.

Tanto era difícil afirmar que o PT havia se reconfigurado em benefício somente do acesso aos bens de consumo, como era impossível eu fazer uma pesquisa usando HGPE de tantos e tantos anos. O final da disciplina naquele semestre acabou de certa forma melancólica. Estava entrando na metade do Doutorado e ainda não tinha certeza da pesquisa que estava fazendo, mesmo já tendo gasto uma enorme energia em leituras e coleta de dados.

Eis que numa temporada de estudos na Itália em 2014, em que fui na tentativa entre outras coisas de renovar uma bibliografia sobre partidos políticos, me deparo com a possibilidade de observar alguns paralelos entre a política italiana e a política brasileira. Em alguma medida, André Singer (2012) se apropriara da realidade italiana para falar do *aggiornamento* político brasileiro (entendendo *aggiornamento* como modernização ou atualização). A Itália é um país dividido entre um Norte industrial e um Sul agrário. O Brasil, durante uma boa parte de seu processo de industrialização, também viveu uma divisão entre um Sul industrializado e mais desenvolvido e um Norte mais rural e com problemas seculares de exclusão.

A inserção de grandes massas excluídas desse Sul agrário e pobre numa sociedade industrializada marcou todo um período histórico da segunda metade do século XX no país europeu. Em 1989, com a queda do Muro de Berlim, o Partido Comunista Italiano (PCI) começou os debates sobre sua reconfiguração. De fato, o partido deixa de existir em 1990 sendo criado o Partito Democratico Della Sinistra (PDS). Em 1996, o PDS chega ao

Governo central com a eleição de Massimo Dalema, lembrando sempre que a Itália é um país parlamentarista, portanto a chegada ao poder é marcada pela construção de uma coalizão de partidos que consegue maioria no Parlamento. O partido voltou ao poder outras duas vezes nos governos Romano Prodi e Matteo Renzi.

As experiências de coalizão de governos de centro-esquerda na Itália carregaram sempre uma crítica de desconfiguração de suas propostas originais ou anteriores à chegada ao poder. O curioso é que, em alguma medida e guardadas à distância das realidades italiana e brasileira, pude perceber que algumas das críticas eram bastante semelhantes. Como no sistema parlamentarista a composição de um governo de coalizão exige a articulação com partidos de cores ideológicas diferentes, os governos de Renzi, Prodi e Dalema carregavam essa crítica do “antes da eleição / após a eleição”.

Foi a partir daí que comecei a abandonar as pretensões de uma grande narrativa sobre as metamorfoses do partido. Aliás, essa era uma das ideias iniciais: estudar as metamorfoses do PT em sua trajetória a partir da sua representação midiática. Passei então a praticar a arte do desapego acadêmico desconsiderando a ideia de metamorfose. Essa palavra vinda da biologia carrega a conotação de um ser vivo que no seu nascimento traz um DNA determinante num momento de transformação posterior de sua estrutura. As transformações do PT não foram naturais nem estavam inscritas no seu ato de fundação. Foram fruto de circunstâncias históricas muito específicas.

Percebi então que o problema da pesquisa estaria restrito a uma comparação de um momento histórico muito específico na trajetória do PT. Não tive a pretensão de fazer o levantamento da trajetória do partido. É circunscrito ao momento da primeira campanha eleitoral em comparação com a primeira campanha presidencial após a experiência de quatro anos no poder.

Assim, o problema central da pesquisa é o de compreender as transformações programáticas do PT entre as eleições de 2002 e 2006. Trata-se de um estudo do HGPE das duas campanhas presidenciais da chapa formada por Lula e José Alencar. Uma das chaves de leitura para compreender essa mudança é a de que o PT passou por um processo de reconfiguração centrada na ideia de inclusão de uma série de cidadãos desfavorecidos na sua capacidade de consumo de bens materiais. Aqui é importante destacar que a percepção

de consumidores e cidadãos não se excluiu na visão do partido. Mas sim que viveu uma tensão e que, em algum aspecto, trouxe o debate do consumo para a centralidade e para o protagonismo da vida social brasileira. Essa inclusão de consumidores também foi acompanhada por um aumento da capacidade de consumo das classes mais baixas, ou seja, não foi somente uma inclusão mas uma melhora no poder de compra de setores mais pobres. Ganhou força inclusive uma percepção de emergência de uma nova classe média (percepção não livre de críticas nos vários debates em campos diferentes das ciências humanas).

Aqui, faria um breve destaque. As campanhas de 2002 e 2006 carregam sim muitas diferenças afinal uma era campanha de oposição e outra de Governo, mas elas são muito díspares em relação às campanhas de 1989, 1994 e 1998. A ascensão da facção do Campo Majoritário ao comando do partido a partir de um Encontro Nacional de 1995 aos poucos iria inserir uma transformação na dimensão simbólica do partido com impacto claro nas construções midiáticas. Já parti da certeza de que o *aggiornamento* começara desde 1995. Portanto o recorte em 2002 já traz um processo em curso. A imagem do Lula engravatado em contraposição ao Lula operário não nasce em 2002 nem se percebe entre 2002 e 2006. Portanto nossas preocupações evitam um certo senso comum da comparação entre o operário e o presidente. Lula já era um dirigente partidário importante desde os anos 1980 e abandonara paulatinamente um discurso voltado exclusivamente para uma classe operária. Já carregava a pretensão de ser um Presidente de classes diferentes (aliás em certo momento até evitava essa interpretação de uma divisão da sociedade por classes).

Há discursos muito claros tanto de Lula quanto de Dilma ao longo dos seus anos de Governo numa certa defesa de incentivo ao consumo no país. E há diretrizes econômicas também nesse sentido. A melhora da renda e o incentivo ao consumo esteve presente em uma série de momentos durante os dois governos. Porém, é importante deixar claro que isso se deu com uma relativa tensão entre percepções internas de como o PT enfrentaria problemas econômicos crônicos. Exemplificaria com o caso da redução do Imposto sobre a Propriedade Industrial (IPI) em 2008 inicialmente para veículos populares e em seguida para eletrodomésticos. Na mesma medida em que fomentou esse acesso a bens materiais para setores de classe média, recebeu críticas de alguns setores dos movimentos sociais – notadamente dos que propunham novos hábitos nas cidades – pelo fato de tornarem as ruas e avenidas das cidades grandes ainda mais engarrafadas.

Não foi, portanto, algo pacífico e sem tensionamento. Ao contrário, foi algo central na trajetória do PT no Governo. É sempre bom lembrar que em 2004 o partido passou por uma cisão interna após a votação de uma proposta de Reforma da Previdência no Congresso, tendo sido expulsos por decisão do diretório nacional, três deputados federais: Babá (PA), Luciana Genro (RS) e João Fontes (SE); e a senadora Heloísa Helena (AL). A crise do mensalão em 2005 levou a novas cisões após um encontro no mesmo ano de 2005 em que um grupo de militantes do partido deixa a sigla para fundar o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) ainda a tempo da disputa da campanha presidencial de 2006.

Mas voltemos ao curso do desenvolvimento histórico do trabalho. Formulado o problema e suas chaves de leitura, passava então ao desafio de encontrar uma metodologia adequada para um estudo do HGPE. Embora tenhamos um acúmulo de mais de 30 anos de campanhas eleitorais, parece ainda não haver uma metodologia consolidada para estudo do HGPE. Em geral, são construídos modelos metodológicos em trabalhos distintos dependendo do objetivo de cada proposta de pesquisa. Parti então para uma compreensão do que se produziu na área. Dois trabalhos me ajudaram a lidar com os dados. O trabalho de Affonso Albuquerque (1999) propôs uma leitura da campanha de 1989 a partir de uma decupagem de trechos dos programas de TV dos principais candidatos à Presidência da eleição daquele ano.

Albuquerque (1999) propõe uma análise que busca responder duas questões relativas aos principais tipos de mensagens veiculadas nos programas do HGPE e que funções desempenham neles (1); e que personagens tomam parte nos programas do HGPE e que papéis desempenham neles (2). A partir dessas duas perguntas, apresenta uma proposta de três grandes funções: a) apresentar e denunciar problemas e soluções para a resolução dos mesmos; b) atacar adversários; c) promover a imagem do candidato. Apresenta ainda a possibilidade de identificar o que chama de peças de “meta-campanha” cujo objetivo é falar do andamento da campanha.

O trabalho então se apropria da proposta de pesquisa de Affonso Albuquerque “Aqui você vê a verdade na TV (1999)” para observar após uma desconstrução do HGPE em textos em áudio, imagem e fotos tentando mapear os temas determinantes na propaganda do PT para poder construir uma comparação entre as campanhas de 2002 e 2006.

Outro trabalho importante que também nos serviu de base foi o de Luciana Panke: “Lula: do sindicalismo à reeleição” (2010). A proposta da autora se aproxima da análise de discurso francesa, notadamente da obra de Patrick Charaudeau “O Discurso Político” (2008). Foi nessa revisão bibliográfica que me defrontei com propostas de estudo sobre o lulismo, algo que, num primeiro momento, me soou extremamente simplificador: a imagem do PT se confundiria com a de seu principal líder, Lula, que, uma vez no Governo, ignoraria as instâncias convencionais do Estado burocrático formulando uma espécie de experiência populista moderna. Logo, a leitura sobre o lulismo se mostrou mais complexa e uma breve apresentação logo na Introdução se faz necessária para a compreensão do problema central de pesquisa.

O termo “Lulismo” tem sido utilizado de formas diferentes dependendo da posição dos atores em relação ao PT. Para uma boa parte dos críticos, de forma genérica a expressão ganha um tom pejorativo que o associa ao populismo de líderes latino-americanos que ignoram as instituições do Estado Democrático de Direito para dialogarem diretamente com a população. Não é essa concepção que interessa aqui. A investigação se deterá sobre o aspecto do lulismo, desenvolvido por André Singer (2012), que se discutirá a seguir mesmo sendo em certa medida uma tarefa desafiadora resumir em algumas páginas a tese do autor.

A tese principal é a de realinhamento eleitoral ocorrido na eleição presidencial de 2006 em que mesmo mantendo o mesmo percentual de votos da eleição de 2002, o partido mudou o seu “perfil de eleitor” passando a ser sustentado majoritariamente por eleitores das classes C, D e E, outrora mais alinhados a partidos de centro-direita. A expressão “realinhamento eleitoral” foi apropriada pelo autor a partir de leituras sobre fenômenos semelhantes ocorridos no Estados Unidos e que designam a mudança de clivagens fundamentais do perfil do eleitorado que servem para definir ciclos políticos longos. Conversões de blocos de eleitores determinam agenda de longo prazo. Isso teria ocorrido sobretudo após a eleição de Franklin Roosevelt em 1932. Uma vez eleito, puxa para a base eleitoral do Partido Democrata (PD) as classes mais pobres do país afastando as elites que tradicionalmente votavam no seu partido.

Enquanto em 2002 houve uma eleição de “alternância” após o ciclo de oito anos do Governo Fernando Henrique Cardoso, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), em 2006 ocorreu uma eleição de “continuidade” com trocas de posição social no interior da coalizão majoritária. Em função de opções do governo nos primeiros quatro anos, a

classe média, que compunha boa parte do eleitorado de 2002, se afastou e foi ocupada pela classe pobre, beneficiada pela redução da pobreza a partir de programas de transferência de renda, aumento do salário mínimo e crédito subsidiado.

Foi em 2006 que ocorreu o duplo deslocamento de classe que caracteriza o realinhamento brasileiro e estabeleceu a separação política entre ricos e pobres, a qual tem força suficiente para durar por muito tempo. O lulismo, que emerge junto com o realinhamento, é, do meu ponto de vista, o encontro de uma liderança, a de Lula, com uma fração de classe, o subproletariado, por meio do programa cujos pontos principais foram delineados entre 2003 e 2005: combater a pobreza, sobretudo onde ela é mais excruciantemente social quanto regionalmente, por meio da ativação do mercado interno, melhorando o padrão de consumo da metade mais pobre da sociedade, que se concentra no Norte e Nordeste do país, sem confrontar os interesses do capital. Ao mesmo tempo também decorre do realinhamento o antilulismo que se concentra no PSDB e afasta a classe média de Lula e do PT, criando-se uma tensão social que desmente a hipótese de despolarização da política brasileira pós-ascensão de Lula (SINGER, 2012, p. 16).

Assim, a ativação do mercado interno através de uma série de programas que aumentaram o poder de compra de uma subclasse, o subproletariado, marcou fundamentalmente o realinhamento eleitoral do partido. Essa substantiva política de promoção do mercado interno voltado aos menos favorecidos corresponderia à realização de um programa que não mais leva em conta a “ruptura” com o modelo econômico vigente somando-se ao fato de que essa subclasse não é organizada politicamente em movimentos orgânicos de contestação ao capital. Isso marca uma mudança fundamental na trajetória do PT que, mesmo se reafirmando como socialista em encontros nacionais, congressos e reuniões de tendências internas, passa fundamentalmente a se caracterizar pelo que Singer define como de um “reformismo fraco”.

Singer (2012) corrobora a tese de que o Governo Lula não rompeu com os principais pontos da política macroeconômica do seu adversário Fernando Henrique Cardoso: metas de inflação, câmbio flutuante e superávit primário nas contas públicas. Tratou-se de uma decisão política e ideológica para assegurar elemento vital na conquista do apoio dos mais pobres: a manutenção da ordem.

O Governo Lula afastou-se de aspectos do programa de esquerda adotado pelo PT até o fim de 2001, o qual criticava a estabilidade de preços alcançada com a estabilidade de preços alcançada com o sacrifício de outros objetivos relevantes, como o crescimento econômico, a abolição das restrições ao movimento de capitais e a Lei de Responsabilidade Fiscal por tolher elementos importantes de autonomia dos entes federados, engessando, em alguns casos, os investimentos em políticas sociais. O objetivo foi impedir que uma reação do capital provocasse instabilidade econômica e atingisse os excluídos das relações econômicas formais. Para trabalhadores com carteira assinada e organização sindical, a luta de classes em regime democrático oferece alternativas de

autodefesa em momentos de instabilidade. Porém, os que não podem lançar mão de instrumentos equivalentes, por não estarem organizados, seriam vulneráveis à propaganda oposicionista contra a ‘bagunça’ (...) Não tenho elementos para julgar se a correlação de forças permitia arriscar outra via, implicando algum grau de confronto com o capital. O fato é que o Governo optou por conter a subida dos preços pelo caminho ortodoxo aprofundando as receitas neoliberais, com a combinação de corte no gasto público e aumento de juros. Com efeito, a redução da demanda e a volta dos dólares que haviam fugido com medo da esquerda seguraram a inflação, que tinha alcançado a marca de 12,53% em 2002, caindo a 9,3% em 2003, 7,6% em 2004 e 5,7% em 2005. O presidente vocalizou, então, o discurso conservador de que o seu mandato não adotaria nenhum plano que pusesse em risco a estabilidade, preferindo administrar a economia com a ‘prudência de uma dona de casa’. Se, ao fazê-lo, estabelecia um hiato em relação ao passado do seu próprio partido, em troca criava uma ponte ideológica com os mais pobres (SINGER, 2012, p. 75-76).

O primeiro aspecto importante a ser considerado é como o autor caracteriza o que ele chama de “subproletariado” e qual a parcela da população brasileira que se inclui dentro desse subgrupo. André Singer (2012) se apropria da categoria identificada por Paul Singer: subproletários são aqueles que oferecem força de trabalho no mercado sem encontrar quem esteja disposto a adquiri-la por um preço que assegure sua reprodução em condições normais. Seriam empregados domésticos, assalariados de pequenos produtores e trabalhadores destituídos de condições mínimas de participação na luta de classes. Para quantificá-los, estariam localizados na faixa de até dois salários mínimos, abarcando 47% de todo eleitorado brasileiro, ou seja, a fração de classe mais populosa do Brasil e capaz de influenciar o resultado das eleições.

É possível articular a proposição de Singer (2012) da existência de um subproletariado na estrutura da sociedade brasileira com o que o sociólogo Jessé Souza (2009, p.122) chamou de “ralé brasileira” numa pesquisa em que um conjunto de pesquisadores investigou as condições de trabalho de catadores, empregadas, guardadores de carro, prostitutas, “pessoal responsável pela limpeza” etc.

Essa é a classe que compõe cerca de 1/3 da população brasileira, que está abaixo dos princípios de dignidade e expressivismo, condenada a ser portanto apenas ‘corpo’ mal pago e explorado, e por conta disso é objetivamente desprezada e não reconhecida por todas as outras classes que compõem nossa sociedade. Essa é também a razão da dificuldade de seus membros construírem qualquer fonte efetiva de confiança e de estima social, que é, por sua vez, o fundamento de qualquer ação política autônoma. É apenas porque nós brasileiros permitimos a reprodução continuada de uma classe condenada a ser ‘corpo’ sem alma ou mente (ou seja, uma forma de indivíduo racional aproveitável econômica e politicamente) que podemos também temê-la e persegui-la cotidianamente como delinquentes ou delinquentes potenciais. É apenas por serem percebidos como meros corpos, numa sociedade que valoriza a disciplina e o autocontrole acima de tudo, é que essa classe desprezada é vista como tendencialmente perigosa e como assunto a polícia e não da política (SOUZA, 2009, p. 122).

Da mesma forma, Francisco de Oliveira (2007) estima que transitaria entre o azar e a sorte 60% da força de trabalho brasileira. “O trabalho sem formas inclui mais de 50% da força de trabalho e o desemprego aberto saltou de 4% no começo dos anos 1990 para 8% em 2002 segundo a metodologia conservadora do IBGE” (OLIVEIRA, 2007, p. 34). Mesmo sendo difícil quantificar, é possível reconhecer a existência de uma parcela significativa da população brasileira como “subproletariado” nos termos de Singer (2012), “Ralé brasileira” nos termos de Souza (2009) ou “trabalho sem forma” na expressão de Oliveira (2007).

Um dado significativo para ilustrar essa subclasse é apresentado por Márcio Pochmann (2012) num estudo sobre os gastos das famílias brasileiras com o trabalho doméstico em 2009. A participação do trabalho doméstico no total das ocupações do Brasil era de 6,4% segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mas a participação no total do rendimento do trabalho é menor: 4,6% do total. A faixa de rendimento mensal de até 1,5 salário mínimo compreende 93% dos trabalhadores domésticos, além disso quase 30% eram horistas. O pagamento do trabalho doméstico representa 1,6% do total das despesas da família brasileira, um percentual menor que a energia elétrica (2,2%), telefone (2,4%) e remédios (2,2%). Já o trabalho no setor primário da economia, a agricultura, responsável por 15,3% da ocupação nacional, o equivalente a 15,6 milhões de pessoas, recebe em 87,5% do total, até 1,5 salário mínimo.

A aproximação do Governo com essa subclasse não se deu de forma instantânea e automática e direta, mas marcada por algumas fases e descontinuidades. Numa primeira fase, ainda no início do Governo em 2003, há uma aproximação do Governo com teses neoliberais: contenção da despesa pública, elevação de juros, manutenção do câmbio flutuante, quase congelamento do salário mínimo e reforma previdenciária com redução de benefícios. Em setembro de 2003 ocorre um aumento das transferências de renda a partir do lançamento do programa Bolsa Família. Ainda em 2003, a partir de convênio assinado entre sindicatos e bancos, cria o “crédito consignado” e a partir de maio de 2005 (o salário mínimo aumentou 8,5% acima da inflação daquele ano) há uma valorização do salário acima da inflação. Essas três últimas medidas promoveram ativação do mercado interno permitindo a essa subclasse uma melhora na capacidade de consumo.

A dupla cara do programa adotado permitiu que, enquanto perante o capital, interno e externo, o governo fizesse o discurso do atendimento integral dos itens pactados por meio da ‘Carta ao Povo Brasileiro’ (junho de 2002), diante das bases populares afirmasse ter posto em prática itens do programa histórico do PT, já que o fortalecimento do mercado interno de massa correspondia à

plataforma petista. É verdade que, no decorrer da trajetória anterior, o partido não acreditava que fosse possível ativar o mercado interno sem confrontar os interesses do capital financeiro. Ter descoberto que com uma quantidade relativamente modesta de recursos e opções que não dependiam do Orçamento da União (como o caso do crédito consignado) era possível revitalizar regiões muito carentes, como o interior nordestino, foi o que garantiu juntamente com a melhora da conjuntura econômica internacional, o sucesso da fórmula lulista (SINGER, 2012, p. 145).

O Produto Interno Bruto chegou a crescer 5,7% em 2004 e, ao mesmo tempo que beneficiou as camadas de menor renda, produziu um alto lucro para empresas. Nos primeiros quatro anos do Governo Lula, houve um crescimento médio de 3,2%.

Num segundo momento do Governo, marcado pela ascensão de Guido Mantega em março de 2006 ao Ministério da Fazenda, houve uma maior valorização do salário mínimo (13% de aumento real em 2006), alguma flexibilização dos gastos públicos e redução das taxas de juros. “Do ponto de vista da fração de classe que sustenta o lulismo o principal efeito dessa reformulação foi que a geração de empregos se acelerou, passando a ser decisiva no combate à pobreza (SINGER, 2012, p. 147).

O lançamento do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) em janeiro de 2007 permitiu um aumento no investimento público, o Estado voltando a ser indutor da atividade econômica. Com a crise financeira internacional de 2008, o Governo adotou outra medida de subsídio ao consumo ao reduzir as alíquotas do Imposto sobre a Produtos Industrializados (IPI), primeiro dos automóveis populares, depois da linha branca de eletrodomésticos.

Voltamos então ao momento da elaboração do problema da pesquisa. Embora exija uma discussão ao longo do desenvolvimento do texto, um aspecto do lulismo fornece um elemento importante para a discussão das transformações do PT: o aumento do poder de compra de bens materiais a classes mais pobres. Ao mesmo tempo em que é determinante para a clivagem eleitoral do PT fazendo com que ele ganhasse eleitores das classes mais pobres, a defesa desse “acesso ao consumo” se tornaria o ponto mais importante entre todas as políticas e ações defendidas pelo partido além de perpassar todas elas em alguma medida. O problema central da tese passa a ser a compreensão de um aspecto fundamental do lulismo: o acesso aos bens de consumo às classes mais pobres através de uma série de políticas. O trabalho se propõe a desenvolver uma reflexão sobre como esse aspecto do lulismo foi construído através dos meios de comunicação. E aqui partimos de um pressuposto de que as representações midiáticas do lulismo são centrais para o sucesso de suas ações e políticas.

Daí surge a questão sobre qual seria a melhor forma de observar essas representações midiáticas. No caso da escolha de alguma abordagem jornalística, seguramente traria a vantagem de um olhar externo ao partido, e a escolha de veículos diferentes permitiria a leitura de um mosaico de interpretações diferentes sobre o PT. No entanto, haveria alguns limites. O primeiro seria o fato de que, num país de dimensões como o Brasil, a escolha de alguns veículos seguramente cairia na parcialidade de um olhar regional, sobretudo pelo fato de no país os meios de comunicação de abrangência nacional se localizarem no chamado eixo Rio-São Paulo.

Por conta disso, compreendemos que uma leitura do lulismo seria melhor feita a partir da leitura dos veículos de comunicação do próprio partido já que seria através deles que os membros dialogariam sobre suas ações, ideias, práticas etc. No Brasil, no entanto, os partidos políticos nunca construíram seus próprios veículos de comunicação mesmo considerando que algumas correntes internas e tendências de alguns partidos de esquerda tiveram experiência de jornais independentes. Embora tenha sido ponto de pauta em reuniões no início dos anos 1980, o PT nunca teve um jornal ou um veículo próprio. É bem verdade que, com o advento dos meios digitais, o partido passou a ter um sítio, mas que acaba tendo alcance somente entre seus filiados e simpatizantes em documentos da burocracia interna de seus diretórios e executivas regionais, nunca tendo sido um espaço relevante de debate de ideias sobre o partido.

Acabamos por optar pelo estudo da propaganda política tanto por poder observar a comunicação nacional do partido como, ao mesmo tempo, porque é através da propaganda que se utilizam estratégias de convencimento e persuasão não só de simpatizantes, filiados e militantes do partido, mas de uma parte da população externa à dinâmica e ao dia a dia do partido. Assim, chegamos a um estudo sobre o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE).

Uma primeira questão que pode se colocar como contraponto é o fato de no HGPE estar presente não só o PT, mas uma coligação de partidos o que, em certa medida, exigiria que se fosse mensurado o que teria origem no PT e o que seria fruto dos demais partidos que compõem a coligação. Apesar disso, o partido permanece sendo o principal entre os que compõem a aliança de partidos. Some-se a esse protagonismo a presença do seu principal líder, Luis Inácio Lula da Silva, que em muitas ocasiões parece se confundir e, para muitos de seus críticos, é maior que o próprio PT. Assim, a adoção do *corpus* do HGPE do PT em 2002 e 2006 evidenciou-se como meio adequado para investigar a

construção imagética do lulismo diante de um arco de alianças com outros partidos, bem como a centralidade da figura de Lula na comunicação política do partido.

Como essa clivagem eleitoral é melhor observada a partir da eleição presidencial de 2006, opta-se aqui por um recorte temporal na observação de dois processos de disputa: as campanhas do HGPE de televisão em 2002 e 2006, podendo se fazer uma comparação entre momentos distintos como a eleição em que o PT sagrou-se vitorioso se apresentando como partido de oposição aos anos do Governo Fernando Henrique Cardoso e quando disputou como partido com o acúmulo da experiência de quatro anos de governo.

Como hipótese secundária está o fato de que a compreensão do lulismo passa pela forma como esse fenômeno é apresentado nos meios de comunicação. Não existiria essa aproximação com as classes econômicas desfavorecidas sem que houvesse uma construção midiática simbólica de programas e ações de governo. Não são coisas inseparáveis. O sucesso do lulismo estaria na forma em que o PT e Lula encontraram para dialogar com o público através dos meios de comunicação e, no caso específico desse estudo, através da propaganda política no HGPE. Conforme se verá durante o trabalho, até 2002 as campanhas presidenciais do PT eram conduzidas por militantes do partido. A partir daquela eleição, a campanha foi conduzida por profissionais do marketing e da Publicidade tendo Duda Mendonça se destacado como principal publicitário da campanha de 2002 e João Santana assumindo a comunicação da campanha presidencial de 2006.

Diante disso, o trabalho foi dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo se propõe a fazer uma leitura da história do PT. Não há pretensão de ser uma história completa. Afinal, trata-se de mais de trinta anos de trajetória. Porém uma revisão desses momentos serve para explicar aspectos como as divisões internas que mostram a busca de hegemonia dentro do partido, campanhas eleitorais anteriores e algumas das transformações que o partido sofreu ao longo dos seus mais de trinta anos de história. Para isso, o trabalho se valeu sobretudo de uma bibliografia construída em teses acadêmicas e mesmo em livros que são fruto do depoimento de militantes históricos do PT.

O segundo capítulo articula uma leitura da história do PT com questões envolvendo o campo da comunicação, notadamente da comunicação política. Nesse capítulo, é feita uma breve revisão de alguns textos sobre o tema, notadamente a aproximação com o trabalho de Venício Lima (2004) e Wilson Gomes (2004).

O terceiro capítulo propõe uma análise da campanha de 2002. Foram selecionados alguns programas da campanha de 2002 que abordavam temas relacionados ao programa econômico do partido e às articulações políticas, sobretudo com setores do empresariado brasileiro já que naquela campanha o PT tentava criar a dimensão de amálgama de demandas de diferentes setores da sociedade brasileira. Foi feita uma decupagem dos áudios e descrição dos vídeos tentando apropriar elementos da constituição de um ethos do partido naquela campanha.

O quarto capítulo pretende uma leitura dos programas eleitorais do HGPE focando principalmente naqueles relacionados ao tema da renda. A escolha do recorte dos programas com tema da renda está relacionado à pressuposição de que neles aparecem peças sobre os programas de transferência de renda, notadamente o Bolsa Família. O lulismo teria como base aquilo construído nas duas campanhas, a tentativa de construção de um pacto social unindo trabalhadores e empresários; e um aumento da renda das classes mais pobres possibilitando acesso aos bens de consumo materiais. O pacto social seria construído a partir dessa inclusão de classes mais pobres. O acesso ao consumo como base dessa inserção. Tudo em alguma medida se entrelaçando.

1. Uma breve História do Partido dos Trabalhadores

Propor uma revisão histórica da trajetória do Partido dos Trabalhadores é algo que, além de impossível dado o enorme volume de dados distanciaria do foco principal deste trabalho, sobretudo pela capilaridade que o PT conseguiu conquistando o comando de municípios, Estados, além de conseguir a eleição de senadores, deputados federais, deputados estaduais e vereadores, muitas delas representando bandeiras e pautas específicas, lutas e micro-histórias que comporiam um mosaico complexo. Mesmo os casos em que o partido não obteve vitórias eleitorais, mas que se configuraram momentos importantes (como a própria campanha de 1989), a participação de militantes do partido na construção de políticas públicas, militância em sindicatos, em movimentos sociais e em lutas específicas (como a defesa de uma auditoria da dívida externa no final dos anos 1990) produziram reflexões em livros, teses, dissertações. O trabalho de reunião de todos esses dados tem sido realizado na Fundação Perseu Abramo², em São Paulo, com a construção de um arquivo com todos os livros, artigos em revistas acadêmicas, dissertações e teses que tratam do PT. Talvez seja o partido que mais tenha despertado atenção e interesse de pesquisadores brasileiros³.

A abordagem que o trabalho se propõe a fazer da história do partido pretende compreender como determinadas características do partido se desenvolveram no processo histórico que vai da fundação à chegada ao poder, partindo de um pressuposto que existem descontinuidades e que nem sempre esse trajeto foi linear e pacífico, mas marcado por aspectos que vão desde embates de seus grupos internos, bem como da forma como condições externas levaram a determinadas tomadas de posição.

Antes, porém, vale destacar alguns aspectos que devem ser colocados em perspectiva nessa leitura.

² O trabalho de Carlos Henrique Menegozzo, “Partido dos Trabalhadores: bibliografia comentada (1978-2002)”, apresenta uma bibliografia de livros publicados sobre o partido no período citado. São mais de 1,2 mil livros. Disponível em: http://novo.fpabramo.org.br/sites/default/files/pt_bibliografia_1ed.pdf Acessado em: 13.nov.2014.

³ Entre os trabalhos que arriscam uma abordagem da trajetória do PT, destaca-se a tese de Doutorado em História na Universidade de São Paulo (USP), de autoria de Valter Pomar: “A metamorfose: programa e estratégia política do Partido dos Trabalhadores” e o livro “História do PT”, de Lincoln Secco.

Dado o longo período temporal, não só o PT, mas todos os partidos brasileiros passaram por transformações. Há nesse período, inclusive, uma reestruturação do quadro partidário brasileiro. Quando o PT é fundado, em 1980, haviam oficializadas no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) somente outras quatro legendas: o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), reunindo uma parte das forças que se mobilizaram contra o regime militar no antigo MDB; o Partido Democrático Social (PDS), fundado em janeiro de 1980, com parte das forças políticas que davam suporte ao regime militar e que se reuniam até então na Aliança Renovadora Nacional (ARENA); o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), que após embate entre a neta de Getúlio Vargas, ex-deputada Ivete Vargas, e o então ex-governador do Rio Grande do Sul Leonel Brizola, passou a levantar algumas bandeiras do trabalhismo brasileiro pré-1964 e o Partido Democrático Trabalhista (PDT) que reorganizou uma parte das forças de oposição à ditadura em torno da figura de Brizola. Quando o PT vence as eleições presidenciais em 2002, já são mais de 20 partidos registrados oficialmente no TSE. Nas eleições presidenciais de 2010, já são quase 30 partidos. Muitos desses partidos nasceram de rupturas com os partidos já constituídos. Caso, por exemplo, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) que surge em 1988 após o rompimento de alguns membros do então PMDB. Ou seja, o partido em que o PT polarizou seis disputas presidenciais (1994-1998-2002-2006-2010-2014) sequer existia em 1980. O próprio PT sofre uma ruptura interna em 1992 (que será abordada brevemente mais a frente) com a expulsão da tendência Convergência Socialista que inicialmente se constitui Partido Revolucionário dos Trabalhadores, numa fusão com o Partido da Libertação Proletária (PLP), e em 1994 dá origem ao Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU). Da mesma forma, em 1980, mesmo não sendo legalizados enquanto partidos oficiais, militavam seja na clandestinidade seja dentro de outros partidos, o Partido Comunista Brasileiro, que um ano antes vivia uma ruptura importante com a saída de Luiz Carlos Prestes e a entrada de Giocondo Dias como secretário-geral, e o Partido Comunista do Brasil (PC do B) em que alguns militantes chegaram a disputar eleições “dentro” do PMDB até 1985 quando ambos os partidos puderam enfim sair desse estado de clandestinidade. Esses exemplos aleatórios servem, portanto, para observar que as transformações do PT devem ser colocadas em perspectiva com a de outros partidos que também passaram por metamorfoses, assim como o próprio quadro partidário brasileiro.

As transformações do PT não devem ser vistas como consequência de uma metamorfose unilateral do partido, decorrente apenas de uma evolução natural a partir dos debates internos, mas, de forma simplificada, como alterações nas condições externas objetivas, como a crise do socialismo e o avanço do neoliberalismo, tendo como consequência a reorganização das forças políticas. O PT foi fundado no mesmo período da hegemonia do liberalismo no mundo ocidental, com a ascensão de Margareth Thatcher como primeira-ministra na Inglaterra (maio de 1979/novembro de 1990) e da presidência de Ronald Reagan (janeiro de 1981/20 de janeiro de 1989) nos Estados Unidos. Os governos britânico e norte-americano deram suporte econômico, militar e político para representantes do capital financeiro e para a adoção de políticas monetaristas, colocando questões novas no campo das esquerdas em todo o mundo.

Apesar de sua transformação, crescimento e conquista do poder central, o PT não se tornou força ideológica, política e eleitoralmente majoritária ou dominante no Brasil algo que o particulariza em relação a outras trajetórias de partidos de esquerda que chegaram ao poder mundo afora. Isso fica claro quando se constata que a maioria dos vereadores e prefeitos, deputados estaduais e federais⁴, governadores e senadores foram eleitos por outros partidos, mesmo o PT tendo ganhado a Presidência da República em quatro eleições (2002, 2006, 2010 e 2014). O fato de não ter se tornado força majoritária mesmo tendo alcançado o poder trouxe consequências a partir de fatores como a construção de arco de alianças para a manutenção do PT na Presidência da República. Assim, muitas vezes, pode-se cair na tentação de cometer o erro de se confundir ações e atores do Governo Federal com diretrizes do PT, relação que, na verdade, é extremamente tensa, marcada por diferenças, conflitos e locais de disputa. Há um ponto de vista recorrente e extremamente crítico e negativo sobre a trajetória do PT a partir do momento em que vence a eleição presidencial de 2002.

Pode parecer contraditório que exatamente no momento em que o PT chega à Presidência da República por meio da eleição de Lula em 2002, venhamos falar de sua morte. Este partido fundado em 1980 sempre buscou este desfecho como uma obsessão, ou como um ponto estratégico fundamental a partir do qual poderia instituir um conjunto de reformas que iniciariam a plena implantação de seu programa histórico. No

⁴ Nas eleições para a Câmara Federal em 2002, 2010 e 2014 o PT foi o partido que elegeu o maior número de deputados. Em 2002, 91 deputados. Em 2010, 88. Em 2014, 70. Mesmo assim, em nenhum desses anos, a bancada do PT chegou a representar 20% do número total de deputados.

entanto, aquilo que chega ao governo em 2002 não é mais o mesmo Partido fundado há mais de vinte anos. Mesmo ardorosos defensores da atual forma e que não vão concordar com a tese da morte, preferindo identificar nos sinais de apodrecimento tons saudáveis de maturidade, são obrigados a confessar que o PT mudou muito. Mas no que consiste esta mudança? (IASI, 2004, p. 253)

Qualquer historiografia do PT esbarra em alguns limites. Primeiro, a impossibilidade de uma abordagem que dê conta das peculiaridades regionais com descontinuidades de sua evolução e características em estados diferentes e distantes num país como o Brasil.

Dante da pouca informação sobre o surgimento do partido em outros estados, os estudiosos acabam focando as suas análises em São Paulo e no movimento sindical urbano metalúrgico. Esse ‘são-paulocentrismo’ acaba nos impedindo de entender as diferenças regionais existentes no PT (POMAR, 2014, p. 19).

As abordagens sobre a história do partido são marcadas por uma tensão entre uma perspectiva que vê o PT como “novidade” no campo das esquerdas brasileiras (GADOTTI E PEREIRA, 1989; SADER, 1988, KECK, 1991) ou como “continuidade” a uma tradição de mais de um século (POMAR, 2014). Esse nos parece a maior tensão: até que ponto a trajetória do partido representou de fato uma novidade na história do Brasil podendo o partido ser eleito legítimo representante do conjunto de causas e lutas que marcaram diferentes momentos e atores da tradição da esquerda brasileira?

Uma das questões não resolvidas é quanto de novidade e quanto de continuidade existem no PT. Um passar de olhos sobre o partido, seus textos, sua estrutura organizativa e seus dirigentes, mostra que há mais continuidade do que a maioria dos autores pensa. É claro que o PT é diferente da esquerda que o precedeu. Ele não existiria se o desenvolvimento econômico pós-1964 não tivesse criado uma nova classe trabalhadora, diferente daquela que serviu de base ao PTB e ao PCB. De um lado, o Partido dos Trabalhadores é fruto da politização do novo sindicalismo, dos movimentos populares ligados à Igreja progressista e da luta democrática contra a ditadura militar. Mas o PT representa também a continuidade da batalha travada já há um século em nosso país por anarquistas, socialistas e comunistas (POMAR, 2014, p.20).

Conforme mencionado anteriormente, tanto a experiência administrativa como a atuação de seus parlamentares mereceriam um aprofundamento maior que não se

conseguirá dar conta num único trabalho como esse. Mesmo assim, em alguns momentos se recorrerá a experiências históricas que contribuem para uma reflexão sobre essa trajetória. Em 1985, por exemplo, o PT elege a Prefeita de Fortaleza Maria Luiza Fontenele sendo a primeira prefeita eleita de uma capital de Estado e, ao mesmo tempo, a primeira prefeitura de capital administrada pelo partido. Os embates de grupos internos durante a gestão marcam essa trajetória.

Há uma opção pela escolha das fontes deste trabalho se concentrarem em trabalhos acadêmicos e documentos produzidos a partir de eventos do próprio partido, como atas de encontros do diretório nacional ou documentos da executiva nacional. Essa opção tem como consequência excluir o material produzido por opositores do PT como análises escritas por membros do PSDB, DEM, PFL, PDS em campanhas eleitorais e de órgãos estatais como relatórios do Exército Brasileiro no começo dos anos 1980. Mesmo reconhecendo a existência e a importância desse material como possibilidade de contrapontos e da visão que se tinha do partido daqueles que estavam engajados num embate contrário, esse material se encontra disperso e de difícil acesso fruto da falta de tradição dos partidos brasileiros em manter arquivos ou construir suas memórias. Há ainda documentos produzidos por embaixadas e serviços diplomáticos sobre a conjuntura política brasileira que também servem para a reconstrução de uma imagem do partido ao olhar estrangeiro, mas que igualmente estão dispersos e que, ao mesmo tempo, fugiriam do objetivo central desta revisão histórica aqui proposta.

Uma das controvérsias que Marco Antônio Villa (2010) aponta numa historiografia oficial é a confusão que se faz na relação dos movimentos sociais brasileiros com o PT entre os anos 1970 e 1990. O PT incorporou uma série de bandeiras desses movimentos, mas não deve ser confundido com a trajetória desses movimentos em si. Há, sem dúvida, uma tensão que em alguns momentos articula uma sobreposição, em outros uma relação conflituosa. No trabalho de Rodrigues (1997), é possível ver que muitos episódios da trajetória do sindicalismo brasileiro acabam se confundindo com o PT entre os anos 1980 e 1990 através da relação entre o partido e a Central Única dos Trabalhadores (CUT). Há ainda como exemplo dessa sobreposição os “movimento contra carestia” e “movimento pelas moradias populares” protagonizados e representados pela então professora Luiza Erundina que, em seguida, se filia ao PT e se elege Prefeita da capital paulista em 1988. Pomar (2014) acredita que uma historiografia completa do partido não pode ignorar que

muitas das lutas sociais foram incorporadas e protagonizadas pelo PT. A partir dos anos 2000, surgem alguns movimentos “supra-partidários” que discursivamente negam uma vinculação orgânica com qualquer partido, mas que também há militantes do partido disputando espaço internamente, principalmente nas lutas de gênero. Diante dessa polêmica sobre a confusão entre PT e movimentos sociais, este trabalho reconhece a sobreposição de pautas, bandeiras e programas, mas optou por buscar fontes que abordam e focam na atividade partidária.

Valter Pomar (2014), autor de *A Metamorfose* - tese de doutorado em História defendida na FFLCH-USP - e por muitos anos membro do Diretório Nacional do PT, aponta um problema na maior parte dos trabalhos que se propuseram a uma leitura da trajetória histórica do partido: são trabalhos ‘normativos’, ou seja, estabelecem padrões de como deveria ser essa evolução histórica usando como modelo em geral as experiências de partidos socialistas ou social-democratas europeus e caem na tentação de um “julgamento moral” a partir de uma “constatação do afastamento das suas raízes”. Este é um problema, sobretudo, com uma parte do que se produziu a partir de 2012, com a eleição de Lula e a chegada à Presidência da República. Já André Singer (2012, p. 86) seleciona as fontes bibliográficas sobre a trajetória do PT em quatro grandes blocos:

A primeira aborda a crescente moderação do discurso. Com tonalidades diversas, a depender da inclinação do autor, um conjunto de trabalhos nota que o PT não pretende mais revolucionar a sociedade. Uma segunda vertente concentra-se na passagem de partido acentuadamente ideológico, com inserção eleitoral marcada por tal traço, para legenda com acento maximizador, isto é, disposta a qualquer tipo de aliança para conseguir votos. Em terceiro estão os que apontam para o enfraquecimento do vínculo com os movimentos sociais e uma paralela inserção estatal privilegiada. Ainda na linha de fechamento dos canais de participação, e olhando para a organização interna, indicam a transição de estrutura na qual a militância tinha peso - com a existência de núcleos por locais de trabalho e contribuição financeira dos membros - para uma em que a cúpula profissionalizada tende a dar as cartas e o financiamento é externo.

Para ele, quase todos os trabalhos acabam por colocar a questão: “o PT ainda é um partido de esquerda?” Trata-se sem dúvida de um desafio desenvolver esse trabalho sem cair na tentação reducionista da normatização e, ao mesmo tempo, não ser uma mera busca de resposta à questão sobre ainda ser ou não de esquerda.

Qual espaço ocupou a comunicação nessa evolução histórica do partido? Questão que será preocupação também desse trabalho, encontra uma constatação que será melhor

apresentada ao longo desta pesquisa: a comunicação só se tornou um problema central para o partido a partir dos anos 2000. A necessidade de se construir veículos de comunicação próprios, de construir uma linguagem diferenciada distante dos “modelos” dos veículos de massa, a crítica à estratégia das empresas de comunicação de “se auto-legitimarem” como defensora de interesses públicos mesmo sendo empresas capitalistas privadas foi questão discutida de forma dispersa e por iniciativas individuais, nunca articulada como tese central em encontros dos diretórios nacionais e da executiva nacional entre os anos 1980 e 1990, apesar de em alguns estados ter sido motivo de mobilização localizada o silêncio dos meios de comunicação ligados a oligarquias locais. A comunicação só se tornou um problema central para o PT a partir dos anos 2000. Diante disso, o trabalho optou por fazer uma revisão dividindo a história do PT em fases que vão dos anos de preparação do partido aos anos no Governo Federal. Essa reconstrução não será, no entanto, meramente cronológica. Em alguns momentos, essas divisões temporais se entrelaçam.

1.1. Genealogia e anatomia de um partido de massa

A importância da genealogia de um partido é aqui entendida nos termos apresentados pelo cientista político francês Maurice Duverger (1976) para quem, “assim como os homens carregam a marca de sua infância durante toda a vida, os partidos também são influenciados pela sua origem”. Um dos aspectos mais importantes da análise das organizações partidárias são o contexto histórico que explica seu surgimento, porque condiciona a formação das estruturas internas, sua dinâmica própria e a relação com o ambiente. Para Panebianco (2005, p.17), “poucos aspectos da fisionomia atual e das tensões que se desenvolvem diante dos nossos olhos em tantas organizações parecem comprehensíveis se não se retroceder à fase constitutiva”.

O que se consagrou no Colégio Sion em fevereiro de 1980, na verdade, era fruto de articulações que vinham desde 1977. Entre 1977 e 1979, um grupo de intelectuais - sobretudo do Estado de São Paulo - se reunia com um grupo de sindicalistas no Centro de Estudos de Cultura Contemporânea (CEDEC), em frente a Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo, no bairro de Perdizes, para discutir a criação de um Partido

Socialista nos moldes europeus. Segundo Gadotti e Pereira (1989), o grupo de intelectuais⁵ pretendia unir o novo sindicalismo brasileiro com o chamado “grupo autêntico” do MDB. As divergências se tornaram intransponíveis.

A proposta de formação do Partido Socialista não teve êxito, na prática, sobretudo por divergências político-ideológicas. Nas discussões com os sindicalistas - entre eles Jacó Bittar, então Presidente do Sindicato dos Petroleiros de Campinas, Luis Inácio da Silva (Lula), então Presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo, Henos Amorina, então Presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de Osasco, José Ibrahim, na época ex-presidente do mesmo sindicato, Olívio Dutra, então Presidente do Sindicato dos Bancários de Porto Alegre, e outros - revelaram-se duas tendências: uma privilegiava a atuação parlamentar e outra a atuação nos movimentos sociais. Resultado: um grupo manteve a opção pelo PMDB e outro aderiu à proposta de formação do Partido dos Trabalhadores; o primeiro, buscando na atuação parlamentar o caminho para a democracia, o segundo, optando pelo engajamento no movimento social, popular e sindical e a construção de um projeto de libertação social de baixo pra cima. (GADOTTI, 1989, p. 27)

Numa entrevista de 1989 com Lula, publicada no livro “Lula: anatomia de uma liderança” de Mário Morel, o então candidato a Presidente comenta essa rejeição à ideia de definição ideológica do partido que seguisse a tradição das esquerdas até então.

O pessoal tem uma preocupação comigo de querer descobrir minha definição ideológica. Veja bem, eu não tinha consciência de classe. Era instinto. Quando falava em greve, a gente pensava logo que ia perder o emprego (...) Eu jamais permitirei que façam a minha cabeça. Primeiro porque me considero um cara muito equilibrado. Segundo porque nunca tomo uma posição só porque outras pessoas querem que eu tome. Eu posso trilhar com um grupo de companheiros desde que as ideias não surjam de uma pessoa, mas sim de um consenso. Eu não tenho medo disso. Eu não sou um cara muito chegado às definições ideológicas. Eu gosto de fazer as coisas a partir da minha prática. A partir das minhas possibilidades. Eu não quero saber o que o Marx fez, o que o Engels fez, o que o Lenin fez. Eu não quero saber p... nenhuma disso. Eu quero saber o que eu posso fazer. Se as coisas coincide, ótimo; se não coincide, ótimo. Não estou preocupado em saber o que eles fizeram; o que eles propuseram. Eu quero saber a partir da minha prática o que eu posso fazer (LULA apud MOREL, 1989, p. 165)

Ao mesmo tempo, há falas recorrentes de Lula em entrevistas ao longo dos anos 1980 em que defendia ser preciso um partido que “representasse o interesse da classe trabalhadora” por entender que no quadro partidário de então não haveria um partido

⁵ Entre eles, Fernando Henrique Cardoso, José Serra, Paul Singer, Almino Afonso, Francisco Weffort, José Álvaro Moisés, Luiz Carlos Bresser Pereira e Mário Covas.

assim. Apesar disso, repetiu sempre o discurso de rejeição a uma plataforma previamente definida e consolidada. O partido seguiria, desde os debates prévios a sua formação, o resultado das discussões e práticas internas dos diferentes grupos que o compunham. Em entrevista à Morel (1989), Lula falava sobre a possibilidade de um programa definitivo.

Não existirá programa definitivo. Um partido que se propõe a ser, como o PT, um partido de massa terá o seu programa aberto, a evoluir a cada luta dos trabalhadores, a cada ano. Você pode definir algumas metas prioritárias. Mas colocar num programa uma definição ideológica de uma sociedade ou uma forma de sociedade, acho impossível. No meu ponto de vista é impossível. Porque a própria sociedade se encarrega de aperfeiçoar as coisas (MOREL, 1989, p. 167).

