



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

MONALISA SOARES LOPES

**NARRATIVAS SIMBÓLICAS DO LULISMO: UMA ANÁLISE DAS CAMPANHAS
ELEITORAIS DE DILMA ROUSSEFF (2010 E 2014)**

FORTALEZA

2016

MONALISA SOARES LOPES

**NARRATIVAS SIMBÓLICAS DO LULISMO:
UMA ANÁLISE DAS CAMPANHAS ELEITORAIS DE DILMA ROUSSEFF (2010 E
2014)**

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Sociologia do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Orientadora: Prof. Dra. Rejane Vasconcelos Accioly de Carvalho

FORTALEZA

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

L854 Lopes, Monalisa Soares Lopes.
 NARRATIVAS SIMBÓLICAS DO LULISMO : UMA ANÁLISE DAS CAMPANHAS ELEITORAIS
 DE DILMA ROUSSEFF (2010 E 2014) / Monalisa Soares Lopes Lopes. – 2016.
 306 f. : il. color.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação
em Sociologia, Fortaleza, 2016.
Orientação: Profª. Dra. Rejane Vasconcelos Accioly de Carvalho .

1. Narrativas Políticas. 2. Lulismo. 3. Campanhas Eleitorais. 4. Dilma Rousseff. I. Título.

CDD 301

MONALISA SOARES LOPES

NARRATIVAS SIMBÓLICAS DO LULISMO: UMA ANÁLISE DA CAMPANHAS
ELEITORAIS DE DILMA ROUSSEFF (2010 E 2014).

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Sociologia do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Rejane Vasconcelos Accioly de Carvalho (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Irllys Alencar Firmo Barreira (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Jawdat Abu-El-Jah (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Liduina Farias Almeida da Costa (Membro)
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

Profa. Dr. Alexandre Almeida Barbalho (Membro)
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

À minha mãe e ao meu pai (*in memoriam*) por serem parte
dessa minha paixão pela política.

AGRADECIMENTOS

Do momento em que escrevo esses agradecimentos, observo-me e percebo uma longa trajetória percorrida. Os aprendizados e experiências, nos mais diversos âmbitos, parecem me trazer até aqui. Olho ao redor e vejo quantas pessoas estão implicadas nesse meu percurso. Daqui os meus mais singelos agradecimentos.

À minha querida orientadora Rejane Carvalho pela generosidade com que compartilha seu brilhantismo intelectual. Por acolher tão bem minhas angústias e inseguranças me guiando nas trilhas da vida acadêmica. Você é para mim uma inspiração como intelectual e como ser humano.

À Irllys Barreira pelos generosos ensinamentos que foram fundamentais para a produção deste trabalho. Por sua elegância nos diálogos presenciais que muito contribuíram desde a banca de seleção até a de qualificação. A leitura de sua prosa poética acadêmica me inspirou a imergir nesse universo das narrativas políticas.

Ao Jawdat pelos primeiros debates acadêmicos sobre a política. Por revelar que a institucionalidade política se faz dentro de uma dada sociedade perpassada por disputas. Pelas interpelações ao longo dos seminários e disciplinas que me fizeram problematizar melhor os dados interpretados nesta tese.

Aos professores Alexandre Barbalho e Liduina Farias que, desde o princípio, foram solícitos em fazer desse encontro possível. Agradeço também pela gentileza e disponibilidade na realização da leitura.

À Linda Gondim pela amizade e incentivo, além dos inestimáveis ensinamentos metodológicos. Ao Valmir Lopes pelos diálogos provocativos que sempre me instigam a refletir sobre o que eu penso. Ao Estevão Arcanjo pelo carinho de sempre, pelas questões levantadas e pelo debate respeitoso.

Aos Professores do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFC, em especial os que contribuíram diretamente nos debates que estimularam esse trabalho: Alba Carvalho e Isabelle Braz, mestras desde minha graduação, e Danyelle Nilin, pelos diálogos políticos dentro e fora da academia.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio financeiro em forma de bolsa de estudos no programa de Doutorado.

Aos meus muitos amigos com quem partilho sonhos e esperanças.

Ao meu grupo da graduação em Ciências Sociais e da vida toda. Marcos Paulo pela cumplicidade no debate acadêmico e político, seguimos juntos; Camila Castro pelo apoio e carinho, não importa quão longe estejamos a gente sempre se acha; Rita Maria pelo cuidado, afeto e incentivo, você é uma inspiração.

À Paula Vieira pela partilha dos textos e da vida cotidiana. Uma felicidade termos nos encontrado e termos encontrado nosso tom numa convivência tão intensa;

Ao Raulino pela beleza de uma amizade que vem de anos e pela partilha da curiosidade intelectual;

Ao Alexandre Joca pelas conversas e partilhas sobre o mundo, as conquistas e a vida. Por querer ver essa tese escrita;

Ao Roberto por, mesmo na distância, preservar a confiança e o afeto de uma amizade construída na intensidade.

À Nathalia Sobral pela energia e axé sempre presentes.

À Graziela, uma grande, pela partilha das reflexões e pela estima a mim dedicada.

À querida Tati pela sutileza de uma amizade madura, recheada pela empatia e carinho mútuos. Agradeço ainda por sua família, Pet e Thomás, e pelo carinho com que me acolhem.

Aos queridos amigos que fiz no trabalho Márcia Arão, Rejane Vasconcelos, Evania Severiano, Edna Leite, Raquel Vasconcelos e Carol Assis. Os afetos que construí com vocês foram fundamentais para fazer mais leve essa jornada árdua de compatibilizar o fazer profissional e escrever uma tese. Em especial agradeço a Herta Ribeiro pelo acolhimento e afeto a mim despendidos, sobretudo, nesse processo final de escrita da tese; a Bruno Muneratto e Mardônio Silva, meus historiadores preferidos, pela amizade que se estendeu para além dos muros do trabalho, chegando às nossas casas e vidas.

Ao meu (em breve) colegiado Camila Holanda, Igor Monteiro, Emanuel Freitas, Juliana Gondim e André Lima pelas cervejas e conversas que tanto me ajudaram nessa minha dupla angústia de concluir tese e esperar nomeação. Para nós: #NomeiaCamilo.

À minha mãe, Socorro Lopes, por ser essa rocha onde encontro estabilidade, mas também o colo e o afeto nos quais me banho de conforto, aceitação e carinho. Seu amor me faz mais forte. Seu cuidado me permitiu sonhar e viver experiências fundamentais. Minha profunda gratidão por viver e sentir comigo, por fazer das minhas dores e delícias as tuas. Seu exemplo me arrasta a buscar o melhor de mim, como um dia tu buscastes em ti. Grata por tu seres quem tu és.

Ao meu pai, Osvaldo Soares, pelas memórias vívidas de minha infância que estimularam minha curiosidade e gosto pela política. A saudade de ser aquela menininha em seu colo cala fundo em meu peito, mas me alegra profundamente saber que seguimos juntos e que eu percorro a vida também entre seus passos. "Você faz parte desse caminho, que hoje eu sigo em paz". Amor é assim, uma marca que segue com a gente ao longo da vida.

A meu irmão, Paulo Rodrigo, por ter resistido ao meu ímpeto controlador. Por ter se tornado alguém tão diferente de mim. Grata por me ensinar a viver a alteridade, sou feliz porque mesmo na diferença encontramos unidade. Agradeço ainda o conforto, carinho e amor em momentos muito delicados da minha jornada, quero que saibas que encontrarás em mim isso e muito mais sempre que precisares. Te sinto como uma parte de mim. Uma parte linda e criativa. Não posso deixar de te agradecer imensamente pela leitura e pelos comentários dos meus textos, por emprestar o teu talento para embelezar a minha narrativa.

A Rafael Gomes agradeço por ser “amor, antes de ser”. Sou grata por teres entrado no infinito de mim e me dado a mão. Muitos dos bons caminhos que trilhei fiz por teu profundo incentivo. Meus intensos agradecimentos pelo companheirismo, pela empatia e pelas chamadas para que eu estivesse focada no que realmente interessa(va). Grata por ser parte dessa história, nas leituras, revisões, questionamentos e, sobretudo, no abraço carinhoso que me confortava nos momentos em que me senti frágil diante dessa tarefa. “Você me traz sorte, meu amor”. O mais bonito de uma relação é o que (e o quanto) ela nos inspira.

Às minhas duas famílias, Soares e Lopes, por serem lideradas por mulheres, dando-me o exemplo de que podemos (e devemos) romper as barreiras impostas a cada uma de nós. O meu agradecimento imensurável aos avôs, tias/os e primas/os estão sintetizados em minhas duas avós. Vovó Regina, parece que foi ontem que estávamos juntas conversando sobre a política nacional e suas preferências por Lula e/ou Dilma. A dor da tua perda está pulsando ainda, mas saiba, que você está presente em mim, no meu ímpeto de luta por uma vida e um mundo melhor. Vovó Maroquinha, faz tanto tempo, mas tua felicidade e gratidão diante da vida marcam minhas memórias de infância. Tua beleza é sintetizada para mim em teu sorriso, trago-o comigo sempre.

RESUMO

Esta pesquisa objetiva compreender como se estruturou uma narrativa simbólica do lulismo nas disputas eleitorais de 2010 e 2014 para o executivo federal. O trabalho fortalece a interpretação de que os governos liderados por Lula e Dilma configuram um ciclo político, posto que instituem uma temporalidade política marcada pela continuidade de ações governativas e marcas simbólicas. As campanhas eleitorais são aqui tomadas como espaços privilegiados para a observação de aspectos simbólicos que constituem estratégias de busca por adesão em prol da permanência de grupos no poder. Desse modo, a análise aqui desenvolvida toma o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) como o *locus* de visibilidade das narrativas caracterizadoras de um candidato/grupo ou ciclo político. A metodologia da pesquisa seguiu os percursos que permeiam os estudos no âmbito interdisciplinar da comunicação política. A noção de enquadramento interpretativo (PORTO, 2002) foi mobilizada com vistas a compreender as discursividades (textuais e visuais) que compõem as narrativas apresentadas no HGPE. O *corp*us de análise constituiu-se de 40 programas eleitorais, 20 de cada campanha, sendo 10 de cada turno. Além destes foram inclusos também na análise os programas partidários do PT nos períodos pré-eleitorais (2009, 2010, 2013 e 2014). A análise empreendida identificou que a narrativa simbólica do lulismo foi construída através do enquadramento interpretativo de um legado que se caracterizaria pela instiuição de um novo momento da história política do país. Esse novo tempo se evidenciaria pela execução de um projeto político que promoveu a inclusão social como “*nunca antes na história do país*”. A narrativa simbólica delimita, portanto, uma definição de temporalidades, o lulismo *versus* o passado, definidas em função da existência ou não de direitos sociais e cidadania para amplas parcelas da população.

Palavras-chave: narrativas simbólicas, lulismo, campanhas eleitorais, Dilma Rousseff.

ABSTRACT

This research aims to understand how the symbolic narrative of lulismo was structured in the 2010 and 2014 presidential campaigns. The paper strengthens the interpretation which says the governments led by Lula and Dilma configures a policy cycle, because they instituted a temporality of policies marked by a continuation of governmental actions and symbolic brands. The election campaigns are here understood as a privileged space to observe symbolic aspects which build strategies interested in accession to ensure groups in power. In this sense, the analyses here developed takes the Free Political Electoral Time (HGPE) as a *locus* of visibility of narratives which configure one candidate/group or policy cycle. The understanding of interpretative framing (PORTO, 2002) was mobilized to understand speeches (textual and visual) that compose the narratives presented in HGPE. The corpus of analyses is made of 40 electoral programmes, 20 from each campaign, it means 10 per round. Beside those information, analyses of party programmes of PT in the periods pre-electoral (2009, 2010, 2013 and 2014) were also included. The analyses identified the fact which says the symbolic narratives from lulismo were built thru a interpretative framing of a legacy which configures itself through a new brazilian historical moment startup. This new era was shown up by an execution of a political project that promoted the social inclusion as “*never before in the country history*”. The symbolic narrative delimits, therefore, a definition of temporality, the lulism *versus* the past, defined in existence function or not of social rights and citizenship to broad parts of population.

Keys-word: symbolic narratives, lulismo, electoral campaign, Dilma Rousseff.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 O LULISMO SEM LULA?: OS CAMINHOS QUE LEVAM A UMA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL	38
2.1 Prenúncios de uma candidatura.....	39
2.2 Traçando o percurso: a construção da imagem de Dilma Rousseff no contexto pré-eleitoral	56
3 TRAMAS DE UMA ELEIÇÃO: CENÁRIOS, TEMAS E PERSONAGENS DA DISPUTA PRESIDENCIAL DE 2010.....	69
3.1 A continuidade como regra discursiva do jogo eleitoral.....	69
3.2 Religião e Política (não) se misturam?.....	77
3.3 A corrupção como tema perene no debate eleitoral	86
4 HERANÇA SIMBÓLICA E IDENTIDADE DE GÊNERO: A IMAGEM PÚBLICA DE DILMA ROUSSEFF NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2010	94
4.1. O legado do lulismo, uma herança bendita	96
4.2 “Ele veio primeiro. Ela veio depois”: a herdeira de Lula e a ênfase no discurso da continuidade.....	106
4.3 “A primeira mulher presidenta do Brasil”: o pioneirismo e a identidade de gênero como estratégias de diferenciação	118
5 O GOVERNO DILMA: A BUSCA POR AMPLIAÇÃO DA REPRESENTAÇÃO SIMBÓLICA.....	135
5.1 “Tinha uma pedra no meio do caminho”: o cenário econômico e os desafios da continuidade para o lulismo	151
5.2 Manifestações de Junho de 2013: a linguagem do “pacto” como saída para a crise	159
6 ENSAIOS PARA A DISPUTA ELEITORAL: o delineamento das candidaturas competitivas em 2014	180
7 VEREDAS DA REELEIÇÃO: A CAMPANHA DE DILMA ROUSSEFF EM 2014.	204
7.1 O imponderável jogo eleitoral: enredo, temas e personagens das eleições 2014.	205
7.2 Quando o presente não basta: “Um novo clique de desenvolvimento” e a promessa de futuro do lulismo nas eleições 2014.....	241
7.3 Lembrar e conhecer para não retroceder: o lulismo como negação do passado e promessa de futuro	245

7.4 Reeleição e (re)conhecimento: a construção da imagem de Dilma Rousseff no HGPE nas eleições 2014	270
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	291
9. REFERÊNCIAS.....	297

1 INTRODUÇÃO

Agradeço muito especialmente e com emoção ao presidente Lula. Ter a honra de seu apoio, ter o privilégio de sua convivência, ter aprendido com sua imensa sabedoria são coisas que se guarda para a vida toda. Conviver durante todos esses anos com ele me deu a exata dimensão do governante justo e do líder apaixonado por seu país e por sua gente. **A alegria que eu sinto hoje pela minha vitória se mistura com a emoção de sua despedida.** Sei que **um líder como Lula nunca estará longe de seu povo**, de cada um de nós. **Baterei muito à sua porta e tenho certeza e confiança que a encontrarei sempre aberta.** Sei que a distância de um cargo nada significa para um homem de tamanha grandeza e generosidade. **A tarefa de sucedê-lo é difícil e desafiadora, mas saberei honrar este legado. Saberei consolidar e avançar sua obra,** aprendi com ele que **quando se governa pensando** no interesse público e **nos mais necessitados, uma imensa força brota do povo e nos ajuda a governar.** Uma força que leva o país pra frente e ajuda a vencer os maiores desafios (informação verbal, grifos nossos)¹.

O trecho acima fez parte do pronunciamento de Dilma Rousseff após sua vitória inaugural na primeira eleição que disputava para o cargo de Presidenta da República. Era noite do dia 31 de outubro de 2010, e o resultado das urnas colocou aquela campanha eleitoral no rol dos importantes fatos políticos da história brasileira. Houve dois acontecimentos marcantes: pela primeira vez uma mulher ocupou a chefia do Executivo Federal; e, também pela primeira vez na história da democracia brasileira recente, um grupo político foi consagrado, através do voto, ao terceiro mandato consecutivo para a Presidência da República.

Nos últimos 15 anos, foram escritos relevantes capítulos da história da democracia no Brasil. O maior partido de esquerda do país chegou ao Executivo Federal, em 2002, através da eleição do primeiro presidente operário: Luís Inácio Lula da Silva. Figura presente em todas as eleições presidenciais desde a redemocratização, Lula se constituiu um presidente bastante carismático. Com um governo que se destacava pela atuação no campo das políticas sociais, foi reeleito em 2006. Ao deixar o cargo (2010), foi considerado um dos presidentes mais populares da história do Brasil, com níveis de aprovação de 83%.²

A eleição presidencial de 2010 teve grande repercussão. Pela primeira vez desde 1989 ocorreria uma disputa presidencial sem a participação de Lula como candidato. Entretanto, sua presença não deixaria de ser notada, por dois motivos: a) o fato de seu legado

¹ Pronunciamento de Dilma Rousseff em 31 de outubro de 2010.

² DATAFOLHA. *Acima das expectativas, Lula encerra mandato com melhor avaliação da história.* Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2010/12/1211078-acima-das-expectativas-lula-encerra-mandato-com-melhor-avaliacao-da-historia.shtml>>. Acesso em 26 mai. 2016.

ter sido o tema central do debate eleitoral; e b) a forte participação do então presidente na campanha de Dilma Rousseff, candidata pelo Partido dos Trabalhadores (PT).

Dilma Rousseff elegeu-se para o Executivo Federal sem nunca ter disputado outros cargos eletivos. Com biografia marcada pela atuação técnica, a função de maior destaque desempenhada até então havia sido a chefia do Ministério da Casa Civil, durante os mandatos de Lula.