Há uma vasta bibliografia que aponta as relações do surgimento do PT com o “novo sindicalismo brasileiro” (FERNANDES, 1991; PANKE, 2010; KECK, 1991; SADER, 1988; GADOTTI, 1989; SINGER, 2012; VILLA, 2009; RICCI, 2010). Entre maio e dezembro de 1978, foram organizadas 328 greves pelo movimento sindical liderado por Lula (SECCO, 2011), sendo 75,9% ocorridas no setor industrial. O protesto sindical era, entre outros fatores, efeito colateral do esgotamento do desenvolvimento econômico dos anos de ditadura militar. Em 1977, os índices de inflação chegaram a quase 23%⁶ enquanto os índices oficiais apontavam algo em torno de 12%. Ao mesmo tempo que, vale ressaltar, estavam em pleno andamento dois rápidos processos: a urbanização brasileira e a industrialização da economia nacional. A taxa de urbanização da população era de 26,35%, em 1940, e atingiu 77,3% em 1991⁷ (SECCO, 2010). Já a participação da indústria de transformação no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro subiu de 18% em 1964 para 24,9% em 1979.

A industrialização e a urbanização se associaram, obviamente, a grandes correntes migratórias, o que se explica pela mobilidade do próprio capital e pela demanda de trabalho gerada pelo seu movimento de reprodução ampliada. Mas o caráter acelerado desse movimento gerou efeitos econômicos, demográficos e políticos singulares (SECCO, 2010, p. 37).

⁶ Pouco mencionado, mas há uma relação entre a formação sindical promovida no final dos anos 1970 a partir de economistas e sociólogos do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), a assessoria técnica especializada e com aquele momento do sindicalismo brasileiro. Fundado em 1955, os dados produzidos pelo DIEESE serviram de contraponto a estatísticas oficiais divulgadas por empresas e pelo Governo num contexto de pouca transparência dos anos militares.

⁷ Segundo o Censo Demográfico do IBGE, a população de Santo André teve evolução numérica de 245.147 em 1960 para 553.072 em 1980. Já em São Bernardo do Campo, a população subiu de 82.411 em 1960 para 425.602 em 1980. O maior crescimento da região, no entanto, ocorreu proporcionalmente na cidade de Diadema. De 12.308 habitantes em 1960, a cidade chegou a 228.660 em 1980, ou seja, a população decuplicou em vinte anos.

O ABC paulista acabou sendo a região brasileira que concentrou uma boa parte dessas transformações, sobretudo pelo fato de a indústria automobilística concentrar essa industrialização com taxas de crescimento superiores a 30% anuais entre os anos 1960 e 1970 (um índice três vezes maior que o crescimento do PIB brasileiro no período), e ser o ABC a região para onde confluíu uma parte significativa da corrente migratória do país.

Foi nesse clima das greves operárias de 1978 que surgiu a ideia de fundação de um partido dos trabalhadores. Precisar o autor da ideia de criação do partido e o momento exato é algo difícil já que há muitos “autores” e “criadores” que se intitulam pioneiros da ideia. O importante é compreender que a ideia fermentou naquele momento. No XI Congresso dos Metalúrgicos, Mecânicos e de Material Elétrico de São Paulo, realizado em Lins, em 24 de janeiro de 1979, é aprovado um documento conhecido como a “Tese de Santo André-Lins” defendendo a criação de um partido de trabalhadores.

Enquanto estiver sob qualquer tipo de governo de patrões, a luta por melhores salários, por condições dignas de vida e de trabalho, justas a quem constrói todas as riquezas que existem neste país, estará colocada na ordem do dia a luta política e a necessidade da conquista do poder político (...) O MDB, hoje o único partido legal da oposição no Brasil, pela sua composição heterogênea, não pude cumprir este papel. Combinam-se, portanto, a necessidade de construção de independência política dos trabalhadores com a necessidade de um instrumento de luta do poder político. A história nos mostra que o melhor instrumento com o qual o trabalhador pode travar esta luta é o seu partido político, por isso os trabalhadores têm que organizar os seus partidos que, englobando todo o proletariado, lutem por efetiva libertação da exploração (GADOTTI, 1989, p. 32).

O mesmo documento ressaltava a necessidade de desvinculação dos órgãos sindicais do aparelho estatal e que o novo partido viesse a respeitar “a democracia operária, pois só com um amplo debate sobre todas as questões, com todos os militantes, é que se chegará à conclusão do que fazer e como fazer” (GADOTTI, 1989, p. 33). Foi a partir do congresso de Lins que se oficializou a constituição de uma comissão provisória responsável pela criação do partido. No primeiro de maio de 1979, a comissão formada basicamente por lideranças sindicais⁸ divulga uma carta de princípios do Partido dos Trabalhadores.

⁸ A comissão era composta por dezenove membros, sendo que somente seis assinaram o documento: Jacó Bittar, presidente do Sindicato dos Petroleiros de Campinas; Paulo Skromov, presidente do Sindicato dos Coureiros do Estado de São Paulo; Henos Amorina, presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de Osasco; Wagner

A extensão do documento impede uma análise mais completa do texto, mas destacamos três dados. O primeiro é o reconhecimento de que o novo partido não seria composto somente por operários da indústria, mas por estudantes, trabalhadores rurais, profissionais liberais, professores e funcionários públicos ou, dito de outra forma, o partido buscaria atingir outros setores da sociedade para além daqueles envolvidos na luta dos sindicatos de operários. O segundo aspecto é o reconhecimento de que havia tendências e grupos internos em disputa dentro do movimento de fundação do partido. Isso fica evidente quando o documento ressalta que o novo partido deve respeitar uma “democracia interna” entre os grupos. O terceiro aspecto era a expectativa expressa pelos redatores do documento do compromisso do partido com o socialismo e com uma transformação estrutural da sociedade brasileira. Pode-se afirmar que os três aspectos mencionados anteriormente estão presentes em toda a trajetória histórica do PT: a heterogeneidade de atores organizados em grupos internos em disputa entre si que afirmam um compromisso com o socialismo.

O PT afirma seu compromisso com a democracia plena exercida diretamente pelas massas, pois não há socialismo sem democracia, e nem democracia sem socialismo. Um partido que almeja uma sociedade socialista e democrática tem que ser ele próprio democrático nas relações que se estabelecem em seu interior. Assim, o PT se constituirá respeitando o direito das minorias de expressarem seus pontos de vista. Respeitará o direito à facção e às tendências (GADOTTI, 1989, p. 39)

Em junho de 1979, numa reunião num hotel em São Bernardo do Campos com membros que discutiam a criação do partido fica evidente uma tensão conceitual entre um grupo que defendia a criação de um partido de trabalhadores e outro que defendia a criação de um partido popular de massas. Essa tensão também acompanhou o partido em sua trajetória: o dilema de ser um partido representante de uma classe específica ou um partido de um grupo popular de massas. Em outubro daquele ano, após um almoço num restaurante em São Bernardo do Campo, foi lançado oficialmente o movimento pró-PT com o lançamento de um manifesto. A campanha foi para as ruas de algumas cidades brasileiras. Em novembro daquele ano, chegou a ser realizado um comício pró-PT no Largo 13 de maio, no bairro de Santo Amaro, na zona sul paulistana.

O bairro de Higienópolis, até hoje um dos bairros mais caros de São Paulo, parece local improvável para o surgimento de um partido de operários. Mas foi ali, num colégio católico, o Sion, que aproximadamente 1200 pessoas, sendo 400 delegados de 17 Estados diferentes, se reuniram para fundar o Partido dos Trabalhadores no dia 10 de fevereiro de 1980. A fundação era resultado de uma articulação que começara em meados de 1978 e que envolvia estudantes, intelectuais e militantes de áreas distintas contra a Ditadura Militar.

O ‘Manifesto do PT’, aprovado naquela reunião, não falava em socialismo (ao contrário da ‘Carta de Princípios’ divulgada no ano anterior), todavia era patente que se tratava de uma organização de esquerda e radicalmente favorável aos interesses imediatos dos trabalhadores, até então impedidos de ter voz na sociedade civil, ou seja, integrar na atividade política legal camadas que dela estavam marginalizadas. A simples presença de intelectuais históricos, vinculados ao trotskismo, ao comunismo ou a uma opção liberal clássica e radical ao lado de sindicalistas que acabavam de afrontar a ditadura militar e o capital transnacional mostrara a que viera o PT. O partido nascia fora da órbita do comunismo soviético, portanto do Partido Comunista Brasileiro (PCB); afastava-se do populismo e negava oficialmente a herança social-democrata. Os petistas afirmavam o socialismo num horizonte distante enquanto defendiam um ‘programa para a democracia’. As posições de seus documentos iniciais pareciam refletir uma mistura de redação trotskista com aportes sindicalistas. (SECCO, 2011, p. 36).

Os estudos sobre o PT consideram, majoritariamente, que os membros do partido nos anos de formação vinham de três fontes distintas: o novo sindicalismo, a igreja progressista e os remanescentes dos grupos da luta armada. Essas três fontes podem se desdobrar em, na verdade, seis fontes diversas.

Há uma tensão permanente entre autores que se dividem entre a crença do novo sindicalismo influenciando o nascimento do PT ou o PT influenciando o advento do novo sindicalismo brasileiro. Isso se dá, sobretudo, porque a organização do movimento sindical nos anos 1980 dentro de novos princípios – sobretudo a autonomia sindical em relação ao aparelho estatal ou aos sindicatos patronais em algumas categorias – só teria sido possível na maioria dos Estados com o surgimento do PT. Ainda assim são recorrentes as falas dos dirigentes partidários da época na necessidade de uma dissociação entre sindicatos e partidos. No discurso proferido por Lula na Primeira Convenção Nacional do Partido, em Brasília, em setembro de 1981, há uma ênfase na diferença entre sindicato e partido.

Nosso partido nasceu como expressão política da luta sindical. A maioria dos nossos dirigentes continua no movimento sindical e nele encontra a fonte de suas energias e a representatividade de sua prática política. Entretanto, desde os nossos primeiros passos, o PT jamais confundiu política partidária com sindicalismo e nem admitiu fazer do movimento sindical uma correia de transmissão do partido. Defendemos sempre a autonomia do sindicalismo frente aos partidos políticos. O sindicato é uma ferramenta de luta de todos os trabalhadores independente das preferências partidárias que tenham. Como partido, não devemos incorrer jamais no erro que denunciamos no governo: o paternalismo e a tutela do movimento sindical. Se lutamos por autonomia e Liberdade sindicais, é não somente frente ao Estado, mas frente aos partidos⁹ (GADOTTI, 1989, p.65).

Dos onze membros da Comissão Nacional Provisória eleitos em janeiro de 1980, dez (10) eram líderes ou ex-líderes sindicais. Em junho de 1980, uma nova Comissão Provisória foi eleita, mas a maioria sindical permaneceu: seis sindicalistas num conjunto de dez (10) líderes. Na Pré-Convenção Nacional do partido, em agosto de 1981, os critérios para a seleção do primeiro diretório nacional exigiam um estatuto em que 40% dos seus membros fossem líderes sindicais. Na Comissão Executiva Nacional, oito dos seus doze membros eram ou tinham sido líderes sindicais. A formação da Central Única dos Trabalhadores tornou ainda mais evidente a interligação da liderança partidária com a sindical no nível nacional. Quando um membro da Executiva Nacional, o sindicalista Jacó Bittar, quis se candidatar à comissão de coordenação da CUT, ele era secretário-geral do PT, e deveria renunciar ao cargo na executiva partidária. Mas o partido acabou modificando a regra para que ele pudesse atuar nas duas frentes (KECK, 1991).

O partido chegou a criar em novembro de 1981 uma Secretaria Sindical, coordenada por Olívio Dutra e composta por dezesseis membros, para tratar de questões da relação entre o partido e os sindicatos. O primeiro documento interno produzido por essa secretaria listava vários problemas imediatos a serem enfrentados, entre eles a necessidade de uma separação entre sindicatos e partido. A pesquisadora norte-americana Margareth Keck (1991) considera que o partido não utilizou os sindicatos como instrumentos para a sua política. Para ela, os líderes sindicais tentaram agir em duas frentes institucionais diferentes.

⁹ Rudá Ricci (2010) e Lincoln Secco (2011) propõem a necessidade de uma reflexão crítica sobre a independência dos sindicatos a partir de 2003, quando Lula assume a Presidência da República. Essa relação sempre foi tensa e um cenário de disputas teóricas e políticas.

Em essência, o problema caracterizava-se pela dificuldade de esses líderes identificarem uma arena institucional distinta onde o partido pudesse agir por si mesmo. Assim, no início dos 80, a dinâmica da relação partido-sindicato era extremamente difícil de ser caracterizada porque esse relacionamento concretizava-se na identidade dos indivíduos envolvidos, e não na evolução dos mecanismos de consulta entre organizações agindo em arenas diferentes. Não se pode nem mesmo dizer que ocorreu uma divisão de trabalho entre o partido e a corrente sindical autêntica no desenvolvimento da luta sindical. As discussões primárias em encontros regionais e nacionais dos ativistas sindicais do PT em 1982 concentraram-se na maneira de fortalecer os sindicatos a partir de dentro, e no processo de construção de uma organização sindical nacional. O papel do partido era incentivar seus membros a participar desse processo e dedicar mais espaço às questões trabalhistas nas suas publicações. O partido não tinha nenhum papel autônomo a desempenhar na esfera pública, a não ser proclamar a importância da autonomia sindical, ou seja, da independência das organizações sociais e dos sindicatos em relação ao Estado, aos empregadores, às instituições religiosas e aos grupos e partidos políticos, incluindo o PT, o qual nasceu no movimento dos trabalhadores, mas não pretende controlá-lo, nem afirma ser o único representante dos trabalhadores (KECK, 1991, p. 213).

Uma observação importante que o “novo sindicalismo” trazia de novidade é que ele se situava numa tensão entre a esquerda tradicional marxista situada no entorno do Partido Comunista, portanto reformista, e a esquerda revolucionária que fazia crítica ao PCB. “As lideranças emergentes foram, num primeiro momento, identificadas por alguns como uma corrente próxima da tradição do *business union* norte-americano que combinava uma perspectiva liberal com uma postura agressiva” (OLIVEIRA, 2007, p. 50). Essa interpretação de um pensamento liberal presente no novo sindicalismo dos anos 1970 foi abandonada pela maior parte dos estudiosos do tema. Só em meados dos anos 2000, quando o Governo Lula enfrentava uma primeira série de rupturas com sindicatos é que começam a surgir trabalhos propondo uma revisão crítica desse período sobretudo textos organizados por Francisco de Oliveira (2003;2007) no Cebrap/USP.

Eder Sader (1988) cita o discurso de um jovem numa celebração do natal de 1972 quando um grupo ligado a uma Pastoral de bairros da periferia sul da cidade de São Paulo vinculou o tema da encarnação com o da justiça social.

Certamente não basta refletir, ver mais claro ou mesmo falar. É necessário agir. Esta é hora de ação. De ação inteligente e firme. Por isso, assumimos contigo, Cristo, o compromisso de seguir o exemplo de quem, com coragem começou o caminho da libertação. Não vai ser tarefa de uma hora nem de um dia, mas vamos ter a paciência e a firmeza de quem tem a certeza da vitória (...).

Esse engajamento de setores da Igreja Católica ganhou força após a Conferência dos Bispos Latino-Americanos em Medelín, em 1968, cujo teor dos debates foi marcado pela orientação de que a atividade pastoral deveria estar envolvida com a realidade socioeconômica do entorno das paróquias. A partir dali dioceses de todo o Brasil davam suporte e estrutura para a criação das Comunidades Eclesiais de Base. Em 1970, dom Paulo Evaristo Arns torna-se arcebispo de São Paulo. Em janeiro de 1971, dois agentes pastorais que atuavam na região sul de São Paulo foram presos acusados de distribuir panfletos denunciando a morte do operário Raimundo Eduardo da Silva. Informado de que os agentes haviam sido brutalmente torturados, começa um histórico de engajamento de D. Paulo com o tema dos direitos humanos em face à violência do Regime Militar. O mesmo ocorre em Recife, com D. Helder Câmara; Fortaleza, com D. Aloísio Lorscheider; Mato Grosso, com D. Pedro Casaldáliga.

Essa relação com setores da Igreja também foi marcada por algumas tensões. “Em muitos lugares ela atacou o partido e quando apoiou o PT houve uma demora cultural em adotar os temas da nova esquerda pós 1968. Figuras públicas, como Hélio Bicudo, eram contra o aborto e o próprio Lula foi flagrado fazendo piadas contra gays”. (SECCO, 2011, p. 27).

O número de dissidentes do MDB que aderiram ao partido foi pequeno, mas em alguns Estados essa presença foi significativa tanto pela representatividade de um parlamentar ou pela dependência e suporte financeiro para o período de formação inicial da legenda. Foi assim, por exemplo, com Eduardo Suplicy e Airton Soares, que já eram deputados estaduais em São Paulo; Joaquim Roriz, que já era deputado estadual em Goiás; José Eudes e Edson Khair, também deputados estaduais pelo MDB do Rio de Janeiro; Maria Luiza Fontenele, no Ceará, e Antônio Carlos, também deputado estadual no Mato Grosso do Sul. A entrada de dissidentes de outros partidos era inicialmente tratada como tabu dentro do partido que defendia uma ruptura com os partidos tradicionais, mas paulatinamente essa resistência foi mudando e alguns parlamentares ou militantes de outros partidos foram melhor aceitos ao longo dos anos.

O depoimento de Eder Sader (1988) sobre uma cena que presenciou num dos seminários de formação do partido no começo dos anos 1980 ilustra bem a presença de uma classe intelectual desde a formação do PT.

‘Você trocou Lenin por Paulo Freire!’, exclamou indignado um militante dirigindo-se a um companheiro seu, que defendia posições opostas no congresso de uma organização de esquerda realizado em 1980. Eu, que presenciei a confrontação, só a entenderia melhor depois de reconstituir as atividades de pequenos grupos militantes na periferia, às vezes no interior da estrutura das igrejas, às vezes em iniciativas autônomas. Grupos de militantes desgarrados, dispersados com a desarticulação das organizações de esquerda, iam buscar novas formas de ligação com o povo, alternativas ao vanguardismo derrotado. Na verdade, seu autor de cabeceira não era o educador cristão exilado do Brasil, mas Antonio Gramsci, cujas teses sobre a cultura popular e sobre o partido como intelectual coletivo pareciam abrir outras pistas para uma prática política. (SADER, 1988, p. 167)

É bem verdade que uma parcela da classe intelectual que resistiu à Ditadura optou pela permanência no PMDB, caso de Fernando Henrique Cardoso; ou aderiram ao PDT, caso de Darcy Ribeiro.

No doloroso processo de autocrítica e análise de militantes da luta armada no Brasil, é recorrente a observação de que as ações revolucionárias das vanguardas que enfrentaram a Ditadura não foram acompanhadas pelas massas populares, alienadas do processo político, o que acabou distanciando e isolando grupos armados que se viram diante do confronto ao aparelho repressivo além da administração de conflitos internos. Caberia então a esses grupos buscar corrigir esse erro do passado, se aproximando das lutas sociais de massa sem repetir o erro na crença do papel das vanguardas.

Embora os golpes desfechados pela repressão tenham configurado o aspecto mais pungente e visível dessa derrota, eles constituíram apenas um dos fatores da profunda crise que então se abatia sobre a esquerda. O outro – que toca na sua própria identidade – se origina no fato de que essa derrota se produziu em confrontamentos nos quais os supostos ‘sujeitos revolucionários’ (as massas) não tiveram participação. Pensadas como prelúdio de uma guerra revolucionária iminente, aquelas ‘ações de vanguarda’ teriam sentido em função do espaço que abririam para a posterior intervenção das massas populares. Não tendo ocorrido essa passagem, elas se encerraram numa história em que os protagonistas se limitaram às forças da repressão, de um lado, e aos grupos revolucionários de outro. Estampado o deslocamento entre as supostas vanguardas e suas supostas massas, sobrevem uma verdadeira crise de identidade na esquerda revolucionária. A autocrítica que lhe corresponde tem como tema central justamente a ligação das vanguardas revolucionárias com as massas trabalhadoras. (SADER, 1988, p. 170)

Nesse sentido é que é possível localizar nas resoluções do Movimento Revolucionário 8 de outubro (MR-8) dos anos 1970 a aproximação com o movimento operário que surgia nas zonas industriais do país, notadamente o ABC, tanto quanto com as

organizações populares de bairros de periferia (SADER, 1988). O MR-8, por sinal, foi a agremiação da luta armada que mais aglutinou estudantes, principalmente no Rio de Janeiro. Essa busca pela aproximação com os movimentos de massa, levou a um retorno da reorganização do movimento estudantil, outro sub-grupo que fortemente influenciou a formação do PT¹⁰.

Esfacelado desde a repressão ao Congresso de Ibiúna, em 1968, e com muitos estudantes ativos no movimento estudantil tendo aderido à luta armada, foi em meados dos anos 1970 que os estudantes voltaram a se organizar. No livro “Cale-se”, Caio Túlio Costa (2003), que mais tarde viria a ser o primeiro ombudsman do jornalismo brasileiro atuando na Folha de S. Paulo, relembra a mobilização entre alunos da Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) para a participação no ato ecumênico pela morte do jornalista Vladimir Herzog, em 1974, e a organização de um show de Gilberto Gil no campus da Universidade durante uma greve de estudantes em 1975. Em 1976, os estudantes chegaram a realizar um congresso nacional, mas acabaram optando por não reativar a União Nacional dos Estudantes (UNE) diante da forte repressão policial. Em 1977, registraram-se conflitos entre estudantes e militares em Belo Horizonte, Brasília e São Paulo, onde uma marcha de dez mil estudantes foi duramente reprimida levando a uma invasão por parte da Polícia Militar do Estado de São Paulo ao campus da Pontifícia Universidade Católica (PUC). Em 1979, a União Nacional dos Estudantes (UNE) foi refundada num Congresso em Salvador.

Pode-se dizer, nos termos do debate que se travava no campo da esquerda à época, que o PT aglutinou tanto “reformistas” como “revolucionários”. Em correntes e grupos que embora distintos no momento da sua formação se amalgamaram ao longo do tempo, mas ainda em 1982, quando da realização de um Encontro Nacional, é possível ler na resolução do Encontro que o partido ainda se equilibrava nas tensões entre revolucionários e reformistas¹¹.

¹⁰ O Partido Comunista Brasileiro (PCB), o Partido Comunista do Brasil (PC do B) e o Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR8) optaram por trabalhar no interior do PMDB.

¹¹ “Companheiros que consideram inevitável a adoção de uma via revolucionária para a conquista do poder contrapõem essa escolha à tática dos movimentos sociais que lutam por reformas. Reformas e revolução são considerados por eles como termos e práticas antagônicas. Entretanto, nenhum país que tenha feito revolução deixou de combinar essas lutas, dando maior ênfase a uma ou outra, de acordo com a situação política concreta. A luta por reformas só se torna um erro quando ela acaba em si mesma. No entanto, quando ela serve para a educação das massas, através da própria experiência de luta, quando ela serve para demonstrar às grandes massas do povo que a consolidação, mesmo das reformas conquistadas, só é possível quando os

Duas correntes trotskistas marcaram a criação do partido: a Liberdade e Luta (Libelu) – nome da corrente estudantil da Organização Socialista Internacionalista (OSI) – e a Convergência Socialista. Os trotskistas eram defensores de uma aproximação com causas internacionais, como o apoio ao Solidariedade polonês. Eram os principais críticos das experiências do socialismo real europeu e, ao mesmo tempo, defendiam uma aproximação do partido com pautas a temas da esquerda europeia pós-1968 como “defesa do meio ambiente” e igualdade de gêneros.

Obviamente esses sub-grupos que estavam na origem do PT se interpenetravam. Seria errôneo acreditar que eles existiam de forma isolada com as fronteiras bem definidas. Só para citar alguns exemplos, Paulo Skromov, líder operário, estudou História na USP; Frei Betto, mesmo fazendo a interlocução entre a Igreja e os movimentos sociais, havia sido militante da Aliança Libertadora Nacional (ANL); e como bem lembra Lincoln Secco (2010) algumas organizações de esquerda encaminharam estudantes para trabalhar em fábricas, e alguns deles ajudaram a construir, ao mesmo tempo, o movimento sindical e o movimento estudantil.

O que fica na leitura dessa fase de formação do partido é a constatação de que, naquele momento histórico, o PT foi capaz de aglutinar atores e forças políticas diferentes que em outras circunstâncias teria sido impossível. O partido nasceu com a característica da heterogeneidade de seus membros. E, ao mesmo tempo, é marcado por sucessivos debates internos.

1. 1.1 A disputa por um projeto

Passada a fase de formalização legal do partido que, entre outras obrigações legais, consistiu na criação de diretórios municipais em um quinto dos municípios de nove estados, o PT passou pelo desafio de construção a partir de dois aspectos: a) um Programa Político e; b) a organização de sua dinâmica interna de funcionamento. Ao longo dos anos 1980, a construção desses dois aspectos foi marcada por rupturas e descontinuidades sobretudo a partir do momento em que foi possível avaliar a atuação de seus parlamentares eleitos na Câmara Federal, nas Assembleias Legislativas e nas Câmaras Municipais, bem

trabalhadores estabelecem seu próprio poder, então ela serve à luta pelas transformações sociais e deve ser combinada com esta” (RESOLUÇÃO DO V ENCONTRO NACIONAL DO PT in GADOTTI, 1989, p. 134).

como a gestão dos primeiros prefeitos eleitos. Vale lembrar que o cenário externo era marcado pelos anos dos Governos Thatcher e Reagan com o avanço de propostas neoliberais notadamente o desmonte do estado de bem-estar social. Perry Anderson (2007) chama atenção para o fato de que o PT foi o único partido auto definido como “em defesa da classe trabalhadora” que surgiu após a Segunda Guerra Mundial. Justamente num momento histórico de dificuldade para partidos socialistas e socialdemocratas na Europa, no Brasil se assistia ao nascimento de um partido de sindicalistas, intelectuais e militantes de organizações de esquerda.

A heterogeneidade do partido mantinha acesas relevantes questões sobre o seu destino: como será de fato, um partido ou uma frente de partidos? Será um partido socialdemocrata, classista ou socialista? O PT sentiu dificuldade de definir sua identidade, mas desde a sua fundação até o Governo Dilma Rousseff sempre reafirmou o compromisso com o socialismo e a democracia. Por compreender que a bibliografia sobre o PT nos anos 1980 já contempla o detalhamento da sua trajetória, optou-se aqui por um foco maior numa abordagem desses dois elementos que marcam a primeira década do partido, seu projeto político e sua organização interna.

1.1.2. Socialismo e Democracia

Embora cheio de tensões e discussões internas para entender o que exatamente isso significaria, o PT desde seus primeiros documentos se autodefiniu como “socialista”. A questão sempre foi: “qual socialismo?” O partido aglutinava uma série de intelectuais críticos ao reformismo do Partido Comunista Brasileiro (PCB) e seu alinhamento com sucessivos governos da União Soviética, bem como aos países do chamado “socialismo real” europeu. Novamente nas palavras do próprio Lula em entrevista a Mário Morel (1989):

Com que direito o Partido Comunista se acha partido da classe trabalhadora? Vamos pegar todos os livros de Marx, de Lenin e o caralho a quatro e vamos ver qual é o livro que diz que o PC é o partido da classe trabalhadora. O partido da classe trabalhadora é aquele em que a classe trabalhadora está participando dele, tem hegemonia. E ninguém me diz que é o PC. Hoje eles estão mais pra governo. Pega o Partido Comunista da Argentina, apoiava o Videla, porra. Pega o Partido Comunista em outros países é vergonhoso. Se Marx pudesse ressuscitar hoje e visse o

que fizeram em nome dele aí, ele se matava de vergonha (MOREL, 1989, p. 134)

Não é irrelevante a fala de Lula, mesmo com a característica espontânea e informal que marca muitos de seus discursos. Há nessa fala um conceito que inspirou militantes daquela década: hegemonia. Embora aparentemente possa ser entendida como mera “maioria” da classe trabalhadora no comando do partido, permite perceber que o partido tinha como intenção “conquistar” apoio e suporte através de um processo de convencimento, nos termos gramscianos da expressão, e essa representação não seria “natural” pela identificação imediata e automática dos trabalhadores com o Partido Comunista.

Vale reparar ainda nesse breve trecho da entrevista a recorrência da expressão “classe trabalhadora”. Luciana Panke (2010) consegue perceber como paulatinamente ao longo da sua trajetória Lula vai substituindo a expressão pela palavra/conceito “povo”. Quando confrontado com o dilema de ser um partido de uma classe ou de, diante de uma vitória eleitoral, representar mais que uma classe social, a expressão “povo” vai ocupando o discurso de Lula e de membros do PT ao longo dos anos 1980. No Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral da campanha presidencial de 1989, a Rede Povo fazia uma paródia da Rede Globo.

Mas voltando à crítica ao PC, ela trazia embutida uma crítica ao alinhamento com o que representava a União Soviética sobretudo pela linha do partido único, a falta de democracia e a interpretação de desenvolvimento da sociedade por etapas, estando o Brasil ainda numa transição do feudalismo para o capitalismo. Nesse sentido, seria apropriado associar o PT ao modelo de socialismo europeu vivenciado por países como Espanha, França e Itália. O Partido Comunista Espanhol (PCE) propunha através de Manifesto em seu Congresso de 1975, um “socialismo pluripartidário e democrático, um socialismo baseado na soberania popular expressa através do sufrágio universal. André Singer (2012) ressalta uma associação do PT com o Partido Socialista Espanhol (PSOE), refundado em 1976, ano posterior à morte do ditador Franco.

O programa espanhol falava em ‘partido de classe com caráter de massas, marxista e democrático’, rejeitava ‘qualquer caminho de acomodação ao capitalismo’ e visava a “assunção ao poder econômico e político, e a socialização dos meios de produção, distribuição e troca pela classe trabalhadora (SINGER, 2012, pp. 90-91).

A leitura da história da esquerda italiana no período de pesquisas durante estágio sanduíche para essa tese encontrou uma série de textos onde é possível traçar paralelos e similaridades entre o surgimento do PT no Brasil e as teses defendidas no Partido Comunista Italiano (PCI) pelo seu líder, Enrico Berlinguer, entre os anos 1970 e 1980, notadamente a ideia de “democracia como valor universal” em contraponto a uma interpretação de um modelo de democracia liberal.

Berlinguer assumira a secretaria geral do PCI em 1972 e era membro de uma corrente interna do partido que fez duras críticas à invasão de Praga por tanques soviéticos em Agosto de 1968 sufocando movimentos democráticos na Tchecoslováquia que se intensificavam desde abril na chamada “Primavera de Praga”, tendo proferido um discurso num Congresso do PCI, em 1969, que apresentava as principais teses que marcariam uma nova atuação política dos comunistas italianos e que influenciaria comunistas e socialistas de outros países da Europa, o que se convencionou chamar de Eurocomunismo. A invasão a Praga não seria meramente um erro ou equívoco, mas fruto de contradições inerentes a um sistema que não permitia a construção de um ambiente democrático, ao mesmo tempo, reforçava a necessidade de independência e autonomia do PCI¹².

In pari tempo riconfermiamo in questo congresso che noi lottiamo in Italia per il socialismo, non guardando a un astratto modello, né al modello sovietico (modello, del resto, irripetibile, come sa o dovrebbe sapere chiunque abbia il senso della storia), bensì lungo una via originale. E, dunque, lottiamo per un’Italia socialista profondamente nuova, diversa, rispetto alle società socialiste finora realizzate. E perché mai non dovrebbe essere così? Sia consentito di invitare i nostri avversari a una riflessione realistica. Perché mai dovremmo essere così sciocchi da seguire modelli, che nelle nostre condizioni sarebbero del tutto fuori luogo? (BERLINGUER, 2014, p. 36-37).

Na França, o Manifesto de Champigny, lançado em dezembro de 1968 nos rescaldos da explosão do mês de maio daquele ano, convocava a esquerda a uma prática que rejeitasse qualquer tipo de opressão e que colocasse a “democracia avançada” como contraponto aos atentados cometidos contra liberdades individuais e coletivas, bem como

¹² “Ao mesmo tempo, reconfirmando nesse congresso que lutamos na Itália pelo socialismo, não seguindo um modelo abstrato, nem o modelo soviético (modelo, de resto, irrepitível, como sabe ou deveria saber qualquer um que tem o sentido da história), mas ao longo de um caminho original. E, portanto, lutamos por uma Itália socialista profundamente nova, diferente, em comparação às sociedades socialistas que existem até agora. E por quê não deveria ser assim? Seja consentido convidar os nossos adversários a uma reflexão realista. Porque deveríamos ser tão tolos a seguir modelos que nas nossas condições seriam totalmente fora de lugar?” (Tradução livre de discurso proferido por ocasião do XII Congresso do PCI, em 15 de fevereiro de 1969).

rejeitava fortemente qualquer tipo de censura. É bem verdade que o Partido Comunista Francês só abraçou as teses de autonomia e democracia em seu Congresso em 1976, mas esse acabou sendo um dos fatores para a perda do seu protagonismo no campo das esquerdas francesas para o Partido Socialista Francês (PSF), ao qual acabou se aliando desde 1975, sempre em papel cada vez mais coadjuvante.

O PT acompanhou esse momento histórico dos partidos de esquerda europeus e é possível observar nos documentos dos primeiros anos que em nenhum momento esteve em pauta temas como “ditadura do proletariado”. Gadotti (1989) considera que o socialismo era uma questão dialética para o PT, não formal ou dogmática.

No discurso na Primeira Convenção Nacional do Partido, em setembro de 1981, após a aprovação dos estatutos e da eleição do primeiro diretório nacional, Lula dedica a última parte do seu discurso à defesa do “socialismo democrático”.

Sabemos que caminhamos para o socialismo, para o tipo de socialismo que nos convém. Sabemos que não nos convém nem está em nosso horizonte adotar a ideia do socialismo para buscar medidas paliativas aos males sociais causados pelo capitalismo ou para gerenciar a crise em que este sistema econômico se encontra. Sabemos também que não nos convém adotar como perspectiva um socialismo burocrático que atenda mais às novas castas de tecnocratas e de privilegiados que aos trabalhadores e ao povo. O socialismo que nós queremos se definirá por todo o povo, como exigência concreta das lutas populares, como resposta política e econômica global a todas as aspirações concretas que o PT seja capaz de enfrentar. (...) O socialismo que nós queremos não nascerá de um decreto, nem nosso, nem de ningum. (GADOTTI, 1989, p. 72)

Partindo de seus dirigentes, em debates internos com militantes e filiados, em artigos em jornais, mesmo já nos anos de Governo Lula e Dilma, o PT nunca abandonou discursos em defesas do socialismo, repetindo a ideia de um “socialismo em construção”. Em 1987, no seu evento mais importante da década – o V Encontro Nacional, avaliando os resultados eleitorais de 1986 e se preparando para uma disputa presidencial, o PT afirmava de forma categórica em sua resolução a constituição dos trabalhadores em “classe hegemônica e dominante no poder de Estado” como estratégia para o socialismo, atacando a distinção entre partido de massas e de quadros e associando construção do poder nas lutas cotidianas com o momento estratégico da tomada do poder político.

No texto “Um Projeto Socialista Ainda em Construção”, publicado em 1989, José Genoíno, então deputado federal, teoriza sobre o “projeto socialista” do PT.

O projeto socialista do PT deverá ser radicalmente democrático e profundamente ético. Estes dois valores, Democracia e Ética, infelizmente, não ocuparam um lugar central nas elaborações teóricas do marxismo. Talvez resida aí, no não comparecimento prático desses dois valores nos movimentos socialistas, as causas fundamentais de suas crises. Democracia e ética devem ser pressupostos da liberdade e não haverá socialismo sem liberdade (GADOTTI, 1989, p. 362)

1.2 Organização interna: núcleos e correntes¹³

Compreender um partido político passa necessariamente pela compreensão de suas subunidades internas. Giovanni Sartori (1982) defende a tese de que os partidos políticos podem ser analisados de maneira análoga aos “sistemas partidários”. Os partidos têm estrutura com instâncias, cargos e funções específicas. Compreendê-los passa pelo abandono da perspectiva de unidade para o exame de suas correntes ou tendências internas.

Em “Modelos de Partido”, o cientista político Vitor Angelo (2005) aponta três características marcantes da presença das correntes no PT. 1) Quanto mais grupos existirem dentro de uma legenda, mais dividida ela será. Quanto menos grupos se formarem, maior a chance de uma coesão interna. No Primeiro Congresso Nacional, havia 16 tendências. Ao longo dos anos 1980 foram tantos debates, construção de alianças e cisões que a questão das tendências acabou precisando de uma regulamentação que só em 1990 o Partido conseguiu regulamentar e aprovar em Encontro. 2) Nem todos aqueles que militavam no Partido se organizavam em sub-unidades partidárias. Havia lideranças independentes que conseguiam inclusive aglutinar grupos ao seu redor. O exemplo mais notável entre esses independentes talvez tenha sido o ex-senador por São Paulo Eduardo Suplicy. 3) As tendências usavam determinadas estratégias para se sobrepor politicamente a outros setores do partido. Da mesma forma, as tendências tinham diferenças quanto a sua anatomia com estruturas internas próprias com estatutos e formas de financiamento independentes. Os dois jornais mais famosos do PT foram editados por tendências: *Em Tempo*, editado pela DS; *O Trabalho*, que deu nome a uma outra corrente interna.

Havia, só entre as correntes que se auto-denominavam trotskistas, pelo menos quatro: Democracia Socialista (DS), Organização Socialista Internacionalista (OSI),

¹³ O uso das expressões “corrente” e “tendência” é aqui usado para denominar as subunidades partidárias tal qual eram normalmente chamadas pelos membros do partido as subunidades partidárias. Apesar de palavras diferentes, representavam a mesma coisa.

Convergência Socialista e Causa Operária. Dessas quatro tendências, a única que conseguiu crescer e ocupar postos de destaque no PT foi a DS. Boa parte dos militantes da OSI acabou se incorporando a uma outra corrente: a Articulação. A Causa Operária e a Convergência Socialista acabaram sendo expulsas do partido no começo da década de 1990 depois de uma série de atritos internos com seus militantes criando logo em seguida o Partido da Causa Operária (PCO) e o Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU).

Lincoln Secco (2010) chama a atenção para dois fatores que ocorreram dentro do PT e que levaram à construção da hegemonia de uma de suas correntes: a Articulação. A primeira foi o peso da institucionalidade (executiva, parlamentar e sindical) que levou um grupo de membros a adotarem posições mais pragmáticas na resolução de conflitos administrativos. A segunda foi o afastamento da “teoria das etapas”, historicamente defendida pelo PCB e pelo PC do B. Esse pragmatismo levou, ainda em 1983, a criação da Articulação.

Além disso, dois importantes mecanismos marcaram a organização das dinâmicas internas do partido na sua fundação: a) a criação de núcleos com grande afinidade com o modelo dos grupos que funcionavam nas comunidades de base da Igreja Católica e que tinham um viés e um objetivo anticentralizador das decisões de cúpula (Todos os filiados eram incentivados a participar de um dos núcleos e eram organizados sobretudo em bairros, mas eram permitidos núcleos por movimento social, local de trabalho ou categoria profissional); b) as convenções nacionais eram sempre em dois turnos. O encontro nacional era precedido por uma série de convenções preliminares que ocorriam nos âmbitos municipal e estadual.

O objetivo desses dois mecanismos era sobretudo fazer com que as decisões fossem tomadas ouvindo o maior número possível de filiados. Mas logo se mostrou uma imensa preocupação com as brigas e divisões “celulares” levarem a uma perda de foco na unidade partidária. Ao mesmo tempo, a experiência prática mostrou que muitas vezes os núcleos existiram somente no papel já que a maioria deles acabou nunca existindo de fato.

A medida que o partido foi ganhando eleições de Prefeituras de alguns municípios nos anos 1980, seus governos eram orientados a criar conselhos populares locais e basear suas políticas de governo a partir dos temas e demandas que emergissem dessas

discussões. Na prática, novamente, os conselhos populares nem sempre existiram salvo em algumas experiências pontuais das gestões de Luiza Erundina, em São Paulo.

1.2.1. Esboço de um projeto econômico em formação

Em outubro de 1982, foi publicado no *Jornal dos Trabalhadores* um texto intitulado “O PT e a Economia: um projeto de programa econômico”. Tratava-se de um manifesto assinado por economistas de vários estados do Brasil e que aglutina as principais ideias do partido na área. É nesse documento que, pela primeira vez, o PT fala em “consumo”. Bem verdade que dentro de um contexto bem diferente do que essa palavra adquiriria nos anos 1990 e principalmente durante os anos dos Governos Lula e Dilma. Da mesma forma como é importante observar nessa breve revisão histórica a estruturação interna do partido, observar o primeiro projeto econômico também é importante para compreender o ponto de partida na área econômica.

O projeto era baseado em cinco grandes temas: dívida externa, desemprego, inflação, impostos e renda. Como muito dos documentos da época, parte da defesa de uma discussão com a classe trabalhadora, reafirma a defesa do socialismo e ainda o considera “propostas de curto prazo para a melhoria das condições de vida dos brasileiros”. Detalhar essas propostas exigiria uma longa contextualização dos debates que se travavam na época. Sem esse devido contexto soaria como ingênuas afirmações do tipo “o PT considera perfeitamente viável alcançar o pleno emprego no Brasil num prazo de quatro a cinco anos”. Além disso, muitas dessas pautas foram, em certa medida, levadas e apoiadas pelos parlamentares do partido, tendo algumas sido incorporadas no ordenamento jurídico-legal, seja na Constituição seja em leis menores.

O termo “consumo” aparece em três momentos.

- 1) O primeiro ponto do programa econômico era uma rediscussão “global” da dívida externa. Mesmo durante os anos 1990 e 2000 esse tema seguiu em pauta por alguns movimentos sociais e entidades da sociedade civil. A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) chegou a promover um plebiscito sobre o tema em 2000 com alguns parlamentares do partido apoioando a moratória da dívida. Mas em 1982, o tema da renegociação vinha baseado em três princípios:

que fosse conduzido por um Governo legítimo e democrático; que o Brasil se associasse a outros países que se encontravam na mesma situação (numa referência a outros países da América do Sul em igual situação de endividamento) e:

Que seja implantada simultaneamente com uma política de reorientação industrial, com prioridades claramente definidas para o desenvolvimento de setores que produzem bens de consumo popular, que permitam a substituição de importações e a geração de divisas internas (GADOTTI, 1989, p. 100).

Não há clareza sobre o significado do que se chama de “consumo popular”, mas ele provavelmente era aplicado nos mesmos termos que o Movimento Contra a Carestia, um dos movimentos que está na base de formação do partido naqueles anos, promovia. Consumo popular aqui se refere a consumo de bens de primeira necessidade, sobretudo alimentos. Num cenário de inflação esse tema era sensível à população brasileira que veria, ainda nos anos 1980, um processo de pauperização de parcela da classe média com a explosão da inflação nos anos Figueiredo e Sarney com índices ultrapassando 100% ao ano levando a crises de desabastecimento que levaram a população às famosas “fila do leite” e “fila do gás”. Portanto, ainda não se trata aqui de uma política de incentivo ao consumo, mas de uma atenção a itens básicos.

2) No capítulo que trata de desemprego, o programa defendia “a concentração de créditos subsidiados nos setores industriais que absorvam mais mão-de-obra e que produzam bens de consumo popular”. Novamente a expressão aparece.

3) Já o capítulo que trata do tema “Impostos” deixa mais clara essa interpretação de que consumo, aqui, ainda é tratado como “consumo de bens essenciais”. Após duras críticas ao fato de a carga tributária no país ser considerada “indireta”, ou seja, sem diferenciação entre camadas de renda diferente e sem qualquer imposto com alíquota progressiva, o documento defende uma “isenção a produtos de consumo essencial”.

Nesse sentido, o tema do “consumo” aparece de forma ainda incipiente nos primeiros discursos de líderes do partido. De forma indireta é possível fazer algumas conexões, mas ainda não alcança lugar de centralidade. Lutas políticas

como a volta das eleições diretas e lutas trabalhistas como a regulamentação do seguro-desemprego mobilizavam muito mais o PT do que um debate sobre acesso a bens materiais. O Movimento “pela casa própria” pode nos dar um indicativo de um discurso político incipiente sobre consumo.

1.2.2. “O sonho da casa própria”

Eder Sader (1988) apresenta uma pesquisa realizada pelo Dieese em 1974 mostrando em percentual a estrutura do orçamento doméstico das famílias residentes em São Paulo.

Tabela 1 - Estrutura do Orçamento Doméstico 1969/1970

	Estrato inferior. Renda até 3,1 salários mínimos	Estrato médio. Renda de 3,1 a 6,2 salários mínimos	Estrato superior. Renda superior a 6,2 salários mínimos
Alimentação	48,1	42,5	30,4
Habitação	20,1	21,4	27,7
Vestuário	6,9	8,5	8,3
Saúde	3,5	3,5	3,7
Higiene Pessoal	1,1	1,2	1,2
Limpeza Doméstica	2	1,8	1,3
Equipamento Doméstico	6,7	7	5,8
Transporte	5,8	7	12,5

Educação e Cultura	2,2	2,8	5
Recreação e fumo	3,6	4,3	4,1

Fonte. DIEESE (1974).

Sader (1988) considera que os dados do Dieese também mostravam o ingresso das classes populares na aquisição de bens duráveis, sobretudo equipamentos domésticos que em 1958 representavam somente 3% do orçamento das famílias.

O padrão de consumo das famílias operárias parece indicar uma busca de acesso aos padrões de classe média, difundidos pela publicidade. Essa tendência levou autores a falarem de ‘manipulação das aspirações’ e a se perguntarem se tais produtos não permaneciam ‘estranhos à cultura e ao padrão de vida da classe operária’, ‘símbolos equivocados de uma ascensão social não conseguida’. Penso que as ideias de ter havido manipulação de aspiração, na aquisição de bens que se fizeram símbolos de uma ascensão social frustrada, devem ser levadas em conta, mas em si mesmas elas não nos dizem quase nada acerca da cultura e modo de vida dos trabalhadores (SADER, 1988, p. 109)

Alguns indicativos importantes merecem uma pesquisa mais aprofundada sobre o tema do “sonho da casa própria” servir de base de análise inicial sobre o primeiro tema em que o PT passa a defender o “consumo”. Mais a frente nesta tese se espera discutir um pouco mais a compreensão do que aqui se chama consumo e suas várias implicações envolvidas no ambiente político.

Olhando em retrospecto o cenário econômico do Brasil nos anos 1980, o país havia esgotado suas reservas cambiais, com taxas de desemprego na casa dos 20% da população economicamente ativa, uma superinflação de mais de 1000% ao ano levando a um cenário de enorme instabilidade no plano social.

Em meados da década, era muito comum que produtos mudassem de preço do dia para o outro ou até no mesmo dia. Diante desse cenário, a casa própria significava um bem material que daria segurança às famílias, inclusive com o amparo do ordenamento jurídico que protegia a casa como o único bem inalienável em caso de dívidas. Tratava-se, ao mesmo tempo, de um investimento para setores da classe média que viam na compra de imóveis a segurança e rentabilidade que uma poupança não daria, num período em que

ainda não se via com tanta violência a financeirização da economia como a partir sobretudo dos anos 1990.

Ao mesmo tempo, o setor da construção civil era o que mais empregava nos ambientes urbanos, sobretudo recebendo levas de imigrantes para as grandes cidades no rápido processo de urbanização que desde os anos 1950 transformara a demografia do Brasil. O espaço público das cidades ia paulatinamente sendo reconfigurado e, com o encarecimento dos lotes urbanos, assistiu-se uma rápida favelização das cidades. Segundo dados da Secretaria Municipal de Planejamento de São Paulo, em 1986, 30% da população vivia em cortiços e favelas. Desde os anos 1970, começa então uma ocupação das áreas periféricas da cidade em loteamentos. É a partir desse período que se comece a perceber a propaganda difundida pela publicidade de lotes “com água encanada e ônibus na porta”.

É, portanto, errôneo dissociar a compra da casa própria do debate sobre a construção de uma política habitacional e mesmo dos debates legislativos das leis de uso e ocupação do solo. Mas, ainda assim, a imagem da casa com geladeira, fogão, e a família unida assistindo o Jornal Nacional na TV Globo ou uma telenovela é indicativo de uma sociabilidade que se construía e que teve impacto nas pautas e demandas políticas do período.