A construção da candidatura da ministra foi capitaneada pelo então presidente. Dilma Rousseff foi ganhando visibilidade através da vinculação a Lula. Essa estratégia política teve seu ápice na campanha eleitoral, possibilitando o então presidente transferir parte de seu capital político para garantir a eleição da candidata. Outro aspecto crucial foi a associação de Dilma às realizações exitosas dos governos de Lula. Desse modo, além da relação direta com este, a participação concreta na construção e efetivação das políticas sociais garantiu à Dilma a condição de candidata legítima para dar continuidade ao ciclo político lulista.

O mandato de Dilma Rousseff ampliou o legado de políticas de inclusão iniciadas nos governos de Lula. Além de manter o conjunto de políticas herdadas, conferindo robustez a algumas delas, a presidenta criou novos programas, visando aprofundar o projeto de “[...] desenvolvimento econômico com inclusão social e promoção de oportunidades para os mais necessitados”.

Em 2014, Dilma concorreu à reeleição. Configurada como a disputa mais competitiva desde a redemocratização, a eleição foi marcada por fortes acirramentos. Ao final do pleito eleitoral, a presidenta-candidata saiu vitoriosa.

A eleição e reeleição de Dilma marcam, portanto, capítulos relevantes da história da democracia no Brasil. Destaco um motivo para tal: o pioneirismo da conquista de 4 mandatos consecutivos para chefiar o Executivo Federal brasileiro por um mesmo grupo político. Tal fenômeno salta aos olhos de agentes da mídia, pesquisadores das ciências sociais e das “pessoas comuns”, em especial pelo fato de essas vitórias terem sido conquistadas num cenário democrático e com um significativo desenvolvimento de uma esfera pública de visibilidade.

Tomo como referência o conceito de ciclo político de Carvalho (2013) para refletir sobre as condições da continuidade política em regimes democráticos de ambiência midiaticizada. De acordo com a autora, ciclo político caracteriza-se por configurar

[...] uma temporalidade política identificada por uma marca política simbólica forte, seja pessoal, do governante, ou coletiva, de um partido ou grupo político, que enraizada no imaginário coletivo produz e reproduz uma memória através de narrativas que particularizam uma época cuja a duração tende se se estender por mais de um mandato (p. 45-46).

Para que essa continuidade se estenda além de dois mandatos consecutivos, período que circunscreve a reeleição, o ciclo político teria de preencher ao menos uma das condições elencadas a seguir: “[...] a) a imagem positiva do governante em exercício é tão forte que qualquer candidato por ele indicado para sucedê-lo será vitorioso; b) a imagem marca positiva não é exclusiva do governante, mas atribuída a entidades coletivas, tais como partidos ou grupos políticos” (CARVALHO, 2013, p. 59).

Iluminada pelas reflexões teóricas de Carvalho (2013), é possível afirmar que o apoio necessário para as vitórias eleitorais do lulismo envolveu a preponderância: a) da força política de Lula, “governante em exercício”, na campanha de 2010; e b) da “marca positiva” do próprio ciclo político, na campanha de 2014.

Nesse sentido, pode-se sustentar a interpretação de que os governos liderados por Lula e Dilma constituem um ciclo político, posto que instituem uma temporalidade política marcada pela continuidade de ações governativas e marcas simbólicas, a qual será denominada de lulismo³ ao longo desse texto. Tal unidade governativa e simbólica foi mobilizada nos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) para forjar junto ao eleitorado uma narrativa caracterizadora desse tempo.

Pelo exposto, o objeto de análise dessa tese são as relações entre continuidade política e aspectos simbólicos. O trabalho pretende analisar como se estruturou uma narrativa simbólica caracterizadora do ciclo político lulista nas eleições de 2010 e 2014. Compreendo, desse modo, que a análise desses processos eleitorais permite acessar elementos que evidenciam como os aspectos simbólicos constituem estratégias de busca por adesão política para a reprodução de grupos no poder. O trabalho revela, ainda, aspectos relacionados aos processos (intencionais) de produção e gerenciamento de símbolos, imagens e discursos, visando à recondução de um grupo para sucessivos mandatos, instituindo, assim, ciclos políticos longevos.

³ Há um debate teórico estruturado em torno do termo *lulismo* que será melhor desenvolvido em seção específica desta introdução. De antemão, devo destacar que o lulismo não será analisado, no presente trabalho, partindo uma definição “*a priori*”. O interesse desta pesquisa foi recuperar a caracterização simbólica do lulismo a partir dos sentidos e significados apresentados no HGPE. Desse modo, argumento que a definição sistematizada por esta tese parte de uma narrativa “autorizada”, produzida diretamente pelos agentes políticos e seus assessores de comunicação nas disputas eleitorais de 2010 e 2014. Busco, portanto, ao analisar o HGPE, uma definição de lulismo que, como afirmaria Geertz (2008), já é significada pelos próprios sujeitos que a produziram.

Reconhecendo a existência de teorias sobre a análise da narrativa em diversas esferas da experiência social (BARTHES, 1971; REUTER, 2002), gostaria de destacar que o termo narrativa é aqui utilizado, num sentido genérico, como a apresentação de “[...] uma série de acontecimentos mais ou menos encadeados [...] por meio de palavras ou de imagens” (HOUAISS, 2012). Sendo a lógica narrativa um modo generalizado de organizar o conhecimento do mundo social, instituída e disseminada nas mais diversas sociedades (BARTHES, 1976), compreendo-a, nos programas eleitorais, a partir da exposição de formas simbólicas que instituem representações sociais definidoras dos atores políticos e de seus projetos.

Tomo, portanto, as campanhas eleitorais como espaços privilegiados de apresentação das narrativas sobre os ciclos políticos. Estruturadas no regime midiático pela atuação de equipes políticas e comunicacionais, as candidaturas utilizam o HGPE como plataforma para a difusão de símbolos, discursos e imagens que buscam persuadir o eleitorado de que o projeto político ali apresentado pode garantir a efetivação do “melhor mundo futuro”.

Compreender as narrativas simbólicas do lulismo produzidas nas campanhas eleitorais, de 2010 e 2014, é o objetivo dessa pesquisa. Para o desenvolvimento, recorro a um conjunto de procedimentos metodológicos que permeiam os estudos no âmbito interdisciplinar da comunicação política.

Partindo do pressuposto de que a luta política é luta simbólica (BOURDIEU, 1989), a análise aqui desenvolvida toma o HGPE como o espaço de visibilidade de interpretações/visões de mundo concorrentes formuladas pelos grupos políticos acerca da realidade social. Tais interpretações, analisadas em perspectiva, relevam elementos que contribuem para identificar as narrativas caracterizadoras de um candidato/grupo ou ciclo político.

Na busca por compreender as narrativas simbólicas do lulismo que foram produzidas nas campanhas eleitorais disputadas por Dilma Rousseff, desenvolvi uma análise que teve como foco os enquadramentos interpretativos produzidos e veiculados no HGPE.

A discussão sobre enquadramento remete aos estudos de Goffman (2012), na obra “Quadros da experiência social”. O sociólogo propôs a noção de quadros de sentido/enquadramentos para definir parâmetros de referência que os indivíduos acionam com vistas a interpretar situações e acontecimentos na interação cotidiana. Tais quadros de sentido forneceriam, portanto, molduras para organizar a experiência individual e coletiva no mundo

ao redor. A noção goffmaniana de enquadramento delimita dois aspectos relevantes sobre os quadros de sentido: a) orientam a percepção que os indivíduos forjam da realidade; e b) norteiam a ação dos indivíduos nos contextos sociais de interação.

Desenvolvido, por Goffman (2012), para analisar as interações sociais na vida cotidiana, o termo enquadramento foi sendo incorporado por pesquisadores para analisar a comunicação midiática. A referência central nessa área é Entman (1993 *apud* MENDOÇA; SIMÕES, 2012), que ao identificar significativa dispersão na definição conceitual, buscou sintetizar uma noção de enquadramento de mídia que contribuísse para as reflexões no âmbito do jornalismo e da política. De acordo com Mendonça e Simões (2012), o autor argumenta que “[...] enquadrar é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e ressaltá-los em um texto comunicativo, promovendo uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado” (ENTMAN, 1993, p. 52 *apud* MENDOÇA; SIMÕES, 2012, p. 193).

A partir das reflexões de Goffman (2012) e Entman (*apud* MENDOÇA; SIMÕES, 2012), há outro elemento que merece destaque na definição de enquadramento. Tal definição explicita o caráter de compartilhamento cultural entre quem produz o enquadramento e o outro sujeito com quem interage. Pode-se afirmar, portanto, que os enquadramentos atuam como formas de organização da experiência social e que possuem seus fundamentos na cultura. Motta (2010, p. 138) argumenta que a análise dos enquadramentos exige envolvê-los “[...] nos mapas culturais da sociedade que são cooperativamente utilizados na representação e apresentação que instituem a realidade política”.

Desse modo, compreendo o HGPE como um espaço em que enquadramentos entram em concorrência, configurando uma disputa em torno da definição pelos eleitores de qual interpretação (visão de mundo) sobre a realidade social, política e econômica irá prevalecer como orientadora das ações dos grupos políticos no poder.

Porto (2002), numa tentativa de contribuir para o refinamento das pesquisas sobre enquadramento, apresenta uma classificação: a) enquadramentos noticiosos, quando o processo de “seleção e ênfase” é conduzido por jornalistas; e b) enquadramento interpretativo, que são produzidos por atores sociais e políticos, não necessariamente jornalistas. Inspirada nas reflexões do autor, tomo a noção de *enquadramento interpretativo* para compreender as discursividades que compõem as narrativas apresentadas no HGPE.

Enquadramentos interpretativos são padrões de interpretação que promovem uma avaliação particular de temas e/ou eventos políticos, incluindo definições de problemas, avaliações sobre causas e responsabilidades, recomendações de

tratamento, etc. Estas interpretações são promovidas por atores sociais diversos, incluindo representantes do governo, partidos políticos, movimentos sociais, sindicatos, associações profissionais, etc. (p. 15)

Tomando por referência o conceito de enquadramento interpretativo, analisei os programas eleitorais observando como “[...] o próprio conteúdo discursivo cria um contexto de sentido, convocando os interlocutores a seguir certa trilha interpretativa” (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 193).

A análise dos dados coletados norteou-se, portanto, pela construção de uma categorização que permitisse compreender marcas discursivas (textos e imagens) que contribuíssem para a compreensão das narrativas simbólicas do lulismo.

Delimitados os pressupostos teórico-metodológicos, a coleta de dados se orientou pela seleção dos programas eleitorais a serem analisados. O universo de programas eleitorais catalogados foi: a) 41 programas (20 no primeiro turno, 21 no segundo turno) na campanha de 2010; e b) 62 (31 no primeiro turno, 31 no segundo turno) na campanha de 2014.⁴

O *cópus* de análise constituiu-se de 40 programas eleitorais, 20 de cada campanha, sendo 10 de cada turno. A seleção do material se orientou pela observância à presença dos seguintes elementos: a) construção da imagem do ciclo político; b) participação de Lula no programa; e c) construção da imagem de Dilma Rousseff⁵. Além destes foram inclusos também na análise os programas partidários do PT nos períodos pré-eleitorais (2009, 2010, 2013 e 2014). Após selecionados, os programas foram transcritos seguindo o formato de descrição: texto e imagem (incluindo referências a sons).

Apesar de não constituírem o objeto central da análise, pesquisas realizadas pelo Instituto Datafolha, relativas à intenção de voto e à popularidade, assim como notícias e publicadas no Jornal Folha de São Paulo, foram coletadas para permitir uma recomposição dos mosaicos que caracterizaram as disputas eleitorais de 2010 e 2014.

Há duas ressalvas importantes a fazer sobre o processo analítico neste trabalho. A primeira diz respeito à própria análise do conteúdo dos programas eleitorais. Reconheço que o material coletado envolve a articulação de texto, imagem e som, e que há técnicas específicas de análise para tal. Destaco, no entanto, que a análise aqui desenvolvida buscou, na medida

⁴ A diferença entre a quantidade de programas nas campanhas eleitorais ocorre porque na disputa de 2010 foram encontrados apenas os HGPEs veiculados no turno da noite (apenas o primeiro programa, veiculado no período da tarde, foi incluso), enquanto que na pesquisa de 2014 tive acesso a todo o material veiculados nos períodos de tarde e noite. Os dados foram coletados nos canais de Youtube: a) campanha de 2010 - Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política (Neamp – USP); e b) campanha de 2014 - Muda Mais (página gerenciada por assessores de comunicação ligados ao PT)

⁵ Não há necessariamente nenhuma hierarquia entre tais elementos, em virtude da compreensão de que todos operam para a construção das narrativas simbólicas do lulismo.

das escolhas técnicas e analíticas, compreender a articulação entre discursos, imagens e sons no HGPE pelos sentidos e significados que relevam. A outra ressalva refere-se à discussão sobre as condições de recepção e a eficácia da narrativa simbólica. Mesmo considerando que o enquadramento interpretativo produzido no HGPE tem por objetivo a persuasão dos eleitores, o presente trabalho não se orientou por compreender como os eleitores interagem com a mensagem. A pesquisa aqui realizada orienta-se para o campo da produção dos enquadramentos interpretativos, buscando identificar como estes contribuem para a construção de uma narrativa simbólica do lulismo.

A seguir, apresento breves discussões conceituais sobre o lulismo e os aspectos simbólicos das campanhas eleitorais.

Os dois mandatos de Lula na Presidência da República (2003-2006 e 2007-2010) proporcionaram um vasto material de análise para a produção de muitas pesquisas. Cabe ressaltar que grande parte dessa produção passou a ser desenvolvida após as eleições de 2006, o que ocorreu principalmente pela “surpresa” com o sucesso eleitoral de Lula. A reeleição do presidente-operário foi um fenômeno bastante discutido entre os analistas políticos. Dois anos antes, quando eclodiram os escândalos de corrupção, denominados de Mensalão, a vitória era considerada pouco provável, com base na queda nos índices de avaliação do governo e do presidente, e, inclusive, na discussão da possibilidade de um pedido de *impeachment*. É a vitória eleitoral de Lula em 2006 que faz emergir a maior parte das análises sobre o fenômeno do lulismo.

O lulismo é reconhecido por grande parte dos autores (SINGER, 2012; RENNÓ & CABELLO, 2010; RICCI, 2010)⁶ como um fenômeno social que se expressa principalmente no eleitorado brasileiro, as divergências giram em torno do que os significados dessa expressão revelam sobre a dinâmica política brasileira contemporânea.

Para Singer (2012), o Lulismo expressa o avanço de Lula em bases sociais que não haviam sido seus eleitores nas disputas anteriores a 2006 (1989, 1994, 1998 e 2002). Esse avanço teria sido possível após os diversos sucessos econômicos e das políticas sociais do seu governo. O argumento do autor constrói-se a partir da observação de que os ganhos em apoio foram mais significativos nos estratos sociais de baixíssima e baixa renda. Partindo dessa

⁶ Reconheço a existência de produções mais dedicadas a compreender as ações governativas dos governos Lula e seus impactos nas relações entre as classes e grupos sociais no Brasil (BOITO JR., 2013; SALLUM JR., 2006; OLIVEIRA, 2010), entanto irei me deter nas análises que debatem os efeitos da perspectiva da disputa eleitoral em virtude do objeto de estudo do trabalho se relacionar nas estratégias de persuasão produzidas no contexto das eleições.

observação, Singer (2012) afirma que nas eleições de 2006 iniciou-se um processo de realinhamento eleitoral no Brasil,

[...] 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 excruciante tanto 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. (p. 9, grifo nosso)

Tal realinhamento teria passado pelo teste nas eleições presidenciais de 2010, de acordo com o autor,

A vitória de Dilma Rousseff na eleição de outubro de 2010 mostrou a vigência do realinhamento e garantiu por pelo menos mais quatro anos a extensão do lulismo. Candidata sem passado nas urnas, indicada por Lula por ser a sua principal auxiliar no Executivo, obteve 47% dos votos válidos no primeiro turno e 56% no segundo, emulando a votação de Lula em 2002 (47% e 61%, respectivamente no primeiro e no segundo turno) e em 2006 (49% no primeiro turno e 61% no segundo). *A hipótese de que tenha se gerado maioria estável, determinante de ciclo longo na política brasileira, passou pelo primeiro teste de realidade*. Não só por repetir as mesmas proporções pela terceira vez em seguida, como em função do comportamento diferenciado dos mais pobres e do Nordeste, que reproduziu o esquema social e regionalmente polarizado de 2006, o pleito de 2010 denotou a vitalidade do lulismo. (SINGER, 2012, p. 143, grifo nosso)

Baseado nesse realinhamento eleitoral, o autor argumenta que o lulismo é “a execução de um projeto político de redistribuição de renda focado no setor mais pobre da população, mas sem ameaça de ruptura da ordem, sem confrontação política, sem radicalização, sem os componentes clássicos das propostas de mudanças mais à esquerda” (SINGER, 2010)⁷.

Rennó & Cabello (2010), por sua vez, desenvolvem uma análise, contrária à de Singer, buscando demonstrar que o lulismo é uma evidência do desalinhamento de uma parcela significativa do eleitorado e não um realinhamento.

A ideia de eleitor não alinhado assemelha-se à interpretação de Zucco (2008) de que eleitores em municípios pobres sempre tendem a votar mais no candidato governista. A pesquisa confirmou que o lulista parece claramente não alinhado a posições ideológicas, partidárias ou lideranças políticas, baseando seu voto, em parte, no desempenho do governo. (p. 53)

⁷ Ver “O lulismo pode durar 30 anos”, entrevista com André Singer. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,ERT121703-15223-121703-3934,00.html>>. Acesso em 20 jun. 2016.