As famílias operárias procuraram assimilar com resultados variados os padrões de consumo difundidos pela indústria cultural e que os aparentaria à ‘classe média’. Isso significou uma absorção dos padrões dominantes. Mas significou também uma reivindicação de participação no consumo dos bens produzidos com a industrialização. Em segundo lugar, e creio que isso é o mais importante, na aquisição desses bens se expressou a importância atribuída pelas famílias operárias à própria casa. A casa bem equipada, com o maior conforto possível, com os sinais visíveis dos resultados dos esforços coletivos, com os enfeites que manifestem o gosto de seus moradores, constitui o lugar primeiro onde os trabalhadores se reconhecem entre os seus no seu mundo, livre das impertinências dos chefes, da indiferença dos guichês, da violência das ruas. E creio que é nesse registro que devemos entender a importância indiscutível dos projetos de ‘casa própria’ nas famílias dos trabalhadores. Porque, seja qual for a importância dada ao fato, a constatação de todas as pesquisas feitas sobre aspirações, projetos e estratégias familiares foi que a aquisição da casa própria estava em primeiro lugar (SADER, 1988, p. 110).

Mesmo décadas depois quando chegou ao Poder, o PT manteve em pauta essa matriz do “sonho da casa própria”. Não à toa dentro desse papel central da moradia na dinâmica das famílias brasileiras, o principal projeto se chamava “Minha Casa Minha Vida”.

1.2.3. Aspectos na campanha de 1989

O PT passou a primeira década de existência com o desafio da participação eleitoral e a avaliação de suas primeiras experiências administrativas. Uma observação do projeto econômico da campanha presidencial de 1989 permite constatar que o tema do “consumo” aparece ainda de forma incipiente na proposta econômica daquele ano. O projeto econômico era fruto sobretudo dos anos de críticas acumuladas aos planos econômicos do Governo José Sarney (PMDB) para o controle da inflação quando, já com Lula como líder do partido na Câmara, e um grupo de economistas próximos, como Aloizio Mercadante, Guido Mantega e Paul Singer, o partido ganhara protagonismo entre os partidos de oposição.

Em 1987, o partido realizara seu mais importante Encontro Nacional da década. A corrente Articulação conseguira quase 60% dos votos para a direção do partido, resoluções sobre a atuação dos dezesseis membros da Assembleia Constituinte¹⁴ foram aprovadas e Lula foi lançado candidato à Presidência. A partir daí, foram encaminhadas deliberações para a elaboração do programa de Governo a ser apresentado na campanha presidencial.

A campanha presidencial de 1989 aparece analisada em uma série de trabalhos (PANKE, 2010; VILLA, 2009; POMAR, 2005) com destaque para o trabalho “Aqui a gente vê a verdade na TV”, tese de doutorado em Comunicação defendida na UFRJ por Affonso de Albuquerque e que fornecerá alguns elementos para a metodologia que se pretende realizar neste trabalho. Nesse momento, o que interessa aqui é dentro de uma revisão histórica observar a presença do tema “consumo” dentro das propostas de Governo.

¹⁴ O PT discordou da convocação da Assembleia Nacional Constituinte por José Sarney em novembro de 1986. O partido defendia que deveriam haver eleições específicas. A bancada acabou se apropriando de um anteprojeto elaborado a partir de discussões conduzidas pelo jurista Fábio Konder Comparato e do cientista político Marco Aurélio Garcia que contou com a participação dos advogados Dalmo de Abreu Dallari, Pedro Boholometz e José Eduardo Cardozo, que viria a ser Ministro da Justiça. A indicação inicial de que os parlamentares votassem contra a Constituição não se seguiu ao momento da assinatura da Carta Magna quando todos os seus parlamentares foram signatários.

1.2.4. A Frente Brasil Popular

Em meados de junho de 1989, o PT realizou um Encontro de três dias com mais de seiscentos delegados do Brasil inteiro com o objetivo de aprovar o “Programa Alternativo de Governo” que seria levado à campanha presidencial. Conforme dito anteriormente, o programa era fruto do acumulado de discussões desde 1987 e versava sobre os mais diversos temas. O projeto era dividido em quatorze capítulos que propunham não só uma reformulação do Estado brasileiro como também tocava em temas da “nova esquerda” como questões de gênero, sobretudo uma maior participação das mulheres na esfera política, e defesa do meio ambiente, chamando atenção para questões específicas da defesa da Amazônia. No primeiro parágrafo do programa, uma diferenciação sutil entre “trabalhador” e “povo” era sintomático do eixo que seguiria por todo o documento que em alguns pontos reafirma a necessidade de conquista de direitos para a classe trabalhadora.

O primeiro compromisso da Frente Brasil Popular é o de construir uma efetiva democracia da maioria, a mais ampla participação popular nas decisões do governo e da sociedade, é dar origem a um poder que seja expressão da vontade e dos interesses dos trabalhadores e de todo o povo. É somente assim que as profundas mudanças contidas no Plano de Ação do Governo poderão ser viabilizadas (...) A defesa de uma democracia real e efetiva apoia-se na convicção também de que o socialismo se constrói com democracia, com pluripartidarismo e com ação decisiva dos trabalhadores. A experiência histórica nos legou a convicção de que ou o socialismo é obra dos trabalhadores ou jamais será socialismo (GADOTTI, 1988, pp. 331-332)

Em março de 1989, o Partido Verde (PV), o Partido Socialista Brasileiro (PSB) e o Partido Comunista do Brasil (PC do B) formalizaram apoio à candidatura de Lula, mas nas convenções de junho o PV acabou deixando a coligação e lançando o nome do jornalista Fernando Gabeira. O vice da chapa foi o senador gaúcho Paulo Bisol, do PSB. No campo das esquerdas, havia ainda a candidatura de Leonel Brizola, pelo PDT, e Roberto Freire, pelo PCB.

A campanha do PT foi fortemente marcada em seus discursos “pela defesa da classe trabalhadora”. Durante toda a campanha, a imagem de Lula foi associada à de um trabalhador, com objetivo de criar um laço de identidade com o telespectador, com destaque na participação ativa dos movimentos sociais organizados na solução dos

problemas (ALBUQUERQUE, 1999). O contraponto era sempre ao “empresariado ganha com a hiperinflação”. O presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Mário Amato, chegou a afirmar que a vitória de Lula levaria 800 (oitocentos) mil empresários a deixar o país. “O que nós queremos é o que todo mundo quer: liberdade total, absoluta, irrestrita e economia de mercado” (AMATO apud ALBUQUERQUE, 1999). Três candidatos faziam ataques diretos à defesa do socialismo pelo PT: Fernando Collor, do PRN, que viria a ser eleito; Ronaldo Caiado, do PSD, então presidente da União Democrática Ruralista (UDR); e Afif Domingues, do PL. Albuquerque (1999) ressalta que a campanha de 1989 foi marcada pelo forte teor de embate de classes. As discussões sobre qual política econômica a ser adotada pelos candidatos ficaram em segundo plano diante de pautas como saúde, educação, ética, reforma agrária, direitos trabalhistas e capacidade política. Até mesmo armazenamento de alimentos chegou a ocupar espaço num dos programas do partido. Algumas falas de Lula no HGPE ilustram essa afirmação numa identidade da “classe trabalhadora”, bem como a aproximação com temas que confrontavam candidatos adversários, como a defesa da reforma agrária “na terra dos latifundiários”.

Todo trabalhador quer ter direito a um emprego. Todo trabalhador quer ter direito a uma casa. Todo trabalhador quer ter direito à libertação necessária. Todo trabalhador quer ter direito à escola. Todo trabalhador sonha o filho ser doutor. Todo trabalhador sonha em poder dar a sua família o melhor possível a nível de condições de vida. Todo trabalhador sonha em poder comprar um presente de natal para o seu filho. Sonha em poder comprar um presente no dia do aniversário. Esse é um sonho. Esse é um sonho pequeno. Esse é um sonho que não dá pra quem trabalha a vida inteira. Pra quem trabalha 240 horas por mês. Esse é um sonho que não deveria ser nada pra quem trabalha de sol a sol. E por que não pode fazer isso? Por que não podem? Exatamente porque o sistema que predomina nesse país é um sistema capitalista arcaico, onde meia dúzia pode tudo e a maioria não pode nada (LULA, HGPE, 08/10/1989).

E não vamos fazer reforma agrária nas terras devolutas na beira das estradas como querem alguns. Nós vamos fazer reforma é na terra dos latifundiários deste país (LULA, HGPE, 09/10/1989).

Nós vamos fazer a reforma agrária porque é a única forma de desenvolver este País, gerando milhões de emprego, gerando uma quantidade enorme de produção, barateando o alimento, gerando habitação, gerando facilidade (LULA, HGPE, 18/10/1989).

Vai ser, portanto, na leitura do programa de governo que se conseguirá encontrar alguns indicativos da forma como o tema do consumo começa a se inserir no debate

promovido pelo partido ainda que de forma tímida. Ainda nesse momento, os temas correlatos ao consumo são associados a uma pauta mais “social” como o acesso a bens de primeira necessidade.

Num debate da TV Bandeirantes no primeiro turno de 1989, o candidato do PSDB, Mário Covas, pergunta a Lula sobre o qual seu projeto para o capital estrangeiro no Brasil. A resposta de Lula parece surpreender Covas que a considera “adequada” mostrando que o projeto do PT longe estava de uma estatização ou nacionalização dos meios de produção.

Mário Covas: eu gostaria de saber quais são as regras que o PT preconiza pra presença do capital estrangeiro.

Lula: Eu acredito que o senador e companheiro Mário Covas sabe perfeitamente bem que esse foi um dos temas mais extraordinários e até utilizados pela Federação das Indústrias de São Paulo e pela CNI como uma tentativa de comprometer os candidatos ou os deputados naquela ocasião. E eu fui convidado inclusive para gravar um videotape para a Fiesp e gravei de bom gosto porque eu queria que a Fiesp veiculasse através dos meios de comunicação a minha visão sobre o capital estrangeiro e naquela época eu disse inclusive que a interdependência internacional é tão grande do ponto de vista econômico que seria imbecil tentar evitar a participação do capital estrangeiro na economia de um país. Ora, quais são as regras que nós queremos estabelecer e que nós defendíamos inclusive antes da constituição? Nós entendíamos que é necessário você evitar a remessa de lucros como está hoje. Entendíamos que era necessário você criar condições objetivas para que o capital estrangeiro não sufocasse o capital nacional. Que você não permitisse que uma empresa estrangeira pudesse vir fabricar aqui no Brasil produto similar já fabricado no Brasil até como ponto de defesa do capital nacional. E isso nós falamos publicamente, eu disse nos Estados Unidos, disse na Alemanha, digo aqui no Brasil pros empresários porque eu acho que o que nós precisamos efetivamente é exigir do capital estrangeiro que dê ao trabalhador brasileiro no mínimo as condições de trabalho que dão aos trabalhadores no seu país de origem. Há uma distância muito grande entre o que uma Volkswagen paga na Alemanha e paga no Brasil, entre o que uma Mercedes paga na Alemanha e paga no Brasil, eu acho que as empresas deveriam estabelecer no mínimo uma regra que o trabalhador pudesse ganhar uma renda compatível com o que ganha um companheiro na Alemanha.

Mário Covas: Em linhas gerais, o que o Lula sustenta é aquilo que na Constituição se define no artigo relativo ao capital estrangeiro, ele entra no Brasil no interesse nacional, estimulado seu reinvestimento e limitada a sua remessa de lucro. O capital estrangeiro hoje busca alguma coisa diferente do que ele buscava no passado. No passado, ele buscava tradicionalmente matérias primas extremamente baratas, insumos baratos, mão de obra barata. Hoje com uma razoável verticalização da economia, uma capacidade tecnológica maior, um coeficiente de exportação grande, e sobretudo mercado interno e eu acho que, nesse sentido, caminhamos

contra história no instante em que fomos incapazes de distribuir renda e portanto fazer um Mercado interno adequado. **Somos 140 milhões de brasileiros e não chegamos a ser 50 milhões de consumidores.** De uma maneira geral, me parece adequada a sua proposição (YOUTUBE, 2015¹⁵)

A fala de Covas mostra o tema do “consumo” aparecendo ainda de forma incipiente, mas já com bases no que seria a centralidade do debate político a partir dos anos 1990. Por enquanto, naquele ano e naquela eleição, o tema ainda aparece de forma tímida.

O capítulo 2, “O Novo Modelo de Desenvolvimento Econômico”, repetia alguns dos pontos do documento de 1981, mas trazia algumas novidades sobretudo relativos a uma reestruturação da intervenção do Estado na vida econômica. Era um projeto híbrido entre uma visão “desenvolvimentista” com o Estado atuando na gestão da economia em alguns setores estratégicos, que permitia a atuação do capital estrangeiro “desde que atenda os interesses nacionais”, uma defesa de pontos mais radicais como uma ampla reforma agrária, além de uma rediscussão e moratória da dívida externa. Apesar de uma defesa do socialismo, o projeto do PT jamais apresentou algum ponto direto como a “estatização dos meios de produção”. Isso até poderia ser desejo e estar presente na fala de alguns militantes, notadamente os ligados a correntes como a Convergência Socialista e a Causa Operária. Mas a corrente majoritária, a Articulação, em que pertenciam a maior parte de seus líderes, adotava um discurso moderado.

No item “Política de rendas”, há proposta de uma política indireta “de recuperação da renda” através da melhoria dos serviços de educação, permitindo uma ascensão social e uma economia dos gastos das famílias com ensino privado; e saúde, com a regulamentação de um sistema universalizado.¹⁶ Esse tema do benefício indireto havia sido inclusive tema de um dos programas do HGPE já no segundo turno quando, após uma reportagem da Rede Povo em que um engraxate dizia precisar limpar 40 sapatos para comprar um; e que um bombeiro no posto de gasolina dizia que bastavam 3 tanques de um carro para pagar o salário que recebia, Lula aparece dizendo que “o Estado pode distribuir renda, ajudar na distribuição de renda, oferecendo uma melhor educação, oferecendo um melhor sistema de

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PmBjD_hEPI>. Acessado em: 16/08/2015.

¹⁶ Lançado na Constituição de 1988, o Sistema Único de Saúde só seria regulamentado através da Lei 8.080, de setembro de 1990.

saúde” (LULA, HGPE)¹⁷. No mesmo programa, Lula defendia que “todo mundo quer ser classe média” e desenvolve esse tema dentro de um debate sobre distribuição de renda.

Existem algumas pessoas que teimam em ter medo dizendo que a nossa política de distribuição de renda vai empobrecer ainda mais a já empobrecida classe média brasileira. O que é ser classe média no Brasil de hoje? É lógico que nós não queremos distribuir renda mexendo com a classe média. Nós queremos distribuir renda mexendo com os bilionários deste país, com os grandes latifundiários, com os grandes banqueiros, com as grandes riquezas acumuladas nesses últimos trinta anos que ao invés de investir dinheiro na produção pra gerar novos salários, preferem investir na especulação aumentando as suas já gordas contas bancárias. E nós entendemos que ser classe média é o sonho de todo mundo porque todo mundo quer ter uma boa casa, todo mundo quer ter um bom salário, todo mundo quer ter uma boa escola, todo mundo quer ter um bom sistema de saúde, todo mundo quer ter o direito de ir pra praia nas férias, todo mundo quer ter o direito de uma vez por mês ou duas vezes por mês almoçar num restaurante com a família, todo mundo quer ter o direito de no final da tarde poder tomar uma cervejinha porque ao final de contas ninguém é de ferro nesse país. Isso não é um privilégio. Isso é um direito.¹⁸

Havia até mesmo itens “abstratos” sem explicitar a forma como seria implementado o que defendia. Era o caso do item propondo uma “ofensiva para que os trabalhadores não tenham dúvida de que em nosso governo suas condições de vida serão alteradas qualitativamente”. (GADOTTI, 1988, p. 337)

No subcapítulo “Incentivo à criação de mecanismos de controle social sobre a economia”, pela primeira vez um documento do partido fala no papel ativo dos “consumidores”¹⁹. Somente nos anos 1990, o papel de consumidor ativo ganha protagonismo na esfera pública política e, em certa medida, como interesse de pesquisa no campo das ciências humanas. No projeto alternativo de Governo, ele aparece em dois itens: (...) - estabelecimento de formas de negociação e controle de mercados, abarcando preços, distribuição e margens de lucro, envolvendo consumidores, produtores, distribuidores e o governo; incentivo à auto-organização dos consumidores (GADOTTI, 1989, p. 336).

Os dois itens expõem uma tendência que se acentuaria mais tarde de trazer os consumidores para o protagonismo do debate político nos termos apresentados por

¹⁷ Paródia que o programa de TV do HGPE da Frente Brasil Popular (PT/PSB/PC do B) fazia da Rede Globo com a frase “Aqui você vê a verdade na tevê”.

¹⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PGC1TeOzC9c>>. Acessado em: 16/08/2015.

¹⁹ Vale lembrar que a Lei n. 8078, o Código de Defesa do Consumidor, só seria sancionada em setembro de 1990.

Canclini (1995) e que se espera discutir mais à frente? Ou se tratava, na verdade, de um debate em que os atores dialogavam com o cenário político da época em que intervenções estatais na economia exigiam uma participação ativa dos cidadãos/consumidores para o sucesso de alguns planos? Aqui, a referência é sobretudo à campanha dos “fiscais do Sarney” que jogava na população a responsabilidade pelo controle da inflação. Diante de uma crise de desabastecimento, em que empresários deixaram de produzir pois não teriam lucro num cenário de preços regulados, o Plano Cruzado falhou deixando na memória coletiva do país imagens caricatas de donas de casa com broches “Eu sou fiscal do Sarney” batendo boca com gerentes de supermercado e com ampla divulgação nacional.

Ainda não há a defesa de “estilo de vida” que marcará uma “sociedade de consumidores” num futuro ambiente de redes sociais em que cada indivíduo se apresenta como um “produto” (BAUMAN, 2008). Ao mesmo tempo, a própria noção de indivíduo é ainda frágil no cenário do debate político nacional. A defesa de que taxação de produtos importados em defesa do interesse nacional aparece inclusive no programa do PSDB. Mais vale o emprego nacional do que a facilidade de acesso a produtos de outros países. Falar portanto de consumidores em 1989 é algo extremamente incipiente.

Lula foi a grande surpresa da campanha daquele ano. Alcançou 11,6 milhões de votos no primeiro turno, algo em torno de 16% dos votos válidos, e foi ao segundo turno contra Collor quando se acreditava que a disputa seria entre Collor e Brizola, que acabou em terceiro lugar. A campanha do segundo turno conseguira agregar os apoios de Mário Covas, Brizola e do inexpressivo Roberto Freire. Lula renunciou ao apoio de Ulysses Guimarães, que sendo candidato pelo mesmo partido de José Sarney, amargara uma votação inexpressiva, além de uma divisão interna no PMDB levar o Governador de São Paulo, Orestes Quérzia, a apoiar Collor.

O começo do segundo turno foi marcado por um empate técnico nas pesquisas entre Lula e Collor e muito da imagem que se construiu do PT está marcada por aqueles dias da campanha de segundo turno de 1989. No HGPE, Antônio Fagundes, galã de novelas da TV Globo recitava poesia de Bertold Brecht, “O Analfabeto Político”. Artistas famosos gravaram um vídeo de apoio à candidatura cantando o jingle “Sem medo de ser feliz”, mas ao mesmo tempo começava uma campanha virulenta de ataques anti-PT capitaneados pelo candidato Fernando Collor. O debate econômico se esvaiu. No dia 11 de

novembro, o empresário Abílio Diniz, dono da rede de supermercados Pão de Açúcar, foi sequestrado por um grupo de militantes que tinha como objetivo levantar fundos para a guerrilha de El Salvador. Na sexta-feira 13, a 48 horas do dia da eleição, a Polícia estoura o cativeiro, prende os sequestradores e liberta o empresário. Um dos sequestradores, Raimundo Rosélio Freire, é apresentado pela Polícia do Estado de São Paulo, governado por Orestes Quércia, com a camisa do PT. Alguns jornais do Norte publicaram a notícia no sábado como sendo um militante do partido tendo participado do crime (CONTI, 1999).

No dia 12 de dezembro, no HGPE de Fernando Collor a enfermeira Miriam Cordeiro afirmou que tinha uma filha com Lula e ele a teria obrigado a abortar. No dia seguinte, a jornalista do programa do PRN afirmou no *Jornal do Brasil* que a enfermeira havia sido paga pela direção da campanha de Collor. A polêmica edição do debate presidencial na TV Globo às vésperas também rendeu alguns trabalhos (Secco, 2012; Panke, 2012; Albuquerque, 1999) e foi por muito tempo denunciada por militantes do PT como uma “armação” que colaborou para o resultado. Ao final, a campanha que, atravessara ainda o momento histórico da Queda do Muro de Berlim no dia 09 de novembro, acabou com a vitória de Fernando Collor com 35.089.998 votos (42,75%), contra os 31.076.364 (37,86%) de Lula. Alguns membros da Frente Brasil Popular ainda propuseram a instituição de um “governo paralelo” para acompanhar as ações do Governo Collor, mas a ideia nunca prosperou de fato. Lula deixou a Câmara dos Deputados em janeiro de 1991, após ter protagonizado alguns debates contra o Plano Collor, marcado pela forte desvalorização da moeda, controle dos preços e confisco das cadernetas de poupança. Depois de alguns meses, o Governo havia afundado numa enorme crise econômica e política que levou à renúncia de Fernando Collor em 1992 diante da certeza de um processo de impeachment pelo Congresso após uma série de denúncias envolvendo seu ex-tesoureiro de campanha, Paulo César Farias. Assumiu o vice, Itamar Franco, ex-senador por Minas Gerais, que optara pela construção de um Governo de “coalizão” respeitando a proporcionalidade partidária da presença dos principais partidos no Congresso. Com isso, o PT teria direito a um Ministério, mas negou convite de participar da gestão, obrigando a ex-prefeita de São Paulo, Luíza Erundina, a se licenciar do partido e em seguida se desfiliar após ter assumido o Ministério do Trabalho. Lula e os membros do PT partiram para as chamadas Caravanas da Cidadania que tinham como objetivo conhecer os problemas Brasil adentro e coletar sugestões e experiências para a campanha de 1994. Mas

o partido passaria por importantes reconfigurações no que se convencionou chamar “anos do neoliberalismo” no Brasil.

1.3 “O Brasil neoliberal” e os anos de oposição parlamentar do PT

A chegada de Fernando Henrique Cardoso²⁰ ao Ministério da Fazenda no Governo Itamar Franco é o pontapé inicial de uma década de reconfiguração do Estado brasileiro, com impacto imenso no debate político nacional e acabou pautando a atuação do PT como principal partido de oposição.

A década começara com sucessivas avaliações da disputa eleitoral de 1989 e uma articulação na oposição às medidas implementadas pela Ministra da Fazenda, Zélia Cardoso de Mello, nos meses iniciais do governo Collor. Ao mesmo tempo, a queda do Muro de Berlim, ocorrida em plena campanha eleitoral do ano anterior no dia 9 de novembro, obrigou o partido a uma posição pública sobre o que pensava em relação ao

²⁰ Fernando Henrique Cardoso já participava do Governo Itamar Franco como seu Ministro das Relações Exteriores. Assumiu em meados de 1993 diante de uma crise em que Rubens Ricupero, então ministro da Fazenda, se envolvera após ter vazado uma conversa de estúdio com o jornalista da TV Globo, Carlos Monforte. As frases “Eu não tenho escrúpulos” e “O que é bom a gente mostra, o que é ruim a gente esconde” tornaram sua permanência no cargo impossível diante da enorme repercussão negativa. Mas foi na gestão Ricupero que as bases do Plano Real acabaram sendo montadas. Ele montara sua equipe indicando um grupo de economistas que vinham de anos no Mercado financeiro internacional, como Pérsio Arida, que presidiu a Caixa Econômica Federal; Francisco Gros, que presidiu o Banco Central; Armínio Fraga, diretor de política externa do BC, depois substituído por Gustavo Franco, então professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Foi a atuação desse grupo de economistas indicados por Ricupero que permitiu o início do processo de “financeirização da economia brasileira” que permitiu captação de recursos através de títulos da dívida pública no Mercado internacional. O PT se opôs a essa política econômica. Leda Paulani (2007, pp. 41-42) resume esse processo. Embora seja uma citação longa, é esclarecedora das bases da estratégia econômica do PSDB: “Utilizando um expediente criado por uma lei de 1962 – as chamadas contas CC5, contas exclusivas para não-residentes, que permitem a livre disposição de recursos em divisas, - o Banco Central promoveu a abertura financeira do país. Operaram-se duas grandes mudanças. Em primeiro lugar, alargou-se o conceito de ‘não-residente’, incluindo-se aí não apenas as pessoas físicas ou jurídicas que estivessem em trânsito pelo país, mas também as contas livres de instituições financeiras do exterior. Além disso, as CC5 passaram a remeter livremente para o exterior não apenas os saldos em moeda doméstica resultantes da conversão da moeda estrangeira com a qual os não-residentes tivessem entrado no país, mas todos e quaisquer saldos. Abriu-se com isso a possibilidade de qualquer agente, independentemente de ser ou não residente, enviar sem restrições recursos ao exterior, bastando, para tanto, depositar moeda doméstica na conta de uma instituição financeira não-residente. Essas mudanças produziram a forma e a substância da inserção do Brasil nas finanças de Mercado internacionalizadas. Os títulos da dívida brasileira lançados e cotados no exterior confirmaram o país no papel de emissor de capital fictício, que viabiliza a valorização financeira e garante a posteriori a transferência de parcelas da renda real e do capital real para a esfera financeira. A liberalização financeira vem garantir o livre trânsito dos capitais internacionais, que podem assim maximizar o aproveitamento das políticas monetárias restritivas e de juros reais elevados”.

modelo do socialismo real²¹. Mas no VII Encontro Nacional, realizado em maio de 1990 em São Paulo, a palavra socialismo aparece mencionado mais de sessenta vezes (SECCO, 2012).

A primeira parte da década de 1990 acaba sendo marcada, no âmbito das discussões intrapartidárias, pela conquista da direção nacional por grupos de tendências à esquerda dentro do espectro de correntes internas. No VIII Encontro Nacional em 1993, a chapa “Uma Opção de Esquerda” alcançou 36,48% dos votos dos votos dos delegados contra 29,34% da Articulação. A campanha de 1994 acabou sendo influenciada pelas diretrizes e orientações dos grupos mais radicais.

Ao mesmo tempo, o PT começava a ganhar relevo no plano administrativo assumindo 53 prefeituras (quatro capitais: Porto Alegre, Goiânia, Rio Branco, Belo Horizonte), 77 deputados estaduais, 33 deputados federais, um senador (Eduardo Suplicy, por São Paulo) e mais de 1.400 vereadores.

Mas após a recessão econômica dos anos Sarney/Collar, o país vivia um cenário de controle da inflação com o Plano Real que acabou sendo o grande mote da campanha de 1994. Num artigo publicado em 1996, Gustavo Franco, diretor de assuntos internacionais do Banco Central, intitulado “Inserção externa e desenvolvimento” revisava as bases da política econômica implementada desde a gestão de Rubens Ricupero, seguida por Fernando Henrique Cardoso e por um breve período no final da gestão Itamar Franco, por Ciro Gomes: 1) redução do tamanho do Estado; 2) abertura comercial; 3) políticas monetária e fiscal rígidas; 4) taxas reais de juros elevada. O artigo de Franco era duro, sobretudo, na defesa da abertura comercial e trazia críticas diretas a um modelo de desenvolvimento nacional.

A perda de posição do Brasil no contexto do investimento direto internacional tem que ver com instabilidade macroeconômica e também a continuidade de políticas industrial e comercial inconsistentes com as tendências internacionais. Sem dúvida, o atraso para pegar o bonde da globalização se deve ao viés pró-mercado interno das políticas locais, cuja ênfase esteve sempre associada à noção de auto-suficiência e à constituição de superávits comerciais. Deve ser evidente que, em tempos de globalização, o investimento direto não pode ser constrangido a níveis

²¹ O deputado federal José Genoíno e o então vice-prefeito de Porto Alegre, Tarso Genro, publicaram teses contra a “ditadura do proletariado” e uma “economia planificada” em artigos na Folha de S. Paulo em novembro de 1990 (Secco, 2012).

elevados de integração vertical, vale dizer, a níveis baixos de importação, como foi a norma nos anos 50 e 60 no Brasil. Na verdade, a imposição de restrições desse tipo ou assemelhadas apenas servem para constranger ou afastar novos participantes do processo de internacionalização da produção²²

A abertura comercial com uma política monetária que equiparou o dólar com a moeda nacional, inicialmente numa transição entre o Cruzeiro e uma Unidade Real de Valor (URV), posteriormente com uma nova moeda, o Real, trouxe para o centro do cenário de representação da política a figura do consumidor. Começa a entrar num campo de disputa de sentido a ideia de que passaria a interessar menos se o produto era produzido no país ou fora, pesando muito mais a “qualidade”. Com a moeda forte, o brasileiro médio passou a viajar para o exterior como nunca fizera antes. A campanha no HGPE do PSDB nas eleições presidenciais daquele ano usou exaustivamente peças que mostravam o que podia ser comprado com a nota de um real. Numa das peças, era possível comprar todos os ingredientes do bolo de um ano do lançamento do Plano Real.

Rever esses fatos com o olhar de hoje é correr o risco de se enquadrar numa interpretação recorrente de que o PT “foi contra o Plano Real”, Lula teria ficado sem discurso, não conseguiu alianças políticas de relevo (seu candidato a vice era do próprio PT, Aloizio Mercadante) e consequentemente perdeu a eleição logo no primeiro turno (alcançou 22% dos votos). Marco Aurélio Garcia, coordenador da campanha de 1994, tenta se defender dessa acusação:

Ninguém subestimou a importância eleitoral que o Plano Real teria. Não imaginávamos, no entanto, que essa importância fosse tão grande e tão imediata. Nossa programa foi capaz de encontrar respostas adequadas, ainda que pouco aprofundadas, à questão crucial de compatibilizar crescimento com distribuição de renda. As esquerdas não têm a mesma facilidade que a direita de formular projetos de combate à inflação. Nossas formulas a respeito da inflação eram muito genéricas, ainda que corretas. Alegávamos – o que é certo – que somente estando no governo teríamos condições de precisar nossas políticas concretas de combate à inflação (GARCIA apud MACHADO, 2007, p. 68)

Fazer uma revisão dos autores que analisaram a campanha de 1994 é encontrar uma série de críticas à condução da campanha daquele ano. Para muitos, o programa de

²² Disponível em: <http://geein.fclar.unesp.br/bibliografia/a_insercao_externa_e_o_desenvolvimento.pdf>, Acessado em: 17 de Agosto de 2015.

Governo do partido era espelho da divisão interna dos grupos que passaram a comandar o partido em 1993. O programa defendia majoritariamente pautas sociais como maiores investimentos em educação, saúde, pautas políticas como a reforma agrária, e no plano econômico denunciava os altos índices de desemprego no país.

Um estudo de 1999 assim levantou a presença dos conteúdos na campanha presidencial do PT em 1994:

O principal apelo foi ‘propaganda negativa’, com 28% do tempo total, sendo a maior parte dedicada a críticas a Fernando Henrique Cardoso. Nesse sentido, a principal estratégia de campanha de Lula foi a tentativa de desmoralizar seu principal adversário. O segundo apelo mais frequente no programa do petista foi ‘Políticas Futuras’, com 13% do total, enfatizando temas como saúde, educação, emprego e reforma agrária. ‘Atributos pessoais’ aparece como o terceiro maior apelo no programa de Lula. Foram ressaltadas características do candidato, como sua origem popular, competência, coragem, coerência, capacidade e honestidade. Em quarto lugar, está o apelo ‘Análise de Conjuntura’, com referências constantes ao Plano Real” (OLIVEIRA, 1999, p. 69).

Em 1995, no X Encontro Nacional, realizado em Guarapari, no Espírito Santo, o partido faz seu *aggiornamento* com o retorno da corrente Articulação ao comando do partido. Os debates anteriores haviam sido marcados por fortes críticas ao sectarismo do então grupo dirigente e o partido, agora presidido por José Dirceu²³, candidato derrotado ao Governo de São Paulo, começaria uma nova política de alianças, permitindo que em eleições municipais candidatos pudessem participar de coligações com partidos “fora do campo democrático popular” (na prática, isso permitiu alianças com partidos de centro-direita), o partido poderia receber doações do setor empresarial (não mais dependendo da contribuição de militantes ou dos corriqueiros “jantares de adesão” que marcavam uma forma de financiamento do partido ou da venda de broches e camisetas) e o partido se aproximou de experiências social-democratas européias. O economista César Benjamin,

²³ Artigo assinado por José Dirceu publicado na Folha de S. Paulo no dia 27/09/2001: “A vitória da minha candidatura à Presidência do PT expressa um movimento que vem sacudindo o partido há muitos anos e que recupera sonhos e esperanças presentes na nossa fundação. É um projeto político do grupo dirigente que há anos vem conduzindo o partido. Seus resultados mais evidentes estão nos avanços que fizemos no plano programático e na firmeza que exercemos nosso papel de oposição (...) Realizamos um amplo processo de mudança interna do partido. (...) As teses políticas de todas as tendências foram debatidas e o resultado é o fortalecimento do partido e da unidade partidária. Foi uma vitória do PT, de seu pluralismo e de sua democracia (...) As eleições diretas no PT representam, acima de tudo, uma convocação para que construamos um novo Brasil e para que retomemos o crescimento, agora com distribuição de renda, desencadeando um forte processo de inclusão social. Esse crescimento deve beneficiar tanto os trabalhadores quanto o setor produtivo do empresariado e iniciar um processo de radicalização da democracia, com profunda reforma de nossas instituições e incremento dos mecanismos de controle social do Estado. Que o Brasil que vamos construir tenha um outro tipo de presença no mundo: soberana, solidária e democrática”.

candidato da “Esquerda Partidária”, derrotada naquela eleição interna, denunciara que José Dirceu recebera doações vultosas da construtora Odebrecht para a sua campanha ao Governo de São Paulo. Mais grave ainda era a acusação de Paulo de Tarso, ex-dirigente do PT indicado para um cargo administrativo na Prefeitura de São José dos Campos, de que recursos dos cofres públicos eram desviados para o caixa do partido. Depois de responder a um processo no comitê de ética, acabaria sendo expulso, mas o caso ganhara enorme repercussão na mídia e seria repetidamente usado pelos partidos adversários.

A segunda metade da década de 1990 foi marcada pelo difícil processo de reestruturação do Estado (nos termos usados pelo PSDB) ou privatizações das empresas públicas (nos termos usados pelo PT), marca do primeiro Governo Fernando Henrique Cardoso. Além disso, a aprovação da emenda à Constituição Federal que permitiu a reeleição para cargos majoritários foi marcada por fortes denúncias de compra de votos no Congresso pelo PSDB. O PT seguiu sendo o principal partido da oposição, mas uma aliança entre os três maiores partidos do país (PSDB, PFL e PMDB²⁴) em número de filiados, prefeituras, Governos Estaduais e bancadas no Congresso, inviabilizou qualquer chance de vitória eleitoral em 1998.

O PT começava a mostrar algumas experiências em governos estaduais e prefeituras de capitais e repetia exaustivamente em seus programas de televisão²⁵ o exemplo do “Orçamento Participativo” em Porto Alegre.

O programa da candidatura de Lula em 1998 foi elaborado com a participação dos partidos aliados. Mas a construção da vice-candidatura de Leonel Brizola deixou um enorme racha no PT do Rio de Janeiro. Os militantes fluminenses defendiam uma candidatura própria ao Governo do Estado, mas para conseguir Brizola como vice, o PT teria que apoiar a candidatura de Anthony Garotinho, candidato do PDT. O resultado foi uma intervenção nacional, com um racha em que muitos filiados deixaram o partido. Mesmo assim, ler o programa de governo de 1998 é constatar uma mudança no discurso do partido no HGPE.

²⁴ A direção nacional do PMDB decidiu, na verdade, liberar seus membros. Mesmo não havendo uma aliança formal, na prática a maior parte dos membros do PMDB apoiou a candidatura de Fernando Henrique Cardoso.

²⁵ Programa Partidário Eleitoral a que todo partido com representação no Congresso tinha direito uma vez por ano.

Na esteira dessa ênfase na credibilidade e na capacidade administrativa, o partido abandonou temas mais ideológicos, como o socialismo, que simplesmente não é mencionado em nenhum momento do programa de 1998. Outros temas caros ao PT em 1989 e 1994 desapareceram em 1998, como a construção mais aprofundada de um bloco capaz de conquistar a hegemonia política e articulação da democracia direta e representativa. Questões polêmicas, como a suspensão imediata do pagamento da dívida externa e a estatização dos bancos, defendidas em 1989, também somem. Ganham importância, naquele contexto, temas como a inclusão social e o crescimento econômico, apresentados como objetivos em si, completamente desvinculados de um horizonte socialista. (MACHADO, 2007, p. 69)

Luciana Panke (2010) identifica no discurso de Lula em 1998 uma “fase de transição” em que em vez de se dirigir à classe trabalhadora, começa a se dirigir a novos (ou não tão novos assim) atores. Numa peça do HGPE, por exemplo, em que se dirige às mulheres, não foca num discurso para a “mulher que tem uma carreira” ou que está inserida no Mercado de trabalho. Mas para a dona de casa que administra o orçamento doméstico: “Hoje eu quero falar com você minha amiga mulher, que é a primeira a sentir o peso da crise. Afinal é você que tem que administrar o dia a dia do orçamento doméstico” (LULA, HGPE, 24/09/1998).

O programa do PT foi marcado pelas seguintes propostas: 1) dobrar o salário mínimo; 2) assentar um milhão de famílias em quatro anos de Governo; 3) incentivar a criação de novas vagas no Mercado de trabalho em um programa emergencial para os jovens; 4) promover uma reforma tributária para desonerar a produção, retomando a capacidade de investimento do Estado brasileiro. Dois pontos mencionados no programa acabaram não ganhando tanta ênfase naquela eleição, mas seriam retomados na eleição de 2002 e em algumas eleições estaduais e mesmo municipais. O primeiro era o incentivo a criação de bancos do povo. Com linhas de crédito de juros subsidiados para pequenos valores, a proposta sugeria a iniciativa de pequenos empreendedores. O segundo era o programa renda básica de cidadania para quem recebia menos de um salário mínimo.

A campanha de 1998 foi mais uma vez marcada por críticas ao Governo de Fernando Henrique, sobretudo ao valor elevado dos juros reais. Talvez, de forma indireta e incipiente, se veja ali mais uma vez referências ao tema do consumo. Ao exemplificar os casos de compras a prazo que saíam por até quatro vezes o valor do bem original num período de 12 meses, o PT trazia a pauta do acesso aos bens de consumo, mas nada como a forma que o tema ganharia nos anos 2000 com o consumo sendo o primeiro passo para

conquista da cidadania (SINGER, 2012), conforme se verá nos capítulos futuros desta tese. A candidatura de Fernando Henrique Cardoso conquistou 35.936.540 votos (53,06% dos votos válidos), Lula fez 21.475.218 votos (31,71%)²⁶.

O segundo mandato de FHC fora marcado logo no início, em janeiro de 1999, por uma moratória da dívida do Governo de Minas com a União o que gerou uma forte desconfiança dos investidores provocando uma fuga de capitais e um ataque especulativo que desvalorizou a moeda. As reservas do país se esgotaram em menos de quatro anos, e foi o período das idas do Presidente ao Fundo Monetário Internacional (FMI). Leda Paulani (2007) resume a “derrocada” dos planos econômicos dos anos FHC:

O choque de concorrência implementado pela abertura promoveria um processo de reestruturação produtiva que nos faria ganhar um lugar no admirável mundo novo globalizado e garantiria as condições para o crescimento com estabilidade. O Estado mínimo e as políticas fiscais e monetária ‘sólidas’ com juros reais elevados, além de constituirem antídotos naturais contra a inflação, assegurariam a credibilidade dos investidores externos e resolveriam o problema do balanço de pagamentos. Para completar a receita, a reestruturação produtiva faria elevar os salários graças ao aumento na produtividade, constituindo assim instrumento inestimável para a redução das desigualdades distributivas. Uma década depois de aplicadas, essas medidas geraram estagnação econômica, desemprego recorde, enorme aumento da vulnerabilidade externa, o retorno do país à condição de economia primário-exportadora e a permanência do mesmo padrão distributivo, com inevitável crescimento da pobreza absoluta, da violência e da barbárie nos grandes centros urbanos do país (PAULANI, 2007, pp. 40-41)

A autora acabou desenvolvendo uma série de pesquisas em que aponta similaridades entre a política econômica do Governo Lula com a política dos anos FHC, tema que se pretende abordar em capítulos posteriores quando será retomada uma revisão da história do partido a partir da “Carta ao Povo Brasileiro”.

A sociedade brasileira passara por importantes transformações. Entre 1981 e 1990, desapareceram 43% dos empregos industriais. Entre 1990 e 1997, desapareceram outros 37% dos que restaram. O setor de serviços começa a ser o de maior empregabilidade no país, com o nascimento de uma nova categoria profissional: o atendente de telemarketing

²⁶ A constituição federal estabelece o princípio da maioria absoluta, mas para efeito desse cálculo, eliminou a contagem de votos brancos e nulos. No segundo mandato, o total de eleitores que não votaram no presidente reeleito foi mais de duas vezes superior ao dos que o reelegiram. Dos 106 milhões de eleitores, FHC se elegeu com 33,87%, enquanto ausentes, nulos e brancos representaram 36,17%. O candidato do PSDB acabou tendo só 4% a mais que a oposição.

ou “infoproletário”. Em 1994, os evangélicos já eram 14% da população e esse número seguiria crescendo até alcançar 25% da população em 2010. A própria Igreja Católica passaria por uma reformulação com o avanço da representatividade da Renovação Carismática (SECCO, 2011).

O partido acabou assistindo a um processo de profissionalização da sua militância. Paulatinamente foi saindo de cena o militante espontâneo que se engajava numa campanha e voluntariamente defendia seus candidatos ocupando ruas e praças²⁷.

O comparecimento do militante à rua foi substituído pelos cabos eleitorais profissionalizados e os grandes comícios de primeiro de maio trocados por shows com prêmios para o público (automóveis e casas). Foi nítida a diminuição deste espaço da política. A primeira reação do PT foi contratar pessoas até para fazer suas campanhas de rua. Era a terceirização da militância em clara consonância com aquilo que as empresas faziam para contornar o controle dos sindicatos sobre os operários de uma dada categoria profissional. Alguns anos antes isto causaria o vivo protesto de militantes. É claro que já em 1982 candidatos petistas usaram cabos eleitorais. Além disso, os militantes já profissionalizados do partido, assessores parlamentares e sindicalistas trabalhavam por seus candidatos (...) Em 1996, a campanha de Luiza Erundina usou cabos eleitorais pagos ao lado de militantes. E em 2000, quando a imprensa difundiu o ‘PT cor de rosa’, a vitoriosa campanha de Marta Suplicy já era inteiramente profissionalizada. Numa situação como aquela, não era mais possível trabalhar espontaneamente pelo partido. A campanha tornara-se um negócio dirigido por publicitários. A militância batia em retirada. Alguns disseram que havia mudado a base de classe do partido, outros que a organização de base havia desaparecido. O fato era a profissionalização (SECCO, 2011, pp. 182-183)

A saída da rua como palco principal dos debates políticos foi acompanhada por um protagonismo cada vez maior dos meios de comunicação, seja através das Propagandas Partidárias, da cobertura jornalística e do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, o processo de substituição da rua pela mídia foi uma marca da política nos anos 1990. As alianças em busca do “tempo de TV”, os enquadramentos das coberturas jornalísticas, a contratação de profissionais de marketing especializados em processos eleitorais foram cada vez mais se tornando relevantes dentro do processo político.

²⁷ Secco (2011) levanta uma questão interessante, embora não consiga aprofundar. A deterioração dos espaços públicos das grandes cidades ao longo das décadas de 1980 e 1990 e a ida da classe média cada vez mais aos shopping centers foi esvaziando a rua como espaço de ocupação política. A rua passara a ser espaço de trânsito e de passagem. Isso acabou impactando no sumiço da militância espontânea que ainda resistiu em algumas cidades do país em vésperas de eleição, mas não mais como nos anos 1980.

A novidade e a subjacente problemática não estão restritas ao emblemático deslocamento acontecido no cerne da campanha da rua para a tela, mas igualmente em uma formidável mutação que ocorre na formatação do tema das eleições na tela. Em uma circunstância societária anterior, as eleições se apresentam na embrionária mídia então existente, especialmente jornais e depois rádio, quase completamente como cobertura de acontecimentos ocorridos em espaços geográficos e convivências, tais como comícios, panfletagens, visitas, passeatas, conversas, atos, etc. Hoje a visibilidade do momento eleitoral na tela não se restringe, mas transcende de modo significativo o formato jornalístico da cobertura e divulgação dos atos eleitorais (RUBIM, 2000, p. 98).

O capítulo seguinte deve abordar algumas dessas tensões no diálogo entre comunicação e democracia.

1.4. Carta ao Povo Brasileiro

Tornou-se recorrente a crítica, seja ela vinda do ambiente acadêmico, seja vinda de dissidentes do partido, que o *aggiornamento* do partido tem como marco simbólico a “Carta ao Povo Brasileiro” publicada em 22 de junho de 2002. O PT vivia desde 1995, com a chegada ao campo majoritário da corrente Articulação no comando do partido, um processo de transformação em que alguns setores reconheciam e até mesmo defendiam a importância da economia de mercado em setores estratégicos da sociedade brasileira. A publicação do documento seria, na verdade, um marco simbólico de um processo de clivagem que iniciara em 1995.

A Carta apontava que “a margem de manobra da política econômica no curto prazo é pequena”, falava em “valorizar o agronegócio”, reduzir a taxa de juros de forma sustentada, manter o equilíbrio fiscal e o superávit primário, o que repercutiria no controle dos gastos públicos. Deve-se lembrar que entre os anos 1990 e os anos 2000, há um forte processo de financeirização do capitalismo internacional, descentralizando o capital da esfera produtiva e permitindo uma enorme fuga de recursos em pouquíssimo tempo através da rede de computadores. O suposto prejuízo aos interesses do capital com a vitória do PT levava à instabilidade do mercado financeiro. Para André Singer (2012), poucos entenderam naquele momento que se tratava, na verdade, do peso simbólico daquele marco. Muita gente percebeu somente como um mero ato de campanha quando, para ele, a Carta representa “a segunda alma do Partido dos Trabalhadores”, bem diferente da “primeira alma” que levou sindicalistas, estudantes e operários ao Colégio Sion na fundação no início dos anos 1980.

O economista Luiz Gonzaga Belluzzo, que participava do comitê eleitoral da campanha naquele ano trabalhando como consultor econômico, deixa claro que se tratava de um documento para o mercado financeiro e, para ele, a Carta representou um marco do que seria a política econômica de todo o Governo.

Acredito que temos que ponderar os antecedentes. O período eleitoral transcorreu em um momento muito delicado da economia brasileira. No ano 2002, houve uma contração da liquidez internacional bastante acentuada, agravada pela incerteza a respeito do resultado das eleições. Nós não podemos esquecer que, na verdade, o colapso da política econômica do Fernando Henrique Cardoso ocorreu no final de 1998 e começo de 1999. Ali houve a desvalorização com todas as consequências que se deram depois de um período muito longo de sobrevalorização da taxa real do câmbio. Já 2000 foi um ano mais ou menos tranquilo, em que começou a haver a inversão do déficit na balança comercial, embora ele tenha continuado a existir. E, em 2001, tivemos o apagão. Então, 2002 inicia-se com um clima de inquietação muito grande entre o empresariado, pela perspectiva do Lula ganhar a eleição e também em função da contração de liquidez na economia mundial. O fato é que trabalhei praticamente por um ano no comitê eleitoral do Lula e frequentemente recebia delegações de banqueiros estrangeiros, todos eles com visões apocalípticas em relação a um eventual governo de esquerda. Temiam o calote na dívida interna. É preciso lembrar que o Ciro Gomes, junto com o Mangabeira Unger, propunha uma renegociação da dívida. Mas isso nunca fez parte do programa do Lula. O que havia era uma discussão sobre auditoria na dívida externa, mas no momento em que eu trabalhava ali dentro do comitê essa discussão nunca apareceu. Nós sabíamos que a transição ia ser muito difícil porque o risco-país chegou a 2400 em determinado momento e o dólar foi a quase quatro reais. A inflação começou a acelerar já que ela é muito sensível às indexações e também aos preços das *commodities*. Havia muita insegurança por parte da equipe que estava mais próxima do presidente a respeito do que poderia ser feito. No fundo, esses três fatores, quer dizer, a chantagem que os mercados fizeram mais a contração da liquidez e a insegurança levaram à publicação da Carta ao Povo Brasileiro. Ela tinha o objetivo de aplacar a angústia do mercado, uma espécie de “senta que o leão é manso”. Lembro que no dia em que saiu a Carta eu estava em um debate no Anhembi e na saída conversei um pouco com o Zé Dirceu. Disse a ele que, se era uma manobra tática, tudo bem, isso é válido nas eleições, só que se for uma tentativa de conduzir a política econômica daquele jeito ia ser complicado. O Zé, verdade seja dita, sempre foi muito firme nessa coisa, ele achava que tinha que se fazer uma inflexão. Ele não é bobo, tem alma de político, sabia que era preciso tomar cuidado, mas nunca

foi a favor do movimento que depois foi feito na política econômica (BELLUZZO, 2011, p. 212)

No final de julho de 2002, no Centro de Convenções do Anhembi, em São Paulo, é lançado o programa da Coligação Lula Presidente. O documento é dividido em quatro grandes blocos e novamente o PT parece tentar apaziguar os humores do mercado, apontando a necessidade de preservar o superávit primário o quanto fosse necessário, para não permitir que ocorresse um aumento da dívida interna em relação ao PIB e comprometesse a “confiança do governo em cumprir seus compromissos”. E afirmava diretamente: “o nosso governo não vai romper contratos nem revogar regras estabelecidas”²⁸. No final de julho de 2002, José Dirceu, coordenador-geral da campanha de Lula, viajou aos Estados Unidos para conversar com banqueiros e investidores internacionais com o objetivo de acalmar os ânimos do setor²⁹. No retorno, concedeu uma entrevista à Folha de S. Paulo no dia 22 de julho, véspera do lançamento oficial do programa da campanha, e ali deixava clara as bases do que acreditava deveria ser o foco da economia brasileira: recuperação do Mercado interno.

Eu tenho certeza de que o Brasil crescendo, honrará seus compromissos e haverá novas oportunidades de investimento no país. Não a partir de juro alto e privatização, mas a partir do crescimento da economia e da modernização da infraestrutura e do mercado interno (DIRCEU apud MACHADO, 2007, p. 94).

As primeiras imagens do primeiro programa de televisão do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral mostram uma câmera em panorâmica mostrando a imagem de algo

²⁸ Trecho do documento: “A questão chave para o País é voltar a crescer com equilíbrio em todos os ramos de atividade, na agricultura, na indústria, no comércio e nos serviços. A volta do crescimento é o remédio para impedir que se estabeleça um círculo vicioso entre juros altos, instabilidade cambial e aumento da dívida pública em proporção ao PIB. O atual Governo estabeleceu um equilíbrio fiscal precário, criando dificuldades para a retomada do desenvolvimento. O resultado é que a âncora fiscal que procura evitar o crescimento acelerado da dívida pública interna, pela via dos superávits primários, exige um esforço enorme de todos os brasileiros, afetando especialmente a viabilidade dos programas sociais do poder público. A âncora fiscal, ao ter como um de seus fundamentos uma carga tributária amplamente baseada em impostos cumulativos, acaba tendo um efeito limitador da atividade econômica e das exportações. Entretanto, esta é, do ponto de vista objetivo, a realidade que o future governo vai herdar e que não poderá reverter num passe de mágica. O problema de fundo é que o atual governo colocou o Brasil num impasse financeiro, que nos obriga, com frequência, a contrair empréstimos novos para pagar empréstimos velhos” (apud MACHADO, 2007, p. 87)

²⁹ Machado (2007) examina um relatório elaborado pelo Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) que mostra preocupação em relação à sustentabilidade da dinâmica da dívida brasileira, que no primeiro semestre de 2002 estava “praticamente 80%” indexada em taxas de juros domésticas, ou em relação à taxa de câmbio que havia se desvalorizado acentuadamente chegando a cerca de R\$ 4,00 por dólar. O relatório não deixava de lembrar falas anteriores de Lula e de Ciro Gomes propondo a suspensão do pagamento de parte das dívidas e, ao mesmo tempo, uma rediscussão de outra parte com objetivo de forçar credores a um acordo em outros termos.

como um escritório ou um ambiente de reuniões com homens de paletó discutindo. Entre eles, é possível se identificar o então candidato ao Senado por São Paulo, Aloizio Mercadante, o que gera a possibilidade de interpretação de que o PT construía uma imagem e tentava transmiti-la ali de um partido com pessoas competentes para a gestão pública.

Vale lembrar que, no campo das alianças, o PT teve como candidato a vice-presidente, o empresário José Alencar, senador mineiro que havia sido eleito pelo PMDB em 1998, mas que estava no Partido Liberal (PL) em 2002. A confirmação da aliança não foi pacífica dentro do PT, com correntes do partido criticando duramente a aliança com um empresário. Vale lembrar ainda que o Partido Liberal era marcado pela forte presença de evangélicos, sobretudo pastores e bispos das igrejas Assembleia de Deus e Universal do Reino de Deus que já vinham ocupando cargos em câmaras municipais, assembléias legislativas e nas duas casas do Congresso. O curioso é que em 1998 foi preciso uma intervenção no Diretório Estadual do Rio, para confirmar a aliança com o PDT, partido do campo de centro-esquerda, mas em que pese a crítica de alguns militantes de correntes periféricas do partido, a aliança com José Alencar passou sem a necessidade de intervenções do Diretório Nacional.

2 DEMOCRACIA, PARTIDO E COMUNICAÇÃO

Seja qual for a tendência ou escola de interpretação conceitual sobre a democracia, é evidente que ela não surge como “democracia eleitoral”. É claro também que problemas como a influência dos meios de comunicação em processos democráticos tem passado por uma série de transformações desde o século XVIII. Portanto, é extremamente limitado nos segurarmos na simples argumentação de que “a democracia é o governo do povo para o povo”. Essa fórmula-mágica, clichê de argumentações do senso comum, não responde às várias inquietações que costumam surgir.

Dentro da proposta de uma leitura sobre as relações entre democracia, partidos políticos e comunicação, optou-se por enumerar os principais desafios que a representação política encontra em qualquer modelo teórico de democracia para em seguida discutir os tipos de partido político dentro dessas reconfigurações, e após isso, dialogarmos sobre o impacto dos meios de comunicação na vida partidária e democrática.

Talvez o ponto de início desse percurso deva ser o questionamento dos limites da compreensão do que vem a ser representação política para, consciente dessas limitações, passar-se a discutir alguns modelos de democracia.

Pitkin (1967) observa que a dificuldade começa pela polissemia da palavra “representar”: a atuação de um ator no teatro é um ato de representação; o advogado que defende alguma causa “representa” alguém; uma pintura de “natureza morta” pode representar algum objeto. Some-se a isso a própria noção do termo representativo podendo significar tanto uma quantidade relativamente grande de um conjunto assumindo um sentido estatístico ou de um grupo como um sentido de “qualidade” ou mérito quando usado como “antologia representativa da música brasileira”.

A própria solução para esse impasse sugerida por Pitkin (1967) parece deixar aberta uma polêmica. Para ela, a compreensão da representação política é balizada pela “autorização” dos representados e pelo *accountability* dos representantes. A questão se mostra polêmica já que entender a representação como “autorização” autorizaria uma despreocupação com mecanismos de controle.

Além disso, no caso de a interpretação política poder ser a representação de um objeto, que objeto seria esse? Luiz Felipe Miguel (2014) assim problematiza a questão:

A resposta que logo vem à mente é: o povo. Mas “o povo” é um conceito bem mais complexo do que pode parecer à primeira vista. Já no pensamento antigo, há uma ambiguidade que não resolvemos até hoje. Demos, o povo, é o conjunto de todos os cidadãos. Mas a democracia vai ser definida como o governo de muitos (não de todos), quando não como o governo dos pobres. É Aristóteles quem, após definir a democracia como o governo da multidão, explicita que o verdadeiro critério é a riqueza: ocorre apenas que, como regra, são os pobres, nunca os ricos, que formam a multidão. Mas, na verdade, se nós formos interrogar o sentido de ‘povo’ enquanto categoria sociológica, chegaremos à conclusão de que há, no cerne da democracia, um paradoxo. Povo não é uma categoria econômica como ‘operariado’ ou ‘classe trabalhadora’, por exemplo. Povo é uma categoria política, que reúne as pessoas que estão submetidas a um governo. Desta forma, povo se opõe exatamente a governo: povo e governo são antípodas na relação de dominação política própria das mais diversas sociedades humanas. Um ‘governo do povo’ é, assim, uma contradição em termos. (MIGUEL, 2014, p. 20)

Some-se a isso o fato de que a própria noção de “povo” deve levar em consideração a impossibilidade de uma unidade, como se povo fosse um bloco único, monolítico, uno. Falar de povo é, portanto, falar de uma heterogeneidade de sujeitos. A utilização de sujeito aqui evita cair na perspectiva liberal para quem povo pode ser um conjunto de indivíduos e, consequentemente, seria o “interesse do indivíduo” a base da democracia. A noção de indivíduo induziria a se ignorar os processos de produção de preferências e as desigualdades e assimetrias entre os diversos grupos sociais.

Falar portanto de democracia e representação exige a compreensão de que se trata, na verdade, de um cenário de disputas teóricas e conceituais e que, aqui, se tentará apenas revisar alguns modelos. O senso comum é o de que o principal traço comum entre regimes democráticos está na realização de eleições livres e periódicas. Livres aqui entendidas como “sem a coação física” ou ameaça de violência e sem restrições legais à apresentação de candidaturas.

Ainda com o objetivo de sistematizar as tensões existentes hoje entre democracia e representação, Luiz Felipe Miguel (2014) elenca quatro principais problemas:

- 1) a separação entre governantes e governados: a necessidade de representação política leva à constatação de que as decisões são tomadas de fato por um pequeno grupo e não pela massa das pessoas que serão submetidas a essas decisões - por “governantes” entenda-se não somente membros do Poder Executivo -;
- 2) a formação de uma elite política distanciada da massa da população: a especialização funcional com domínio de um arcabouço jurídico e de

- especificidades técnicas levaria a um descolamento entre “representantes” e “representados”;
- 3) ruptura do vínculo entre a vontade dos representados e a vontade dos representantes: “uma nova posição no espaço social – a de representante – leva à produção de novos interesses, distintos dos interesses da base” (MIGUEL, 2014, pp. 16-17) - Mecanismos de cooptação presentes na dinâmica das instituições reconfigurariam a identidade dos representantes -;
 - 4) a distância entre o momento em que se firmam os compromissos com os constituintes (a campanha eleitoral) e o momento do exercício do poder (o mandato): conjunturas políticas são cambiantes fazendo com que compromissos políticos assumidos hoje possam não ser válidos amanhã, mesmo sem a intenção deliberada da manipulação.

Entender representação parte, portanto, dessas dificuldades iniciais. Uma autêntica democracia representativa deve se deparar com a questão de como diminuir a distância entre representantes e representados. Bernard Manin (1995) ofereceu uma proposta esquemática na tentativa de reflexão sobre esses impasses. Para ele, o sistema representativo passou por uma transição entre um parlamentarismo de notáveis (séculos XVII-XIX) a uma democracia típica de organizações partidárias (séculos XIX-XX) e acabou se encaminhando para uma “democracia de público”.

No primeiro modelo, chamado “governo representativo parlamentar”, a eleição dos representantes se daria a partir de uma relação de confiança de caráter pessoal, o que levaria à escolha de pessoas proeminentes publicamente, “os notáveis”. Uma vez eleitos, esses representantes passariam a agir de acordo com sua ‘consciência e julgamento’ pessoais. Associações políticas extraparlamentares exerçeriam a opinião pública plenamente como forma de controle e pressão sobre os representantes eleitos. Isso faria com que as decisões públicas fossem tomadas a partir de debates. Tratava-se de um modelo idealizado em que as decisões públicas deveriam ser tomadas após exaustivos debates com visões diferentes da mesma questão e com os atores dialogando sem assimetrias fazendo com que as deliberações fossem amadurecidas.

Esse modelo baseado no Parlamento teria sido substituído por uma “democracia de partido” em que a relação entre representante e representado não se dá mais por conta de

um caráter pessoal, mas mediada pelos partidos políticos que passariam a dar uma estabilidade maior ao comportamento dos seus parlamentares³⁰.

Na concepção historicizada de Manin, a representação política com predomínio do Parlamento daria lugar, com a extensão gradual do direito ao voto, a uma ‘democracia de partido’, em que a relação entre representantes e representados não é mais pessoal, mas sim mediada pelos partidos. Os sistemas políticos históricos que inspiram o modelo são as democracias europeias dos grandes partidos socialistas. O comportamento eleitoral tornava-se mais estável, reproduzindo as clivagens socioeconómicas e o conflito entre as classes; a representação proporcional, neste sentido, passava a refletir a estrutura de interesses da sociedade. Neste sistema, a independência do deputado é condicionada à disciplina partidária; é o partido que é parcialmente independente do programa e dos próprios eleitores. Em relação à liberdade da opinião pública, as associações políticas e a imprensa em geral apresentam-se marcadas por vínculos partidários. Os eleitores de cada partido, com o qual se alinharam geralmente por identificação socioeconómica, são pouco expostos a pontos de vista divergentes. A liberdade, aqui, relaciona-se fundamentalmente com a livre associação e manifestação da oposição. O caráter deliberativo da representação estaria presente nos debates internos de cada partido, refletindo posições estáveis em cada campo, definidas previamente. As votações parlamentares, assim, conferem caráter legal às decisões, mas o fórum de discussão efetivo é transferido para as convenções e demais instâncias partidárias; a negociação no Parlamento se dá entre os partidos e, eventualmente, interesses organizados corporativamente (ALDÉ, 2004, p.22-23)

No último modelo proposto por Manin (1995), “democracia de público”, há uma crescente personalização da escolha eleitoral, com foco no candidato. Os candidatos se comunicariam diretamente com seus eleitores através dos meios de comunicação diminuindo o peso e a importância partidária. A mídia passa a ser o novo fórum dos debates políticos. Os meios seriam os grandes responsáveis por oferecer “atalhos” para a obtenção de informações politicamente relevantes numa sociedade que já não se pauta pela influência de notáveis ou pelos partidos políticos.

O principal problema da interpretação dos modelos propostos por Manin (1995) está no fato de o autor ignorar as matizes da mediação estabelecidas pelos meios de comunicação, além da excessiva importância que o autor parece dar ao protagonismo da mídia. Segundo o próprio Manin (1995), os candidatos “vitoriosos” seriam aqueles que melhor dominassem as técnicas da mídia. Esse parece ser um dos erros correntes na análise

³⁰ Consciente das críticas da falibilidade desse modelo aplicado à realidade brasileiro, ressalvamos que se trata de um modelo teórico idealizado que leva em consideração sobretudo a experiência partidária em alguns países europeus e que, mais tarde, se espera discutir por aqui.

de alguns autores sobre a relação entre mídia e política. A política se resume ao processo eleitoral e, neste, a mídia ganha um enorme protagonismo para a qual a realidade política se sujeita. Manin (1995) não pensa a mídia como um “ator desinteressado”, sem ideologia, sem cor ou preferência partidária e isso parece ser o seu grande erro.

Aldé (2004) rechaça os modelos de Manin (1995) considerando que há matizes nessa relação mídia e política, com a necessidade de trabalhos empíricos que analisem situações específicas sobre o comportamento dos eleitores em campanhas específicas dentro de contextos também específicos, dificultando a simplificação de que as noções de representação, poder, política e suas relações midiáticas possam ser traduzidas em modelos esquemáticos.

Uma das questões centrais para uma concepção democrática dos meios de comunicação, passível ainda de muita investigação, é a dependência recíproca entre mídia e política: o governo e os políticos são fontes indispensáveis para o jornalismo que, por sua vez, com suas rotinas industriais de produção, exige a incorporação pelos políticos e governos, de uma série de transformações técnicas e estratégicas. O crescente profissionalismo midiático dos políticos, por sua vez, tem implicações nos critérios de cobertura da política. Há um abismo entre a produção de decisões políticas e o mundo tal qual representado na TV. Mídia e esfera pública tendem a seguir lógicas diferentes. Especialmente sobre a televisão, muito já se ouviu sobre a sua tendência ao entretenimento no tratamento da informação jornalística e espetacularização da política; o valor da notícia segue a necessidade de ‘captação da atenção’, com critérios de noticiabilidade e espetáculo. A notícia, industrialmente produzida para estar sempre ‘fresquinha’ (e portanto vender mais, como no anúncio de biscoitos), depende de elementos de apelo popular como a novidade, o negativismo, o escândalo, a presença de atores proeminentes, a personalização, o conflito, a exceção. A política adapta-se a estas exigências, mas não sem perda de confiabilidade do grande público (ALDÉ, 2004, p. 26).

Feita essa breve introdução em que se reconhece os limites da noção de representação política, identifica-se a necessidade de uma matização e problematização maior das relações entre mídia e política. Sabendo dos limites que qualquer discussão que se dispuser a encarar esse desafio encontrará, o recorte é voltado para algo bem mais simples com uma problematização de algumas questões relativas direta ou indiretamente ao campo da propaganda política em período eleitoral.

2.1 Cenários de Representação da Política

O conceito de cenários de representação surgiu da necessidade de se compreender as representações da realidade na mídia³¹. Venício Lima (2004) parte de três pressupostos básicos para a identificação de cenários de representação midiática da política: 1) existência de uma sociedade *media-centered*; 2) exercício de uma “hegemonia”; 3) existência da televisão como meio dominante³².

O primeiro ponto pode ser resumido como o papel crescente da comunicação nos processos contínuos de socialização do sujeito, entendendo socialização num sentido de amplo senso como a internalização da cultura e das normas sociais de um grupo. As igrejas, a educação, a forma de se relacionar entre os amigos, a maneira de se começar novas relações afetivas, vão cada vez mais funcionando num diálogo³³ com os meios, seja através da construção das representações midiáticas seja na própria interação mediada através de diferentes suportes.

A noção de sociedade *media-centered*, aqui entendida como “sociedade centralizada na mídia”, exige o reconhecimento de duas características: 1) a existência de algo externo e periférico; 2) a disputa de espaço com objetivo de ocupar esse centro simbólico. A primeira é a existência de algo externo que funciona na “periferia”. Algo externo a esse centro midiatizado que ocupa um espaço periférico, marginal e excluído. A periferia estaria dentro da lógica do centro, mas funcionando dentro dos mesmos valores, princípios e características. O segundo – marginal - existiria nas bordas de um hipotético eixo central, mas estaria a todo momento questionando, se contrapondo e pressionando

³¹ Lima (2004) esclarece que essa necessidade surge em várias dimensões – etnias, gêneros, nações, religiões - e, dentro do campo da pesquisa em Comunicação, pode ser situada historicamente a partir da preocupação de pesquisadores ligados aos estados culturais britânicos na década de 1960 como sendo os primeiros a formularem estratégias e métodos de interpretação baseados na ideia de cenários: “Dentro de um longo percurso, que se inicia pelo estudo das relações da mídia com a política, vale registrar que a inspiração imediata da expressão de Cenários de Representação tem sua origem em um pequeno e pouco conhecido texto de Stuart Hall, transcrição de sua participação num encontro sobre Balck Film, British Cinema, no *Institute of Contemporary Arts* de Londres, em 1988. Hall utiliza a expressão ‘cenários de representação’, no contexto do debate sobre uma mudança que ele acreditava estar ocorrendo na política cultural negra na Inglaterra. Essa mudança era caracterizada pelo reconhecimento de que as questões sobre cultura e ideologia tinham um lugar formativo e não simplesmente expressivo, na constituição da vida social e política. Ele chama, então, ‘cenários de representação’ a subjetividade, a identidade e a política. É preciso insistir, no entanto, que Hall não articula diretamente a expressão com as diversas representações da realidade na mídia, nem com o conceito de hegemonia” (LIMA, 2004, p. 10)

³² O trabalho originalmente publicado em 2004 talvez merecesse uma atualização com a evolução da importância das mídias digitais nos processos políticos. O conceito, no entanto, não nos parece superado.

³³ Diálogo aqui usado num sentido amplo que pode significar tanto reciprocidade como influência.

esse centro, enquanto o terceiro, excluído, teria sido vetado no centro midiatizado ou mesmo “invisibilizado” em alguns casos.

A segunda característica é a proposta de que todos os eventos de uma sociedade *media-centered* lutam por presença nesse centro midiatizado. Mesmo aqueles que se dedicam na formulação de uma crítica aos padrões midiáticos, acabam indiretamente dialogar com eles, ainda que num papel de resistência. Trata-se sem dúvida de uma noção extremamente difusa, que ainda não fala de enquadramentos, nos termos colocados por Robert Entman (1989), ou mesmo da mídia que impõe representações a um receptor passivo, nos termos da teoria crítica. Aqui, é a identificação apenas de uma mídia presente em todos os principais eventos da vida em sociedade.

Ao se deparar com o segundo aspecto dos cenários de representação, a construção de “hegemonia”, aqui vai interessar principalmente a compreensão de que em sociedades com alto grau de socialização da política, o exercício do poder não poderia mais ser reduzido a um Estado coercitivo que se mantém relativamente estável com o mero uso da força para resolver suas tensões e conflitos. Dessa forma, a conquista do consenso hegemônico passaria a ser o problema político central implicando na permanente possibilidade de que classes protagonizem disputas internas (intra-hegemônicas) e externas (contra-hegemônicas) pela direção e pelo consenso (LIMA, 2004).

O terceiro pressuposto envolve a presença da televisão como meio dominante a partir de três elementos: 1) A televisão rompe a necessidade da conexão entre presença e experiências. Aqui se pode ampliar para os meios de comunicação de uma forma geral, nos termos melhor colocados por Wilson Gomes (2004):

Não se pode mais pensar, então, apenas em cidadãos privados reunidos em públicos, nos cafés e salões da sociedade, por exemplo, para, instruídos pelo jornalismo político, discutir as coisas de interesse comum e as decisões políticas que lhes concernem. Os meios de comunicação alcançam nesse momento, ao mesmo tempo, as pessoas localizadas em pontos mais remotos, situadas nas mais diversas classes e com nível de alfabetização, cultura, capacidade de consumo cultural e competência expressiva os mais diversos significados. Pessoas que jamais estiveram na presença umas das outras e jamais poderiam se constituir em públicos. Por outro lado, essas pessoas, porque podem consumir a mesma informação e os mesmos produtos de cultura e entretenimento que todas as outras, não deixam de constituir uma nova publicidade social, uma esfera expandida de visibilidade pública, um público sem convivência e presença (GOMES, 2004, p. 48)

2) O segundo elemento diz respeito a uma cultura visual que promove muito mais reações e emoções do que interpretação e reflexão. “Nós vemos televisão ao invés de ouvi-la; nós nos sentimos bem ou mal, ao invés de pensar sobre os seus argumentos; nós respondemos a ela emocionalmente” (LIMA, 2004, p. 22);

3) A televisão tornaria cada vez mais difícil a distinção entre o que percebemos como ficção e como realidade. Enquanto nas artes dramáticas, seria fácil o espectador de teatro perceber o faz-de-conta da interpretação, exigindo o reconhecimento de que se trata de uma peça de ficção, na televisão nem sempre esse reconhecimento seria tão fácil ou imediato. Lima (2004) cita a confusão das narrativas jornalísticas com a narrativa das novelas ou o “replay” de um gol numa partida de futebol mostrando um lance que não foi visto por ninguém no estádio. No campo da política, isso se daria de várias formas, entre elas na incorporação de técnicas da linguagem das artes dramáticas nos ambientes de visibilidade pública do meio político. Novamente se recorre a Wilson Gomes:

São muitos os que pensam, antes de tudo, que a política contemporânea que se nos apresenta através dos recursos expressivos da cultura e da comunicação de massa seja muito parecida com as artes dramáticas. Papéis são incorporados, falas são recitadas, conflitos são simulados, há cenários, luzes, bastidores, cena, diretores, maquiadores, figurinos, plateia, atores, antagonistas, protagonistas, peripécia e desenlace. A ‘política pelos jornais e pela televisão’, que pouco a pouco vai predominando sobre as outras formas e meios de política, seria principalmente arte e artifício (GOMES, 2004, p. 388).

Respeitados esses três pressupostos básicos, a constituição de um cenário de representação deve estar relacionada ainda a elementos conjunturais das sociedades onde esses cenários existem fazendo com que esses cenários funcionem de acordo com os elementos constitutivos dos meios de comunicação – originalmente a televisão, mas que, se pode adaptar aos meios digitais. Para exemplificar e tentar simplificar o que o autor propõe, é preciso imaginar que os sujeitos atuarão na mídia de acordo com as linguagens dessa mídia. Lima (2004) cita quatro grandes categorias que se interpenetram para classificar a programação de TV no Brasil: entretenimento; publicidade; telejornalismo; “pseudo-jornalismo” (talk-shows).

Desta forma, os elementos constitutivos dos cenários de representação ‘dominantes’ no Brasil serão provavelmente identificados nas telenovelas; nos telejornais; na programação ‘pseudo-jornalística’,

incluídos aqui programas do tipo Globo Repórter e Fantástico; e nas ‘telecerimônias’ (media-events) que são os equivalentes contemporâneos das cerimônias públicas tradicionais e que tem como exemplos universais os Jogos Olímpicos, a Copa do Mundo de Futebol, os casamentos na Corte Inglesa ou as viagens-visita do Papa João Paulo II. Atenção deve ser dada, naturalmente, à publicidade veiculada dentro da programação de maior audiência (LIMA, 2004, p. 26).

Na tentativa de uma melhor delimitação do conceito, deve-se problematizar que a palavra “cenário” acaba tem um largo alcance servindo para designar o espaço de atuação de atores considerados relevantes dentro de contextos históricos específicos. Assim, por exemplo, cenário pode ser utilizado para designar as relações internacionais ou do mercado financeiro. No campo político, o conceito é usado para delimitar a expressão dos interesses e do comportamento de eleitores em determinado processo eleitoral. Assim, por exemplo, é possível partir da análise de eleições em que candidatos se colocam como opositores em um cenário favorável à oposição, utilizando-se de determinadas técnicas que estão em voga em momentos históricos específicos.

Os Cenários de Representação da Política (CRP) servem como espécie de pontapé inicial de análise por permitirem que o analista demarque os limites em que determinados debates de ideias e conflitos políticos se desenrolam. Isso levanta a hipótese de que as estratégias de construção de imagens públicas de candidatos devam estar atentas ao CRP dominante.

Lima (2004) defende a aplicabilidade do conceito de CRP para a análise dos processos eleitorais.

As eleições majoritárias nacionais fazem com que os partidos e os candidatos tentem utilizar, em seu benefício, durante o processo eleitoral, os símbolos e tradições culturais nacionais, para que sejam identificados como estando mais próximos do CRP dominante. Desta forma, existe uma relação entre a aplicabilidade do conceito de CRP como instrumento de análise do processo eleitoral e a abrangência cultural da eleição. Vale dizer, o conceito de CRP crescerá em importância analítica, na medida em que se trate de eleição nacional, vis-à-vis eleições regionais ou locais. Deve-se lembrar, todavia, que algumas eleições locais podem, conjunturalmente, ‘regionalizar-se’, da mesma forma que eleições regionais e/ou locais podem ‘nacionalizar-se’, aumentando a importância dos CRP (LIMA, 2004, p. 31, grifos do autor).

Embora seja possível identificar a operacionalidade do conceito de Cenário de Representação da Política, ele também traz problemas e limites. O principal deles seria o

uso do conceito de hegemonia tentando a partir de parâmetros bem delimitados identificar cenários dominantes e alternativos. Num universo político cada vez mais multifacetado e cheio de matizes, pressupor caracterizações dicotômicas entre progressista/conservador e esquerda/direita parecem não resolver toda a heterogeneidade dos problemas, atores e questões envolvidas.

O grande mérito do conceito formulado por Venício Lima (2004) é o de propor um referencial que serve de pontapé inicial pra contextualização de processos eleitorais específicos. Buscar compreender determinados atores, sejam eles partidos políticos, parlamentares, chefes de executivo, exige a compreensão do cenário de atuação e construção da imagem desses atores.

A construção da imagem de um candidato se efetiva na confluência com outras imagens, não apenas de seus opositores diretos mas dos acontecimentos politicamente significantes que povoam a atmosfera política em um determinado momento, cujos efeitos podem oxigenar ou carbonizar pretensões de sucesso eleitoral. O meio ambiente eleitoral abrange não apenas as imagens que povoam sua superfície mas as que se enraízam nas camadas subterrâneas do imaginário coletivo (nível dos arquétipos) alimentando certas tendências recorrentes no comportamento político. Para decidir sobre o posicionamento estratégico da imagem de um candidato, potencializando ‘suas qualidades’ e minimizando seus pontos negativos, é indispensável conhecer o ambiente eleitoral (VASCONCELOS, 1999, pp. 108-109).

Não seria errado dizer que não há imagem pública que não seja construída se levando em consideração o cenário político. Diante disso, é imprescindível uma breve consideração sobre o cenário político que se constrói a partir da lógica do espetáculo. Este parece ser um tema tão exaustivamente discutido no campo da pesquisa da área que alguns autores já consideram “naturalizada” uma certa noção de que a forma de atuação na política contemporânea funciona a partir da linguagem e dos dispositivos de uma política-espétáculo. Algumas questões, no entanto, podem ser colocadas para evitar o risco da naturalização de algo que é socialmente construído.

2.2. O espetáculo político

Quase sempre, o termo “espetáculo”, quando mencionado para designar as relações de mídia e política, é usado no sentido pejorativo como “encenação”, “farsa” e “falsidade”. Os chefes do Executivo, parlamentares, ministros são vistos como atores que participam de determinados rituais onde o que se vê não é um simulacro distante de como seriam essas personagens na “realidade”.

Primeiro seria bom ressalvar que toda representação midiática se trata, nos termos propostos por Berger e Luckman (1995), de uma “construção social”, ou seja, não existe o “real puro”. Ele seria inalcançável já que as interpretações a partir de determinados códigos já os moldaria dentro de determinados mapas de significado previamente estabelecidos. Segundo seria bom ressalvar que seja a perspectiva de encenação política ou de espetáculo não pode ser identificada como um fenômeno que surge com os meios de comunicação, sendo na verdade bem anterior a eles. Seria infrutífera e exaustiva a enumeração de exemplos em que ocorreram um relacionamento entre poder e política a partir de elementos de um espetáculo seja ele qual for. O que interessa aqui é uma atualização do problema a partir de novas configurações da relação entre meios de comunicação e política.

Foi sem dúvida a partir da publicação do livro “A Sociedade do Espetáculo”, em 1967, que o tema passou a ser difundido como uma reflexão sobre a contemporaneidade. De forma resumida, Rubim (2004) propõe dois eixos interpretativos da obra clássica de Debord. Escrito ao estilo de manifesto, o texto apontaria o espetáculo como expressão de uma um momento histórico em que a mercadoria passou a ocupar totalmente a vida social.

Espetáculo, mercadoria e capitalismo estão umbilicalmente associados. Desse modo, a sociedade do espetáculo pode ser interpretada como conformação avançada do capitalismo, como a etapa contemporânea da sociedade capitalista. Guardas peculiaridades e diferenças, a elaboração de Guy Debord pode ser aproximada, com muita probabilidade, aquela trabalhada por alguns autores contemporâneos, que pensam a sociedade atual como a modalidade contemporânea do capitalismo, marcada pela intensa presença e convergência da comunicação, da informação, das telecomunicações, da informática, e pela aceitação de que elas se tornaram as mercadorias diferenciais, as zonas privilegiadas de acumulação e os setores de ponta do desenvolvimento científico e tecnológico dessa era do capitalismo (RUBIM, 2004, p. 184).

O segundo eixo interpretativo seria a cisão entre real e representação. A sociedade do espetáculo dependeria, assim, de uma autonomização da representação frente ao real. Daí decorreria, segundo Rubim (2004), as primeiras críticas ao limite da proposta teórica de Guy Debord (2005) que ele, de forma didática, dividiu em quatro principais problemas: 1) redução do espetáculo a um determinismo econômico, mercantil e capitalista, afastando do espetáculo uma alternativa de realização fora da dinâmica capitalista - O espetáculo seria sempre prisioneiro do capital -; 2) pensar a representação sem que ela fosse uma parte indissociável e não colaborasse com a construção da realidade; 3) concepção da representação como tendo um estatuto de realidade inferior ao restante do real; 4) a suposição de um acesso ao real sem o recurso de mediações.

Wilson Gomes (2004) identifica em Debord a emergência de uma corrente de interpretação do espetáculo político como “simulacro”. A ideia de espetáculo não se resolveria na exibição de algo “fantástico”, mas, na verdade, impediria o espectador de ver outras coisas. “Uma sociedade do espetáculo é uma sociedade onde a extrema visualidade faria par com a mais completa invisibilidade” (2004, p. 395). A política contemporânea não seria diferente das outras dimensões, mas só mais um dos aspectos da sociedade do simulacro.

Mas o que se inaugura com Debord tem desdobramentos em uma série de propostas de modelos de espetáculos no campo da política. Rubim (2004) lembra do trabalho de Jesus Requena que associava o espetáculo a um jogo de sedução entre ator e público. “O que pretende o corpo que se exibe é seduzir, isto é, atrair – apropriar-se – do olhar desejante do outro” (REQUENA, 2004, p. 193). O espetáculo estaria na esfera do “sensacional” e “extraordinário”, daquelas características peculiares que diferenciam da homogeneidade do público. Jesus Requena (2004) traça uma tipologia a partir do lugar do olhar e do espectador que o sustenta em relação ao objeto. Assim, seriam quatro modelos de espetáculo: 1) o carnavalesco, caracterizado por uma cena aberta, indefinida, na qual se movem o sujeito que olha e o corpo que se exibe, trocando de forma continuada os lugares que ocupam e os ângulos de visão possíveis; 2) o circense ocorreria quando a cena ocupa o centro e os espectadores colocam-se em forma circular ou recíproca; 3) no modelo da cena italiana, o palco passa a ser construído em função de um centro ótico exterior, definido pelo lugar ocupado pelo espectador na plateia; 4) no último tipo, o cenário fantasma, há uma incorporação dos contemporâneos aparatos tecnológicos como o cinema e a televisão

e a incorporação dos modelos anteriores. O espetáculo político na contemporaneidade estaria situado nesse último modelo.

A potência espetacular das mídias deriva da complexa e paradoxal conjunção entre essa unicidade do lugar concêntrico do olhar e a multiplicidade de pontos de vista permitidos pelos aparatos sociotecnológicos. Já não se trata de assegurar o melhor lugar possível para ver, mas de possibilitar, no limite, o olhar total, recorrendo a uma multiplicidade de câmeras que, por intermédio de todos os ângulos de visão, permitam olhar todos os detalhes do corpo desmaterializado em exibição (RUBIM, 2004, p. 197).

Já Maria Helena Weber (2004) propõe uma classificação voltada especificamente a tais espetáculos políticos elencados em quatro modelos essenciais: 1) editorial – o espetáculo se constrói sob controle da mídia - A instituição midiática seria a responsável pelo espetáculo que estaria subordinado a ela -; 2) articulado – o espetáculo seria produto da interação obrigatória entre mídia e política, caso das eleições que estão no calendário da vida pública e “acontecem” não a partir da mídia, mas dialogando com ela -; 3) autônomo – um fato político grandioso e imprevisível se impõe obrigando a mídia a dar espaço; 4) arbitrário – ocorreria quando o campo da política destitui a mídia de seu poder de decisão empresarial e editorial, caso do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral.

Mas o processo de midiatização da política seria obrigatoriamente marcado pela espetacularização ou seria possível identificar uma zona cinzenta em que esses dois processos se imiscuíssem mas, ao mesmo tempo, zonas distintas em que não há de se falar obrigatoriamente de espetacularização? Talvez seja mais seguro se afirmar que há uma zona de tensão em que não se pode ignorar o elemento de espetacularização dos meios de comunicação e, consequentemente, a adaptação do campo da política aos códigos de linguagem desses meios, mas que a política não está impedida de se realizar e buscar suas pretensões fora dessa dinâmica midiática. Rubim (2004) cita as estratégias do GreenPeace e da Anistia Internacional como exemplos de que não necessariamente midiatização e espetacularização se confundem. Enquanto o Greenpeace através de suas ações diretas e espetaculares demonstram que a espetacularização não interdita ou impede a realização efetiva da política daquela organização não-governamental, a Anistia Internacional vê na midiatização da denúncia da violação de direitos algo essencial, mas nunca nos moldes espetaculares.

Portanto, a midiatização da política não pode ser identificada, sem mais, com a espetacularização. A política, em verdade, comparece à mídia em

modalidades diferentes de exposição. Em geral, o noticiário jornalístico voltado para o dia-a-dia da política – atividades relativamente cotidianas dos poderes executivo e legislativo, sejam nacionais, internacionais, estaduais ou locais – bem como os programas de entrevistas, tendem a não espetacularizar a política isto porque o caráter ordinário dos eventos, quanto ao formato, em princípio argumentativo e sem grandes recursos estéticoculturais do gênero dificultam, mas não impedem os dispositivos de espetacularização. Já as coberturas sobre acontecimentos políticos que rompem com o cotidiano – tais como manifestações e atos públicos ou ainda escândalos – e as campanhas de propaganda, muitas vezes, tendem a recorrer a expedientes de espetacularização. Tais tendências, no entanto, podem não se realizar, em plenitude ou mesmo parcialmente. Assim, outra vez mais, insiste-se na relevância de criar dispositivos conceituais e metodológicos que permitam distinguir entre midiatização e espetacularização da política e na necessidade de realizar análises efetivas de situações singulares para afirmar a presença desses processos que afetam a política na contemporaneidade (RUBIM, 2004, p. 210).

Seria profundamente limitado, portanto, pensar que a forma de presença da política nos meios de comunicação se dê somente através de encenações. Conforme visto, é possível perceber a presença do debate político nos meios sem que ele se dê de forma espetacular, bem como nem todo espetáculo deve ser entendido de forma meramente negativa.

2.3. “Voto é marketing. O resto é política”: a profissionalização da política

O título provocador de um livro organizado³⁴ no início da década de 1990 organizado pela Associação Brasileira de Consultores Políticos sugeria um fenômeno que se desenvolveu de forma cada vez mais forte a partir daquela década: a profissionalização do campo da política. “Não existe mais espaço para campanhas de improviso, feitas apenas na base da intuição e de acordos políticos” (GRANI, 1992, p. 21). É difícil identificar de forma precisa exatamente quando se pode falar de “campanhas profissionalizadas” até porque em certa medida, ainda que limitada, o militante espontâneo permanece como ator presente. Mas ao constatar que algumas campanhas ao Governo do Estado e às prefeituras na década de 1980³⁵ eram feitas como um ato voluntário de militância não seria errôneo afirmar que foi a partir dos anos 1990 que foi se disseminando uma cultura política em que não só disputas eleitorais como a construção de imagens públicas e até mesmo a formulação de políticas públicas na atuação executiva passa pela avaliação e trabalho de consultores políticos especializados.

De uma forma geral, o que se assistiu foi uma transição de um modelo em que as campanhas eram conduzidas por pessoas com filiação partidária que voluntariamente se engajam de forma amadora por um modelo contemporâneo em que a especialização de tarefas exigiu a contratação de profissionais que dominam as especificidades dos meios técnicos e incorporaram competências específicas.

As consultorias profissionais entram em cena porque a esfera da política reconhece que os partidos políticos não podem atender completamente às suas necessidades eleitorais e de administração de imagem. A rigor, as campanhas, mas também o jogo político regular, demandam habilidades e serviços técnicos especializados voltados para comunicação com o público que os partidos e seus filiados não estão em condições de prover. Há um nível de controle tecnológico – novas tecnologias demandam novos técnicos – e um nível de conhecimento de funcionamento da cultura e da comunicação de massa que políticos profissionais e voluntários dos partidos podem aprender até um certo ponto, mas que não dominam nem precisam dominar completamente sob pena de deixar de fazer o seu trabalho regular para reconfigurar-se como outra especialidade. As habilidades específicas dos membros dos partidos não acompanharam, em geral, as necessidades de uma comunicação política

³⁴ GRANI, Rodolfo; MARTINS, Alexandre; FALCÃO, Eduardo (Org.). **Voto é marketing...O resto é política: estratégias eleitorais competitivas**. São Paulo: Loyola, 1992.

³⁵ Lincoln Secco (2011) chega a citar que um dos criadores do slogan “Lula lá” para a disputa de 1989 declarou que jamais faria campanha para alguém que não fosse do PT. Rejane Vasconcelos (1999) analisou a atuação da equipe de comunicação da candidata vitoriosa à Prefeitura de Fortaleza, em 1985, Maria Luiza Fontenele. A equipe era formada por filiados ao partido, alguns egressos da corrente trotskista Liberdade e Luta (Libelu), e com presença, inclusive, de estudantes de Comunicação.

que se torna, cada vez mais, engenhosa, *mediafriendly*, concebida e configurada para a cobertura da indústria da informação de massa (GOMES, 2004, p. 73)

Essa passagem das campanhas conduzidas por militantes para campanhas conduzidas por consultores profissionais é marcada por pelo menos duas tensões. A primeira seria a diminuição da importância do partido político dentro da elaboração de estratégias. Seguramente é possível se questionar ou ainda levanta a dúvida de os consultores e técnicos trazerem algo efetivamente novo ou simplesmente estarem ocupando funções que antes eram ocupadas por membros dos partidos políticos. O certo é que pelo menos há o reconhecimento de que um instrumental técnico é conduzido por profissionais. O segundo aspecto vem exatamente da tensão entre militantes e profissionais na construção das estratégias e na condução das campanhas. Consultores costumam reclamar da interferência indevida dos partidos tanto quanto militantes costumam reclamar do “excesso” da presença dos consultores profissionais.

O surgimento de dispositivos comunicacionais digitais passou a exigir ainda mais competências técnicas e, embora a tensão entre militantes e consultores permaneça, ela parece irreversível numa sociedade em que a mídia tem se tornado o principal fórum do debate político. Ainda mais num país como o Brasil, onde o Horário de Propaganda Eleitoral é obrigatório nas emissoras de rádio e televisão o que reforça a exigência da contratação de profissionais.

As democracias da Europa ocidental são produtos da era dos partidos de massa, onde as palavras de ordem eram ativismo político e densidade organizacional. Esses países atravessaram um processo gradual e, sob alguns aspectos, quase penoso de adaptação, com os partidos guardando de forma ciumenta o seu papel de principais máquinas de campanha. Por contraste, as novas democracias são produtos da era da televisão, onde as palavras de ordem são maximização dos votos e profissionalismo nas campanhas. Partidos e elites políticas nesses países não foram algemados por velhas estruturas. Mudança e adaptação foram coisas fáceis e os consultores políticos puderam emergir com poucas restrições aparentes (GOMES, 2004, p. 79).

As principais polêmicas parecem surgir, na verdade, nas consequências que a profissionalização do campo da comunicação política traz. Almeida (2004) aponta que os primeiros profissionais da comunicação política nos Estados Unidos da década de 1930 vinham do Mercado publicitário convencional e uma primeira fase provavelmente até os anos 1960 vai ser marcada pelo uso das estratégias de venda de produtos de varejo na

propaganda política. Ao mesmo tempo, em cenários de disputa polarizados em candidatos, haverá a tendência a um debate centrado na pessoa dos candidatos em vez de um debate sobre as ideias que determinada personagem representa ou a ideologia do partido político a que pertence.

Essa aplicabilidade direta do marketing ao ambiente político por profissionais do Mercado publicitário é, obviamente, marcada por algumas tensões. Almeida (2004) sugere inclusive que os cenários de representação da política muitas vezes demoram a serem construídos.

O conceito simplificado de ‘satisfação das necessidades e desejos do consumidor’ como sendo a alma do marketing, se já é problemático como conceito do marketing em geral, mais complexo se torna na sua aplicação política e eleitoral em particular, por diversos motivos, tanto de ordem ética, como em relação aos resultados políticos concretos. Pois, na política, trabalha-se com imagens pré-construídas pelos candidatos, partidos ou coligações, assim como do ‘lugar de fala’ político-programático já conquistador e/ou reconhecido socialmente pelo eleitorado. Tudo isto pode criar dificuldades extras para os candidatos se adequarem a “cenários” ou a determinados desejos identificados nas pesquisas (ALMEIDA, 2004, pp. 332- 333, grifos do autor).

O trabalho não se ocupará de um debate que contemple todas as questões do intrincado tema do marketing político, optando por, no item seguinte, trazer alguns aspectos importantes do tema que provavelmente seja o mais estudado no campo da comunicação política: a propaganda política.

2.4. Propaganda política

Conforme visto, não faz mais sentido pensar a propaganda política somente com um trabalho de panfletagem de militantes em dias e horas que antecedem uma eleição. De nada adiantará um bom orador numa praça pública se esse discurso eloquente não se adequar às especificidades da mídia, pois esta mesma fala pode se tornar tediosa e cansativa. Embora o modelo face-a-face ainda esteja presente, a propaganda política que ocupa os meios de comunicação é objeto de preocupação maior, seja pelo alcance de um público maior e heterogêneo num país com tantas disparidades regionais como o Brasil, seja pela enorme quantidade de especificidades técnicas e questionamentos que se desdobram a partir da propaganda midiatisada.

Como já discutido, nem toda presença da política na mídia se dá de forma espetacularizada. Mas há como fugir totalmente da espetacularização no caso da propaganda política? Essa pergunta, aparentemente retórica, exige se pensar alguns aspectos. Os meios de comunicação, notadamente a televisão, costumam colocar no mesmo espaço informação e entretenimento. A propaganda teria a tendência de ser moldada dentro desses dois modelos: ou dentro de uma lógica informativa ou dentro de uma lógica de entretenimento. Ficou marcado na campanha de Lula em 1989, por exemplo, a experiência da Rede Povo, uma paródia ao jornalismo da TV Globo, mas nitidamente uma tentativa de se apropriar da credibilidade do modelo informativo – onde um dos princípios é a “busca da verdade” – colocando num formato publicitário. A estratégia era clara: fazer crer que era jornalismo o que, na verdade, era publicidade.

Mas o modelo informativo não ocuparia todo o espaço da propaganda que estaria sempre diante do desafio de manter a atenção do público. O modelo comercial do show business se impõe dentro de uma lógica em que só entretém o que é interessante e a materialização do que é interessante é show. “A cultura audiovisual contemporânea tem as suas bases na apreciação do entretenimento que mesmo a exibição dos produtos e serviços tem que se adaptar à moldura do show business” (GOMES, 2004, p. 205). As formas dramáticas, construídas segundo a retórica da diversão, acabam se sobrepondo às formas discursivas.

Tudo aquilo que na telepropaganda parece não se adaptar, ou se adapta mal, à lógica dos meios deve ser, de preferência, excluído ou reduzido ao mínimo, se excluído não puder ser. Este resíduo (os discursos longos, com raciocínios sutis ou sofisticados, ou que exijam grande competência cultural do espectador, por exemplo) é o inevitável aspecto tedioso e frio da telepropaganda, extemporâneo da lógica do entretenimento ou, para usar o termo característico desta época de velocidade e leveza, é o aspecto chato da propaganda política. Diante do que é considerado chato, a audiência, cuja sensibilidade foi educada pela lógica do entretenimento, começa a sentir uma comichão característica no gatilho do controle remoto (GOMES, 2004, p. 206).

Some-se a isso o fato de a mídia estar inserida dentro de uma economia de mercado podendo ser considerada vitrine comercial altamente eficaz na exibição de produtos e serviços. A qualidade da propaganda comercial, sobretudo sua sofisticação técnica na construção da identidade de marcas, acaba tornando a produção extremamente cara o que, junto com a contratação de mão de obra especializada, tem tornado as campanhas extremamente dispendiosas. Mesmo reconhecendo a necessidade de uma pesquisa

empírica mais aprofundada, não seria arriscado afirmar que a propaganda política na televisão utiliza até mesmo elementos da propaganda de varejo.

Entre os riscos de todos esses processos envolvidos (espetacularização, profissionalização, adaptação a uma gramática do entretenimento etc.) resta o de homogeneização sobretudo nas campanhas proporcionais quando o “mantra” soa igual por candidatos de espectro ideológico absolutamente diferentes mas que na tela soam absolutamente iguais quando defendem “saúde, emprego e educação” de forma abstrata e superficial levando alguns à construção de personagens ridículos e grotescos para se diferenciarem da massa homogênea dos demais.

Gomes (2004) insiste na apresentação de outros dois problemas colocados de forma esquemática: a) alto teor estratégico e sua desregulação moral; b) alto teor estratégico e baixo teor informativo. No primeiro caso, mesmo reconhecendo que a propaganda está submetida a uma regulação legal, não há uma “regulação moral” que impeça o descolamento da realidade (evita-se aqui usar “descolamento da verdade”) ou mesmo que impeça o ataque ao adversário. Pelo contrário, o ataque é, em alguns casos, identificado pelo meio como positivo por permitir fazer ver ao espectador as contradições do adversário, embora a dinâmica das campanhas profissionalizadas só utilize esse recurso como estratégia última para que não seja identificada como “desespero de quem está perdendo”. No Brasil, virou discurso enfadonho da dramaturgia política de quem ocupa papel de oposição nos parlamentares propor o uso do Código de Defesa do Consumidor para o caso dos chefes do executivo que descumprem o que se propôs durante a campanha.