A ideia de Rennó e Cabello se desenvolve a partir da abordagem que considera o desempenho de governo um aspecto fundamental para a compreensão do comportamento de parte significativa do eleitorado de Lula. Nesse sentido, o voto nos candidatos do lulismo (Lula e Dilma) é em grande parte um voto retrospectivo, ou seja, um voto em que o eleitorado escolhe orientado pelo bom desempenho do governo e pela prospecção de que assim continue.

A principal distinção entre as análises de Rennó & Cabello (2010) e as de Singer (2012) reside no fato de que os primeiros descartam qualquer possibilidade de um perfil ideológico para o eleitor lulista, ao passo que o segundo afirma que o realinhamento do eleitorado é baseado na classe social e na ideologia.

Outra abordagem que traz elementos para pensar o lulismo é a de Ricci (2004 e 2010). O autor busca compreender tal fenômeno a partir das estratégias de reprodução e manutenção do grupo político no poder. Ricci apresenta a ideia de que o lulismo não é recente, pois estaria relacionado a mudanças que ocorreram ao longo dos anos na estrutura interna do Partido dos Trabalhadores,

El lulismo empezó en la campaña de 1994, no obstante alcanzó su configuración actual en 2002, cuando se construyó la campaña presidencial, consolidándose con la divulgación de la Carta al Pueblo Brasileño, en junio de aquel año. [...] El lulismo es, por tanto, una nueva faceta de la organización, práctica y discurso petistas. Es más técnico y más negociador con la sociedad. Es más pragmático y flexible para com las fuerzas políticas externas, buscando recomponer la correlación de fuerzas partidarias, en la tentativa del montaje de un proyecto hegemónico que sostenga su reproducción política. (2004. p. 2)

A principal modificação na estrutura interna do PT, que seria decorrência do lulismo, é a centralização e controle das forças internas pela direção nacional, produzindo, assim, uma diminuição do pluralismo e autonomia das tendências. Segundo o autor, esse foi um fator decisivo que contribuiu para a eleição de Lula em 2002, sua reeleição em 2006 e a indicação de Dilma Rousseff como sucessora nas eleições de 2010.

Além dos impactos na estrutura interna ao PT, Ricci aponta ainda uma característica importante para o entendimento do lulismo. Segundo o autor, Lula usa o carisma como estratégia racional de gestão, tendo em vista que ele não corresponderia ao “carisma clássico” pois,

No posee los elementos clásicos del mesianismo, la oposición a los límites impuestos por la tradición o legalidad. Al contrario, los rasgos carismáticos son empleados como mediación y no como fin. El arco de alianzas es forjado a partir de la capacidad de Lula en atraer y seducir amplias masas sociales y, de otro lado, por la seguridad que puede garantizar a los agentes económicos. El carisma es un

recurso utilizado el agotamiento como un diferencial del lulismo, una conquista para la estabilidad del país. (2004. p. 33)

A definição do carisma como estratégia racional, tal como usada por Ricci, carece de problematização. Na sociologia weberiana o poder carismático representa a dimensão do incontrolável, da novidade face a rotina dos domínios burocrático e tradicional, mas também do afeto em contraponto à racionalidade (BACH; 2011). Em Weber, o carisma evidencia o talento do líder em persuadir e orientar os comportamentos de outros indivíduos, sem necessitar do uso da força física. Nesse sentido, constitui-se fonte legítima de poder.

No mundo contemporâneo, o carisma se apresenta com outros contornos em virtude das transformações ocorridas nas últimas décadas. Destaco como crucial a noção da política como arte da sedução, sobretudo, nos contextos eleitorais, o que é fortemente acentuado com o processo de midiaticização. Na era da mídia, a prática política como arte da sedução é desenvolvida através da construção das imagens públicas. No Brasil, além do sistema presidencialista, no qual o povo escolhe diretamente o governante, há uma forte cultura política personalista, o que torna o carisma um componente determinante para a conquista e adesão dos eleitores.

Cabe entender que os elementos levantados pelas diversas abordagens sobre o lulismo como ideologia, os atributos pessoais do candidato/presidente, as transformações do PT, o desempenho do governo, especialmente na área econômica e nas políticas sociais, devem todos ser conjugados para a compreensão desse fenômeno tão complexo e rico em possibilidades de análise. Apesar das divergências, todas as abordagens teóricas concorreram para a compreensão de que o lulismo foi importante para o processo de consolidação do ciclo político e para a garantia de sua longevidade. Evidência disso seria a contribuição do lulismo para a eleição de Dilma Rousseff, nas eleições presidenciais de 2010, possibilitando, assim, o terceiro mandato consecutivo para o mesmo grupo político.

Além de compreender os aspectos teóricos do lulismo, os pressupostos teóricos desta pesquisa envolvem a necessidade de compreender as representações sociais moldadas em determinados contextos com vistas a entender como elas operam na construção dos sentidos e significados das ações políticas. Dito isso, destaco que a fundamentação teórica se constrói a partir do diálogo com a tradição da teoria social que analisa os aspectos simbólicos da legitimação do poder político no contexto das sociedades midiaticizadas.⁸ De início, assumo

⁸ Não é demais destacar que este trabalho não desconsidera os parâmetros institucionais e legais que delimitam o campo de ação nas disputas políticas da democracia brasileira. Desse modo, o que se pretende é considerar essas regras particulares do jogo político em face dos processos de construção das narrativas simbólicas.

o pressuposto de que a realidade experienciada pelos indivíduos, em suas diversas formas, está “[...] indissociavelmente entrelaçada com o simbólico” (CASTORIADIS, 1982, p. 142).

Refletir sobre os processos de construção de narrativas nos períodos eleitorais coloca ao trabalho investigativo, inevitavelmente, a necessidade de discutir as fronteiras entre a política e o simbólico. Nas palavras de Barreira (1998),

A concepção do simbólico como parte das atividades políticas tem como pressuposto o fato de que o real e o simbólico constituem instâncias articuladas de uma mesma totalidade, evocando uma tradição já construída desde Durkheim, segundo a qual as crenças são partes constitutivas da vida social (p. 43).

Nesse sentido, compreendo que a produção de imagens, símbolos e mitos com vistas à legitimação da dominação é uma atividade que pertence ao repertório das tarefas políticas desde longa data. Esse trabalho de produção do simbólico remete à exigência que a ação política tem de se fazer crer. Em outras palavras, tais atividades respondem à necessidade que os grupos e atores políticos têm de formar e administrar uma representação de si junto à população/eleitorado que lhes confira legitimidade.

Bourdieu (1989) afirma que a ação política envolve necessariamente o exercício de um poder simbólico,

[...] poder de constituir o dado na enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, desse modo, a ação sobre o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física e econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário (p. 14-15).

Perpassada pela necessidade de impor uma visão de mundo considerada legítima, a luta política configura-se, para Bourdieu (1989), como uma disputa por reconhecimento, por meio do qual os agentes políticos acumulam um capital simbólico que lhes permite definir sentidos, significados e direção à realidade social e política.

O simbólico, portanto, não é meramente uma “máscara ilusória” que oculta o “verdadeiro real”. Pelo contrário, funciona como um poder que “[...] duplica e reforça a dominação efetiva pela apropriação dos símbolos e garante a obediência pela conjugação das relações de sentido e poderio” (BACZKO, 1985, p. 298). A produção do simbólico constitui, pois, o outro lado da moeda do trabalho político, identificado, em geral, com as movimentações partidárias, a construção da agenda política, entre outros.

Para conquistar a necessária legitimidade, os grupos e atores políticos elaboram imaginários, os quais visam “[...] atingir não só a cabeça, mas de modo especial, o coração, isto é, as aspirações, os medos e as esperanças de um povo” (CARVALHO, 1990, p. 10).

Os imaginários podem ser compreendidos como um conjunto de imagens, valores e símbolos que balizam as interpretações acerca da realidade sociopolítica e cultural experienciada por indivíduos e grupos sociais (BACZKO, 1985; MIGUEL, 2004).

Desse modo, enfatiza-se o lugar estratégico que os imaginários e recursos simbólicos ocupam no processo de dominação política. É relevante destacar que a produção de símbolos, discursos e imagens que fundamentam o trabalho de persuasão e convencimento compreende um diálogo com a realidade cultural, social e política por meio da qual se estrutura uma “comunidade de sentido”. Na ausência dessenexo, os recursos simbólicos perdem eficácia, pois não comunicam. Se não comunicam, não seduzem nem persuadem.