Já no que se refere ao alto teor estratégico com baixo teor informativo, é possível perceber sobretudo quando a campanha é traçada a partir dos movimentos do adversário ainda que de forma reativa rebatendo denúncias ou afirmações do oponente ou quando a estratégia segue uma lógica de “preferência do público” atendendo expectativas do eleitorado em circunstâncias específicas. Estaria então afastada a possibilidade de debate de ideias num contexto de telepropaganda política configurando-se numa ameaça à democracia? A tentação de se cair em explicações fáceis e prontas, em alguns casos extremamente ideologizadas na crítica à mídia, exige o cuidado de se selecionar ângulos diferentes dessas questões. Primeiro deixando claro que nem sempre a propaganda política se apropriará do modelo comercial de construção de marcas ou mesmo da propaganda de varejo. Segundo que é através da propaganda política que se permite conhecer uma boa

parte dos atores e mesmo temas que compõem o espectro sociopolítico de uma determinada sociedade, mas que, dentro das coberturas informativas dos meios de comunicação convencionais não encontram espaço. Terceiro que há, ainda assim, um esforço de participação e colaboração num debate de ideias que tentam convencer espectadores da pertinência dos temas e propõem contrapontos à lógica do adversário, ou seja, nem todo confronto se dá na base da superficialidade, em alguns não só existe como é exigido um esforço argumentativo do candidato.

Portanto, pode-se até mesmo dizer que, ainda que se reconheça uma série de problemas na construção das mensagens publicitárias no campo político, é importante reconhecer que elas são peças fundamentais na concretização do modelo de democracia representativa experimentado na contemporaneidade.

Antes da conclusão desse tópico, talvez seja importante esclarecer que a proximidade da propaganda política com a propaganda comercial não deve ser vista somente como a venda de um produto disponível numa gôndola de supermercado para que o consumidor adquira e o leve para casa como se fosse um bem de primeira necessidade. Aqui, fala-se sobretudo da lógica do consumo como apropriação de determinadas características que compõem um estilo.

O candidato construído como eficiente nas questões administrativas, contemporâneo por dialogar como alguém conectado com a forma de fazer política em outras partes do mundo, “distante” do embate tradicional entre esquerda e direita, seria o exemplo hipotético que aqui se quer dizer como “venda de um estilo”. Não é algo necessariamente recente lembrando que o debate na TV no fim dos anos 1950 entre o candidato republicano Richard Nixon e o candidato democrata John Kennedy ficou amplamente marcado como um debate de “estilos” com Nixon com aparência cansada e barba por fazer significando “o velho”, enquanto o jovem Kennedy com ternos “diferentes” e uma leveza na fala representaria “o novo”. Passa-se então a uma breve contextualização da propaganda política no Brasil.

2.5. O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no Brasil

A propaganda política no Brasil remete aos anos 1960, mas os autores (VASCONCELOS, 1999; ALBUQUERQUE, 1999; GOMES, 2004) parecem ser unâimes em afirmar que só a partir dos anos 1980 elas ganharam relevância. Albuquerque (1999) lembra que o regime militar manteve os elementos formais para que se mantivesse uma aparência de democracia, assim as eleições não foram suprimidas e a propaganda eleitoral em cadeias de rádio e televisão também não.

Mas se a propaganda existiu do ponto de vista formal, o Governo utilizou vários recursos para a manutenção do status quo, como a criação de um sistema bipartidário³⁶, e mesmo a intimidação pura e simples para que os candidatos apoiados pelo Governo fossem vitoriosos. Como nas eleições de 1974, apesar de toda a pressão do regime civil-militar, o MDB saiu vitorioso e o Governo instituiu uma série de medidas para que o resultado não se repetisse em pleitos futuros. Assim, acabou instituindo limites à propaganda política na televisão através da Lei n. 6339, de 1 de julho de 1976, chamada Lei Falcão. Rever imagens da campanha daquele ano causam um misto de riso e de temor ao mesmo tempo. Os candidatos não podiam falar. Não se ouviam suas vozes. Aparecia uma foto, um nome, um número e um currículo lido por um narrador³⁷. Riso pelo aspecto ridículo que soa visto hoje com o olhar de quem vive numa sociedade em que tudo, seja público ou privado, vira imagem compartilhada. Temor por imaginar que pelo menos duas gerações de brasileiros viveram com a propaganda resumida a uma fotografia 3x4 com a voz de um locutor ao fundo.

Somente para as eleições municipais de 1985 foram elaboradas novas regras permitidas pela Lei n. 7332, de julho daquele ano. Um detalhe deve ser lembrado. A partir daquele ano, todas as eleições tiveram leis diferentes, ora mudando a forma de composição do tempo dos candidatos no HGPE, ora proibindo alianças com partidos diferentes nos planos estadual e federal, ora proibindo até mesmo imagens externas durante a propaganda eleitoral como na eleição de 1994³⁸. Aqui, nem levamos em consideração que leis

³⁶ O Ato Institucional número 2 de 27 de outubro de 1965 extinguiu o sistema pluripartidário, tornou indiretas as eleições para Presidente da República e, através do Ato Complementar número 4 instituiu o sistema bipartidário. Caberia à Aliança Renovadora Nacional (ARENA) o papel de partido da situação e ao Movimento Democrático Brasileiro (MDB) o papel de partido de oposição.

³⁷ O mesmo narrador para todos os candidatos.

³⁸ A Lei n. 8713 de 30 de setembro de 1993 proibiu o uso de trucagens, montagens, animações, imagens externas e a presença de outras pessoas que não os próprios candidatos e seus respectivos vices. “O efeito de tais medidas não foi o de melhorar o nível do debate eleitoral, mas o de marginalizar o HGPE como fórum do

posteriores regularam até mesmo as coberturas jornalísticos garantindo espaços e tempos iguais para candidatos diferentes nas emissoras de rádio e televisão e, até mesmo em alguns casos, orientando regras de debates promovidos pelas emissoras. Mas, de uma forma geral, as características do HGPE permaneceria as mesmas: 1) garantia do acesso gratuito ao rádio e à televisão aos partidos políticos, tendo eles representação ou não no Congresso Nacional; 2) a distribuição do tempo entre os partidos se faz segundo fórmulas que relacionam a quantidade de tempo ao tamanho das bancadas no Legislativo; 3) não existe restrições prévias quanto ao conteúdo da propaganda política veiculada pelos partidos ou aos recursos técnicos utilizados para a sua produção.

A Lei n. 9100, de 27 de setembro de 1997, introduziu como novo formato de propaganda na televisão os spots de 30 ou 60 segundos veiculados de forma dispersa ao longo da programação. Assim, é possível perceber que a evolução das técnicas de propaganda política na televisão segue as mudanças das legislações eleitorais.

Faz-se necessário apontar três questões sobre o HGPE no Brasil: 1) sendo “gratuito”, ou seja, sem necessidade de que as coligações comprem os espaços de tempo nas emissoras comerciais de TV, o HGPE brasileiro se diferencia da telepropaganda da maioria dos países ocidentais em que as coligações comprem esse tempo (Ao mesmo tempo, impede que as emissoras de TV cedam diretamente um espaço para os candidatos de preferência dos proprietários dos meios ou vetem os candidatos antipáticos ao dono da emissora); 2) a propaganda política é exibida em horário apartado do resto da programação o que faz com que uma boa quantidade de espectadores simplesmente desligue a emissora no momento do HGPE; 3) o conteúdo das mensagens acaba seguindo um modelo de tempo pré-estabelecido e uma ordem de apresentação previamente determinada o que faz com que alguns programas possam ser diluídos no meio dos programas de outros candidatos, efeito que tem se tentado minimizar revezando a ordem de apresentação em diferentes dias segundo o que estabelece as leis eleitorais.

Em tópicos posteriores, pretende-se avançar em algumas propostas metodológicas de análise do HGPE. Por enquanto, uma revisão na proposta elaborada por Fausto Neto (1990) ajudará nessa brevíssima revisão histórica do HGPE no Brasil. O autor chama a atenção para o fato de que no HGPE o discurso político é enquadrado por regras

debate político e, por tabela, favorecer a eleição de Fernando Henrique Cardoso à Presidência da República, considerando-se o apoio incondicional à sua candidatura – caracterizado como apoio ao “seu” Plano Real – por grande parte da Imprensa.

originárias de outros gêneros televisivos. É assim, por exemplo, que é possível identificar tanto a dramatização do HGPE brasileiro que se apropria da narrativa em melodrama como a telenovela; das esquetes de humor, como se o debate político pudesse se enquadrar dentro de um grande “teatro de revista”; e mesmo dos telejornais, recurso usado de formas diferentes com reportagens denunciando descasos de governantes, entrevistas em estilo de talk show e até mesmo apresentação de um telejornal com âncoras inclusos. Affonso Albuquerque, em texto de 2004, chega a provocar: “O estudo da relação que a propaganda política mantém com os gêneros televisivos da programação normal avançou muito pouco desde o artigo de Fausto Neto” (ALBUQUERQUE, 2004, p. 476) E chega a apontar uma série de questões que permanecem abertas.

Um aspecto pouco investigado do problema diz respeito ao modo como o HGPE influencia a dinâmica das relações entre os partidos políticos e seu interior. De que maneira o problema da quantidade de tempo para a propaganda política na televisão influencia o processo de formação de alianças entre partidos? Quais critérios regem, nas eleições proporcionais, a divisão do tempo na televisão entre candidatos de diferentes facções? Que tipo de competição se estabelece entre eles? Que grau de autonomia é desfrutado pelos candidatos, na sua campanha na televisão, em relação aos seus partidos políticos? Que tipo de tratamento é dado aos candidatos-celebridade, cujo capital eleitoral deriva do prestígio conquistado em campos outros da atividade social que não a política? Que tipo de relação se estabelece entre esses candidatos e outros, cuja carreira política foi construída no interior do partido? (ALBUQUERQUE, 2004, p. 476)

Obviamente há um aspecto importante a ser considerado. Os partidos políticos têm dinâmicas internas diferentes. Em alguns, será menos tensa essa relação com os consultores políticos, em outros, ainda é marcante a presença de militantes. Isso obriga a uma breve revisão sobre partidos políticos.

2.6. Os partidos políticos

Para mim, era muito normal, entre oito e nove anos de idade, entrar num grupo de ginástica para crianças, mais tarde num grupo operário de mandolinistas³⁹. Aos quatorze anos foi uma decisão precisa entrar nos ‘falcões’ (grupo da juventude socialista) e de lá um ano mais tarde se inscrever quase automaticamente na Juventude Operária Socialista. Lubeck tinha uma ‘sociedade cultural socialista’ que organizava noitadas de arte e conferências com projeções de filmes. No outono de 1930, se

³⁹ Instrumento musical parecido com o alaúde ou com uma guitarra, muito comum em grupos de folclore alemães.

acrescentou o teatro cinematográfico popular. Ao mesmo tempo, havia círculos de leitura. (BRANDT, 1982, pp. 23-24)

O depoimento do ex-primeiro-ministro da Alemanha, Willy Brandt, e ex-líder do Partido Social Democrata alemão entre as décadas de 1960 e 1970 mostra o exemplo de uma vida partidária dinâmica, marcada por uma série de atividades que iam além da disputa eleitoral por cargos executivos ou vagas nos Legislativos, mas, ao mesmo tempo, serve para mostrar que qualquer classificação sobre tipos de partido deve ser vista necessariamente com a relativização dos contextos históricos e das realidades nacionais.

Em busca de um conceito e de uma investigação sobre tipos de partidos, depara-se com a reflexão inicial de Max Weber (1974) que pensava os partidos a partir de associações livres constituídas com o objetivo de dar aos líderes uma posição de poder dentro de determinados grupos sociais. Weber trabalhava com a noção de “potência” que seria a possibilidade que um homem ou um conjunto de homens de impor uma vontade na forma de agir de uma comunidade contra a vontade da “forma de agir” de outros indivíduos. Quando em seu texto clássico, Weber fala sobre a legitimidade do uso da força pelo Estado como algo que o caracterizaria, talvez fosse importante acrescentar que essa legitimidade pré-moderna era “absoluta” tendo o soberano a autonomia de decisão sobre o uso da força. Nos Estados democráticos modernos, a conquista dessa legitimidade passa necessariamente pelo respeito e cumprimento de determinadas regras, que envolvem um convencimento do outro. Dessa forma, segundo Weber,

Enquanto as classes tem relação com o “ordenamento econômico” e as categorias no “ordenamento social”, isto é, na esfera de distribuição de reconhecimento e honrarias, os partidos pertencem em primeira linha à esfera da potência. O agir deles é relacionado à potência social, isto é, a influenciar, isto é, uma forma de agir da comunidade em qualquer conteúdo. Como princípio, eles podem ser partidos num círculo social tanto quanto num Estado (WEBER, 1974, p. 230)

Se o conceito de Weber tem sua importância por ser pioneiro nas Ciências Sociais em identificar um objetivo fundamental dos partidos (influenciar as decisões de um determinado grupo), ele é, ao mesmo tempo, limitado por não elaborar uma distinção entre partido político e associações de uma forma geral. O jurista e cientista político italiano Norberto Bobbio (1990) ressalta que por séculos o termo política foi empregado para

indicar tudo aquilo que está relacionado a esferas de atividade humana que tem em algum modo referência com as “coisas do Estado”.

O problema da crise dos partidos políticos na contemporaneidade talvez nasça de uma compreensão de que “política” não se resume mais a essa noção apresentada por Bobbio com relação ao “Estado”. Há uma série de questões envolvidas com a vida privada e estão fora do âmbito do Estado que tem caráter político como as questões levantadas, grosso modo, pela nova esquerda pós-maio de 1968 como as relativas à sexualidade, gênero, família, religiosidade e etnia. Por enquanto, interessa apenas a compreensão de que os partidos políticos tais quais conhecemos hoje surgiram com o Estado Moderno entre o final do século XVIII e o século XIX conforme ressalta Pierangelo Schiera (1990).

Novamente foi Weber (1974) quem primeiro propôs uma classificação sobre a tipologia dos partidos. Para ele, os partidos poderiam ser organismos “efêmeros” ou “permanentes”. Ainda incipiente, a proposta de Weber marca sobretudo uma prática comum entre os partidos no século XIX. Os efêmeros seriam aquelas organizações que surgiam para a defesa de causas específicas que uma vez conseguidas faziam com que aquele determinado partido se dissolvesse. Enquanto os permanentes tinham uma visão mais global das questões econômicas e da função do Estado. Mesmo no Brasil, essa divisão poderia ser aplicada pensando-se que em meados do século XIX foi instaurado o Partido Abolicionista, dissolvido exatamente após a Abolição da Escravatura.

Easton (1965) considera que os partidos políticos cumprem uma função nas democracias representativas de “gatekeeping”, ou porteiros que filtrariam “o ingresso no Palácio”. À medida que as demandas vão se politizando, ou seja, adquirindo peso político através de um processo de articulação, isto é, necessidades genéricas vão se transformando em problemas politicamente relevantes, e de um processo de agregação, através dos quais as demandas vão se convertendo em questões políticas complexas; seria com os partidos que os grupos e atores sociais conseguiriam encaminhar suas demandas.

Os partidos políticos seriam indispensáveis para organizar a vontade política operando uma simplificação da complexidade dos interesses individuais. Enquanto grupos de interesse representam demandas específicas, os partidos serviriam para colocar certa medida nesses interesses setoriais levando à construção de demandas globais. Neumann (1956) ressalta que os partidos tinham uma importante função de transformar o cidadão privado em “animal político”, integrando a um grupo.

Cada partido deve apresentar ao eleitor individual e aos seus grupos de interesse específicos uma imagem de comunidade como entidade. Deve constantemente recordar ao cidadão essa realidade coletiva, adaptar as suas exigências com aquelas da comunidade e, se necessário, também exigir-lhes sacrifícios em nome da comunidade (NEUMAN, 1956, p. 144).

Se um primeiro grupo de autores identifica no partido político a organização necessária para a estabilidade de sociedades democráticas, um outro grupo de autores (SCHUMPETER, 1942; DOWS, 1957; PIZZORNO, 1983) passou a se preocupar com o *modus operandi* dos partidos, focando principalmente numa concepção genérica de que são “condições externas” e não “discussões internas” que interferem na atuação dos partidos, ou seja, as ações dos partidos são orientadas a partir de reações externas que pouco ou nada dependem do interesse de seus grupos.

Em “A Teoria Econômica da Democracia”, originalmente publicado em 1957, Anthony Dows propõe uma interpretação do fenômeno eleitoral baseado no conceito de racionalidade que, numa democracia, guiaria o comportamento seja de eleitores seja de eleitos. Antes de tudo, o eleitor racional tem preferência por políticas de governo que sejam capazes de estabelecer uma ordem de preferência entre as várias alternativas disponíveis. Os eleitores possuiriam informações que permitiriam optar entre os diversos partidos por aqueles que teriam condições de otimizar suas preferências. Caso cometesse erros, os eleitores poderiam avaliar melhor e mudar suas preferências. Dows (1957) propõe assim uma explicação que afasta o compromisso e a fidelidade de eleitores. Os partidos passam a ser vistos como empresas e os eleitores como consumidores que escolhem numa gôndola de supermercado os produtos disponíveis, podendo, uma vez experimentando um e se frustrando, provar outro e até mesmo voltar ao “primeiro”.

Os partidos políticos numa democracia são análogos aos empreendedores em uma economia baseada na busca do lucro. Para obter os seus benefícios privados, eles formulam qualquer política que permita a eles ganhar o maior número possível de votos, exatamente do mesmo modo em que os empreendedores produzem qualquer produto que os leve a obter maior lucro (DOWS, 1957, p. 295).

Como no mercado econômico se fala de soberania do consumidor, no sistema político haveria soberania do eleitor e o político seria meramente o mandatário dos desejos

do eleitor-mandante. Para Dows (1957), na política como na economia, a função social é realizada incidentalmente dado que são os vícios privados (busca de vantagens individuais) que produzem as virtudes públicas (controle democráticos dos eleitores sobre os eleitos). O comportamento dos partidos dependeria da localização dos eleitores dentro do espectro político que vai da esquerda à direita.

Obviamente a explicação de Dows (1957) recebeu uma série de críticas e questionamentos. Primeiro, ele não deixa claro como os eleitores adquirem informação suficiente para atingir essa “racionalidade” ignorando o campo da distribuição de informação como um campo de disputa de significados e interesses. Ao mesmo tempo, desconsidera assimetrias na *expertise* dos eleitores sobre temas específicos. Como se todos os eleitores pudessem acessar de maneira igual temas específicos. Além do mais, Dows (1957) parece generalizar e simplificar o próprio conceito de mercado, sem levar em consideração especificidades de uma economia multifacetada com uma heterogeneidade não alcançada no simples modelo do “lucro a qualquer preço” que ele quer aplicar. Igualmente é limitada a possibilidade de que partidos possam ser complexos a ponto de não atender na integridade os interesses de seus eleitores. No modelo de Dows (1957), o partido simplesmente atende aos desejos do eleitor, mas em sociedades heterogêneas ele não consegue pensar um cenário de disputa interna de interesses por grupos no mesmo partido.

Alessandro Pizzorno (1983) insiste na noção de partidos construídos a partir de identidades de grupo, identidades entendidas aqui meramente como agrupamento de interesses de grupos com proximidades seja de pensamento, seja de classe social ou econômica.

No debate político e intelectual, na simbologia, nos modos de organizar o exercício do voto, o sufrágio se apresentará então como um ato de escolha, bem como um rito de pertencimento; não uma expressão do cálculo dos interesses do indivíduo, mas muitas vezes da consciência para cada cidadão, de estar cumprindo, contemporaneamente a todos os outros cidadãos, uma função que faz viver politicamente a coletividade (PIZZORNO, 1993, p. 980)

Analizando um histórico de partidos europeus, Donatella Della Porta (2009) propõe uma classificação dos partidos a partir de duas categorias que se dividem em outras sub-

categorias. As duas categorias seriam: 1) partidos de notáveis; 2) partidos ideológicos de massa.

Até o fim do século XVIII, os partidos em geral se formavam ao redor de personalidades singulares. Características iguais também tiveram os partidos burgueses formatados no século XIX e compostos pelo séquito pessoal de personagens proeminentes na comunidade: proprietários fundiários no campo, juízes, tabeliões, advogados e professores. Os notáveis se destacavam na maior parte dos casos pela sua condição econômica dentro de um grupo em que exercia influência e gozava de uma consideração social. O representante eleito era o senhor local que gozava de confiança política. A eleição oferecia a esses membros locais o antagonismo à monarquia enquanto aumentava o controle dos recursos provenientes do Executivo que os distribuía de forma clientelista entre seus eleitores.

Maurice Duverger (1976) observou que uma vez eleitos no Parlamento os vários candidatos interagiam um com os outros com uma fraca coordenação vertical. Esses partidos tinham como unidade de base as comissões propondo como subcategoria a ideia de “partidos de comissão”. Cada comissão era composta por uma dúzia de homens, que eram escolhidos sem nenhum formalismo já que não precisavam se inscrever ou assinar uma carteira de adesão. Esse grupo representava uma certa elite de notáveis e de pessoas influentes: um médico, um procurador, um tabelião, um comerciante influente etc. Essas pessoas têm um peso social. Se assinavam um manifesto em favor de um candidato, arrastavam outras pessoas que, por um fenômeno de admiração e contágio social, tendiam a se alinhar à posição política desses notáveis. As comissões não tinham um caráter permanente. Os membros se viam muitas vezes. Mantinham contato entre si, mas essas reuniões não conseguiam regularidade. As reuniões de comissão eram, em certa medida, o momento de “exaltação” da personalidade dos notáveis entre seu público eleitor. Momento de homenagens e de diálogos com alguns eleitores muitas vezes em eventos informais.

Os partidos de notáveis se caracterizavam ainda por uma “representação individual” se limitando a defender interesses específicos de um grupo. Este partido era típico de uma sociedade com um campo político limitado e com baixo grau de participação. Esta se manifestava somente no voto e a organização do partido (quando existia) fica inativa nos períodos entre uma eleição e outra. A sua função principal era a

escolha dos representantes que, uma vez escolhidos, eram investidos de um mandato completo.

Os conflitos sociais emergiam naquele período fora dos partidos e se exprimiam na chamada esfera pública burguesa, que se desenvolveu na tensão entre Estado e sociedade. O conceito de esfera pública (HABERMAS, 1988) – que emerge com a modernidade – nasceu da possibilidade de distinção entre público (aquele ligado ao Estado) e privado (fora do âmbito de intervenção do Estado). O capitalismo financeiro e comercial necessitava de uma circulação internacional seja de mercadorias como de notícias, criando por outro lado uma classe social interessada em influenciar a ação do Governo. Essa “burguesia”, a partir de então, assumirá pouco a pouco uma posição hegemônica na sociedade.

O nascimento da esfera pública coincide com a reivindicação da parte dos súditos de um papel ativo de controle sobre as decisões que lhes resguardavam. É ao longo desse período que se afirmará a noção de opinião pública. A argumentação pública, racional e o confronto de ideias seriam peculiares a essa esfera pública emergente. Os cafés, os salões, as sociedades linguísticas, as lojas maçônicas eram os lugares onde se elaborava essa esfera que alargou fisicamente o espaço do público com o surgimento dos jornais, as sociedades de leitura e variadas associações.

Della Porta (2009) lembra que a partir da metade do século XVIII, seja na Inglaterra como na França, surgem uma série de petições sobre temas variados com milhares de assinaturas: liberdade de imprensa, fim do comércio de escravos. Ainda segundo a autora italiana, os partidos de notáveis na Europa assistiam com indiferença o nascimento desses movimentos, até a emergência do movimento socialista que propõe novos modelos de organização partidária.

A extensão de direitos políticos a não-notáveis faz emergir um novo modelo de partido: o partidos de massa. Della Porta (2009) atenta para o fato de que a necessidade de financiar as próprias atividades políticas leva a uma “profissionalização da política”, a construção de estruturas organizativas estáveis e o advento de uma função de integração social, para além da mera existência durante processos eleitorais. Não seria só na hora do voto que os trabalhadores construiriam um partido próprio, até porque não havia notáveis nos partidos de trabalhadores que podiam se autofinanciar e com jornadas de trabalho de quinze horas diárias seria impossível a militância política. Daí nasce a necessidade de contribuições regulares para a construção de estruturas permanentes e capilares dada à

extensão geográfica dos países e de metrópoles como as capitais europeias. Com objetivo de integração social, será no âmbito do partido que se desenvolverão atividades para além de mera participação na eleição. Em alguns países, partidos chegam a manter clubes de recreação, cursos de arte e cursos de formação política.

Com objetivo de sistematizar de forma resumida as diferenças entre partidos de notáveis e partidos de massas, segue uma tabela comparativa com alguns pontos.

Tabela 2 - Diferenças entre Partido de Notáveis e Partido de Massa

Líderes dos partidos	Notáveis, dotados de recursos autônomos	Políticos de profissão que vivem de política
Modelo de representação dos políticos	Deferência	Delegação
Período de Atividades do partido	Prevalentemente na campanha eleitoral	Permanente
Estrutura organizativa	Comissões eleitorais	Aparato burocrático com associações de massa
Função	Eleger um candidato	Integrar os membros na sociedade e no Estado
Base social	Burguesia	Trabalhadores
Situação no qual se desenvolve	Competição eleitoral restrita	Sufrágio eleitoral alargado

A estrutura de base típica do novo partido é a seção que se diferencia da comissão dos partidos de notáveis em muitos aspectos. Antes de mais nada, a seção é aberta a todos e objetiva aumentar o número de inscritos. A organização é mais formal, se entra na sessão com uma carteira de adesão, se paga uma cota, são convocados a reuniões regulares e se elege uma comissão diretiva.

Vale lembrar que os partidos comunistas criaram estruturas de base ainda menores: as células. A grande vantagem das células era que se reuniam tendo como base não a dimensão territorial, como no caso das seções, mas inicialmente inicialmente seguindo o

critério de atividade profissional, o que permitia amadurecer alguns debates em termos mais específicos. Assim havia células em fábricas, em universidades e até mesmo nas Forças Armadas. A estrutura de células também criava debates e ações independentes e ajudou partidos a suportarem a repressão em situações de clandestinidade, já que a desarticulação de uma célula pela polícia política não desarticulava outra.

Cerroni (1982) propõe três fases de desenvolvimento organizativo do movimento operário: 1) fase pré-política; 2) fase intra-uterina; 3) fase política extra-uterina ou estatal. A primeira fase é marcada pela necessidade, que membros do proletariado reconhecem, de se unir para a defesa de direitos dentro da sociedade moderna. É quando nascem as caixas de auxílio mútuo, caixas de assistência e organizações de resistência. As iniciativas são limitadas a ações corporativas de defesa de interesses práticos e imediatos.

Numa segunda fase, definida pelo autor como política intra-uterina, o nível de agregação começa a avançar sobre o horizonte político e econômico do Estado. É nesse momento que surgiram os partidos de operários e trabalhadores, mas, dentro da estrutura do Estado, permanecem como “representantes de classe” e não chegam a propor a reformulação desse próprio Estado.

Nesta fase se organizam os primeiros congressos dos partidos operários e socialistas. A denominação do partido é muito variada e inicialmente traz a marca de um persistente economicismo (partido operário, partido dos trabalhadores, etc.). O programa é um programa político que, entretanto, tem débeis ligações com as articulações ‘superiores’ da sociedade; não propõe nem a refundação do Estado, nem a derrubada do Estado. (CERRONI, 1982, p. 16)

Na Terceira fase, o partido operário passa a não mais ser um “representante de classe”, mas assume um protagonismo na condução da política, propondo uma reformulação das estruturas do Estado.

A classe operária exprime a sua capacidade de direção hegemônica em relação ao conjunto da sociedade e não mais apenas em relação aos membros da sua classe. Ela se contrapõe sem dúvida ao Estado (eis um ponto mais delicado de compreender), como uma parte, pois denuncia a parcialidade do Estado, mas se propõe não como uma outra parte perante este todo degradado a parte, mas sim como uma parte-todo. Percebe, portanto, a necessidade de se substituir por inteiro o Estado burguês e de propor ao resto da sociedade aquele modelo de direção unitária que devia ser o Estado burguês e que o Estado burguês não consegue ser. Aqui - deve-se dizer - a relação entre o partido político e a classe existe e não existe. Existe no sentido de que o partido político proletário desenvolve-se sob o impulso de instâncias típicas da classe operária; não existe no

sentido de que a determinação geral da perspectiva do partido político não é mais aquela superficial – indicada à primeira vista pelos interesses presentes e imediatos da classe operária, mas sim a que combina com estes interesses os interesses de caráter geral que ligam-na com os outros estratos da sociedade e com os interesses do desenvolvimento future da organização social e política. Nesse sentido, o partido é embrião da estrutura estatal. Aqui, o presente não é mais a chave exclusiva da organização política; intervêm o futuro e também o passado, na medida em que a coligação com os outros estratos da sociedade significa também coligação da parte nova, recém-nascida, da sociedade moderna com a parte residual do passado (os camponeses, os artesãos) ou com as categorias que representam a continuidade cultural (os intelectuais) (CERRONI, 1982, p. 17).

Salvo em algumas experiências de países que enfrentaram processos revolucionários, a maioria dos partidos de trabalhadores que ascendem ao poder através de processos eleitorais em democracias representativas vive dilemas de reestruturação e desfiguração de suas propostas originais seja na construção de alianças para vencer o processo eleitoral, seja na manutenção do Governo com a heterogeneidade de atores políticos.

03. A campanha de 2002

Antes da análise de algumas peças da campanha de 2002, faz-se necessária uma breve leitura sobre discurso político notadamente como abordado na obra de Patrick Charaudeau (2008). Primeiro aspecto a ser ressaltado é que qualquer análise do discurso político deve necessariamente levar em consideração a tensão existente na interseção entre campo de ação e campo de enunciação. Enquanto o primeiro deve ser entendido, grosso modo, como lugar de trocas simbólicas organizado segundo relações de forças; o campo de enunciação pode ser entendido como lugar dos mecanismos de encenação da linguagem.

O discurso político, no que concerne às suas significações e a seus efeitos, não resulta da simples aplicação de esquemas de pensamento pré-construídos que se reproduziriam sempre da mesma maneira que se esteja do lado dos dominantes ou dos dominados. As significações e os efeitos resultam de um jogo complexo de circulação e de entrecruzamentos dos saberes e das crenças que são construídos por uns e reconstruídos por outros. Essa construção-reconstrução se opera segundo o lugar ocupado no contrato e, ao mesmo tempo, segundo o posicionamento dos indivíduos que ocupam essas posições. Ora, esses posicionamentos resultam de linhas de pensamento diversas, de reações ao mesmo tempo emocionais e intelectivas e de interações em situações particulares em que eles estão alternadamente em posição de dominante e de dominado. Diremos que as significações do discurso político são fabricadas e mesmo refabricadas, simultaneamente, pelo dispositivo da situação de comunicação e por seus atores. (CHARAUDEAU, 2008, pp. 52-53)

Charaudeau (2008) chama atenção ainda para o fato de que toda construção do ethos se faz em uma relação triangular entre si, o outro e um terceiro ausente. Esse “terceiro ausente” seria portador de uma imagem ideal de referência. “No discurso político, as figuras do ethos são ao mesmo tempo voltadas para si mesmo, para os valores de referência” (CHARAUDEAU, 2008, p. 137). Ele chega a descrever um “ethos de identificação” que situa o sujeito político num enunciador de discursos que busquem identificação com um número maior de pessoas e fazendo com que, para isso, transite sempre numa tensão entre pólos diversos. Assim, o político tenta se mostrar ao mesmo tempo moderno em alguns pontos e tradicional em outros; poderoso em alguns momentos, modesto em outros. Mesmo essa ambivalência de discursos, é possível destacar algumas que são mais determinantes que outras.

Assim, a leitura da campanha eleitoral de 2002 deve ser visto tanto por uma complexidade de atores e cenas difíceis de serem plenamente alcançadas já que envolvem

desde o momento próprio de sua elaboração, o momento da campanha em si com sua tensão e embate entre adversários. Os recursos materiais disponíveis, o arco de alianças construído, sua manutenção e sua tentativa de ampliação.

Da mesma forma, uma campanha presidencial num país como o Brasil marcado por um gigantismo geográfico, muitas diferenças regionais e um universo de mais de cem milhões de eleitores leva quase sempre à procura de um ethos de identificação extremamente fluido e, por vezes, carregando discursos contraditórios. A campanha de Lula em 2002 já nascia com um enorme desafio que era abrigar numa mesma candidatura uma parte considerável do heterogêneo grupo que compunha as forças de oposição ao Governo de Fernando Henrique Cardoso. Isso ficou ainda mais forte durante o segundo turno quando os outros dois principais candidatos da disputa (Anthony Garotinho e Ciro Gomes) declararam apoio à candidatura do PT.

Dito isso, passemos a uma análise de algumas peças da campanha de 2002. Elas foram selecionadas para que se pudesse “focar” somente naquelas que têm uma relação mais próxima com a proposta deste trabalho. Optou-se por uma transcrição dos áudios, descrição das imagens e transcrição das músicas e jingles presentes.

03.1. “Um novo contrato social”

A campanha de 2002 não nasceu com a certeza de que Lula seria vitorioso. Num dado momento da campanha naquele ano, o candidato do PPS, Ciro Gomes, apareceu em primeiro lugar em algumas pesquisas de intenção de voto. Além do mais, Lula já havia participado de outras três campanhas presidenciais e em pelo menos uma delas – 1994 - era apontado no início da campanha como favorito tendo depois perdido no primeiro turno para Fernando Henrique. Em 2002, se viu obrigado a disputar prévias internas com o senador paulista Eduardo Suplicy. A “Carta ao Povo Brasileiro” já havia sido divulgada. É nesse contexto que o HGPE começou no dia 20 de agosto de 2002 e não é objetivo aqui fazer uma análise de todos os programas. Foi feita a seleção de alguns programas que, em conjunto, possibilitam uma leitura de aspectos principais desenvolvidos na campanha eleitoral do HGPE daquele ano.

Áudio (locutor): “Atenção Brasil. Começa agora o programa Lula Presidente”.

Imagen 1



Panorâmica de uma espécie de “base de comando” da campanha presidencial

Numa panorâmica rápida faz-se ver uma série de personalidades trabalhando numa espécie de “escritório” ou “posto de comando”. A maioria das pessoas que aparecem na imagem passaria despercebida para um grande público, mas não para quem acompanha a vida pública de uma forma mais próxima. Tratava-se de um misto de políticos (José Dirceu, José Genoíno, Aloizio Mercadante) e de alguns professores universitários (Pinguelli Rosa, Maria da Conceição Tavares). Ao longo da campanha, ficaria mais claro que se tratava, na verdade, da equipe responsável pela elaboração do programa de governo.

Essa imagem da campanha se repetiu em quase todos os programas do primeiro turno e, após essa panorâmica, em que esses nomes apareciam trabalhando, ao final sempre aparecia Lula. Com um detalhe. Todos apareciam quase sempre sentados, enquanto Lula aparecia de pé como na imagem a seguir.

Imagen 2



Aloizio Mercadante (candidato ao Senado por SP), Lula e José de Alencar

Lula: “Boa noite, Brasil. Começa agora o nosso primeiro programa do Horário Eleitoral. E eu faço questão antes de qualquer coisa de agradecer à minha equipe. Que durante praticamente todo esse ano esteve ao meu lado dias inteiros, às vezes noites inteiras, dando cada um o melhor de si para que pudéssemos ter hoje nas mãos um programa de Governo à altura do Brasil que todos nós queremos construir”.

Locutor: Fazem parte da equipe de Lula para a área de crescimento econômico e geração de emprego e renda: José Dirceu, advogado formado pela PUC, fundador e presidente nacional do PT; Guido Mantega, economista com Doutorado pela USP, Doutor em Sociologia do Desenvolvimento com especialização na Inglaterra, Professor de Economia da Fundação Getúlio Vargas; João Sayad, Secretário Municipal de Finanças de São Paulo, PhD em Economia pela Yale University, ex-Ministro Chefe da Secretaria de Planejamento da Presidência da República; Aloizio Mercadante, economista e professor universitário, Mestre em Economia pela Unicamp, eleito economista do ano de 2002 pela Ordem dos Economistas do Estado de São Paulo. (HGPE, 20/08/2002)

Pairava contra Lula a crítica de que não possuía diploma universitário. Parece evidente que a estratégia da equipe responsável pelo programa eleitoral foi abrir o horário

eleitoral enumerando vários nomes com carreira acadêmica para dar uma espécie de “legitimidade” de fala.

Ao mesmo tempo, essa estratégia era construída para que deixasse claro que mesmo com a presença de tantos intelectuais, seria Lula a dar a palavra final. Um detalhe importante é perceber que nem todos os colaboradores no programa de Governo eram filiados ao PT. João Sayad, por exemplo, já havia sido inclusive Ministro na Presidência de José Sarney (PMDB). Outros que aparecem na imagem na panorâmica da abertura também não eram filiados. É aqui que de forma muito sutil começa a se ver um certo desprendimento de Lula do PT. Em que pese ele sempre estar com a estrela vermelha no peito e ressaltar o orgulho de ter sido fundador do partido junto com outros “companheiros”, a campanha de 2002 tinha em alguma medida a pretensão de construir uma imagem de Lula para além do PT ou “muito maior que o PT”.

Essa imagem de um Lula “engravatado” serve muito menos para endossar uma crítica banal de uma contradição entre alguém que um dia se vestia como operário de fábrica do que para ajudar a configurar a imagem de um gestor, gerente ou executivo. A imagem de uma panorâmica em que pessoas estão trabalhando com papéis finalizando num Lula em pé abre essa possibilidade de interpretação. Um gerente moderno que convida pessoas competentes a trabalhar com ele, independente de filiação partidária.

Além do mais, entre os responsáveis pela política econômica do Governo não se encontra nenhum operário ou sindicalista. Charaudeau (2008) percebeu que a “mística da esquerda” também não incorpora imagens clássicas de defesa da “classe operária”. O mesmo se percebe na Itália onde o principal partido de esquerda, o Partido Democrático (PD), é herdeiro das tradições do Partido Comunista Italiano (PCI).

Não há mais esse discurso da mística da classe operária, que por tanto tempo ocupou a cena política do século XX, nem de mística do igualitarismo inscrito no frontispício da trilogia republicana francesa (Liberdade, Igualdade, Fraternidade); nem de mística de triunfo do povo sobre o burguês, sendo que o próprio conceito de povo mudou de significado (ele não é mais reservado de forma exclusiva aos operários ou aos trabalhadores, mas abrange o conjunto das categorias sociais); nem de mística enfim de uma transformação da sociedade como motor das lutas populares. Agora vemos um discurso que não mais se inscreve em uma perspectiva histórica nem mais propõe a utopia, e que pode conduzir a certo desencantamento dos setores militantes. Em contrapartida, vêem-se aparecer temas novos. Desde que a economia de mercado foi aceita pelas elites da esquerda – cuja data pode ser fixada no segundo Governo Mitterrand, com Laurence Fabius como primeiro-ministro – surgiu um

discurso por muito tempo sustentado pelos partidos de direita, que prioriza a economia de mercado em detrimento do igualitarismo: é preciso produzir a riqueza para depois reparti-la (CHARAUDEAU, 2008, pp. 298-299)

Fica evidente desde o primeiro programa do HGPE que não estava em pauta uma ruptura institucional com qualquer ordem estabelecida. Há, na verdade, um esforço de aceitação e de reconhecimento maior de uma camada da sociedade que pudesse ver com desconfiança a imagem de Lula e do PT.

Imagen 3



Lula aborda política econômica no primeiro programa do HGPE

Lula: A crise que o nosso país atravessa não deixa dúvida. O atual modelo econômico está esgotado. Somos um país cada vez mais endividado e cada vez mais e cada vez menos produtivo. Ou seremos capazes de produzir mais e fazer crescer a renda do povo fortalecendo a nossa economia ou continuaremos andando para trás. E porque isso acontece? Veja: se o povo não tem trabalho sua renda cai e ele não compra. Se ele não compra, a loja não vende. Se a loja não vende, a indústria não produz. Se a indústria não produz, ela não emprega. E tudo isso paralisa a vida do país. E como se faz para sair dessa situação. Veja as minhas principais propostas. (HGPE, 20/08/2002)

Há dois aspectos importantes a serem ressaltados. O primeiro é o caráter didático da enunciação discursiva de Lula. Qualquer compreensão do caráter carismático de sua

figura passa, sem dúvida, por uma observação desse aspecto. Suas falas são marcadas por esse didatismo que aqui fica evidente na lógica A (não tem trabalho) levando à B (não tem renda) que leva à C (se ele não compra, a loja não vende) e assim sucessivamente.

Outro aspecto é que o consumo aqui aparece como ponto central de uma cadeia que vai da produção à comercialização dos produtos. Ou seja, uma lógica que não questiona o caráter desse consumo, apenas que é preciso e necessário que ele aconteça para que toda uma cadeia possa começar a girar. A consequência disso tudo é dada com uma hipérbole enfática: “tudo isso paralisa a vida do país”.

Desde o início da campanha eleitoral de 2002 estava inscrita a importância da inserção de uma parcela da população num ambiente do consumo de bens materiais para a política econômica proposta pelo PT? No começo, creio que não é possível afirmar que isso se ressalta em relação aos demais pontos e se torna central. Porém, é possível que ele já existia e estava lá sempre desde o início já formulada como algo que desencadeará uma sucessão de outros pontos importantes numa lógica de produção.

Locutor: estabelecer novo contrato social entre Governo, empresários e trabalhadores, visando à retomada do crescimento econômico, geração de empregos e melhor distribuição de renda. Aumento das exportações. Redução da taxa de juros. Reforma tributária justa que desonere a produção. Incentivo à construção das casas populares.

Estímulo ao turismo, à agroindústria, à agricultura familiar e à reforma agrária. Garantir crédito para microempresas e para pessoas que trabalham por conta própria. Apoio aos projetos sociais e a todos os programas de geração de emprego.

Lula: Quero aproveitar para dizer também aos empresários que o Brasil precisa muito deles para esse grande desafio de voltar a crescer, gerar empregos e exportar. E que eles terão da minha parte todos os incentivos necessários. Mas quero dizer também claramente que esse será o país da produção e não o país da especulação. O país do trabalho sério, do lucro justo e não o país da corrupção, dos aproveitadores, dos especuladores, dos agiotas que sugam nosso povo. Talvez por isso tenha tanta admiração pelo senhor mineiro José de Alencar, meu vice, um dos maiores e mais sérios empresários do Brasil. Que lutou e cresceu de forma independente e que hoje exporta 50% de sua produção, trazendo divisas e gerando nas suas fábricas mais de 30 mil empregos diretos. É importante que você pense bem nisso pois o futuro que você quer para o nosso país passa nesse momento pela coragem de mudar. (HGPE, 20/08/2002 - tarde)

Novamente são importantes dois aspectos inter-relacionados. O primeiro é a proposta de uma espécie de pacto entre empresários, Governo e trabalhadores. Francisco de Oliveira (2010) considerou essa a maior contradição elaborada pelo PT na campanha de 2002: a possibilidade de se negar um processo histórico em que atores diferentes passam, a

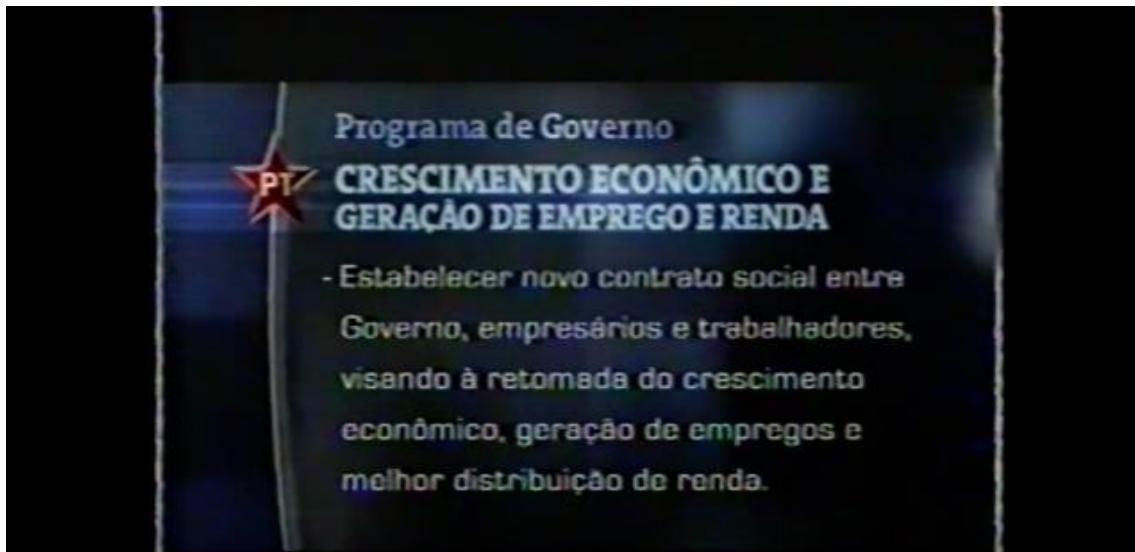
partir de um determinado momento, a se sentarem juntos em defesa de um interesse comum quando, na verdade, não há possibilidade de interesse comum entre empresários e trabalhadores. Vale ressaltar que a compreensão de “interesse comum” aqui se restringe ao campo econômico. Num cenário de defesa nacional como uma guerra, seria possível pensar esse mundo nesse apaziguamento das diferenças. Fica evidente que a lógica era a mesma já detectada por Charaudeau (2008) e citada anteriormente: “produzir mais para depois distribuir”. Fica expressa a garantia de Lula de que “eles terão todos os incentivos necessários” (HGPE, 20/08/2002).

O segundo aspecto é a presença do vice José Alencar, do Partido Liberal. Empresário do setor têxtil, José Alencar, é apresentado nesse primeiro programa como um “dos maiores e mais sérios empresários do país”. O contraponto no discurso é aos especuladores e agiotas. Há, porém, duas expressões que evidenciam uma marca no discurso de Lula.

A primeira é o que ele chama de “lucro justo”. O lucro aparece associado a uma ideia de justiça, não mais à especulação sobre o trabalho de alguém. Tratava-se, sem dúvida, da incorporação de uma perspectiva nova no discurso do líder do campo das esquerdas. Aqui, nem se fala de pequenos empreendimentos ou iniciativas médias. Aqui, está delimitado que os grandes empresários tem direito a obter “lucros justos” desde que atendam determinados requisitos.

Há ainda a referência a José Alencar como alguém que “lutou e cresceu de forma independente”. Não fica claro o significado de “independente” aqui. Há muitas interpretações aqui. Independente a que ou a quem? Mas entre as interpretações possíveis está a de alguém que cresceu independente do Estado brasileiro ter ajudado ou não. O PT construiu sua trajetória nos anos 1990 como sendo o mais importante ator crítico de modelos neoliberais de gestão. Por isso, a palavra “independente” aqui vive numa zona cinzenta e pode também ser interpretada como independente da corrupção ou do apadrinhamento patrimonialista que marca, para alguns, a trajetória do Estado brasileiro.

Imagen 4



Quadro didático sobre as propostas do programa de Governo

No programa da noite, repetiu-se o mesmo programa da tarde tendo se recortado alguns jingles para inserção de uma apresentação do vice, José Alencar.

José Alencar: Meus amigos. Meu nome é José Alencar. Sou empresário do setor têxtil. Senador da República por Minas Gerais. Com muita honra sou candidato à vice-presidência da República na chapa do Lula. Tenho viajado por todo o Brasil e fico impressionado em ver o carinho e o entusiasmo que o nome de Lula é recebido em todos os estados. Todos querem que o Brasil volte a crescer. Recupere o sentimento nacional e tenha no Presidente da República um brasileiro que possua sensibilidade social. Há grande afinidade entre mim e o Lula. Nossa aliança representa um pacto social importantíssimo. É a valorização do trabalho e da produção visando o crescimento da economia com geração de emprego e mais justa a distribuição da renda nacional (HGPE, 20/08/ 2002 – noite).

É importante destacar que a presença de José Alencar não foi a de um mero coadjuvante na campanha de 2002. Ajudou, sobretudo, a consolidar a imagem de uma candidatura que unia o “capital e o trabalho” na figura de um empresário associado a um operário.

Francisco de Oliveira (2010), no entanto, destaca que essa associação entre empresariado e trabalho funcionava somente para mascarar conflitos permanentes e desmobilizar críticos ao modelo empresarial brasileiro. Ele chama atenção para o conceito de hegemonia e sua relação com a construção de consensos. A sua hipótese é a de que o Governo do PT se configurava como uma “hegemonia às avessas”.

Cabe lembrar ainda que hegemonia é consenso e não coerção. Existe hegemonia quando indivíduos e grupos sociais aderem consensualmente a certos valores. Mas, como Gramsci observa, existe consenso ativo e consenso passivo. Esse tipo de consenso não se observa pela auto-organização, pela participação ativa das massas por meio de partidos e outros organismos da sociedade civil, mas simplesmente pela aceitação resignada do existente como “algo natural”. Mais precisamente, da transformação das ideias e dos valores das classes dominantes em senso comum de grandes massas, inclusive das classes subalternas. Hegemonia da pequena política existe, portanto, quando se torna senso comum a ideia de que a política não passa da disputa pelo poder entre suas diferentes elites, que convergem na aceitação do existente como algo natural. (...) Infelizmente, a chegada do PT ao Governo Federal em 2003, longe de contribuir para minar a hegemonia neoliberal, reforçou-a de modo significativo. (OLIVEIRA, 2010, p. 42)

03.2 Combate à fome

Lula: O tema do nosso programa de hoje é o combate à fome. Já estive três vezes no Vale do Jequitinhonha e nem que eu viva cem anos vou conseguir esquecer do que vi.

Uma senhora negra: A nossa cidadania é a fome porque eu mesma não tenho vergonha de falar não. Eu lá em casa passo muita necessidade.

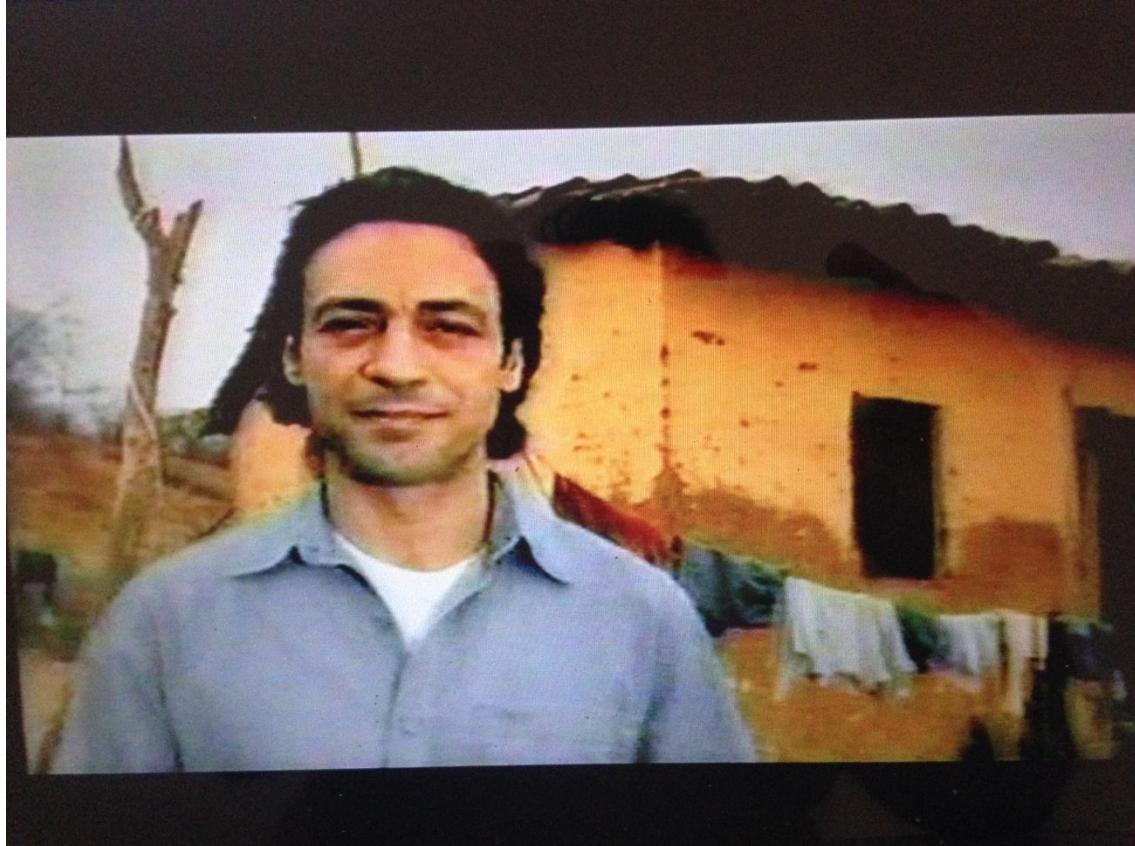
Uma mulher velha: As crianças pede o que de comer. As crianças chora e a gente chora também. Tem hora que a gente chora mesmo. As crianças não sabe de nada. Quer é comer. Então tem hora que não tem. O que é a gente vai fazer? É assim... tem coisa que não é boa não. Com fé em Deus a gente veve.

Luiz Carlos Vasconcelos (ator): De quatro em quatro anos tem eleição pra Presidente. De quatro em quatro anos os brasileiros e brasileiras dos lugares mais pobres desse país comparecem religiosamente às urnas pra dar o seu voto e a sua esperança é cada vez menor de que passada a eleição alguém um dia se lembre que eles existem (HGPE, 22/08/2002).

Dentro da construção de um ethos de identificação que transite entre atores diferentes do eleitorado brasileiro, o segundo programa do HGPE funciona como uma espécie de contrabalanço ao programa anterior. Enquanto o primeiro programa parece ser direcionado ao empresariado do setor produtivo brasileiro, o segundo programa toca no tema da miséria e da fome. Vista em conjunto, a campanha de 2002 segue esse caminho de mapear outros setores (agropecuária, educação, saúde, cooperativismo).

O tema da miséria esteve presente desde os anos 1980 na trajetória do PT. Dos movimentos contra a carestia nos anos 1980 à luta das Comunidades Eclesiais de Base da Igreja Católica incorporadas em grande parte pelo PT dos anos 1980, falar de miséria tocava também a uma militância histórica do partido.

Imagen 5



O ator paraibano Luiz Carlos Vasconcelos

Lula (sentado, vestindo uma camisa azul e uma gravata vermelha. Ao fundo, numa imagem desfocada um grupo de pessoas conversa como se estivesse num escritório): Não é possível que num país com a dimensão do Brasil com tanta terra fértil e com um povo trabalhador 43 (quarenta e três) milhões de pessoais passem fome e vejam que o Brasil produz alimentos suficientes para toda a sua população. O que falta não é comida. O que falta é emprego. É dinheiro. Para que as pessoas possam comprar o que por na mesa. Que país é esse onde o Poder público entra ano e sai ano e continua ignorando o povo mais pobre e os mais necessitados. A miséria. A Pobreza é uma realidade que o Presidente da República tem que enfrentar.

Música de Zezé di Camargo e Luciano: Tem alguém levando lucro. Tem alguém colhendo fruto sem saber o que é plantar. Está faltando consciência. Está sobrando paciência. Está faltando alguém mudar.

Imagen: casas de taipa e imagens de crianças maltrapilhas. (HGPE, 22/08/2002)

José de Souza Martins (2016) é um autor que deve ser lido entre aqueles que um dia foram militantes e simpatizantes do partido, mas se decepcionaram com a trajetória do PT no Governo. Essa ressalva é feita para entender que uma boa parte da crítica que produz carrega esse lado de uma decepção com o “que poderia ter sido” o PT. Os discursos do PT sobre a miséria carregariam uma marca forte de sebastianismo e da criação de uma figura messiânica.

Porém a insistência no tema do “combate à miséria” fazia de Lula um sujeito que podia transitar dentro dessa identificação com os pobres. A começar pela sua própria biografia de imigrante nordestino que chega em São Paulo num pau de arara e enfrenta muitas dificuldades nessa trajetória antes de se tornar um homem público importante. Em vários momentos do HGPE daquele ano há menção à trajetória e história de vida Lula.

Lula: Como em outros lugares assim, o jovem acaba largando tudo e fugindo pra cidade grande em busca de mais esperança. Aí o mais grave acontece. As capitais. As cidades maiores estão cheias de problema. De violência. De droga. De desemprego. E esses milhares de jovens que chegam que não conseguiram uma oportunidade vão aumentar ainda mais o contingente já tão grande dos que não tem onde morar, dos que não tem onde comer, dos que não tem onde trabalhar. E se enganam aqueles que acham que o problema da fome no Brasil acontece apenas no sertão nordestino. Talvez a fome mais injusta e mais cruel aconteça exatamente na periferia das grandes cidades brasileiras bem próximas do progresso e da riqueza

Locutor: Combate à fome, à miséria e à violência. Para Lula, a fome, a violência e os principais problemas do povo serão resolvidos com emprego digo e salário justo. Exatamente por isso seus projetos caminham sempre nesta direção. Incentivo à agricultura familiar. Criação de novas cooperativas. Reforma agrária justa, pacífica e bem planejada. Ampliação do microcrédito sem avalista, através do Banco do Povo. Programa Renda Mínima. Programa Bolsa Escola. Ampla política de desenvolvimento e geração de empregos nos pequenos municípios do interior do país

Lula: Não me conformo com a pobreza e não vou me conformar nunca com a miséria. Quero ser o Presidente da esperança, da fartura, da justiça e da oportunidade para todo o povo brasileiro.

Ator: Ao fazer um programa específico de combate à fome, Lula define claramente a cara do seu governo. Um governo que olha pra cima, pro futuro, pro desenvolvimento da nação, mas que não esquece também de olhar pra baixo, pros fracos, pros pequenos, pros famintos que significam mais de 40 milhões de brasileiros.

(HGPE, 22/08/2002).

Não aparece ainda em destaque os programas de transferência de renda. Visto em retrospecto, é curioso perceber que em 2002 a referência a isso aparece em menos de cinco segundos enumerado entre outras propostas. Não há ainda uma formulação sólida de que esse seria um programa fundamental durante o Governo com a criação do Bolsa Família em setembro de 2003. Na verdade, em 2002 ainda aparece como “Bolsa Escola”, uma experiência implementada pelo Governador do Distrito Federal, Cristóvão Buarque que, naquele ano, era candidato ao Senado. É importante ressaltar então que os programas de transferência de renda são construídos discursivamente nesse primeiro momento como associados ao combate à fome.

Outro aspecto interessante é a referência à reforma agrária. Outrora ponto central na campanha de 1989, em 2002 aparece como “reforma agrária pacífica, justa e bem planejada” e dentro de um programa de combate à fome, não dentro da promoção de justiça social. Além do mais, há referências à ampliação do microcrédito e criação de cooperativas. Seria precoce afirmar que aqui começa a se evidenciar uma percepção de empreendedor em vez de trabalhador, até porque no programa anterior usou e abusou da palavra trabalhador. Porém não seria absurdo sugerir que é embrião de uma nova perspectiva. No tema de combate à fome, não é exclusivo o papel do Estado (como muitos dos críticos podem considerar assistencialista o Governo).

Além do mais, o uso da palavra “combate” e a fome associada à miséria e à violência sugerem alguns pontos delicados. O primeiro é que a palavra combate incorpora uma noção de luta ou de guerra. A fome, violência e a miséria seriam então materializadas numa luta simbólica de algo externo e estranho? Se essa mesma palavra “combate” está associada a problemas de saúde pública, como epidemias, distancia os enquadramentos sobre a fome como advindos de problemas estruturais da formação da sociedade brasileira. Em nenhum momento, está em discussão na campanha de 2002 qualquer programa de reestruturação da sociedade brasileira. A solução dos problemas da fome, da miséria e da violência aparecem associados a um aumento da renda muito mais do que a esse aspecto transformador da sociedade.

03.3 O “terror”

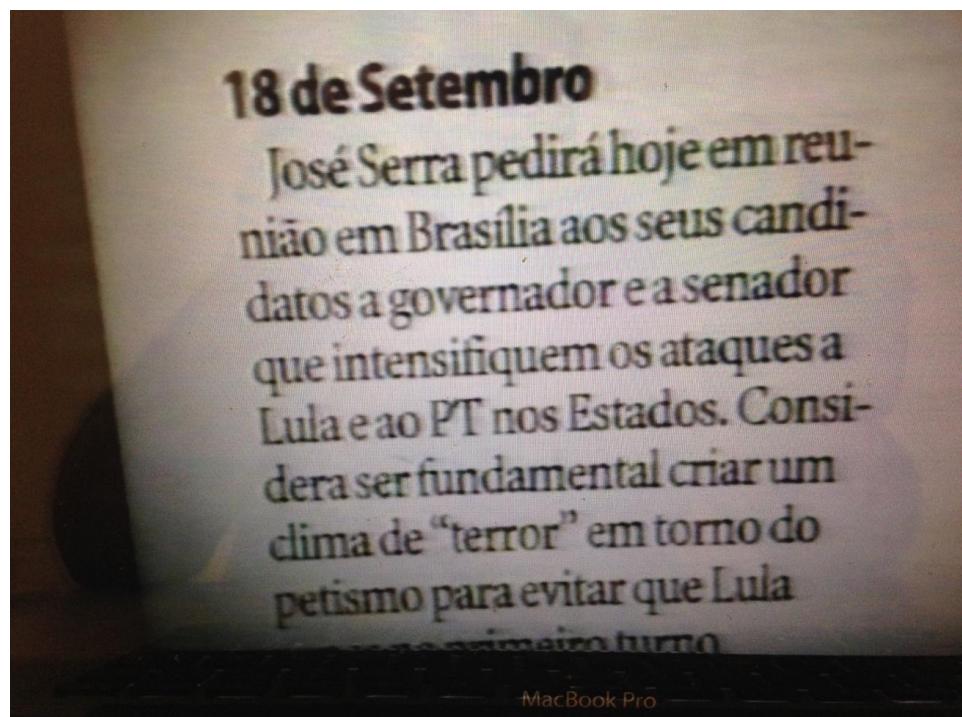
Locutora: Boa noite após a divulgação das últimas pesquisas que mostraram Lula vinte e cinco pontos acima do candidato do Governo José Serra aconteceu o que toda imprensa já noticiava .

Imagen da coluna Painel do jornal Folha de S. Paulo com destaque na palavra “terror”

Locutor: Folha de S. Paulo, 18 de setembro. José Serra pedirá hoje em Brasília aos seus candidatos a governador e a senador que intensifiquem os ataques a Lula e ao PT nos Estados. Considera ser fundamental criar um clima de ‘terror’ em torno do petismo para evitar que Lula vença no primeiro turno.

Locutora: A posição de Lula desde o início dessa campanha tem sido a de apresentar todos os dias suas propostas de Governo. Nos reservamos entretanto o direito de, ao sermos atacados, prestar aos eleitores brasileiros alguns esclarecimentos em defesa da verdade.

Imagen 6



Fac-símile da coluna Painel do jornal Folha de S. Paulo

Locutor: Na última terça-feira o candidato José Serra se comparou a Lula. Uma comparação que exaltava suas virtudes que tinha o objetivo claro de desqualificar seu adversário.

Locutora: A questão central a que interessa de verdade nesse momento não é a questão levantada por Serra sobre quem tem diploma e quem não tem e sim quem hoje está politicamente mais maduro e mais preparado pra governar e fazer as mudanças que nosso país precisa até porque é bom lembrar que Fernando Collor era formado e tinha diploma.

Locutor: No seu programa, Serra ainda acusa Lula de estar prometendo criar dez milhões de emprego enquanto ele, Serra, diz estar preparado pra gerar oito milhões de emprego.

Locutora: Mais uma vez essa não é a discussão relevante. Se são oito ou se são dez. A discussão relevante é que pra Lula provar se vai ou não conseguir gerar os milhões de empregos que o Brasil precisa, é necessário que ele ganhe as eleições e tenha oportunidade de governar. Enquanto o candidato José Serra que promete na TV todos os dias criar oito milhões de emprego já teve a sua oportunidade como Ministro do Planejamento no primeiro mandato de Fernando Henrique e não foi capaz de gerar um só emprego. Ao contrário em seus dois anos à frente do Ministério do Planejamento a taxa de desemprego no Brasil dobrou segundo dados oficiais do IBGE. (HGPE, 19/09/2002)

Dois aspectos são importantes no discurso construído nessa peça. A primeira é a tentativa de deixar evidente a marca de uma campanha propositiva em contraponto a uma candidatura que só faz críticas e ataca o adversário. A trajetória do PT até então era a do partido que fazia a crítica. Estava sempre na oposição. E mesmo em 2002 era uma candidatura de oposição só que o favoritismo que se evidenciava nas pesquisas de intenção de voto fazia com que o partido adotasse cautela na perspectiva de uma disputa de segundo turno. Só um estudo sobre a campanha de José Serra (PSDB), principal adversário, permitiria a afirmação de que ele focou a campanha numa tentativa não só de desqualificar Lula e o PT criando um clima de terror com a provável vitória de Lula naquele ano. No entanto, a partir de um dado momento da campanha no primeiro turno, entre meados de setembro, Serra passara a criticar Lula em todos os seus programas. Num dado momento, a campanha do PT passa a dedicar alguns minutos do seu tempo a rebater críticas de Serra e vários programas do HGPE do PT passam a destacar Lula como o mais qualificado a ser Presidente. Daí a quantidade de empregos a serem criados é colocado como sendo “o menos relevante”, enquanto o mais importante é saber quem é o mais “preparado”. Patrick Charaudeau fala de um “ethos de competência”.

O ethos de competência exige do seu possuidor, ao mesmo tempo, saber e habilidade: ele deve ter conhecimento profundo do domínio particular no qual exerce sua atividade. Mas deve igualmente provar que tem os meios, o poder e a experiência necessários para realizar completamente seus objetivos, obtendo resultados positivos. Os políticos devem, portanto, mostrar que conhecem todas as engrenagens da vida política e que sabem agir de maneira eficaz. É pela visão do conjunto do percurso de um político que se deve julgar seu grau de competência. (CHARAUDEAU, 2008, p. 125)

Mais do que qualquer outro candidato, talvez tenha sido Lula o mais questionado sobre competência e capacidade de governar. No mesmo dia, o programa seguiu na construção desse ethos da competência.

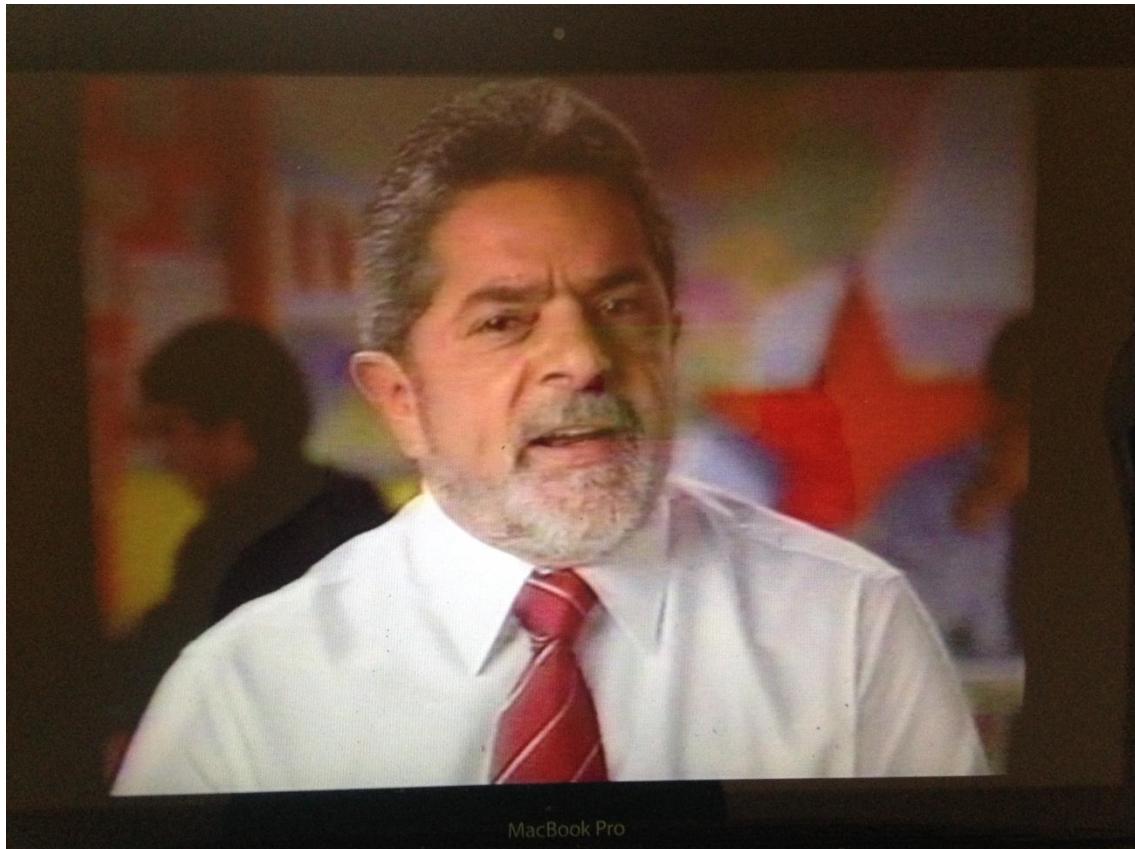
Locutor: Agora faltam poucos dias para as eleições. Por isso, Lula aproveita o seu programa de hoje para dar ao povo brasileiro uma ideia geral de como pretende governar o nosso país caso seja eleito Presidente da República.

Lula: “Em primeiro lugar quero garantir a todo o povo brasileiro se eleito Presidente o meu governo será um governo de paz, responsabilidade e diálogo como nunca se viu antes nesse país. Sempre acreditei que tudo fica mais fácil de ser resolvido quando as pessoas sentam em volta de uma mesa dispostas a encontrar soluções de maneira franca e, sobretudo, sincera e leal. Sei fazer isso como poucos porque fiz isso a vida inteira. Quero fazer um Governo de união nacional sem mágoas e sem rancores. Tenho muito orgulho do PT, partido que criei com inesquecíveis companheiros há vinte e dois anos. Mas tenho clareza que se eleito serei o Presidente de todos os brasileiros e quero governar com todas as forças políticas da sociedade que querem me ajudar a construir um Brasil decente e mais feliz. Quero ser o Presidente que vai ser duro e firme nos momentos necessários, mas quero ser sobretudo um Presidente compreensivo, generoso e justo. Como tenho afirmado durante toda essa campanha vamos honrar todos os compromissos assumidos pelo governo brasileiro. Vamos manter a inflação sobre controle e as metas do superávit primário que forem necessárias, mas temos que mudar essa política econômica perversa que paralisou a nossa economia, aumentou a nossa dependência externa, fragilizou nossas empresas, causando o maior desemprego da nossa história e a menor taxa de crescimento dos últimos cinquenta anos. Precisamos fazer uma reforma tributária justa cobrando menos impostos de quem trabalha e produz. Temos que retomar o crescimento econômico. Reduzir as taxas de juros e nesse momento de crise concentrar o máximo de esforços pra aumentar as exportações. Vamos ter que lutar muito mas vamos tirar o país dessa crise. Tenha certeza disso. O desemprego está intimamente ligado ao desaquecimento da nossa economia. E vamos provar que temos como resolver esse problema. Pra isso, a primeira coisa a fazer é estimular a produção, aumentar as exportações e retomar o crescimento econômico que é o que o atual Governo já deveria ter feito há muito tempo. Sem produção, não há emprego. Temos que fazer também um grande pacto social colocando em volta da mesa trabalhadores, empresários, sindicato e governo em busca de alternativas. Temos que ter novas leis trabalhistas, novos estímulos à produção, incentivos fiscais, linhas de crédito, financiamento e redução de impostos. (HGPE, 19/09/2002)

Novamente, na construção do ethos de identificação apontado anteriormente por Patrick Charaudeau, é possível ver um discurso que transita por campos diferentes. O Lula “duro”, “firme”, é o mesmo “compreensivo” e “justo”.

Ao mesmo tempo, volta a insistir num apaziguamento dos conflitos. Num governo de “paz”, de “união nacional”, “sem mágoas” e “sem rancores”. A política exercida não mais como espaço de disputa de diferenças, mas exatamente como ambiente de “apagamento” dessas diferenças em nome de um bem comum.

Imagen 7



Lula numa versão “paz e amor”

03.4 Geração de emprego

Ainda na construção do ethos de identificação, Lula transita pelo tema da geração de emprego buscando uma espécie de “lugar de fala” que transita entre sujeitos ideais diferentes, o “empresário” e o “operário”. O tema da geração de emprego é apresentado por diferentes ângulos e pontos de vista.

A pesquisadora Luciana Panke (2010) analisou as palavras presentes nos discursos de Lula, já eleito Presidente, no seu primeiro ano de mandato presidencial em 2003 e constatou que a palavra “emprego” foi a mais utilizada.

Na busca, constatou-se que a expressão emprego (37%) foi a mais citada pelo Presidente, seguida da palavra geração (21%), trabalho e renda (13% cada) e salário (10%). Em contrapartida, a palavra desemprego foi pouco utilizada (apenas 5%) indicando o otimismo do Presidente apresentando-se como uma das estratégias argumentativas (PANKE, 2010, p.116)

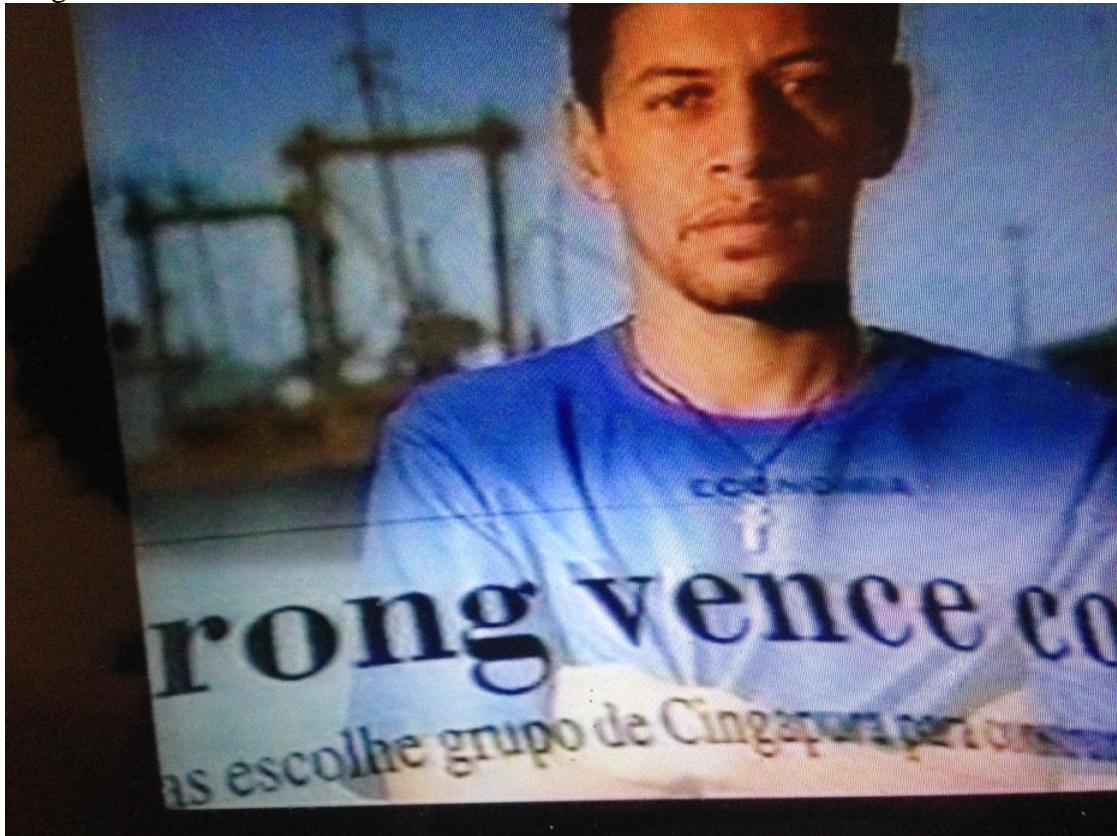
De certa forma, já na campanha de 2002 era possível perceber uma espécie de protagonismo que o tema do emprego ganhava e perpassava temas diferentes como, por exemplo, uma denúncia de sucateamento da indústria naval.

Lula: Boa Noite. O tema do nosso programa de hoje é geração de emprego.

Imagens de homens de braços cruzados fundidas com imagens de uma plataforma de Petróleo.

Locutor: Num momento em que nossa economia precisa tanto de dólares para voltar a crescer e o nosso povo precisa tanto de novos empregos, a Petrobras inexplicavelmente resolve construir três novas plataformas marítimas no valor de um bilhão e meio de dólares fora do país. Uma já foi para Cingapura e as outras duas se o Brasil não reagir seguirão o mesmo caminho. Será um duplo prejuízo. Ao mesmo tempo que mandamos um bilhão e meio de dólares pra fora. Deixamos de criar aqui 25 mil novos empregos nos próximos três anos.

Imagen 8



Lula: Para sair da crise o Brasil precisa equilibrar sua balança de pagamentos. Quantas vezes você ouviu isso nos últimos tempos? Trocando em miúdos. Isso significa que temos que exportar mais e importar menos. Mas enquanto o Brasil precisa fazer esse grande esforço. A Petrobras parece ignorar que ela é uma empresa brasileira. Faz concorrência para construção de três plataformas marítimas no valor de 1,5 bilhão de dólares e, apesar da gente ter estaleiros capazes de produzir essas plataformas aqui no Brasil ela já assinou a construção da primeira delas em Cingapura na Ásia. E está praticamente certo que o destino das outras duas será o mesmo. Mas uma coisa: se essas plataformas fossem construídas no Brasil gerariam cerca de 25 mil novos empregos, isto é, além de mandar 1,5 bilhão pra fora, deixamos de criar milhares e milhares de empregos aqui dentro. Achei essa história tão absurda que vim em Angra dos Reis a conferir e é a mais pura verdade. O presidente do Estaleiro confirmou tudo. Essas plataformas podem ser feitas aqui. É que inexplicavelmente resolveram fazer lá fora. (HGPE, 29/08/ 2002)

Primeiro aspecto que chama atenção é a articulação entre os “dólares” necessários para a retomada do crescimento econômico” e a “geração de emprego” no Brasil. Num número total de 25 mil em três anos que seriam perdidos com a construção de plataformas fora do Brasil segundo o discurso presente na peça publicitária. A imagem dos dólares sendo “descartados” para um outro país, reforçava em alguma medida a defesa de um discurso nacionalista. Os “um bilhão e meio” deixados para Cingapura enquanto um pouco

antes imagens de homens de braços cruzados fundidas com notícias de jornais sobre o desemprego. Aí há um discurso que transita na tensão entre a adesão ao capitalismo e ao mercado internacionais e a perda de emprego nacional. Havia na Carta ao Povo Brasileiro uma preocupação em reduzir a vulnerabilidade externa com o esforço conjugado de exportar mais e criar um amplo mercado interno de consumo das massas com a combinação do incremento da atividade econômica com políticas sociais consistentes e criativas.

Outro aspecto importante é a relação com a Petrobras. Criada nos anos 1950 durante a Presidência de Getúlio Vargas, a empresa era – e ainda é – vista como símbolo de empresa nacional potente respeitada internacionalmente e que inseria o Brasil dentro de um dos mercados internacionais mais importantes: o do petróleo. Durante o mandato de Fernando Henrique Cardoso, uma proposta de quebra do monopólio estatal da exploração de petróleo havia sido duramente criticada pela oposição, notadamente pelo PT que também era crítico do processo de privatização ocorrido em empresas estatais brasileiras. Assim, falar da Petrobrás era, em alguma medida, demarcar uma posição favorável a uma empresa nacional ameaçada de ser esvaziada pelo PSDB.

O mais marcante parece vir na imagem a seguir em que Lula caminha de capacete numa visita a um estaleiro da Petrobras em Angra dos Reis. A composição faz parte da estratégia utilizada até então de construir um ethos de identificação transitando entre o político, os setores empresariais e os setores operários. O cenário – o de um estaleiro – apresenta uma obra o que tanto traz Lula e o articula diante de sua trajetória de ex-operário e trabalhador da metalurgia no ABC Paulista quanto o de ex-sindicalista.

Lula caminha ao centro da imagem. Usa uma camisa azul clara. Desaparece o paletó e gravata vermelhas que compunham imagens anteriores do programa em que ele aparecia em escritório e estúdios fechados. Aqui ele não aparece cercado de assessores técnicos. Aparece simplesmente ao lado de desconhecidos de um grande público. É também marcante que Lula aparece em movimento. Não aparece sentado ou em uma imagem fixa. Mas se movimentando o que delimita sua imagem de homem de ação em comparação com as imagens de homem “parado” fechado em escritório e gabinetes. Um homem dinâmico que vai ver os problemas diretamente onde eles acontecem. Uma cena externa. Algo que em campanhas costuma se resumir a comícios ou caminhadas de candidatos em bairros.

Outro aspecto importante é o olhar de Lula. Não se sabe para onde olha a não ser que seu olhar visualiza algo a frente. Não olha pra baixo. Nem olha um ponto definido. Caminha em direção a algo desconhecido para a frente. Nem todos presentes na imagem seguem a mesma direção do olhar do Lula. Enquanto alguns olham pra frente, alguns olham simplesmente para ele. Ninguém olha pra câmera. Embora ela esteja ali e impacte seguramente na forma como as personagens se comportam, não há um olhar direcionado a ela, o que dá um ar de naturalidade à cena, mas, ao mesmo tempo, pode deixar em questionamento se a cena era ou não ensaiada.

Imagen 9



Lula em visita a um estaleiro da Petrobras em Angra dos Reis

A imagem mostra Lula entre dois homens. Um homem mais jovem vestido de vermelho. E um homem mais velho, careca, de bigode. Há uma tensão entre o jovem e o velho. Mas mais do que isso. O homem de vermelho era um engenheiro da Petrobras que mais tarde, no mesmo programa, aparece defendendo que a empresa tinha plenas condições de desenvolver plataformas no estaleiro brasileiro. A imagem, que dura uns

cinco segundos no vídeo, ajuda a repetir a estratégia de um Lula que transita entre o discurso técnico e o discurso político. Que transita entre atores diferentes. Um amálgama da diversidade brasileira em busca de um pacto de união nacional.

Katia Saisi (2003) mostra que os programas do horário eleitoral de Lula em 2002 seguiam em alguma medida uma estrutura jornalística. A verdade como elemento unificador da relação entre público e mensagem tendo maior força no jornalismo que na Publicidade. Uma velha estratégia adotada de fazer crer que é jornalismo o que, na verdade, trata-se de publicidade. A propaganda eficaz sendo aquela que não se apresenta como propaganda. O tema da “geração de emprego” volta na construção de um ethos de identificação. Em outro programa, o foco era a geração do primeiro emprego para jovens.

Em termos de forma, sua propaganda utilizou a linguagem jornalística: cada programa parecia uma matéria de jornal. Dados estatísticos eram mostrados por apresentadores que mais pareciam repórteres – e não figuras ilustres. As cenas tinham a mesma duração que as de um telejornal, com depoimentos em off e em vivo, projeção de gráficos e textos, e falas do candidato se alternando, de modo a dar um ritmo ágil ao programa. Foi muito utilizado o recurso jornalístico da projeção de GC, com resumo das propostas, e narração simultânea, de modo a facilitar a compreensão de seu plano de governo e a reforçar a mensagem. A linguagem adotada foi, em sua maior parte, objetiva, dirigida a um amplo espectro da população, dos mais jovens até os mais idosos, sem distinção de classe social. (SAISI, 2003, p. 248)

O programa do dia 12 de setembro seguia a mesma estratégia de apresentação de uma equipe técnica responsável pela elaboração do programa de Governo. Essa equipe trazia novamente nomes ligados ao ambiente acadêmico, seja professores de Universidades brasileiras como economistas com pós-graduação em Universidades estrangeiras. Essa estratégia em alguma medida parecia querer mostrar que Lula, apesar de não ter nível superior, tinha uma equipe técnica formada por professores universitários renomados com experiência acadêmica e prática em gestão pública o que daria respaldo a um governo Lula futuro. Ao mesmo tempo, sempre Lula aparecia ao final da panorâmica repetindo a estratégia de que, apesar de ter essa equipe, seria Lula a dar a “palavra final” na condução de uma política de Governo.

Lula: Boa noite. O nosso programa de hoje é sobre o primeiro emprego.

Locutor: Fazem parte da equipe de Lula para a área de geração de empregos: Maria da Conceição Tavares. Matemática, Economista, Doutora e Professora Emérita da UFRJ. Presidente dos Instituto dos

Economistas do Brasil. Glauco Arbix, professor e doutor em Sociologia pela USP. Ex-professor de Ciência Política da Unicamp e da FGV. Pesquisador do Massachusetts Institute of Technology e na Universidade de Cornell. Eduardo Suplicy. Economista e Bacharel em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas. Mestrado e Doutorado pela Michigan State University. Senador da República.

Imagen de jovens de braços cruzados com um cenário campestre ao fundo.

Locutor: A quantidade de jovens que chegam ao mercado de trabalho todos os anos é cada vez maior. Enquanto isso um absurdo acontece. Não existe no nosso país um grande programa que estimule as empresas a absorverem essa mão de obra iniciante.

Lula: Poucas coisas causam tanta aflição a um pai ou a uma mãe como assistir o sofrimento do seu filho ou da sua filha em busca do seu primeiro emprego. Tenho cinco filhos e sei o quanto eu e Marina sofremos durante essa etapa da vida.

Entrevista na rua com uma senhora idosa negra: O velho não tem porque tá velho demais, o novo não tem porque não tem experiência e aí fica tudo desempregado.

Entrevista na rua com uma jovem loira: Experiência que eles querem precisa prática que você só vai conseguir se você tiver algum contato.

Lula: O primeiro problema é a falta de experiência. Agora como ter experiência se ninguém dá o primeiro emprego. Essa é exatamente a grande contradição. Cheguei a uma conclusão: a única forma de motivar as empresas a contratar jovens sem experiência é dar a elas algum incentivo para isso. É exatamente o que eu vou fazer. Entretanto é importante ressaltar que o problema do desemprego no Brasil só será resolvido com a retomada do crescimento econômico. Engana você quem disser o contrário. O meu primeiro projeto deve ser visto não como uma solução definitiva mas como uma boa alternativa para evitar o agravamento da crise dos jovens que buscam a sua primeira oportunidade. (HGPE, 12/09/2002)

Novamente, o ethos de identificação transita entre atores diferentes. Embora o programa fosse voltado à explanação da proposta de emprego para os jovens. Havia também tentativa de construir identificação com os mais velhos. Vale destacar ainda a ênfase na retomada do crescimento econômico. Tema recorrente em discursos de Lula.

Imagen 10



Quadro explicativo da proposta de primeiro emprego

03.5 O pacto social

O programa do dia 21 de setembro novamente transitou entre a construção de um “pacto social” entre setores diferentes da sociedade brasileira e a estratégia discursiva de que Lula era competente e o mais adequado para assumir a Presidência. Ao trazer o presidente de uma empresa de eletrônicos famosa na época, esse pacto começa a ganhar uma proposta de configuração. Quando a fala “juntar todo mundo em torno delas (propostas)” é elaborada por um empresário famoso é como se coubesse a ele dizer o que a campanha em momentos distintos já dizia conferindo um grau maior de legitimidade e importância dado o lugar de fala do sujeito. Para quem falava Eugênio Staub? Seguramente para todos que assistiam ao HGPE, mas falava sobretudo aos milhares de empresários do país. Um recado aos “iguais” que, porventura, ainda estivessem em dúvida sobre a capacidade de Lula de ser Presidente.

Além disso, Staub apresenta uma dicotomia entre “técnico” e “político” bem como inicia a fala com “até recentemente eu acreditava”. Era uma estratégia persuasiva a partir de um depoimento de alguém que seria eleitor de José Serra e mudara de ideia agora enxergando Lula como o mais capacitado. Além disso, um enquadramento nos termos de

“técnico” e “político” enquadrando a falta da formação acadêmica de Lula de uma outra forma.

Imagen 11



Imagens do gado brasileiro. Depoimentos de pecuaristas dizendo não ter “medo” da vitória de Lula.

Lula: Antes de terminar o meu programa de hoje, eu gostaria de falar claramente duas coisas aos produtores rurais brasileiros. Primeiro: acreditem no Brasil. Aumentem seus rebanhos. Invistam na produção da boa carne e tenho certeza. Se eu for eleito presidente, não faltará apoio à pecuária brasileira, vou corrigir os juros, eliminar impostos sobre as exportações e implantar câmaras setoriais onde pecuaristas, frigoríficos e governo se reúnam para discutir os problemas da produção. Segundo: é uma questão de honra pra mim levar decididamente a paz ao campo com uma reforma agrária organizada e pacífica sem que terras ociosas como prevê a constituição. Se você tem sua terra e produz vai ser incentivado por mim a produzir cada vez mais. Afinal, o Brasil precisa disso.

Imagen 12



Pela primeira vez em toda a história do Brasil um candidato à Presidência da República consegue reunir em torno da mesma mesa uma centena de líderes dos mais importantes segmentos da sociedade brasileira. Lula se reuniu com empresários, sindicalistas, representantes do setor financeiro, de cooperativas agrícolas e representantes de ONGs para discutir a proposta de um Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social que vai permitir planejar o crescimento e o progresso social com a participação de todos. (HGPE, 21/09/2002)

A referência à “paz no campo” novamente traz uma aposta/defesa de Lula a um apaziguamento de conflitos. A reforma agrária necessária segundo o discurso de Lula é caracterizada como “organizada e pacífica”, além do mais chamando-se atenção para o respeito à constituição. Se o recado já vinha sendo dado em outros programas a empresários do setor de serviço e da indústria, agora era a hora de ampliar esse discurso para os empresários do setor rural, tradicionalmente mais conservadores e envolvidos em embates contra a reforma agrária.

Rever esse discurso 14 anos após a eleição de 2002 permite enxergar que estava já expresso o embrião do que viria a ser a política de reforma agrária do Governo Lula nos oito anos em que esteve no Poder. A maior parte das terras usadas em reforma agrária durante os oito anos de Governo não teve origem em desapropriação, mas em regularização fundiária de terras da União (FERNANDES, 2013, p. 192).

Para fazer a reforma agrária, é preciso enfrentar a base aliada dos capitalistas/ruralistas. O governo Lula a enfrentou em parte e, por isso mesmo, a maior fatia das terras destinadas para a reforma agrária em seu governo não tem origem na desapropriação, mas, sim, na regularização fundiária de terras da União. (...) A subordinação da agricultura camponesa ao capitalismo é resultado de políticas de desenvolvimento que determinam essa condição. Mudanças políticas podem romper com o nível dessa dependência, pois são os governos na correlação de forças que os apoiam, que definem essas políticas. A submissão do camponês ao capital é tanto um problema de economia política quanto de política econômica, mas é resultado de decisão política. Este é o cerne da questão agrária. (FERNANDES, 2013, p. 192)

Mais uma vez, a tentativa da construção de um “ethos de identificação” quando Lula assume a postura de um pecuarista que visita seu rebanho. Há ainda a seleção de imagens de fazendas de sucesso produtivas. Enquanto em programas anteriores havia a menção à miséria no campo, dessa vez o programa trouxe imagens de um gado gordo e bem cuidado. Novamente o trânsito entre imagens diferentes de “mundos diferentes”, o da miséria do Vale do Jequitinhonha num dia e o da prosperidade de produtores rurais em outro.

Imagen 12



Lula: Estou consciente e confiante da minha capacidade para comandar a superação e dar novo rumo a esse país, mas também tenho absoluta convicção de que essa mudança não é obra de um homem só ou de um único partido. É tarefa de um país inteiro com suas forças vivas e empenhadas em fazer valer a vontade popular.

Locutora: Presentes no encontro com Lula presidentes e diretores da Bolsa de Valores, da Bolsa de Mercadorias, Federação das Indústrias do Rio e de São Paulo, dirigentes da CUT, CGT, Força Sindical, Contag, presidentes das empresas Gradiente, Valisere, Vale do Rio Doce, Telemar, entre outras. (HGPE, 28/09/2002)

Imagen 13



Presidente da Federação Brasileira dos Bancos

Esse novo “pacto social” evidencia em alguma medida um deslocamento programático do PT. Esse processo não foi automático. Marcado por disputas internas que vinham desde 1995, na campanha de 2002 esse deslocamento se configura como a construção de uma ideia de partido que deixa de ser voltado à defesa de interesses de uma classe e adota uma postura em que quer transparecer a defesa de “interesses nacionais”.

O emprego recorrente de termos e expressões do vocabulário político do liberalismo nas formulações partidárias revela a crescente valorização das práticas da cidadania, da governabilidade, da democracia e da soberania nacional. (...) Ao sublinhar a ação do Estado, a preservação do espaço público e o desenvolvimento econômico, o PT foi deslocando paulatinamente, durante os últimos 15 anos, a reivindicação de reformas estruturais para a defesa de reformas distributivas e de repartição da renda e da riqueza no Brasil. O atendimento dos interesses nacionais se sobrepõe aos interesses específicos das classes trabalhadoras e, com isso, houve o abandono sistemático da ideologia de classe. Já o Estado deixou de ser visto apenas como instrumento de dominação social e foi concebido como alavanca para a transformação social, vetor de libertação das camadas populares e da autonomia do Brasil diante das outras nações.

A atuação política do PT seguiu uma tendência de não aguardar as reformas estruturais de uma efetiva ‘conquista do Estado’, aqui entendida na acepção de Antonio Gramsci, mas de fazer gotejar da institucionalidade estatal os benefícios aos segmentos sociais que pretende representar. (MARTINEZ, 2007. p. 273)

A tônica dos programas seguiu então a linha de mostrar credibilidade para setores produtivos do empresariado nacional. Rubim (2003) enquadraria a imagem de Lula na disputa de 2002 como vivendo numa tensão entre “mudança” e uma espécie de “medo do novo”. Ao mesmo tempo em que precisava se apresentar como mudança num cenário em que o desgaste do Governo Fernando Henrique Cardoso dava força a uma candidatura de oposição, Lula e o PT precisavam construir uma imagem de mudança que não assustasse determinados setores da sociedade brasileira.

É sempre bom lembrar que havia outras candidaturas de oposição na disputa e que, em determinado momento no primeiro turno, havia uma tensão muito maior entre Lula e essas outras duas candidaturas (Ciro e Garotinho) do que efetivamente uma polarização-oposição à candidatura de José Serra, do PSDB.

Os compromissos assumidos por Lula – em documentos como “A Carta ao Povo Brasileiro” e o “Compromisso com Soberania, Emprego e Segurança do Povo Brasileiro” tiveram um papel importante no resultado da eleição de 2002, pois garantiram a todos uma mudança sem grandes rupturas. O empresário Benjamin Steinbruch chegou até a escrever: ‘A atitude e os compromissos assumidos publicamente por Lula naquela hora de tensão provavelmente lhe garantiram a eleição’. (RUBIM, 2003, p. 50)

Nesse sentido, começa a se repetir durante a campanha uma ideia/noção de ineditismo. Não basta se apresentar como “novo”. Era importante ressaltar que esse “novo” era também inédito. O inédito estaria na capacidade de aglutinar setores diferentes da sociedade brasileira.

04. “Lula de novo com a força do povo”

Quantos são os elementos das demais classes trabalhadoras que reconhecem no proletariado a futura classe dirigente e que desde agora pretendem apoiá-lo em seu esforço de organização e enquadramento?
Antônio Gramsci. Escritos Políticos.

Não seria correto dizer que o fator determinante da campanha de 2006 levando à vitória do candidato do PT no segundo turno tenha sido o Programa Bolsa Família. Crítica das mais comuns e marcada por um certo preconceito de seus críticos, merecia uma leitura mais cuidadosa dos dados da campanha de 2006 sob o risco de se cair na reprodução do senso comum.

Como as questões relativas aos programas de transferência de renda constituem um dos elementos centrais do Lulismo, este trabalho decidiu fazer um levantamento de todos os programas da campanha de 2006 com o objetivo de identificar todos os temas abordados programa a programa com o objetivo de mensurar a quantidade de menções aos temas relacionados aos programas de transferência de renda (Anexo I).

Embora os dados sejam extensos, servem para dizer exatamente o espaço que um tema como o programa Bolsa Família ocupou na campanha de 2006. Os temas são apresentados através de palavras-chave na sequencia em que foram exibidos no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral. Não se quantificou o tempo dedicado a cada um desses temas.

De antemão, é possível perceber que os temas aparecem de forma “pulverizada” na campanha de 2006. A campanha de TV, coordenada por João Santana, optou por enumerar realizações do Governo Lula fazendo com que os temas apareçam majoritariamente de forma panorâmica. Trata-se de uma diferença central em relação à campanha de 2002 quando um único tema ocupava um único programa.

Como análise geral, faz-se necessário tentar identificar se é possível perceber uma mudança programática em relação à campanha de 2002 quando o PT estava na oposição. Após essa consideração geral sobre a campanha de 2006, se fará uma análise de alguns programas sobre alguns temas.