Ao desenvolver seu célebre estudo sobre a construção da imagem pública de Luís XIV, Burke (2009) oferece considerações relevantes sobre como as formas simbólicas desempenham papel importante na prática de legitimação do poder político. O autor destaca que nas democracias presidencialistas com esferas públicas midiaticizadas, o exercício da persuasão torna-se indispensável. Isso ocorre porque a representação assume um papel diferente do consagrado no regime monarquista de Luís XIV. Se neste o líder político é um “enviado de deus”/“senhor do mundo” que deve ser amado e adorado, nos regimes democráticos atuais, ao contrário, os líderes políticos devem apresentar-se com um profundo respeito por seus eleitores, afinal o poder emana do povo. Nesse sentido, a representação política mobiliza recursos simbólicos que atuam para legitimar o poder exercido pelos atores políticos.

O trabalho de persuasão revela uma condição necessária da ação política: a encenação do poder. Balandier (1982) afirma que é por meio dessa encenação, da sua dimensão simbólica, que o poder político pode ser exercido com legitimidade, sem necessariamente recorrer à força. A dramatização mobiliza os imaginários para produzir uma crença que autoriza os grupos e agentes a operarem o poder político. De acordo com o autor, nas democracias modernas, a dramatização envolve necessariamente a “[...] arte da persuasão, do debate, da capacidade de criar efeitos que favoreçam a identificação do representado com o representante” (p. 8).

As campanhas eleitorais, nesse sentido, assumem centralidade, sendo o *locus* em que a representação se constrói. É no bojo das disputas eleitorais que os símbolos, discursos e imagens entram em concorrência para produzir um laço de identificação entre o eleitor e os grupos políticos. De acordo com Barreira (1998), o contexto da eleição se caracteriza por

oferecer um leque de “respostas” à “demanda por significação”, típica da representação política.

A noção de que o exercício do poder exige considerar “o juízo/sentido” que os dominados fazem dos dominantes remete às produções de Maquiavel, ainda no século XVI. Em “O Príncipe”, sua obra mais conhecida, o filósofo italiano evidencia como o poder político está diretamente imbricado com uma condição de visibilidade. De acordo com Adverse (2009), para Maquiavel, “[...] no domínio político o efetivo é o que aparece”. Tal condição tornaria “necessária a formação de um campo de visibilidade onde os desejos e anseios dos homens encontram sua representação” (p. 19).

Antes marcado pelos rituais da copresença, como o cortejo dos reis e rainhas, tal campo de visibilidade passou por diversas metamorfoses e foi fortemente impactado pelo processo de desenvolvimento técnico dos meios de comunicação de massa. Cabe destacar que o trabalho simbólico não deixou de existir, apenas passou por reconfigurações, em virtude de ter que se adequar à linguagem midiática, como sugere Balandier (1982):

O mistério pelo qual um poder se constitui e subordina permanece intacto; ‘operadores’ o formam, efeitos o mantêm e sustentam, práticas rituais marcam o seu lugar – à parte – e o tornam espetacular. Como no tempo das sociedades arcaicas ou tradicionais. A entrada na era do desencantamento parece não haver abalado em nada a afirmação de Valéry de que o domínio do político é aquele em que ‘tudo se sustenta por magia’ conserva sua força (p. 61).

Os estudos da política contemporânea têm, inevitavelmente, refletido acerca das interfaces que ocorrem entre comunicação e política e como essas “influem” nos processos e resultados. É comum, na literatura especializada, o reconhecimento das transformações que a política sofreu na era da mídia.

Thompson (2009) afirma que as transformações promovidas pelo desenvolvimento dos *media* perpassam as diversas esferas da vida social e caracterizam-se primordialmente pelo fato de que a *transmissão das formas simbólicas* foi se tornando cada vez mais mediada pelos aparatos técnicos e institucionais das indústrias de mídia. É inegável que estas produziram um impacto significativo que perpassou as esferas da vida social (economia, política, cultura), chegando ao próprio processo de interação social. Com as mídias ocorreu a emergência de novas relações sociais, novas maneiras de agir e interagir. Se tradicionalmente a interação social envolvia o compartilhamento do tempo e do espaço pelos sujeitos, com as mídias, essa interação ultrapassa esses contextos fixos.

Essa transformação da interação face a face em interação mediada comporta diversos níveis, a depender do aparato técnico envolvido neste processo. Há vários tipos de

interação mediada; trocar cartas ou telefonar é um deles, e utiliza um meio técnico para o transporte da mensagem entre os interlocutores, com destaque para o fato de que ambos não compartilham o mesmo espaço e, no caso da carta, podem não compartilhar o mesmo tempo.

No caso dos meios de comunicação como rádio, jornais impressos e televisão, Thompson (2009) argumenta há “quase-interação-mediada”, tendo em vista que esse tipo de interação comporta as seguintes características: a mensagem destina-se a inúmeros interlocutores, diferentemente da carta e do telefonema predominando um só sentido no fluxo da comunicação. Com o desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação, ou seja, do computador e da internet, Thompson (2008) argumenta que surge uma diversidade de situações de interação que precisam ser problematizadas:

O uso do e-mail, por exemplo, é parecido, em alguns aspectos, com o tipo de interação mediada que utilizamos ao escrever uma carta, mas se distingue dele em outros aspectos importantes. Como ao escrever uma carta, um e-mail é dialógico tipicamente, sendo orientado para um outro específico, além de envolver a palavra escrita ao invés da falada. Mas a compreensão temporal é muito maior e, ainda, as instituições mediadoras e as condições de uso (incluindo os recursos culturais e materiais) são completamente diferentes. Outras formas de comunicação via internet, como news groups, salas de bate-papo, bulletin boards (quadros de mensagem) etc. trazem características diferentes. Muitas dessas formas de comunicação têm final mais aberto que os e-mails e podem ser acessadas por qualquer um com a habilidade e o equipamento necessários (embora alguns possam ter restrições específicas para o ingresso, como senhas ou o pagamento de taxas de inscrição); mas de forma diferente do que ocorre na quase-interação mediada, alguns têm recursos dialógicos específicos, como bate-papo em tempo real, requisição e/ou download de materiais de sites e contato via e-mail (p. 19).

Tomando como referência essas transformações, é importante perceber que esses novos meios de reprodução e processos de interação que emergem com as mídias trazem impactos sobre a prática política.

As transformações da cultura e da política no contexto midiático são um tema pouco consensual entre os teóricos. Tal dissenso foi definido por Eco (2000) como um conflito de valoração entre apocalípticos e integrados acerca dos impactos do desenvolvimento da comunicação de massa e da indústria cultural. De acordo com o autor, os apocalípticos se caracterizariam por condenar os meios de comunicação de massa, em virtude da apropriação da cultura como um produto massivo. Já os integrados, por tomarem o desenvolvimento dos meios de comunicação como um dado irreversível, assumiriam uma postura positiva sobre os possíveis desdobramentos de tal processo.

Consoante Eco (2000), apocalípticos e integrados configuram duas faces da mesma moeda, que se polarizam pelo pessimismo e otimismo que assumem diante da comunicação de massa e dos meios que lhe dão suporte. Ainda de acordo com o autor,

[...] se os apocalípticos sobrevivem confeccionando teorias sobre a decadência, os integrados raramente teorizam e assim, mais facilmente, operam, produzem, emitem as suas mensagens cotidianamente a todos os níveis. O apocalipse é uma obsessão do *dissenter*, a integração é a realidade concreta dos que *não dissentem* (p. 9, grifos no original).

Desse modo, para o autor, seria necessário suplantar o maniqueísmo como lógica analítica e buscar compreender, através de pesquisas empíricas, de que modo operam os meios de comunicação no processo de transmissão de formas simbólicas.

Os teóricos da Escola de Frankfurt⁹ são considerados por Eco (2000) representantes expoentes dos apocalípticos. A teoria crítica produzida pelo grupo argumentava que as transformações socioeconômicas em curso contribuíam para uma ampliação dos espaços de mercado na vida cotidiana dos sujeitos, produzindo, assim, um processo de massificação (MOGENDORFF, 2012). A denominada indústria cultural seria uma das principais responsáveis pela difusão de produtos que fomentavam a alienação dos indivíduos face à realidade social e política que viviam.