04.1. Bolsa Família

É evidente que o lugar de fala de Lula na campanha de 2006 é diferente. Pela primeira e única vez, Lula disputava uma eleição presidencial na condição de “situação”. Seu principal opositor, Geraldo Alckmin (PSDB), ex-Governador do Estado de São Paulo, mesclava seu programa entre denúncias de corrupção – o chamado escândalo do mensalão ocorreu um ano antes – e uma série de ataques à eficiência administrativa e à política econômica do Governo.

Para Singer (2012), a eleição de 2006 é marcada por um processo de clivagem eleitoral do PT. Se em 2002, a construção imagética de Lula tentava elaborar discursos na base de um ethos de identificação passando confiança para setores diferentes da sociedade brasileira; em 2006, Lula e o PT teriam feito uma opção de preferência majoritária às camadas mais pobres e de menor renda.

Mesmo mostrando que programas sobre Bolsa Família não ocuparam a maior parte do espaço da campanha daquele ano, é interessante observar como o programa sobre o tema foi construído. Isso aconteceu logo no dia 2 de setembro de 2006.

Locutor: Começa agora o programa do candidato que não agride e não calunia. O presidente que além de já ter feito muito pelo país, tem as melhores propostas para o nosso futuro. (HGPE, 02/09/2006)

Dois aspectos chamam a atenção nessa apresentação inicial. Enquanto algumas fotos de Lula em situações diferentes eram apresentadas, a referência a Lula - como o “presidente que além de já ter feito muito pelo país...” - evidencia a gestação de uma imagem política centrada no líder. Possivelmente é característica de campanhas presidenciais, mas serve para uma reflexão sobre a construção de um líder acima de seu partido e seu Governo. Teria sido ele – o Presidente – que “fez muito pelo país”. A expressão “fazer muito” com o advérbio “muito” carregando ênfase no verbo “fazer” além de ser uma forte marca de oralidade é, ainda, usado num sentido amplo que pode ser visto com um certo grau de messianismo. José de Souza Martins (2015) defende uma comparação entre a semântica dos programas do líder do PT e um resquício de messianismo. O “fazer muito” relacionado a um aspecto de salvação.

Imagen 14



Imagen recorrente na abertura dos programas: Lula abraçado por uma multidão

Imagen 15



O olho no olho do operário

As duas imagens acima eram recorrentes na abertura dos programas da campanha daquele ano. Na primeira (imagem 14), Lula aparece num primeiro plano, de lado, sorrindo. Uma mão parece querer tocá-lo mas não o alcança. Ao fundo, várias pessoas sorridentes. É possível perceber mais mãos querendo tocá-lo. Um senhor negro sorri e uma mulher jovem também sorri no centro da foto. Lula veste um terno claro. O “homem do povo-Presidente”, com mãos querendo tocar-lhe. A referência às mãos querendo um toque levanta a possibilidade de um algo no plano sagrado. Um santo? Alguém inalcançável? O terno e o sorriso trazem essa divindade para o campo da política. Política dos homens.

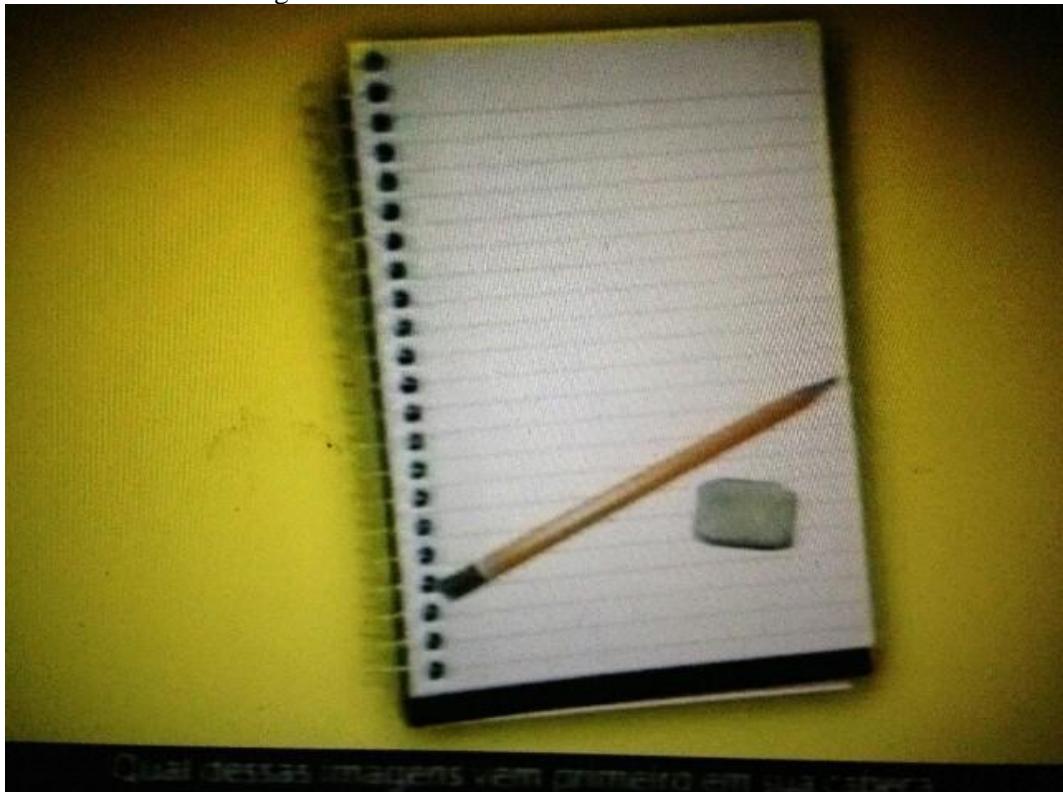
Na imagem 15, há o aperto de mãos. São duas imagens que se complementam e interpenetram entre si. Uma em seguida da outra. Um homem vestido num uniforme azul de operário com capacete e tudo, aperta a mão de Lula e olha direto em seu olho. A impressão é a de que há um forte aperto de mão. Lula sorri. Se na imagem anterior, uma mão tenta alcançar Lula, nessa a mão agarra seu ombro. Ele não veste terno, mas uma camisa branca e é possível se dizer que o operário encontra-se num grau mais elevado que o de Lula. É cedo para se falar, mas por enquanto não há imagens de professores universitários, empresários, fazendeiros. Agora, Lula toca diretamente o povo sem intermediários. O jingle entoa.

Jingle: É Lula de novo com a força do povo.

Autor com cara de índio – A maioria dos brasileiros já ouviu falar do Bolsa Família. 44 milhões deles não só ouviram falar como se beneficiam diretamente do programa. Mas será que o Brasil tem mesmo uma ideia completa do que seja o Bolsa Família?

Animação: qual dessas imagens vem primeiro em sua cabeça ao falar no Bolsa Família? Comida? Saúde? Educação? (HGPE, 02/09/2006)

Imagen 16



Caderno representando a educação no projeto Bolsa Família

Imagen 17

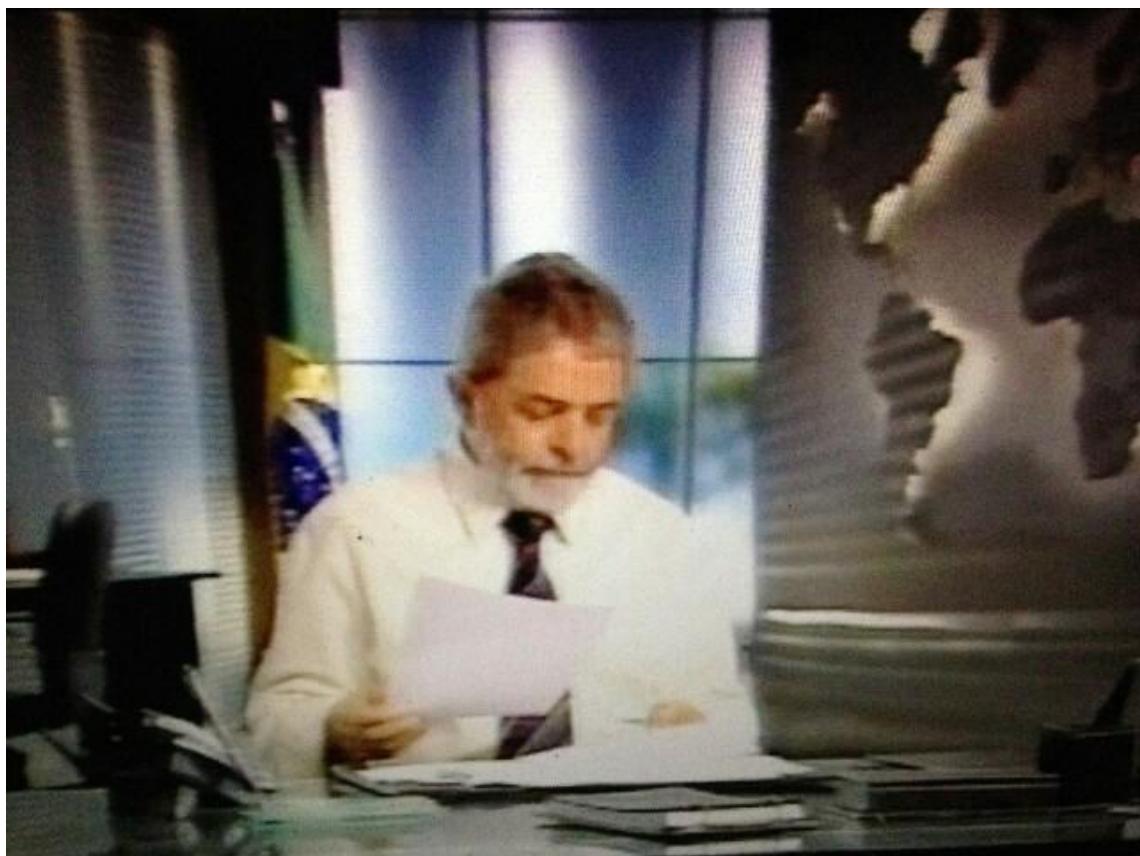


O arroz e feijão conhecidos como mais popular prato da culinária brasileira

O programa usa um recurso extremamente didático na tentativa de articular o Programa Bolsa Família a uma série de questões para além do combate à fome. Há, de forma evidente, uma opção por ícones populares. O capacete de um operário representando o trabalho ou o emprego. O caderno representando a escola e o prato de comida com o tradicional feijão com arroz.

No discurso do apresentador, a pergunta “será que o Brasil tem mesmo uma ideia completa do que seja o Bolsa Família?” com uma referência aos 44 milhões de beneficiados. “Ator com cara de índio: se você pensou combate à fome, você estava certo. Se você pensou saúde, educação, emprego, você também acertou porque o Bolsa Família é um pouco disso tudo.” (HGPE, 02/09/ 2006)

Imagen 18



Lula num escritório de trabalho

Se na campanha de 2002 era mostrado um escritório cheio de assessores, formado em sua parte por nomes conhecidos do ambiente acadêmico e político, em 2006 aparece sozinho num escritório de trabalho diferente. Atrás de Lula há uma bandeira nacional do

lado esquerda sobre o ombro. Do lado direito, uma espécie de mapa-mundi tendo a América do Sul e, consequentemente o Brasil ao centro. Lula folheia alguns papéis sobre a mesa de vidro.

Lula: Minhas amigas e meus amigos. Em todos os países que eu ando escuto elogios ao Bolsa Família. Muitos países pensam em copiá-lo. Por que este sucesso? Porque o Bolsa Família é o maior e mais eficiente programa de transferência de renda do mundo. Ele serve tanto para diminuir a miséria como para ativar a economia e o consumo popular. É um instrumento contra a fome e, ao mesmo tempo, a favor da saúde e da educação. Não é um gasto, mas um investimento na qualidade de vida do nosso povo (HGPE, 02/09/2006).

A primeira referência é ao fato de ser um projeto a ser copiado por outros países. Mas o que chama a atenção é ao fato de estar relacionado ao “consumo popular” que aparece no mesmo patamar de “ativar a economia” e da “diminuição da miséria”. Essa ideia já era em algum medida gestada na campanha de 2002. Estaria no acesso aos bens de consumo materiais por parte das classes mais pobres, a chave para o desenvolvimento do país.

Em 2006, fica evidente que esse aumento da renda é um projeto-chave relacionado ao mesmo tempo à saúde e à educação. O Bolsa Família ativa o consumo popular e isso se relaciona à “qualidade de vida do nosso povo”.

Apresentadora (mulher negra). Ao fundo imagens de um capacete laranja, estetoscópio médico, prato de comida e um caderno: Vamos fazer uma viagem diferente em torno de um prato de comida. Só assim você vai entender melhor o efeito do Bolsa Família no combate à fome e apoio às economias locais (HGPE, 02/09/ 2006).

Locutor sobre a imagem de um prato de comida (arroz, feijão, rodelas de tomate, alface, carne): Visto de um ângulo, o Bolsa Família significa comida na mesa de 11 milhões de famílias pobres. Visto de outro ângulo, o Bolsa Família significa a entrada de bilhões de Reais na economia de milhares de pequenos municípios gerando emprego e renda. Em muitos deles, esta verba responde por até 40% da renda municipal. O efeito na economia popular cresceu ainda mais com a decisão do Governo de integrar o Bolsa Família e o Pronaf, programa que financia a agricultura familiar (HGPE, 02/09/ 2006).

Apresentador: Só tem direito ao Bolsa Família os pais que colocam os filhos nas escolas e levam as crianças para vacinação e revisão médica e as mães que fazem acompanhamento pré-natal. Desta forma, o programa está elevando o nível de escolaridade e saúde de milhões de famílias. Mas

o Bolsa Família é, antes de tudo, o transformador de histórias tristes em histórias de superação e esperança. (HGPE, 02/09/2006)

Imagen externa de Jequitinhonha – Minas Gerais

Locutor: Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais. Uma das regiões mais pobres do país. Por isso, uma das primeiras a receber o Bolsa Família. Desde então, muita coisa começou a mudar na vida de milhares de pessoas. (HGPE, 02/09/ 2006)

Imagen 19



Senhora na cozinha

Locutor: Dona Alzira, por exemplo, pôde dar à sua neta Letícia o que nunca pôde oferecer aos próprios filhos. (HGPE, 02/09/ 2006)

Dona Alzira: Com a Bolsa Família, Letícia tem seus livros, tem seu caderno. (HGPE, 02/09/2006)

No discurso do programa, há uma relação entre o Bolsa Família e o combate à miséria com a contrapartida de uma presença na educação. Mas há ainda uma relação entre o reaquecimento da economia – sobretudo de pequenos e médios municípios – com o acesso ao consumo pelas classes mais pobres. O Estado volta a ocupar um papel de protagonismo na economia fomentando um aquecimento da economia no país.

Da mesma forma, no programa do dia 9 de setembro, quando o foco era a apresentação de propostas na área habitacional, seguiu-se a linha de se mostrar o que já havia sido feito.

Lula: Meus amigos e minhas amigas. Houve dois motivos fortes para eu decidir me candidatar à reeleição. Primeiro a certeza de que posso fazer um Governo ainda melhor. Segundo evitar que muitas obras e programas importantes sejam interrompidos. Por que posso fazer um Governo melhor? Porque tenho mais experiência. Conheço mais a máquina e posso montar uma excelente equipe de governo. Porque não vamos ter que perder tempo como ocorreu no início do governo resolvendo problemas deixados pelos outros. Graças a Deus não só vencemos as dificuldades, como encontramos soluções definitivas que vão nos garantir avançar de forma rápida e segura. Fizemos muito e isso me orgulha. Mas sei que é apenas o começo, que podemos fazer muito mais.

Apresentadora: Há muito tempo o Brasil não via tantas obras habitacionais, tanto esforço para garantir o sonho da casa própria.

Imagen 20



Conjunto habitacional

Lula: Temos grandes obras em andamento. Temos grandes programas de transferência de renda em curso. Se isso fosse interrompido, seria não apenas um grande prejuízo financeiro, mas

um imenso sacrifício financeiro para o país. Seria jogar fora todo um esforço de mudança que já vem dando excelentes resultados.

Lula: Tenho certeza que posso fazer um segundo Governo melhor do que este primeiro. Tenho plena convicção disso.

Fica visível não só a demonstração de políticas sociais, mas um aumento do protagonismo do Estado na economia e na vida social, algo que é apresentado repetidamente em contraponto ao adversário Geraldo Alckmin.

A recuperação do papel do Estado com os governos Lula e Dilma se mostrou essencial para que o Brasil pudesse retornar à luta pela superação do subdesenvolvimento, e os resultados positivos começaram rapidamente a aparecer com o crescimento econômico duas vezes maior que na década de 1990 (com a consequente recuperação de posições no ranking do PIB mundial), combinado com a redistribuição da renda, sobretudo na base da pirâmide social, e a elevação da participação da renda do trabalho na renda nacional. (POCHMANN, 2013, p. 154)

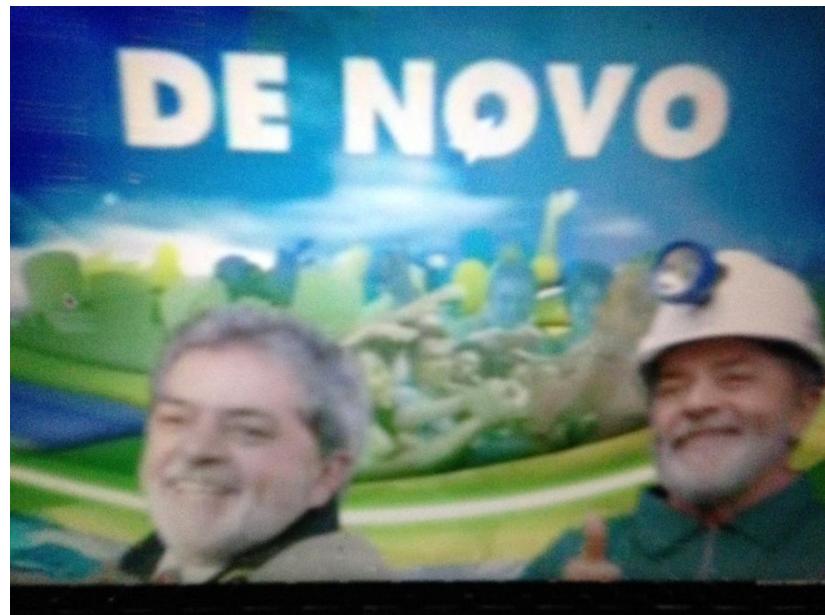
Isso seria central no “Lulismo”. Além do mais, a referência aos 44 milhões de pessoas diretamente beneficiadas pelo programa dão a dimensão de sua centralidade na política econômica do Governo. Aliás, na campanha de 2002 não há diferença nítida e claro entre PT e Governo. Os dois entes se confundem. Algo que se discutirá na próxima parte do trabalho.

04.2. Entre o passado e o futuro

Da mesma forma que em 2002 a candidatura à eleição da chapa Lula/José Alencar representava na verdade o amálgama de diferentes partidos que compunham uma coligação, em 2006 havia uma nova coligação. O PL havia se dividido em alguns partidos após o escândalo do mensalão com o envolvimento do seu então presidente, Valdemar Costa Neto. O vice-Presidente José Alencar comandara uma das novas legendas criadas com o fim do PL, no caso o PRB. Além do PT, compunha a coligação o PC do B.

Partindo do pressuposto de que em campanhas presidenciais o foco é no candidato principal e menos no partido ou nos partidos que compõem a coalizão, a campanha de 2006 trouxe um protagonismo de Lula em todas as peças. Isso fica ainda mais forte no segundo turno.

Imagen 21



Os dois Lulas

Na abertura do programa, uma sucessão de imagens de Lula que se fundem. O dedo positivo, o sorriso, o capacete, o macacão de operário, o terno de Presidente, as multidões que o seguiam. É visível ainda o uso de cores em contraste sobretudo o azul e o verde. Esse tom verde de forma sutil trazendo uma referência às cores da bandeira nacional.

Imagen 22



Jingle: Lula de novo com a força do povo

A criança negra tocando o rosto de um Lula suado com uma multidão ao fundo e uma imagem da bandeira nacional virou ícone da campanha de 2006 com Lula porque aparecia ampliada nos comícios daquele ano. A tentativa de alcançar Lula com um toque de mão já havia sido apresentada em outras imagens da campanha.

Eleição é hora de se decidir o futuro e se escolher com quem e para onde se deseja caminhar. No primeiro turno, mais de 46 milhões de eleitores escolheram Lula dando a vitória a um projeto que está unindo com fé, apoio e esperança o povo brasileiro.

Câmera em travelling mostrando pessoas sorridentes de etnias diferentes em locais famosos do país como o Elevador Lacerda em Salvador, a Catedral de Brasília.

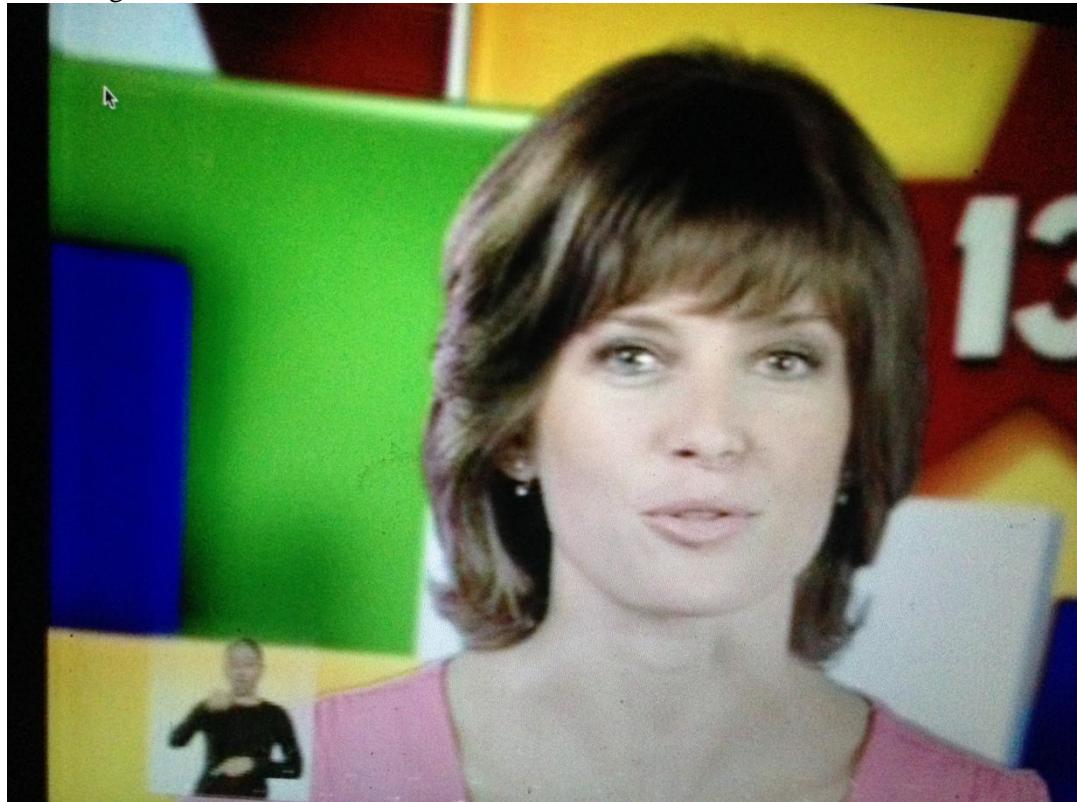
Imagen 23



A estrela e o número 13 em segundo plano

Apresentadora 1 (uma mulher negra): Nós escolhemos continuar com o Presidente que tirou seis milhões de pessoas da miséria.

Imagen 24



O discurso pró-emprego

Apresentadora 2 (uma mulher loira de olhos verdes): O Presidente que gerou sete milhões e meio de novos empregos. Cinco milhões e meio com carteira assinada.

Apresentador 1 (jovem): O Presidente que criou o Prouni e fez mais Universidades e escolas técnicas.

Apresentador 2 (índio): O Presidente que mais defendeu as mulheres, os negros, os índios e o meio ambiente.

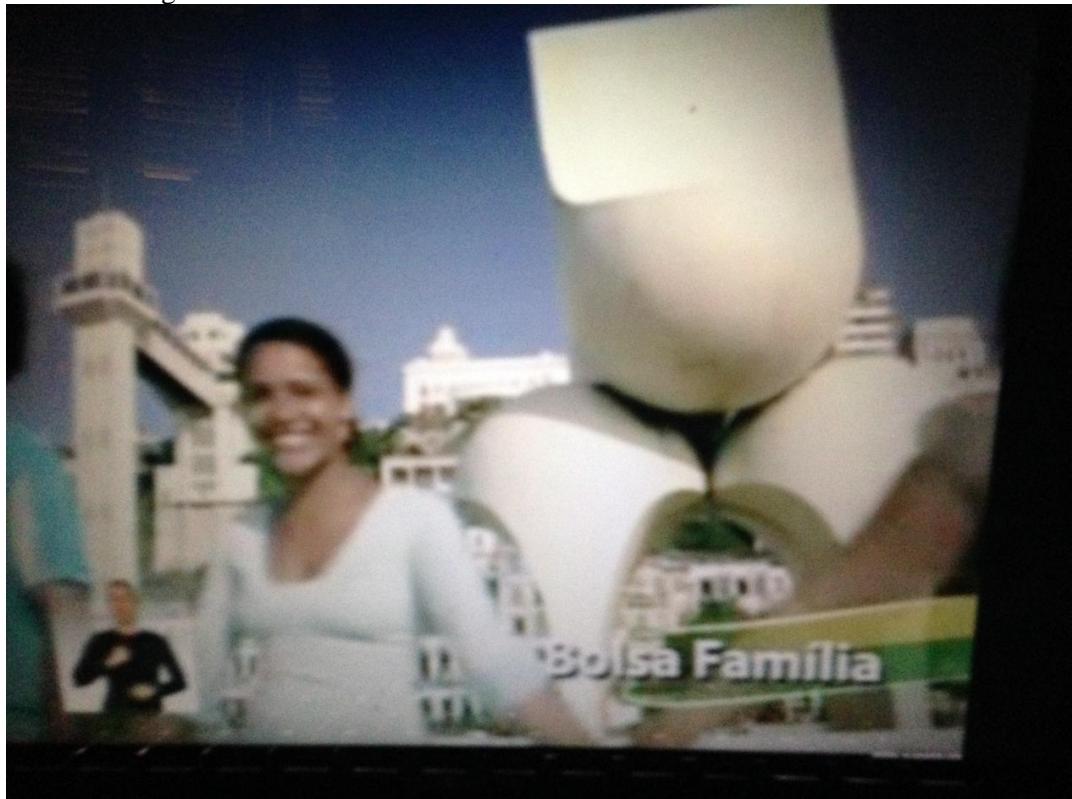
Locutor: o Rio de Janeiro disse sim a Lula porque ele reativou a indústria de construção naval, investiu em habitação e gerou empregos. São Paulo disse sim a Lula por que ele investiu mais de 55 bilhões aqui e o emprego cresceu dezenove vezes mais que no Governo passado. A Bahia disse sim a Lula pela força de programas como Bolsa Família. A criação de Universidades e obras de saneamento e habitação. Pernambuco disse sim a Lula pelo apoio à educação, ao saneamento e a grandes projetos como a Refinaria de Suape. Minas Gerais disse sim a Lula pelo Prouni, pelos programas sociais e pelas obras de infraestrutura. Rio Grande do Sul disse sim a Lula pelo apoio à agricultura familiar, a reativação da indústria naval e à recuperação de estradas. O Ceará disse sim a Lula pelo Programa Luz para Todos, pelo projeto do Pólo Siderúrgico e pelo Programa de Cisternas. Nesse segundo turno, todo o Brasil vai apoiar ainda mais a Lula porque ele é a certeza de um Brasil ainda melhor. (HGPE, 12/10/2006)

Percebe-se a preocupação em elaborar um discurso que englobe tanto diferenças étnicas a partir da seleção dos apresentadores de diferentes etnias, como um discurso englobando diferentes regiões. As estratégias englobavam não só a referência presidencial com a frase iniciando sempre com “O Presidente que...” na fala dos apresentadores, como “o Rio de Janeiro disse sim a Lula...”

Assim, trata-se de uma elaboração preocupada em concentrar em Lula o ponto principal da campanha: 1) trazer a centralidade para Lula. A estrela do PT aparece em segundo plano em algumas imagens; 2) “dizer sim” se refere ao voto. O voto na urna eletrônica traz a tecla “confirma”. Aqui a referência ao sim pode estar relacionado a isso tanto quanto pode estar relacionado a uma espécie de resposta a um pedido; 3) “O Presidente que...” reforça essa centralidade na figura da pessoa.

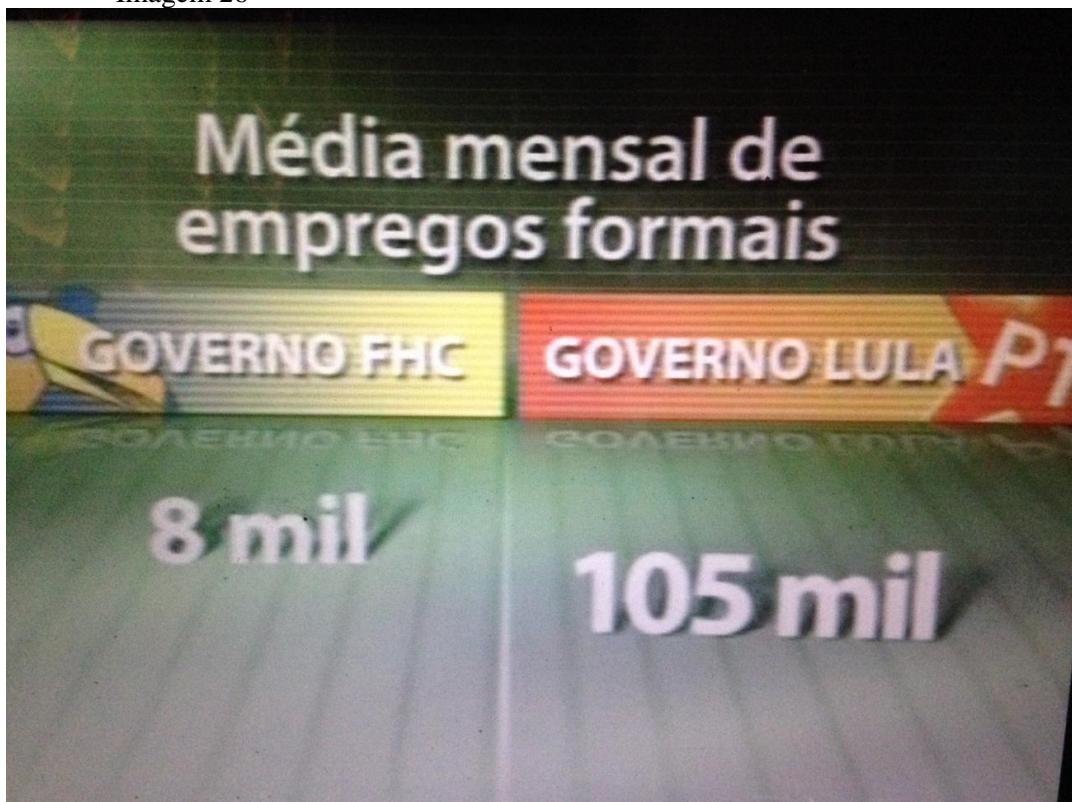
Lula: Minhas amigas e meus amigos. Começamos hoje uma nova etapa nessa eleição em um momento decisivo para o Brasil. Em primeiro lugar, quero agradecer aos mais de quarenta e seis milhões de eleitores que me deram seu voto no primeiro turno e dizer para cada um de vocês que mais que nunca preciso do seu apoio para continuar o projeto de transformação do Brasil. No primeiro turno, debatemos ideias e principalmente mostramos o que fizemos. Agora quero acima de tudo falar do futuro. De novas propostas e mostrar a profunda diferença que existe entre eu e meu adversário. Temos um projeto de nação completamente diferente. Enquanto eles sempre trabalharam para uma pequena elite, nós governamos para todos os brasileiros. Enquanto eles fazem uma campanha de ódio dividindo o Brasil, nós estamos unindo a nação num projeto de futuro onde há lugar para todos. Enquanto eles privatizaram, desarticularam a economia, encolheram o salário, diminuíram o emprego e submeteram o país aos interesses estrangeiros, Nós acabamos com a inflação, estabilizamos a economia, aumentamos o salário, ampliamos emprego, nos libertamos do FMI e especialmente diminuímos a pobreza e a desigualdade social. Enquanto eles acobertaram escândalos e barraram CPIs, nós estamos combatendo a corrupção em todas as frentes mesmo que para isso tenhamos que cortar na própria carne e deixar nosso Governo exposto a críticas oportunistas. Não tenho medo de enfrentar esse debate. Melhor fazer isso do que varrer o lixo pra debaixo do tapete. Todos vocês sabem do aproveitamento que eles estão fazendo do grave erro cometido por alguns petistas que tentaram comprar um dossiê. Determinei a apuração rigorosa dos fatos, além do afastamento e punição dos envolvidos mas não vou entrar no jogo dos adversários e deixar que assunto domine a campanha do segundo turno. Uma campanha presidencial é um espaço de discussão profunda dos problemas nacionais e não de tema de delegacia de polícia. (HGPE, 12/10/2006)

Imagen 25



A referência ao Bolsa Família

Imagen 26



Comparação com o Governo FHC

04.3. A modernização do partido

Está no contraponto aos anos de Presidência do PSDB, a maior menção ao PT durante a campanha. Em quase todo o processo comunicativo da disputa eleitoral de 2006, a figura de Lula é central. Mas o contraponto se faz evidente nas peças do segundo turno onde é reiterada a diferença entre PT e PSDB. O PSDB representado por um tucano, enquanto os números positivos da economia fazem com que naquele momento específico, saia de cena uma comparação entre Lula e Geraldo Alckmin e entre em cena a comparação entre PT e PSDB.

Se há o “Lulismo”, ele é muito mais complexo do que uma mera referência ao aumento da renda das classes mais pobres. É construído dentro de um processo que vinham desde 2002 e em 2006 se consolida.

Essa comparação deve ser vista ao mesmo tempo não tanto por algo que está presente no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), mas também pelo que está ausente, ou seja, aquilo em que não aparece nos programas eleitorais.

Embora tenha sido tema relativamente frequente na campanha de 2002 - a crítica às privatizações – o HGPE de 2006 omitiu que o Governo Lula havia promovido algumas privatizações nos quatro primeiros anos de mandato. É bem verdade que o volume de privatizações na era Lula não envolveu nenhuma grande empresa estatal, mas sobretudo bancos estaduais que haviam sido federalizados. Ainda assim, o programa não mencionou o tema das privatizações sequer para se diferenciar do PSDB.

Outro tema que não apareceu nos programas de 2006 foi a política de metas de inflação e de superávit primário que para alguns de seus críticos (PAULANI, 2008) foi uma continuidade em alguma medida de princípios da política econômica do PSDB nos anos FHC. É possível fazer uma análise do que não aparece no HGPE de 2006 ou a análise deve estar restrita ao que efetivamente aparece na campanha? Corremos o risco de algumas conjecturas. A partir disso, uma leitura mais geral dos programas de 2006 permitem a avaliação de três pontos: 1) Tamanho do Estado; 2) Oposição Povo X Elite;

1. Conforme é possível ver no anexo I, em vários e repetidos programas eleitorais o HGPE ressaltou ações do Governo Federal em diferentes áreas: transferência de renda, grandes obras, etc. Há, em todos esses programas, um sub-tema latente: a presença do Estado na sociedade brasileira e isso era um ponto que expressava o pensamento do PT presente em vários documentos do partido

desde a década de 1980. Portanto, mesmo não aparecendo de forma explícita com um discurso teórico sobre o tema, os programas expressavam a necessidade de maior presença do Estado na sociedade brasileira, notadamente no combate à miséria e no fomento ao desenvolvimento nacional;

2. Seja no jingle que dizia “o Brasil quer seguir em frente com o primeiro homem do povo Presidente”, os programas do HGPE de 2006 tentavam vincular a imagem do Partido a um perfil mais “popular” em contraposição aos adversários, notadamente o PSDB, que seriam representantes da elite. O candidato Geraldo Alckmin (PSDB) não é mencionado em praticamente nenhum programa eleitoral do PT (salvo em peças que ressaltam desempenho de Lula em pesquisas eleitorais). A referência à oposição é sempre a “eles”. Esse “eles” difuso muitas vezes aparece associado a quem tem uma posição social diferente das classes mais pobres.

04.4. Modernidade e discurso político

Em todos os programas de 2006, um grande tema esteve presente: “obras realizadas no primeiro mandato do Governo Lula”. A forma como as obras eram representadas eram repetidas quase sempre da mesma forma. Imagens de um sobrevoo pelas principais cidades do país com um locutor ressaltando obras como portos, aeroportos e construção de estradas. Ao mesmo tempo, a escolha de negros, índios, loiros, morenos no programa representava

As imagens repetidas em cores marcadas por contrastes e em velocidade nos permitem levantar a hipótese de que mais do que meramente prestar contas ou mostrar realizações feitas nos primeiros anos do Governo Lula, estavam dentro da criação de uma ideia de “modernização” do país através dos investimentos feitos pelo Governo na área de infraestrutura.

Novamente recorremos à Charadeau (2005) que nos chama atenção para o fato de que há uma marca presente no discurso político: um permanente apelo à “moderna-*dade*”. Para caracterizarmos aqui o que chamamos de “moderno”, é interessante diferenciarmos das várias acepções que esse termo carrega.

Não se trata da Modernidade no sentido que os historiadores deram a essa noção mediante a expressão ‘Tempos Modernos’,

que designa uma época na história da Europa que se opõe à Antiguidade. Nem do sentido dado pela Revolução Francesa, que marca a passagem de uma soberania monárquica de origem divina para uma popular de origem laica, confirmada pelo triunfo da razão trazida pelas Luzes. Nem tampouco do sentido, nascido mais tarde, conferido à época do desenvolvimento industrial, que celebrava a máquina em uma organização do trabalho centrada na rentabilidade (taylorismo). Enfim, não se trata também do sentido que as artes e as letras atribuíram a essa noção por meio da expressão ‘arte moderna’, designando um momento de ruptura na história da arte. (...) Não se trata dessas modernidades estabelecidas por aqueles que, examinando a história das sociedades, procuram assinalar para cada setor de atividade o início de uma era que rompe com a precedente. (CHARADEAU, 2005, pp. 214-215)

Feita essa ressalva, faz-se necessário perceber que havia a tentativa de mostrar que partido “modernizara-se” e a ideia de modernidade aqui é uma espécie de “evolução”. O partido mudara e tentava mostrar isso no HGPE, mas “mudara” no sentido de atender e se adaptar a novos tempos e novos desafios. Essa leitura pode se dar através de três aspectos: 1) o partido ajudando o país a modernizar-se (discurso não propriamente novo, mas sutilmente elaborado no HGPE); 2) essa modernização era visível ao se colocar novos atores em cena; 3) Essa modernização não afastava o PT das suas causas históricas e da sua proximidade com a classe trabalhadora (sutilmente vista em alguns momentos como classe empreendedora). Comentemos brevemente cada um desses pontos.

Quando o Governo Lula nomeou um programa de “Luz para Todos” não estava em curso somente um programa de eletrificação rural. Estava a aproximação de um imaginário de modernidade marcado em um certo sentido pela inauguração de algo “novo” e em oposição às trevas. Da mesma forma, quando mostrava a reforma de portos e aeroportos e, ao mesmo tempo, a própria auto-denominação de “grandes obras” não é algo que se restringe a uma prestação de contas do que foi feito. Estava latente o discurso de construção de algo novo, moderno, que vinha tirar o país do atraso. Charaudeau (2005) ressalta que essa estratégia de aproximar o discurso político a um imaginário é algo recorrente e que ele coloca como um “imaginário entre o passado e o sonho”.

Esse imaginário se define inicialmente contra um passado que seria percebido sempre como uma era, senão de obscurantismo, ao menos de um saber menor, de um saber de ‘uma outra idade’. O tempo presente se beneficiaria de um estado de saber superior, primeira caução dessa modernidade. Do mesmo modo, esse estado de saber permitiria a libertação do peso da herança legada pela época anterior, liberação mais ou menos iconoclasta, ela própria criadora de novos modos, modelos de pensamento e de comportamento (CHARAUDEAU, 2015, p. 216)

A oposição entre “nós” e “eles” e a definição de uma era FHC ou anos FHC fazem parte da construção de uma sutil operação de contradição entre a novidade e o atraso, o “moderno” e o “retrocesso”. A imagem em preto e branco do estaleiro sucateado de Angra dos Reis em contraposição à imagem colorida de sorrisos de trabalhadores chegando no estaleiro reativado.

O segundo aspecto dessa “modernização” latente nos programas do HGPE é o da inserção de jovens, negros, índios, mulheres negras e mulheres brancas. O PT se afastava assim de uma imagem recorrente no campo das esquerdas de uma prevalência dos discursos economicistas e da agenda econômica.

Por fim, o PT tentou deixar claro em todos os seus programas que as mudanças presentes nas imagens eram mais fruto de uma “modernização” do partido mas que essa modernização não afastava o partido de suas bandeiras históricas. Panke (2010) tenta mostrar que, na verdade, havia nas imagens e discursos do partido uma tensão entre novas formas do mundo do trabalho e o “velho sindicalismo”, mas os discursos de Lula não deixaram de se referir à “classe trabalhadora”, de ressaltar a necessidade de melhora da renda, e, mesmo se considerarmos válidas à tese de que o consumo de bens materiais às classes mais pobres ganha protagonismo na esfera política latino-americana a partir da década de 1990, ainda assim é mais seguro falarmos da tensão permanente entre “consumidores” e “cidadãos”. Dessa forma, o PT em 2006 traz a tentativa de a partir de alguns poucos ícones já mencionados (grandes obras; novos atores; tensão entre consumidores e cidadãos) elaborar uma imagem de modernização do partido.

04.4. Revisitando as análises

Revisitar o texto após mais de quatro anos de Doutorado que ocorreram em paralelo a uma crise econômica e política que levaram a saída da Presidenta Dilma Rousseff e do PT em 2016, obriga-me a revisitar algumas das hipóteses que fundamentaram uma parte da tese nesse momento de considerações finais ao trabalho.

A análise e leitura dos programas eleitorais das campanhas presidenciais de 2012 e 2016 nem sempre confirmaram a tese apresentada por André Singer (2012) notadamente a da clivagem eleitoral ou mudança do perfil do eleitor do PT de classe média para um eleitor das classes populares. Essa afirmação merece ser melhor comentada a partir de dois aspectos: 1) a clivagem eleitoral que mudou o perfil do eleitor do PT de classe média para

classe média baixa e classe baixa; 2) a elaboração de discursos que evidenciam o protagonismo do consumo em detrimento de causas e “bandeiras sociais” tradicionalmente vinculadas à trajetória do PT. Ao mesmo tempo, a afirmação de Lincoln Secco (2012) de que a história do partido é marcada pela disputa de hegemonia interna por correntes diferentes prevalecendo sempre as correntes mais social-democratas (evito aqui entrar na dicotomia ‘esquerda-direita’) também merece um comentário final após a leitura dos programas eleitorais. Façamos então por partes.

O primeiro aspecto a ser relativizado é a afirmação de que a classe média brasileira se afastou completamente do PT na mesma medida em que as classes médias baixa e a classe baixa abraçaram plenamente o partido. Singer fundamentava nos textos de 2012 sua tese a partir de pesquisas eleitorais de institutos como Datafolha, Ibope etc. Isto pode não ter sido propriamente um erro, mas certamente seus dados e metodologia foram insuficientes ou incompletos. Por sinal, é difícil uma pesquisa delimitar com precisão a classe social do eleitor de um partido. Em parte pela capilaridade de um público espalhado por um território vasto e cheio de particularidades como o Brasil. Ao mesmo tempo, a própria definição dos critérios do que vem a ser uma classe social se tornam extremamente limitados se usar somente o referencial renda ignorando aspectos simbólicos que compõem uma classe.

A tese de Singer apresentada no livro “Os sentidos do Lulismo” (2012) de que houve uma clivagem eleitoral mostrou-se algo difícil de comprovar apenas com a leitura e análise dos programas eleitorais. O que é possível afirmar que deu sinais em evidência foi uma mudança de discurso e, consequentemente, leva a um reflexão de que “o foco” do partido, ou dito de uma forma mais simples, quem o PT pensava em atingir com o HGPE ficou mais evidente.

Há que se contrapor sem dúvida de que na eleição de 2002 o partido ainda estava na oposição e, a partir de 2006, o partido era Governo e, em alguma medida, esses “lugares de fala” diferentes são marcantes. Enquanto partido de oposição, pesa tanto a tentativa de desconstrução do Governo Fernando Henrique Cardoso como a apresentação de propostas que a diferenciem do então Governo do PSDB. Em 2006, passe-se a uma defesa do “legado” e a se mostrar o que fez. É sempre bom lembrar que em 2005 o Governo viveu a “crise do mensalão”.

Bem, pesquisas futuras que incorporem um recorte mais elástico no tempo ajudarão (ou não) a se revisitar as teses de Singer (2012). Porém, mais do que esse recorte no tempo,

uma pesquisa sobre o HGPE deve ser complementada por pesquisas sobre cobertura jornalística. E não somente dos grandes jornais nacionais do eixo Brasília-Rio-S. Paulo notadamente Correio Braziliense, O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. Fica a sugestão para pesquisas futuras e construção de redes de pesquisa que incorporem a possibilidade de ler e analisar a cobertura de jornais regionais.

Esse recorte mais elástico no tempo e no espaço ajudaria a, por exemplo, identificar de que forma ano-a-ano o partido foi modificando seus discursos tendo em vista atingir públicos diferentes. Ao mesmo tempo, perceber com mais dados empíricos se a aproximação com as classes sociais mais pobres do ponto de vista material excluiu plenamente discursos voltados a uma classe média urbana. A crítica mais vulgar ao PT enquadraria as disputas nacionais do partido a uma reprodução das disputas paulistas (ou paulistanas) entre PT e PSDB e reafirma o desgaste do PT com a classe média urbana da capital paulista. Uma afirmação tão categórica funciona nas análises jornalísticas menos rigorosas. Um estudo científico precisaria de dados que comprovassem isso num prazo maior. Primeiro porque nos anos Lula-Dilma (2003-2016), o PT chegou a administrar São Paulo em dois momentos (Marta Suplicy, entre 2001 e 2004 / Fernando Haddad, entre 2011 e 2016). E um segundo aspecto é o fato de São Paulo ser a única capital brasileira em que nenhum candidato a Prefeito ganhou uma reeleição, seja ele do PT ou do PSDB.

O certo é que é difícil a partir da análise que fizemos dos programas eleitorais de 2002 e 2006 afirmar que as avaliações destes são suficientes para identificar essa clivagem eleitoral que tirou da classe média o objetivo principal do PT. Escrevo após o impeachment e após as várias manifestações de rua que defendiam o Governo Dilma. É um aspecto impressionista (ou seja, merece ser visto com cuidado), mas as pessoas que foram às ruas na defesa do Governo do PT não pareciam oriundas das classes mais baixas do ponto de vista econômico. Pareciam sobretudo vindos dos estratos médios da sociedade mesmo em grandes metrópoles. Dito de outra forma, se houve uma ruptura com a classe média essa ruptura deve ser analisada com o cuidado que só a leitura dos programas eleitorais é insuficiente para se fazer.

Bem, o segundo ponto das teses de Singer parece mais complexo de ser analisado. Estaria no “acesso aos bens de consumo materiais pelos setores mais pobres da sociedade” a marca maior de sustentação do Lulismo. Um primeiro aspecto que a leitura dos programas eleitorais de 2002 evidencia de forma imediata é o fato de que já em 2002 o PT falava disso. Considerando – e isso creio que novos estudos e pesquisas poderão se

aprofundar mais – que essa ideia de “acesso aos bens de consumo por classes mais pobres” já ganhara protagonismo na esfera pública desde os anos 1990 (CANCLINI, 1995) na América Latina, o PT não mudou na eleição de 2006. Se houve mudança foi anterior à eleição de 2002. Já no primeiro programa de 2002, Lula afirmava a importância de aumento do consumo para saída do Brasil da crise econômica. Mais de uma década depois, quando assistimos os primeiros meses do Governo Michel Temer, o discurso é também de melhora nos níveis de consumo do país para impactarem numa melhora da economia brasileira como um todo.