Benjamin (2012), ao analisar os impactos da reprodutibilidade técnica no âmbito das obras de arte, elenca aspectos que também dizem sobre as transformações — negativas para ele — que a política passava em tempos de consolidação dos meios de comunicação. A preponderância da imagem sobre o debate político foi um dos elementos centrais da crítica encontrada no referido autor, para quem o enfraquecimento do espaço de debate público funda uma crise na democracia que se expressa fortemente pela prioridade dada à visibilidade da liderança política nos aparelhos de reprodutibilidade, em contraponto aos parlamentos. Como afirma Kang (2012),

A análise de Benjamin dessas transformações políticas indica que a predominância do valor da exibição não só está atrelada ao crescimento da indústria do entretenimento, como também desempenha um papel decisivo na ascensão de uma nova forma de visibilidade do poder. Benjamin levanta a questão central de se a crescente visibilidade do poder e as novas possibilidades geradas pelos meios de comunicação resultam em uma ‘crise da democracia representativa’, que se baseia na representação transparente da opinião pública, e não na maior democratização ou no engajamento público. Ele acredita que aumentos na visibilidade do poder *per se*, às vezes acompanhados de um crescimento correspondente na acessibilidade e na abertura, não garantem maior democratização; ao contrário, ele teme que seja cada

⁹ Constituída por um “[...] grupo de pensadores nascidos na virada do século XIX para o XX, basilarmente formado por Theodor W. Adorno (1903-1969), Max Horkheimer (1895-1973), Erich Fromm (1900- 1980) e Herbert Marcuse (1898-1979). Além deles, outros intelectuais viram suas obras serem ligadas posteriormente à Escola de Frankfurt, como Walter Benjamin (1892-1940) e Siegfried Kracauer (1889-1966). O projeto teórico inicial de cunho fortemente marxista deu lugar a um projeto filosófico e político único, ao propor uma teoria crítica que fosse capaz de apreender a sociedade do início do século XX” (MOGENDORFF, 2012, p. 152).

vez mais possível manipular a representação do governante, o que resulta em um enfraquecimento crucial da democracia representativa (p. 69).

Amado (2016) ao analisar os usos dos meios de comunicação pelos presidentes latino-americanos reforça a tese descrita acima ao assinalar a emergência de uma política pop. Em tal formato de fazer política, os presidentes assumem a posição de celebridades, gastando a maior parte do tempo num trabalho de gestão comunicacional ao invés de gestão das políticas públicas. Para a autora, a política na sua versão pop contribui para uma reedição do populismo de décadas anteriores no continente latino-americano,

El líderes actualizan el legado del populismo latino-americano desde as narrativas audiovisuais con toques de cultura pop. [...] La herança más apreciada es la comunicacional, de la que toman la tradición de movilizar a las multitudes apelando al sentimiento de clases e etnias excluidas ancestralmente. [...] La mística hoy se construye con promesas publicitarias de una vida mejor que depende de la voluntad de un líder que aprovecha esos avisos para consolidar su imagen de benefactor del pueblo. (p. 26)

A crítica esboçada acima encontrou forte ressonância na literatura sobre comunicação política (GOMES, 2004), por sustentar a noção de que, no contexto da comunicação de massa, a discursividade política passa por uma simplificação que exclui o debate ideológico. Ao invés dos projetos políticos, passam a ser objetos de avaliação do eleitor a performance e a imagem dos líderes políticos.

Carvalho (1999) contrapõe a tese do esvaziamento ideológico do discurso político em obra que analisa a campanha eleitoral de Maria Luiza Fontenele à prefeitura de Fortaleza na década de 1980. As reflexões da autora evidenciam que o uso das modernas técnicas de *marketing* político não instituem necessariamente um discurso desprovido de ideologias. Ao contrário, afirma que os grupos e partidos de esquerda desenvolvem um estilo próprio de produzir a comunicação eleitoral, no qual são os valores políticos que orientam a definição do material audiovisual que será veiculado.

O material aqui analisado corrobora o argumento de Carvalho (1999). A tese da personalização no HGPE foi relativizada. Apesar do destaque dado à candidata e ao patrono político, observei que houve um espaço significativo para a defesa de valores, sentidos e significados que orientam o projeto político. Tal discursividade contribuiu de modo decisivo para a formação de uma imagem-marca do ciclo político.

Tomando por referência a produção teórica acerca das interfaces entre comunicação e política, Gomes (2004) propõe uma categorização: hipermediáticos e hipomediáticos. Numa perspectiva diferente da de Eco (2000), cujo cerne é um julgamento

valorativo, o analista brasileiro toma em consideração, para compor seu sistema de classificação, a “intensidade ou grau” com que os teóricos compreendem os impactos da comunicação na realidade social e política contemporânea:

É-se apocalítico ou integrado pelo modo como se julga o mundo contemporâneo e suas mudanças; o apocalíptico o rejeita, o integrado sente-se confortável. Diferentemente, os hipermediáticos são os que veem comunicação demais nas coisas, enquanto os hipomidiáticos a subestimam na explicação dos fenômenos (GOMES, 2004, p. 30).

Para o autor, as produções teóricas, em geral, tendem a superdimensionar a influências que os meios de comunicação, sua linguagem e suas técnicas desempenham na prática política contemporânea. Compreender de fato a extensão e o alcance das transformações se constituiria, pois, em tarefa fundamental da pesquisa na área.

Em face desse debate que polariza as transformações da política no contexto da comunicação de massa, concordo com Scotto (2004) quando esta afirma que

[...] as construções dicotômicas (moderno *versus* tradicional; conteúdo *versus* imagem; política *versus* marketing, dentre tantas outras) tendem a obscurecer a compreensão de realidades sociais constituídas, a grande maioria das vezes pela superposição de aspectos, relações e representações, que tornam as fronteiras difusas (p. 13).

Nesse sentido, compreendo que não há, atualmente, o que discutir sobre as interfaces entre comunicação e política. A presença e necessidade dos conhecimentos e técnicas da linguagem midiática na produção da política é um dado no jogo político contemporâneo. O padrão midiático-publicitário da política, para usar os termos de Carvalho (1999), é uma realidade.

Uma transformação importante, típica do padrão midiático-publicitário, é a emergência de um novo tipo de “visibilidade”, a midiática. Ao contrário da visibilidade que permeia o nosso cotidiano, caracterizada por ser situada e nos permitir ver somente aqueles que compartilham conosco do mesmo espaço-tempo, a visibilidade midiática rompe com a exigência da copresença e admite que possamos ver algo “ao vivo” que esteja acontecendo em outro lugar, e também eventos ocorridos no passado, desde que tenham sido registrados pelos devidos aparatos tecnológicos. Nas palavras de Thompson (2008), a visibilidade midiática

[...] é moldada também pelo fato de que, na maioria das mídias comunicacionais, a visualidade não é uma dimensão sensorial isolada, mas vem geralmente acompanhada pela palavra falada ou escrita – trata-se do áudio-visual ou do textual-visual. Ver nunca é ‘pura visão’, não é uma questão de simplesmente abrir os olhos e captar um objeto ou acontecimento. Ao contrário, o ato de ver é sempre moldado por um espectro mais amplo de pressupostos e quadros culturais e pelas referências

faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas (p. 210).

Segundo Gomes (2004), na era da comunicação de massa, a política é inseparável da arte de administrar a visibilidade. Nos cenários democráticos, a esfera pública se amplia, promovendo uma concorrência entre a “política obscura”, que ocorre nos bastidores e gabinetes, e a “política espetáculo”, que se expressa em “lugares e situações de publicidade”.

Nesse sentido, teríamos contemporaneamente um contexto em que a esfera pública assume também a característica de esfera de visibilidade. Fundamentado na teoria de Goffman (2013) sobre os papéis sociais, Gomes (2004) afirma que a política, na democracia contemporânea, assumiria cada vez mais o lugar de “política encenada”. Se a atuação (representação) é algo inerente à vida social, não poderia deixar de ser ainda mais exacerbada na esfera política.

Viveríamos, portanto, uma política do espetáculo, sendo esta “[...] a política que emprega sua presença na esfera da visibilidade pública como estratégia para a obtenção do apoio dos cidadãos. A política espetáculo é a política que se exhibe, mostra-se, faz-se presente, impõe-se à percepção do cidadão” (GOMES, 2004, p. 403). A política contemporânea envolve, nessa perspectiva, uma dimensão necessária de interpretação “[...] em seu duplo sentido, como representação de ator e como decifração da plateia” (GOMES, 2004, p. 413).

O termo espetáculo faz parte do repertório de análises da teoria social sobre o poder político. Benjamin (2012), ao produzir sua tese sobre a estetização da política, tendo como objeto da análise o fascismo, argumenta que o espetáculo político ocorre em virtude da implementação de uma lógica de consumo orientadora da vida política. De acordo com Kang (2012),

Para Benjamin, o espetáculo político está inevitavelmente manifesto em certas formas de mercadoria e é criado com a ajuda da cultura de consumo. [...] a política não é simplesmente uma arena separada. No capitalismo avançado, ela está intrinsecamente vinculada à cultura de consumo. De acordo com ele, a mercantilização da política significa que a política se tornou um objeto vendável de consumo de massa como qualquer outro (p. 77).

O espetáculo político se estruturaria, ainda, para Benjamin (2012), pela instituição de um mercado no qual a política figura como mercadoria produzida para ser consumida pelas massas. Como sugere Carvalho (2013),

As técnicas de reprodutibilidade audiovisuais estariam associadas à emergência de formas de recepção presididas por meios óticos e táteis configurando o que Benjamin nomeia como *sensibilidade de massa*: a recepção através da distração (em

contraste com o recolhimento reflexivo) e de fruição (em contraste com a contemplação cerimoniosa) (p. 33, grifo no original).