O que estudos posteriores poderão fazer para contribuir nessa questão será elaborarem comparações entre as formas de partidos diferentes construírem discursos sobre consumo em suas plataformas políticas. Esse me parece um tema que os estudos comunicacionais podem contribuir mais na compreensão desse fenômeno. Nesse sentido, não só o HGPE servirá de leitura dos suportes, mas igualmente poderão ser analisadas as Propagandas Partidárias Eleitorais (PPEs) exibidas anualmente pelos partidos. Na mesma medida, a cobertura jornalística de diferentes meios ajudará na busca de respostas (ou não) nesse sentido.

Mas se restringirmos o estudo especificamente ao HGPE das eleições presidenciais em que o PT saiu vitorioso, seria interessante alargar o recorte temporal e englobar as eleições de 2010 e 2014. Não somente para poder perceber a evolução ano a ano, mas para investigar as construções simbólicas após a crise econômica de 2007. É sabido por todos que o PT adotou uma política de isenção fiscal de automóveis “populares” e desoneração fiscal de veículos automotivos como um todo. A justificativa da medida era um incentivo ao consumo em um setor estratégico da economia nacional, o setor automobilístico, responsável por milhares de empregos.

Logo em seguida, o Governo Lula decide ampliar as medidas de isenção fiscal a alguns eletrodomésticos. Um Imposto “praticamente” desconhecido do grande público até então, o Imposto sobre a Propriedade Industrial (IPI), se populariza nos discursos de diferentes atores políticos – utilize aqui uma compreensão ampla de sujeito político. Fica o questionamento para pesquisas posteriores. Qual o peso disso no HGPE da campanha de Dilma Rousseff em 2010?

Além disso, ficou evidente para mim ao fim desse percurso a necessidade de comparação com os adversários, notadamente PSDB (José Serra, em 2010; e Aécio, em 2014), Marina Silva (PV em 2010; PSB em 2014) e PSOL (Plínio de Arruda Sampaio, em

2010; Luciana Genro, 2014). Esses estudos comparativos ajudariam a perceber como os demais partidos também abordaram o “grande tema” do acesso ao consumo em comparação a como o PT abordou e, mais do que isso, esses adversários produziram discursos alternativos. Qual a percepção deles em relação não só a políticas adotadas pelo PT, mas como e em que intensidade esse tema esteve presente para esses adversários.

Outra possibilidade é perceber: em que medida o PT produziu um discurso diferente (ou não) dos discursos presentes na esfera pública? Que atores – não necessariamente partidos políticos, mas economistas, entidades de classe, empresários, jornalistas, profissionais liberais – produziram discursos aproximados aos do PT. O PT foi caixa de ressonância de algum desses atores?

Não era objetivo original deste trabalho abordar todas essas questões. Muitas delas precisariam de uma rede de pesquisadores a responder. Porém, o trabalho aponta para uma percepção de que o PT já falava de consumo em 2002 e que isso em alguma medida se sucedeu na eleição de 2006.

Outro aspecto que ficou visível a partir do trabalho é que, sim, o PT falava de consumo já em 2002. Porém em 2002 o tema ainda aparece vinculado a algumas causas sociais como a “fome” e a “habitação popular”. Mas a partir de 2006 falar de consumo já é algo desvinculado dessas causas. Assim, por exemplo, o tema passa a ser visto muitas vezes como motor da economia do país. Reitero que a não-leitura dos programas da campanha de 2010 evitou um olhar sobre os discursos a partir da crise econômica de 2008.

Dito isso, talvez seja importante enumerar algumas diferenças substanciais em relação às duas campanhas. A primeira já foi mencionada um pouco antes e é aparentemente elementar embora traga algumas complexidades: de partido de oposição à partido de situação. Sobretudo se houve uma “traição” em 2006 a bandeiras historicamente defendidas pelo partido enquanto estava na oposição.

Um dos pontos que mais ficou evidente na campanha de 2002 foi a tentativa de mostrar que Lula era assessorado por uma equipe técnica qualificada formada por economistas, médicos, advogados e “especialistas” que ajudaram a construir o programa de Governo do PT. Visto em retrospecto soa fácil perceber que a campanha de 2006 nem repete nem “presta contas” de alguns desses programas de 2002. O programa Primeiro Emprego, por exemplo, sequer é mencionado na campanha de 2006. Ao mesmo tempo, a Reforma da Previdência – responsável por uma cisão no partido com a saída de parlamentares que votaram contra a proposta e que, por conta disso, foram expulsos do

partido levando à fundação do PSOL – não é apresentada como proposta em 2002 e nem é mencionada na campanha de 2006. Comentemos brevemente essas duas constatações.

Na campanha de 2002 havia ainda uma preocupação por parte da campanha do PT contra o preconceito de Lula ser considerado “sem experiência” para ocupar um cargo como o de Presidente da República. Mostrar de forma reiterada uma câmera em travelling atravessando o escritório montado num estúdio com pessoas estudando e trabalhando (tal qual uma empresa ou um departamento de órgão público) com todas sérias e compenetradas enquanto Lula aparecia de pé “orientando” mas ao mesmo tempo dando uma sensação de “comando” foi a forma que a equipe de marketing parece ter encontrado para criar uma imagem que anulasse a imagem de alguém sem experiência. Ao mesmo tempo, em alguns programas de 2002 há depoimentos de empresários saudando e elogiando Lula como “homem mais adequado para comandar o país”. Esse cenário reiteradamente utilizado tanto nas campanhas de primeiro quanto nas campanhas de segundo turno de 2002, simplesmente desaparece na campanha de 2006. Quais as razões disso? Tentamos responder essa questão observando três pontos: 1) relação do PT com o Governo; 2) A construção de um arco de alianças em nome da governabilidade; 3) a mudança dos atores de uma eleição a outra. Os três pontos estão intercalados entre si.

Bem, na campanha de 2006 ficou “embotado” o que viria a ser PT e o que da coalizão que compõe o Governo seria especificamente do Partido dos Trabalhadores, ou, dito de outra forma, o programa eleitoral foi uma defesa do Governo Lula, mas não deixou evidente o que do Governo Lula era fruto de lutas históricas do PT ou fruto de seu programa partidário. É certo que desde o início do trabalho, como evidenciamos já na Introdução, a opção pela escolha do HGPE corria o risco de mostrar de forma evidenciada essa confusão entre PT e Governo e assumimos esse risco sem desconsiderar que ali está o PT como seu protagonista. O problema é que a coalizão se mostrou frágil para manter a governabilidade do Governo Lula, sobretudo na sua relação com o Congresso. Essa ampliação da coalizão original se deu com uma aliança formada por uma série de pequenos e médios partidos, muitos criados ou inchados a partir de parlamentares em rota de colisão com PSDB e DEM (então PFL). O desaparecimento dos “especialistas” no programa de Lula diz respeito sim ao “lugar de fala” diferenciado em relação aos tempos em que era oposição (já havia quatro anos de Presidência para se mostrar capaz de dirimir desconfianças da falta de experiência administrativa). Mas diz respeito também ao fato de que em alguma medida esses especialistas foram “desaparecendo” em nome de um

Governo menos por técnicos e composto mais por políticos tradicionais. O Governo havia construído sua governabilidade a partir de aliança com parcela do PMDB, PTB, PCdoB, PSB, PSD e PP.

A opção da campanha de 2006 foi também a de valorizar as obras realizadas, empenhadas ou encaminhadas nos primeiros quatro anos. Nesse sentido, não seria exagero afirmar que as imagens utilizadas são muito tradicionais a de partidos de centro ou de centro-direito. É assim, por exemplo, que se repetem à exaustão as imagens aéreas Brasil afora. Sobrevoando o pelourinho em Salvador, o Marco Zero em Recife, o Vale do Anhangabaú em São Paulo e tantos outros pontos conhecidos das principais cidades brasileiras, o programa tentava explorar uma mitologia do “gigante pela própria natureza”. O Brasil – como o próprio jingle daquela campanha explorara – tinha enfim “o primeiro homem do povo presidente”.

Além disso, se apropriara das críticas que a oposição vinha lhe desferindo na campanha – notadamente o candidato do PSDB, Geraldo Alckmin, mas também a candidata do PSOL, Heloísa Helena – e a ressignificara com o slogan “Deixa o Homem trabalhar”. Lula então ressignifica a imagem de “operário desqualificado” que não tinha condições de Governar em um “homem” que quer trabalhar pelo povo e é impedido pela oposição. Fundem-se as imagens de “Primeiro Homem do Povo Presidente” e “O Homem que quer trabalhar”.

Um fator marcante que diferencia a campanha de 2002 da campanha de 2006 passa a ser então uma diminuição da presença da imagem do PT. Enquanto em 2002 os símbolos do partido estavam quase sempre presentes em todas as imagens com Lula sempre usando um broche com a estrela e num dado momento abraçando a própria estrela numa montagem em estúdio. Em 2006, há uma espécie de diálogo direto de Lula com o povo. É óbvio que estudos posteriores que comparem o HGPE daquele ano com a cobertura jornalística sobre o Governo possam ir mostrando quais as matizes dessa comunicação direta de Lula “sem intermediários”. Reforço aqui que não se trata de populismo como os críticos do PT repetidamente gostam de ressaltar. Sobretudo precisaria-se conceituar e explicar melhor a compreensão de populismo. De uma forma geral, a compreensão que se tem de populismo é a que envolve o enfraquecimento das instituições democráticas de um país a partir de uma relação direta entre governante e governados. Não faço a afirmação perigosa de que o ex-Presidente da República Luis Inácio Lula da Silva optou por esse caminho. Só me sentiria confortável em fazê-la desenvolvendo uma pesquisa de outra

natureza. Aqui restrinjo-me a comentar que os símbolos do partido ora diminuem ora desaparecem na campanha de 2006 em comparação à campanha presidencial de 2002 e o significado político disso pode sim representar um enfraquecimento do PT dentro da coalização de partidos que compunham o arco de alianças do Governo Lula, mas isso não significa necessariamente o enfraquecimento das relações institucionais que permitiam a relação direta entre Lula e o “povo brasileiro”.

Por fim, creio que há um aspecto menos debatido em outros trabalhos, mas que ficou evidente numa leitura dos programas eleitorais de 2002 e de 2006. A mudança de alguns atores políticos relevantes entre as duas eleições. Primeiro é de se destacar que no segundo turno da eleição de 2002 Lula conseguiu reunir uma quantidade significativa de políticos de diferentes partidos em torno da sua candidatura. A começar pelos próprios adversários derrotados em 2002: Anthony Garotinho, então no PSB; e Ciro Gomes, do PPS. Além disso, nomes importantes do PMDB (partido oficialmente aliado ao candidato José Serra que tinha na deputada Rita Camatta, do PMDB capixaba sua candidata a vice) como o então Senador José Sarney estavam aliados a Lula.

Mas em 2006 ficaram evidentes as rupturas e cisões que os quatro primeiros anos de Governo Lula enfrentaram. A começar pela candidata do recém-criado PSOL, a então senadora por Alagoas Helióisa Helena. O candidato do PDT, senador Cristóvão Buarque, havia sido Ministro da Educação no Governo Lula e, demitido, decidira abandonar Governo e Partido passando a ocupar fileiras da oposição. Ao mesmo tempo, alguns nomes presentes na campanha de 2002 saíram da cena política após se envolverem em escândalos – pequenos e grandes. O deputado federal José Dirceu acabaria sendo cassado pela Câmara Federal e perdeu mandato após a crise do mensalão em 2005. Na mesma linha, caíra Silvio Pereira, figura dos bastidores da máquina partidária, mas que era coadjuvante na campanha de 2002. No filme *Entreatos*, realizado por João Moreira Salles e que mostra bastidores da campanha de Lula em 2002, Silvinho – como era conhecido – aparece ao lado de Lula numa das inúmeras viagens de campanha presidencial. Além disso, outros nomes presentes na campanha de 2002 só sumiram na campanha de 2006. O professor da Unicamp, José Graziano, responsável pela elaboração da proposta do programa Fome Zero cometera uma gafe numa entrevista em que deixava a entender que nordestinos eram responsáveis pela violência em São Paulo e acabara demitido. Figura relativamente importante no programa de Governo de 2002, simplesmente desapareceu em 2006.

Mas a campanha de 2006 repetiu apoiadores históricos do partido. Presente na campanha de 2002, o cantor Chico Buarque aparece novamente na campanha de 2006 e assim repetiria sua presença nas demais campanhas do PT sendo inclusive figura recorrente na luta contra o impeachment da ex-Presidenta Dilma Rousseff em 2016.

04.5. PT e os compromissos com a classe trabalhadora

Feitos esses comentários mais da “miudeza” do HGPE, fica uma questão maior. Em que medida a partir da leitura das campanhas de 2002 e 2006, ainda era possível considerar o PT um partido comprometido com a causa histórica do movimento dos trabalhadores ou com um partido vinculado à causa operária? O PT é a personificação brasileira da experiência de um partido originalmente voltado a defesa de interesses de uma classe e que, quando chega ao poder, se desconfigura na sua agenda programática? Será possível comparar as mudanças ocorridos no PT nesse período com a de outros partidos de esquerda de outros países?

Bem, primeiro que quando ascende ao poder o PT já não era mais um partido operário exclusivamente voltado a causas desse setor da sociedade (para muitos, não foi nem no seu nascimento já que agregou uma parcela significativa de profissionais liberais). Mas ainda assim – e a minha afirmação é categórica a ponto de correr alguns riscos – a experiência histórica dos quatro anos do PT no poder evidenciados no HGPE de 2006 são insuficientes para dizer que o partido passou a adotar uma agenda de partido de direita ou partido liberal. É bem verdade que cedeu a pressões de setores conservadores, mas ainda assim propôs uma reestruturação do Estado Brasileiro o que foi um diferencial em relação aos anos de Fernando Henrique Cardoso no Governo. Os programas do HGPE de 2006 tentam mostrar essa reestruturação do Estado em 2006 quando ressaltam a quantidade de concursos públicos realizados no Governo Lula. Além disso, a programa repetiu críticas de que o PSDB, principal adversário naquele ano, havia sido responsável por uma série de privatizações de empresas estatais. Isso pesou sobretudo no segundo turno quando o candidato Geraldo Alckmin acabou tendo que vir a público dizer que não havia um programa de privatizações no seu Governo e tentava mostrar que não privatizaria a Petrobras.

Mas em que medida Lula se diferenciou dos demais líderes mundiais de esquerda que também ascenderam ao poder na primeira década dos anos 2000 muitos deles ouvindo críticas de reconfiguração do campo das esquerdas. Bem, primeiro que foi muito peculiar

que na América Latina, continente outrora marcado por ditaduras militares entre os anos 1970 e 1980; e por governos marcadamente neoliberais nos anos 1990, tenha assistindo a ascensão de líderes de esquerda nos anos 2000. Em certo sentido, e respeitando a particularidade de cada um desses países, foi um movimento histórico similar que merece (e tem merecido) inúmeros estudos. Um olhar estrito ao HGPE não consegue alcançar esse movimento internacional. Agora o que se permite levantar uma hipótese a partir do HGPE de 2006, é que o PT e Lula eram conscientes das mudanças pelas quais passaram.

Por fim, a afirmação de Lincoln Secco de que correntes diferentes do partido conviviam dentro do PT durante sua história e que as correntes mais “liberais” eram mais fortes e comandavam a hegemonia interna do partido, parece-me em alguma medida pertinente mas novamente encontra uma limitação quando o recorte é um olhar único a partir do HGPE.

Primeiro aspecto é o fato de que em termos de política econômica em nenhum momento o PT fala de economia socialista (e isso estava na agenda de algumas de suas correntes, notadamente as correntes “O Trabalho” e a “Democracia Socialista”). O programa fala de reforma agrária, mas ao mesmo tempo não tem nenhum receio em destacar o agronegócio inclusive exibindo imagens de Lula numa fazenda de gado usando um chapéu de vaqueiro, mas que é, no fundo uma imagem dúbia entre o dono da fazenda ou o empregado.

O segundo aspecto é que as próprias correntes internas que permaneceram no PT foram se amalgamando numa defesa do Governo. Como vários militantes dissidentes do partido saíram para fundar o PSOL, ficou menos evidente as divergências internas. Até porque o partido foi recebendo novos filiados que já se identificavam com o partido muito mais do que qualquer uma das correntes e sub-divisões. O terceiro aspecto é o fato já mencionado acima de que somente com a leitura e análise do HGPE não é possível dizer que o partido adotou bandeiras liberais.

Dito isso, o trabalho termina com uma série de questões (anteriormente expostas) a serem revisitadas em pesquisas futuras notadamente as que articulem outros discursos midiáticos, notadamente presente na cobertura jornalística e, algo inevitável hoje mas não tão preponderante nos anos de 2002 e 2006, é o protagonismo dos meios e suportes digitais em suas diferentes formas.

Escrever sobre o auge do PT num período de crise do PT que levou à cassação da Presidenta Dilma Rousseff deixando uma parcela do país atônita e, em certa medida,

paralisada não pode deixar de se evindenciar em vários momentos dessa trajetória. Espero rever esse trabalho depois de alguns anos na mesma medida em que espero um dia que o Brasil alcance uma democracia plena. Para isso, estudos sobre a política e suas interações midiáticas tem que estar cada vez mais presentes no ambiente acadêmico tanto quanto um olhar maior da sociedade pela própria democratização da comunicação com a construção e fortalecimento de uma esfera pública plural e com menos assimetria de fala dos atores e sujeitos políticos envolvidos.

Considerações Finais

Observar alguns aspectos da trajetória do Partido permitiu constatar entre outras coisas que o campo da comunicação nunca foi prioridade para o PT. Nem no sentido de ter seus próprios veículos de comunicação, nem no sentido de trazer pra centralidade de seu projeto político a democratização da comunicação no país. Isso acabou se revelando um problema para o próprio partido quando ao chegar ao Governo Federal com a eleição de Lula em 2002. Lula assumiu a Presidência diante de uma mídia concentrada das mais diferentes formas no país.

Foi possível ao longo de uma revisão histórica dialogar com algumas teses defendidas no livro publicado em 2002, “Os Sentidos do Lulismo”, de André Singer. Notadamente três aspectos: o PT deixara de ser um partido cujo público eleitor e simpatizante era em sua maioria formado por membros da classe média e passara, a partir da eleição de 2006, a ser um partido cuja base de eleitores era formada por membros das classes mais populares que tiveram majorado o seu poder de compra de bens materiais a partir de uma série de políticas implementadas pelo Governo Federal. Outra tese defendida por Singer era a de que o diálogo entre Lula e essa classe mais popular, chamada pelo autor de sub-proletariado, passara cada vez a ser feita de forma direta e sem intermediação do partido e de outras instituições. A terceira tese defendida no livro era justamente a de que esse processo de clivagem eleitoral – mudança de perfil de eleitorado – tinha se dado a partir da adoção de uma política econômica que aumentava essa capacidade de consumo de bens materiais das classes mais baixas.

Os resultados do trabalho mostraram uma espécie de relação tensa com as teses de Singer. Se em alguns momentos é possível ver essa relação de comunicação direta entre Lula e o subproletariado, isso não significou necessariamente o abandono da relação do partido com a classe média brasileira. Da mesma forma, mesmo com alguns programas mostrando essa melhora da renda permitindo maior consumo das classes mais populares – evitamos aqui usar a expressão “nova classe média” pelos problemas que implicam a configuração de uma classe média – isso também não significou um “abandono” de antigos temas que o partido batalhou ao longo de sua trajetória, notadamente programas nas áreas de saúde e educação.

Os estudos de comunicação e política no Brasil ainda não aprofundaram interesse em trabalhos que elaborem análises do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)

como um todo. Além do mais, surgiu nos últimos vinte anos um interesse maior pelos meios digitais o que em algum aspecto pode ter feito diminuir o interesse sobre a propaganda na TV. Assim, estamos ainda de uma bibliografia em construção e esperamos ter construído um diálogo entre autores diferentes na tentativa de contribuir nesse campo;

A campanha de 2002 foi marcada pela construção de uma personagem, Lula, competente para governar o país. Isso fez com que em repetidos programas fosse ressaltado a assessoria técnica que Lula recebia a partir de nomes consagrados na política e no meio empresarial nacional. Ao mesmo tempo, o PT tenta em 2002 criar a imagem de um partido que mudara e que passara a compreender de forma diferente alguns aspectos da vida em sociedade. O PT viveu a tensão entre o velho e o novo;

Em 2006, o trabalho buscou investigar se o PT passara por uma clivagem eleitoral passando a se configurar como um partido voltado aos interesses das classes mais populares e se afastando, ao mesmo tempo, de seu público original de classe média.

Identificou-se entre outras coisas que o PT deu maior espaço a negros, índios, mulheres no HGPE se colocando como um partido que abraçara a diferença do povo brasileiro. Ao mesmo tempo, tentara criar uma ideia de modernização. O capítulo 4 do trabalho tentou ainda ao seu final fazer uma análise panorâmica desse processo de construção do trabalho ao longo dos últimos anos.

Ao final deste processo, é possível apontar pontos a serem desdobrados em pesquisas futuras. A análise mostrou que as transformações do Partido dos Trabalhadores estão presentes ao longo de todo o processo histórico do PT. Quando chega ao poder, o partido já havia mudado de sua forma original a ponto de construir uma aliança com um partido como o Partido Liberal (PL) que indicou o candidato à vice, o empresário José Alencar.

A partir do momento que Lula assume a Presidência da República, as transformações que o partido atravessa passam a ser marcadas pela relação de seus membros com a gestão do Governo Federal. Trabalhos futuros podem reconstruir esse processo de reconfiguração do PT. Quais as variáveis envolvidas na transição do partido entre oposição e situação e quais as variáveis presentes num segundo momento quando o PT se consolida no Governo. Nesse sentido, talvez não seja suficiente observar somente o HGPE de campanhas presidenciais, e também não se limitar ao HGPE de campanhas estaduais ou mesmo de eleições municipais das grandes cidades. Será necessário observar,

por exemplo, a propaganda partidária na TV; a cobertura jornalística de diferentes veículos em diferentes partes do Brasil, além dos próprios meios de divulgação do partido.

Um segundo ponto que pode ser observado são programas eleitorais do HGPE em 2010 e 2014 quando Dilma Rousseff foi candidata e ganhou nas duas eleições. Essa observação pode ser feita tanto num olhar mais global e geral sobre a campanha de Dilma, como se separando por temas específicos e podendo então aprofundar-se a partir da escolha desses temas. Há oportunidade ainda de se fazer uma comparação com os programas eleitorais dos adversários e com o agendamento e cobertura da mídia sobre as eleições possibilitando comparativos entre as imagens construídos no campo da propaganda e o discurso jornalístico.

O terceiro ponto que pode permitir algumas análises futuras é a escolha de momentos bem pontuais, porém significativos, na trajetória do PT e suas representações midiáticas. Assim, por exemplo, a cobertura das convenções partidárias e de encontros e congressos do partido podem dar subsídios para momentos específicos que tem repercussão na história do PT. Em 2007, num Encontro Nacional do PT, os delegados inserem no documento final do encontro um item reafirmando o compromisso do PT com o socialismo. Depois de cinco anos de mandato de Lula como Presidente da República, o Partido reafirma em seu encontro o compromisso com o socialismo. Bem, onde é possível identificar quais as representações midiáticas disso?

Bem, vale ressaltar que o surgimento do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) fundado em parte por egressos do PT e com relativa inserção em alguns setores da sociedade como Universidade, alguns movimentos sociais como os movimentos engajados nas lutas de gênero, pode ter obrigado o PT a se recolocar dentro do conjunto dos partidos de esquerda ou, pelo menos, disputar hegemonia dentro da esquerda sobre determinados temas.

Sobre os estudos de propaganda política, há sempre um tema “latente” que é a comparação entre elementos da propaganda comercial presentes na propaganda política. É claro que não se pode cair no equívoco de achar que não há uma mediação entre esses dois discursos, “propaganda comercial” e “propaganda política”. Mais do que querer identificar uma relação direta e uma apropriação de uma pela outra como uma simplificadora fórmula que colocaria uma personagem do HGPE como um produto da propaganda de varejo, mais

interessante será encontrar matizes e identificarmos formas diferenciadas em que esse processo acontece.

Por fim, creio que uma quinta contribuição seria a de relacionar o HGPE brasileiro com as propagandas eleitorais em campanhas de outros países. Claro que há necessidade de se inserir uma série de variáveis porque as questões nacionais e as legislações locais tornam uma comparação direta algo sem sentido. Porém, conscientes das particularidades dos contextos de cada um dos países, um estudo comparativo permitiria observar estratégias, semelhanças e diferenças. Assim, por exemplo, seria possível ver em que medida candidatos de diferentes países da América do Sul que tiveram experiências de esquerda na primeira década dos anos 2000 elaboraram suas narrativas sobre Governos com discursos contrários à política neoliberal dos anos 1990.

Num momento histórico de polarização política no país, nunca é demais relembrar uma das frases que me perseguiu como autor dessa tese em vários momentos e que representava uma espécie de fantasma crítico presente: escrever um trabalho sobre o PT é correr o risco de nunca ser crítico o suficiente para demonstrar independência ou nunca ser engajado demais para não demonstrar ser simpático ao partido.

Escrever no meio do turbilhão de acontecimentos que o país enfrentava, ainda enfrenta e tudo indica enfrentará por muito tempo ainda, tendo o PT no centro do debate foi algo extremamente difícil, mas ainda assim não se fugiu de analisar um momento extremamente importante da esfera pública brasileira, tentando contribuir nessa tarefa de compreender as relações tensas entre a comunicação e a política no Brasil.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. “Aqui você vê a verdade na tevê”. Niterói, MCII, 1999.

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro, EdFGV, 2004.

AMORIM, Vitor. “O PT visto de dentro: as correntes trosktistas” in VILLA, Marco Antônio. **O Partido dos Trabalhadores e a política brasileira (1980-2006): uma história revisitada**. São Carlos, EDUFSCAR, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro, Editora Jorge Zahar, 2008.

BERLINGUER, Enrico. **Un'altra idea del mondo**. Roma, Editori Riuniti, 2014.

_____. **La questione morale**. Reggio Emilia, Alberti Editore, 1994.

BOBBIO, Norberto. **Dizionario di Politica**. Torino, Utet, 1990.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção. Crítica social do Julgamento**. São Paulo, Zouk, 2011.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro, EdUFRJ, 2008.

CARVALHO, Rejane. **Transição Democrática Brasileira e Padrão Midiático Publicitário da Política**. Campinas, Pontes, 1999.

CONTI, Mário Sérgio. **Notícias do Planalto**. São Paulo, Companhia das Letras, 1999.

COSTA, Caio Túlio. **Cale-se**. São Paulo, Girafa, 2003.

CERRONI, Umberto. **Teoria do Partido Político**. São Paulo, Livraria Editora Ciências Humanas, 1982.

DOWS, Anthony. **An Economic Theory of Democracy**. Nova Iorque, Harper, 1957.

DULCI, Luiz. **Um salto para o futuro: como o Governo Lula colocou o Brasil na rota do desenvolvimento**. São Paulo, Ed. Fundação Perseu Abramo, 2013.

GADOTTI, Moacir. **Pra que PT: origem, projeto e consolidação do Partido dos Trabalhadores.** São Paulo, Cortez, 1989.

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa.** São Paulo, Paulus, 2004.

GRANDI, Rodolfo; MARINS, Alexandre; FALCÃO, Eduardo. **Voto é marketing...o resto é política.** São Paulo, Loyola, 1992.

GRILLO, Sheila. “Função dos gêneros e metodologia na constituição do corpus em análise de discurso” in **Estudos Linguísticos.** Bragança Paulista, 2009.

DELLA PORTA, Donatella. **I partiti politici.** Bolonha, Mulino, 2009.

DULCI, Luiz. **Um salto para o futuro. Como o Governo Lula colocou o Brasil na rota do desenvolvimento.** São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2013.

DUVERGER, Maurice. **Les Partis Politiques.** Paris, Ed. Armand Colin, 1976.

GRAMSCI, Antonio. **Escritos Políticos. V. 2.** Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2004.

KECK, Margareth. PT. **A lógica da diferença. O Partido dos Trabalhadores na Construção da Democracia Brasileira.** São Paulo, Ed. Ática, 1991.

LACLAU, Ernesto. **Política e Ideologia na Teoria Marxista.** Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.

LIMA, Venício. “Cenários de Representação da Política” in **Comunicação e Política: conceitos e abordagens.** RUBIM, Antônio Albino. Salvador, EdUFBA, 2004.

LIMA, Venício. “Existe concentração na mídia brasileira? Sim” in *Observatório da Imprensa.* Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/plq010720031.htm>>

MACHADO, Ralph. **Lula a.c.-d.c.: política econômica antes e depois da “carta ao Povo brasileiro”.** São Paulo, Annablume, 2007.

MAIA, Rousiley; GOMES, Wilson. **Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas.** São Paulo, Paulus, 2008.

MAINIGUENEAU, Dominique. **Discurso e Análise do discurso.** São Paulo, Parábola Editorial, 2015.

MANIN, Bernard. **As metamorfoses do governo representativo.** Revista Brasileira de Ciências Sociais. Ano 10, 1995.

MARTINEZ, Paulo Henrique. “O Partido dos Trabalhadores e a conquista do Estado” in **História do Marxismo no Brasil.** Campinas, Editora da Unicamp, 2007.

MARTINS, José de Souza. **Do PT das lutas sociais ao PT do Poder.** São Paulo, Contexto, 2016.

MIGUEL, Luis Felipe. **Democracia e Representação: Territórios em Disputa.** São Paulo, Editora Unesp, 2014.

MORAES, Dênis de. **Planeta Mídia. Tendências da Comunicação na Era Global.** Campo Grande, Letra Livre, 1998.

MOREL, Mário. **Lula, o metalúrgico. Anatomia de uma liderança.** Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1989.

NEUMAN, Sigmund. **Modern Political Parties.** Chicago, Chicago University Press, 1956.

PANKE, Luciana. **Lula: do sindicalismo à reeleição. Um caso de comunicação, política e discurso.** São Paulo, Horizonte, 2010.

PAULANI, Leda. **Brasil Delivery.** São Paulo, Boitempo, 2008.

PIKIN, Hanna. **The Concept of Representation.** Berkeley, Univeristy of California Press, 1967.

POCHMANN, Marcio. **Nova Classe Média?** São Paulo, Boitempo, 2014.

POCHMANN, Marcio. “Políticas públicas e situação social na primeira década do século XXI” in **Lula e Dilma.** SADER, Emir. São Paulo, Boitempo, 2013.

POMAR, Valter. **A metamorfose.** Tese de Doutorado em História apresentada na FFLCH-USP, São Paulo, 2005.

OLIVEIRA, Francisco de; RIZEK, Cibele. **Hegemonia às avessas**. São Paulo, Boitempo, 2010.

OLIVEIRA, Isabel Ribeiro de. **Trabalho e Política. As origens do Partido dos Trabalhadores**. Petrópolis, Vozes, 1987.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1994.

PALOCCI, Antônio. **Sobre Formigas e Cigarras**. São Paulo, Objetiva, 2007.

POCHMANN, Márcio. **Nova Classe Média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira**. São Paulo, Boitempo, 2012.

RICCI, Rudá. **Lulismo: da era dos movimentos sociais à ascensão da nova classe média**. Rio de Janeiro, Contraponto, 2010.

SADER, Eder. **Quando novos personagens entraram em cena: experiências e lutas dos trabalhadores da grande São Paulo**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1988.

SAISI, Katia. A estética na política. Dissertação de Mestrado apresentada na Faculdade Casper Líbero. São Paulo, 2003.

SARTORI, Giovanni. **Partidos e Sistemas partidários**. Rio de Janeiro, Zahar, 1982.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Nova Iorque, Harper, 1942.

SECCO, Lincoln. **História do PT**. Cotia, Ateliê Editorial, 2011.

SINGER, André. **Os sentidos do Lulismo: reforma gradual e pacto conservador**. São Paulo, Companhia das Letras, 2012.

SOUZA, Jessé. **Os Batalhadores Brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** Belo Horizonte, EdUFMG, 2010.

TASCHNER, Gisela. **Cultura, Consumo e Cidadania**. Bauru, EDUSC, 2009.

WEBER, Maria Helena. “Imagem Pública” *in* RUBIM, Antônio Albino. **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador, EdUFBA, 2004.

WEBER, Max. **Economia e Società**. Milano, Comunità, 1974.

Anexo I (lista dos temas dos programas eleitorais de 2006)**Programa 15/08 – tarde**

grandes obras
trabalho social
transferência de renda
agricultura familiar
distribuição de livros
emergência médica
exportações
inflação
risco país
emprego
FMI
petróleo
energia
salário mínimo
desigualdade social
universidades
ascensão social
história pessoal de Lula
estabilidade
acesso ao crédito
miséria e pobreza
reformas
educação
saúde
segurança
reforma política
crise ética

Programa 15/08 - noite

Mesmo programa das 13h

Programa 17/08 – tarde

grandes obras
trabalho social
transferência de renda
agricultura familiar
distribuição de livros
emergência médica
exportações

inflação
risco país
emprego
FMI
petróleo
energia
salário mínimo
desigualdade social
universidades
ascensão social
história pessoal de Lula
estabilidade
acesso ao crédito
miséria e pobreza
reformas
educação
saúde
segurança
reforma política
crise ética

Programa 17/08/2006 - noite

Repetição do programa das 13h

Programa 19/08/2006 – tarde

grandes obras
trabalho social
transferência de renda
agricultura familiar
distribuição de livros
emergência médica

exportações
inflação
risco país
emprego
FMI
petróleo
energia
salário mínimo
desigualdade social
universidades
ascensão social
história pessoal de Lula
estabilidade
acesso ao crédito
miséria e pobreza
reformas
educação
saúde
segurança
reforma política
crise ética

Programa 19/08/2006 – noite

Mesmo conteúdo do programa exibido à tarde

Programa 22/08/2006 – tarde

Repetição do programa do dia 19

Programa 22/08/2006 – noite

Bolsa família
Transferência de renda
consumo popular
fome

educacao
sauda
qualidade de vida
emprego
renda
Pronaf
Pré Natal
Fome Zero
Programa de cisternas
agricultura familiar
formação de mão-de-obra e geração de emprego

Programa 24/08/2006 – tarde

Educação
Agente jovem
Escola de fábrica
Fundeb
Prova Brasil
Ensino básico e profissionalizante
Projovem
Escola de Fábrica
Soldado Cidadão
Consórcios da Juventude
Ensino Superior

Programa 24/08/2006 – noite

Reprise

Programa 26/08/2006 – tarde

Biodiesel
H-BI
(criação de um setor econômico)
emprego
geração de renda e produtos

Programa 29/08/2006 - tarde

Avanço social
Avanço Econômico
Avanço Tecnológico
Bolsa família
Dívida FMI
Prouni
Farmácias populares
Brasil Soridente
Exportações
Habitação
Luz para todos
Saneamento
Petróleo
Produção científica
Energias renováveis (Biodiesel, H-Bi, etanol)
TV Digital
Emprego

Programa 31/08/2006 – tarde

Luz para todos
Transferência de renda
Bolsa família
Programa de Construção de Cisternas

Não foi possível localizar os primeiros programas de setembro**Programa 09/09/2006 – tarde**

Mesmo programa exibido no dia 24/08

Programa 09/09/2006 – noite

Obras habitacionais

Saneamento

Educação

Saúde

Transferência de renda

Obras infraestrutura (Ferrovias, portos, aeroportos, metrô)

Petróleo, gás natural e biodiesel

Programas sociais

Economia (dívida externa, arrecadação federal, exportações, salários)

Programa 12/09/2006 – tarde

Mesmo programa da noite do dia 09

Programa 12/09 – noite

Análise dos 44 meses de governo

Redução da pobreza

Desigualdade social

Bolsa família

Ascensão social (causas: crescimento do emprego, aumento dos salários e crédito mais acesso ao crédito)

Estabilidade econômica

Empreendedorismo

Agricultura familiar

Supersimples

Emprego

Dignidade

Programa 14/09 - tarde

Reprise do programa da noite do dia 12/09

Programa 14/09 – noite

Avanço social
Avanço Econômico
Avanço tecnológico
Bolsa família
Fim dos apagões
Salário mínimo
Bolsa família
FMI
Prouni
Universidades públicas
farmácias populares
Brasil soridente
exportações
Empregos
Habitação
Luz para todos
Saneamento
Estradas
Petróleo
Energias limpas e renováveis
Emprego
Fronteiras tecnológicas

Programa 16/09 – tarde

Reprise do programa da noite do dia 14/09

Programa 16/09 – noite

Reprise do programa da noite do dia 24/08

Programa 19/09 – tarde

emprego
justiça social
aumento da renda
geração de emprego
crianças na escola
desenvolvimento do brasil
educação (prouni, fundeb)
juventude (projovem e outros programas)
emprego

Programa 19/09 – noite

corrupção
economia (redução de impostos, crédito,
redução da taxa de juros, pequena empresa)
infraestrutura
desigualdade da renda (pnad)
aumento da renda
emprego
educação

Programa 21/09 - tarde

polícia federal
Discurso de Lula na ONU
estadista do ano 2006
combate à miséria e fome
bolsa família
saúde

Programa 21/09 – noite

Reprise do programa da tarde

Programa 23/09 – tarde

corrupção

segurança pública

integração das polícias

Programa 23/09 – noite

Reprise do programa da tarde

Programa 26/09 – tarde

Biodiesel

Programa 29/09 – tarde e noite

Reprise do programa do dia 26

Programa 12/10 – tarde e noite

Combate à miséria

Emprego

Prouni

Mulheres, negros, índios e meio ambiente

Estados dizem sim a Lula porque:

RJ - reativou indústria naval, habitação, empregos

SP - 55 bilhões investidos, emprego

BA - Bolsa família, universidades, saneamento e habitação,

PE - saneamento, refinaria de Suape, educação

MG - Prouni, programas sociais, infraestrutura

RS - Agricultura familiar, indústria naval, estradas

CE - Luz para todos, programa siderúrgico, programa de cisternas

Adversários - trabalham para a elite e fazem campanha de ódio, privatiza a economia, encolhe salário, diminui emprego, submete país aos interesses estrangeiros, esconde escândalos e barra CPI

Lula - lugar para todos, fim da inflação, economia estável, aumento dos salários, ampliação do emprego, libertação do FMI, diminuição da pobreza e desigualdade, combate à corrupção (mesmo que deixe o governo exposto), programas sociais

Propostas de Lula para o futuro:

Apoio à indústria, Menos impostos, menos burocracia e mais apoio à microempresa, estímulo à construção civil, expansão do biodiesel, mais saúde, ferrovias, estradas, portos e aeroportos, mais educação, bolsa família, luz para todos, menos juros, mais crédito.

Depoimentos de governadores da região Norte, Nordeste e Sudeste.

Programa 13/10 – tarde e noite

Pesquisas intenção de votos

Fome

Luz para todos

Emprego

Esperança

Fala de Lula:

País justo e humano

Futuro: emprego e educação

Investimentos públicos e privados

Distribuição de resultados da economia

equilíbrio econômico

menos juros, menos impostos

Construção naval

Plataformas de petróleo

Portos

Micro e pequenas empresas

Supersimples

Geração de emprego

Assentamento/fome/Bolsa Família

Agricultura familiar

Personagens repetidos de outros programas

Fala de Lula que já rodou em outro programa sobre Bolsa Família e Educação)

Prouni

Escolas Técnicas e Universidades

Propostas de Lula para o futuro:

Incentivos à indústria naval, modernização de portos, implantação do supersimples, incentivo para a construção civil, ampliação do Prouni, extensão universitária escola técnica em cada cidade polo, recriar a Sudam e Sudene, Acelerar o processo de revitalização do Rio São Francisco, planos de desenvolvimento sustentável da Amazônia, Nordeste e Área de influência da BR-163

Fala de Lula repetida de outro programa dizendo que o plano de governo novo é mais realista.

Programa 14/10/2006 – tarde e noite

Obras, desenvolvimento e esperança

Desigualdades entre pessoas e entre regiões

Região Norte:

preservar o meio ambiente e estimular o crescimento da produção, Desmatamento Amazônia, Incentivos ao polo industrial de Manaus, Empregos, Gasoduto, Usina, Ponte Brasil-Peru, Hidrelétrica, Apoio popular e apoio político (depoimento governador Amazonas)

Região Nordeste:

Infraestrutura de apoio à produção e ao turismo, Pobreza diminui, emprego cresce, Obras nos metrôs, portos e aeroportos, gasodutos, Transnordestina, Duplicação de BR (Depoimento governador Bahia)

Compara governo FHC x Lula

Empregos, compra de cestas básicas, Valorização do salário mínimo

Região Centro Oeste:

Geração de energia, Amplia aeroportos e recupera estradas, obras em toda parte, BRs diversas, ferrovia, habitação (depoimento Maria Caetano, moradora)

Região Sudeste:

Aeroportos modernizados e ampliados, Portos de Santos, Rio e Vitória, Gasodutos em obras em Campinas e Vitória, Conclusão da Duplicação da Fernão Dias e Regis Bittencourt, Metrô, Geração de empregos, Indústria naval no Rio gera empregos

(Depoimento do candidato ao governo do Rio de Janeiro aborda parceria que fará com o governo federal)

Região Sul:

Recupera indústria de construção naval, amplia refinaria, implanta parque eólico de Osório, Recuperação de estradas, portos e aeroportos, Apoio à agricultura familiar

Outros projetos com recursos garantidos:

Polo siderúrgico do Ceará, Refinaria de Pernambuco, Polo petroquímico Rio de Janeiro, Hidrelétricas Belo Monte e Madeira, Bolsa Família, Universidades novas, Prouni, Novas escolas técnicas, Projetos de modernização energética, Diminuir as desigualdades regionais

Programas 15/10 e 16/10 – tarde e noite

Dia dos professores: programa dedicado à educação
 Emprego
 Redução da pobreza
 Depoimento Cid Gomes, governador eleito do Ceará
 Financiamento de pesquisas/desconto no Imposto de renda
 Financiamento do magistério
 Universidade aberta
 Valorização do professor

Programas 17/10 – tarde e noite

Críticas: Privatizações de FHC, inflação, desemprego, risco país, programas sociais.
 Recuperação do país, inflação baixa, geração de emprego, redução da pobreza e aumento das exportações. Infraestrutura e programas sociais, crédito pessoal, salário mínimo, Brasil vai virar a maior potência energética do mundo, gerando mais empregos. Petróleo (gasodutos), novas fontes de energia, biodiesel e HBIO (Potencial para gerar tecnologia, emprego e renda). TV Digital, polos de microeletrônica e semicondutores.
 Desigualdades, Depoimento prefeito de Salvador.
 Lula x FHC: exportações, balança comercial

Projetos:

Usinas hidrelétricas, exportação de etanol, usinas de biodiesel, criação do piso nacional dos professores, Ampliação do Prouni, incentivo às micro e pequenas empresas. Ampliar crédito pessoal. Continuar recuperando o salário mínimo. Discurso Lula: novas tecnologias, aprimoramento de mão de obra, investimento na educação. Emprego, melhora da vida.

Programas 18/10 – tarde e noite

Pesquisa.
 Artistas, intelectuais e esportistas apoiam Lula no Canecão.

Discurso: Dados PNAD/IBGE. Mais emprego, mais renda e mais justiça social. Potencial criativo e produtivo do brasileiro. Jovens, mulheres e homens. Oferta de emprego. Medidas econômicas: programas de redução de impostos, expansão do crédito para os setores produtivos, aprofundar redução da taxa de juros, apoio às micro e pequenas empresas.

Grandes projetos. Economia estável. Polo petroquímico e usina siderúrgica do Rio. Refinaria de Pernambuco. Siderúrgica do Ceará. Hidrelétricas de rio Madeira e Belo Monte. Biocombustíveis, ampliar recursos para agricultura. Recuperar, ampliar e modernizar estradas, ferrovias, portos e aeroportos. Facilitar construção, reforma e aquisição da casa própria. Estimular o setor da construção civil. TV Digital e polo de eletrônica e semicondutores -> gera emprego. Brasil sorridente, Samu, Saúde da família (Dia do médico) PNAD - poder de compra da população aumentou. Mais empregos, bolsa família, aumento do salário mínimo e preços mais baixos dos materiais de construção e cesta básica. Aumento do consumo, melhora da qualidade de vida. Consumo de TV, celular e computador. Mudança social. Linha de crédito. Saneamento, coleta de lixo, luz elétrica, coleta de lixo. Escolaridade aumentou. Índice de desigualdade social caiu.

Compara Lula x FHC

FMI, geração de empregos, Prouni,
Saúde e segurança.

Programa 19/10/2006

Depoimento Ariano Suassuna

Fato histórico: 1a vez que um Homem saindo do povo virou presidente

Discurso Lula:

Encontrou setor de transporte sucateado. Portos e aeroportos defasados, indústria de construção naval parada.

Ferrovias e rodovias esquecidas. Consequências: estrangulamento das exportações, alto preço do transporte de carga, preços altos dos produtos e insegurança para quem viajava. Fez grande força de recuperação definindo prioridades e metas.==

Plano: recuperar a marinha mercante. Plataformas de petróleo em recuperação, geração de

empregos.

Compara Lula x FHC

Exportações, operações especiais da Polícia Federal, número de cestas básicas compradas com o salário mínimo.

Programa 20/10/2006 – tarde e noite

Pesquisa de intenção de voto

Repercussão do debate do SBT

Construção do alicerce para crescimento econômico. Com o PSDB o Brasil não cresceu, não aumentou a renda e não controlou a inflação. Foram 20 anos de atrofamento. Falta de crédito para exportações, Risco Brasil alto. Hoje Exportação é recorde, há uma reserva maior que a dívida líquida pública, aumento dos empregos e distribuição de renda. Tira pessoas da linha da pobreza. Brasil está pronto para crescer. Distribuição de renda.

Diminuição da renda.

Pobres participam da economia. Saúde: Farmácia Popular, mudanças na vida do brasileiro (acordos salariais acima da inflação, pessoas crescem, comem e vivem mais). Juros de crédito cai. Distribuição de livros. Solidez. Pessoas elogiam: Brasil soridente. Geração de emprego.

Prouni. Samu.

Propostas de Lula para gerar emprego:

Ampliar programas de redução de impostos, expandir o crédito para os setores produtivos, aprofundar redução da taxa de juros, apoiar fortemente as pequenas e microempresas, ampliar os recursos para a agricultura, novos combustíveis (biodiesel), facilitar construção, reforma e aquisição da casa própria e setor de construção civil.

Propostas para área social:

Ampliar e aperfeiçoar o Bolsa Família, levar luz elétrica para todos os brasileiros que vivem na Zona Rural, Criar mais 300 mil vagas no Prouni, Instalar laboratórios de

informática em todas as escolas de ensino médio do país, criar extensão universitária e escola técnica em cada cidade polo do país, ampliar os programas Samu, Brasil

SOrridente e Farmácia Popular. Reformar e ampliar unidades de urgência e emergência dos grandes hospitais públicos.

Depoimentos de governadores (mencionam temas como:)

Brasil cresce, oportunidades para todos, emprego, recessão, justiça social, desenvolvimento, trabalho social, solidez, competência.

Programa 23/10/2006 – tarde e noite

Segurança pública

Sistema Único de Segurança Pública

Força Nacional de Segurança

Gabinetes de Gestão integrada

Sistema Penitenciário Federal (construção de cinco presídios de segurança máxima)

Desarticula quadrilhas dentro das penitenciárias estaduais.

Programa 24/10/2006 – tarde e noite

Reprise do programa do dia 23/10

Programa 25/10/2006

Pesquisas de intenção de voto

Tema: Agricultura

Crises cíclicas x Boas safras

Aumento dos investimentos
Prorrogação de dívidas
Ampliação dos sistemas sanitários
Assistência técnica
Seguro agrícola
Plano Safra

Agricultura Familiar

Agronegócio

Programa 26/10/2006

Discurso de Lula:
Educação
Saúde
Segurança
Desigualdade social
Geração de empregos
Acelerar ritmo de desenvolvimento econômico e social do Brasil

Tema central: Política de valorização da mulher
Discriminação da mulher
Espaço no mercado de trabalho
Redução da Violência
Secretaria Especial criada para atender a mulher
Nome do terreno agora sai em nome do casal, antes só no do homem.
Crédito, Pronaf Mulher
Aumento do salário e participação no mercado
Centro de Negócios da Mulher Empreendedora (Uberaba)
Combate à Violência doméstica contra a mulher
Central Ligue 180 (para denúncias)

Lei Maria da Penha

Brasil mais justo e humano

Depoimento de Marta Suplicy: políticas do governo Lula reduziram as internações infantis por desnutrição.

Ana Júlia (candidata governo Pará)

Marilena Chauí (democracia, participação dos cidadãos)

Marisa Letícia, primeira dama, promete que vai intensificar o trabalho em favor da mulher

Deputada Federal Manuela D'Ávila - dificuldade de ser mulher e jovem na política.

Lula fala de acabar com a discriminação baseada em sexo, raça ou posição social.