Na década de 1960, Guy Debord escreveu uma obra intitulada *A sociedade do espetáculo*, que consolidou fortemente essa acepção negativa da categoria. Espetáculo é o termo usado para referir-se a uma sociedade marcada pela expansão dos meios de comunicação e que produz uma cisão entre o real e a sua representação. Nas palavras do autor, “[...] o espetáculo, como tendência para fazer ver por diferentes mediações especializadas o mundo que já não é diretamente apreensível, encontra normalmente na visão o sentido humano privilegiado” (DEBORD, 2003, p. 13). As reflexões do autor situam o espetáculo como uma farsa que distancia os indivíduos de sua realidade concreta.

Rubim (2004), em artigo intitulado “Espetacularização e midiaticização da política”, questiona a interpretação de Debord sobre o espetáculo. Para o autor, sendo a política uma atividade humana realizada através de encenações e rituais, os quais buscam acionar dimensões emotivas, cognitivas, estéticas e valorativas dos indivíduos, o espetáculo pode ser compreendido a partir da busca por sensibilização e legitimidade.

A política supõe sempre um conjunto de instituições, práticas e atores capazes de produzir sua apresentação e sua representação de forma visível na sociedade. A plasticidade desses inevitáveis regimes de visibilidade obriga a política a possuir uma dimensão estética que não pode ser desconsiderada, em particular em uma sociedade como a contemporânea, na qual a visibilidade adquiriu relevância por meio da nova dimensão pública de sociabilidade. A necessidade de considerar tal dimensão torna-se essencial nessa nova circunstância societária (p. 190).

A noção do espetáculo como constitutivo do repertório de práticas políticas encontra ressonância também nos escritos de Balandier (1982). Para o autor, a emergência das novas técnicas introduzidas no campo do fazer política, com o desenvolvimento dos meios de comunicação, ao contrário do que afirmam Benjamin (2012) e Debord (2003), não instituiria a lógica do espetáculo, a qual sempre teria sido subjacente à política.

As novas técnicas dão meios mais poderosos à dramaturgia democrática, os da mídia, da propaganda e das sondagens políticas. Elas reforçam a formação das aparências, ligam o destino dos homens de poder tanto à qualidade de sua imagem pública quanto às suas obras. Denuncia-se então a transformação do Estado em ‘espetáculo’, em teatro de ilusão. O que se encontra assim submetido à crítica, considerado como perversão, não é senão o aumento de uma propriedade, indissociável das relações de poder (p. 8).

Manin (1995) emprega a qualificação “democracia de público” para explicar o governo representativo de nossos dias. De acordo com o autor, ao longo dos séculos, o governo representativo sofreu transformações que se consolidaram em alguns estágios, como

o parlamentarismo, seguido da democracia de partidos e chegando a pôr fim à democracia de público.

Nessa última, a relação entre representantes e representados é orientada por confiança pessoal que se estabelece a partir de uma comunicação “direta” através dos meios de comunicação, com a redução da interferência imediata dos partidos e seus aparatos burocráticos:

O que estamos assistindo hoje em dia não é um abandono dos princípios do governo representativo, mas a uma mudança do tipo de elite selecionada: uma nova elite está tomando o lugar dos ativistas e líderes de partido. A democracia de público é o reinado do ‘comunicador’ (MANIN, 1995, p. 19).

Nesse contexto, os grupos políticos necessitam produzir lideranças com mais capacidade de comunicação, além de um discurso que possa convencer seus eleitores através da construção de imagens e, secundariamente, na apresentação de conteúdos políticos.

Em texto publicado no qual revisita as reflexões apresentadas acima, Manin (2012) relativiza o argumento do enfraquecimento dos partidos políticos na democracia de público. Para ele o reconhecimento de “[...] que os partidos políticos perderam algumas de suas capacidades, não se pode inferir que eles têm se enfraquecido de forma generalizada” (p. 116). Além de destacar a força dos partidos na arena parlamentar¹⁰, evidenciada tanto na organização de candidaturas quanto na coesão e disciplina partidária, o autor enfatiza o relevante papel que as agremiações partidárias desempenham na arena eleitoral:

De fato, vários estudos mostram que, longe de decair, os partidos reagiram ao ambiente volátil gerado pela erosão das fidelidades partidárias tornando-se mais proativos, ágeis e rápidos do que eram antes. Há também evidências de que essa transformação os tornou ‘mais cientes da opinião e das demandas dos cidadãos’. [...] A transformação dos partidos em organizações para fazer campanha não parece ter diminuído sua capacidade de refletir anseios populares e de ligá-los à formulação de políticas (p. 121).

Manin (2012) disserta, ainda, sobre qual o lugar estratégico das eleições na democracia de público, em virtude de que seria por meio das disputas eleitorais que os partidos estabeleceriam vínculos e identificações com o eleitorado. Um aspecto central desse processo envolveria a precária articulação entre partidos e eleitores, a qual deveria ser insistentemente reinventada.

¹⁰ Sobre tais reflexões no contexto do sistema político brasileiro, ver: FIGUEIREDO, Argelina; LIMONGI, Fernando. *Executivo e Legislativo na Nova Ordem Constitucional*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1999.

Na democracia de público, em contraste, os partidos ainda são decisivos, mas já não são unidades bem definidas dotadas de identidade duradoura. Eles têm de buscar ativamente o apoio dos eleitores a cada votação, ajustando seus temas de campanha a interesses variáveis dos eleitores, e reconfigurando, conseqüentemente, a composição de seu público-alvo. Ademais, mesmo que dado partido continue a visar o mesmo público-alvo durante várias eleições, a composição de seu apoio real está fadada a mudar, já que é improvável que as reações dos diversos segmentos que formam esse público-alvo variem exatamente da mesma maneira de uma eleição à seguinte (p. 123).

Tais reflexões permitem demarcar a centralidade da compreensão das campanhas eleitorais como espaços de produção da representação da sociedade por grupos políticos. O trabalho de produção e transmissão de formas simbólicas, com vistas a mobilizar os eleitores para a legitimação de grupos e lideranças políticas no exercício do poder, ocorre nas democracias midiáticas em meio às campanhas eleitorais.

Como afirmado anteriormente, o processo de mediação da esfera pública caracterizou-se pelo fato de que o acesso às informações e opiniões sobre os acontecimentos políticos ocorre através, sobretudo, dos meios de comunicação, em detrimento da discussão pública, na interação face a face das questões políticas (HABERMAS, 2014).

Juntamente com essa mediação da esfera pública, ocorreu a emergência de um processo que Carvalho (1999) chamou de “padrão midiático-publicitário da política”, que caracterizou-se pelo processo de incorporação de estratégias do campo do *marketing* publicitário para o campo político.

O campo político é ocupado por profissionais que dominam técnicas e formas publicitárias de comunicação publicitária e midiática, peritos em processos de construção de enredos e personagens que se inserem ao fantástico mercado político das imagens públicas que têm na TV o seu espaço privilegiado de exposição (p. 14).

Landowski (1992) afirma que o processo de incorporação das técnicas do discurso publicitário e do *marketing* à prática política contemporânea ocorre porque há uma homologação possível “[...] entre as estruturas do ‘mercado’ político e as do mercado dos bens e serviços” (p. 127). Nesse sentido, torna-se necessário compreender como o “fazer persuasivo” típico da política mobiliza os recursos oriundos do campo publicitário.

O discurso publicitário, segundo o autor, em especial o produzido para promover uma publicidade institucional, pode estabelecer duas formas de diálogo com o interlocutor a quem se dirige: a) mais afeito à lógica da publicidade de marca (de compra), a qual se preocupa em apresentar objetos que devem ser consumidos/adquiridos; e b) orientado pelo objetivo de estabelecer relações e vínculos que “ligam mais ou menos íntima e duravelmente” os sujeitos, estabelecendo uma “lógica de contrato”.

Compreendo, portanto, os processos de construção de um discurso publicitário da política a partir da necessidade de estabelecer um contrato de representação, como poderia definir Landowski (1992), entre lideranças políticas e eleitores. Não assumo o pressuposto de que as campanhas eleitorais publicitárias se orientam exclusivamente pela lógica da venda que trata igualmente políticos e sabonetes, para usar uma expressão bastante conhecida quando se trata de *marketing* político.¹¹

Apesar das transformações que o desenvolvimento dos meios de comunicação operou nas lógicas e técnicas de persuasão política, compreendo como Carvalho (1999) que “O regime publicitário midiático da política é marcado por uma antinomia: ao mesmo tempo em que propõe uma “gerência científica” das imagens políticas, move-se no pantanoso terreno dos sonhos e fantasias coletivas onde nada é rigorosamente previsível” (p. 256).

Em trabalho dedicado a compreender os atores e práticas envolvidos no trabalho do *marketing* político em campanhas eleitorais, Scotto (2004) propõe um inventário de atividades relacionadas à atuação dos profissionais da comunicação. De acordo com a autora, o trabalho do *marketing* político envolve “[...] a propaganda e os comerciais políticos no rádio e televisão; a publicidade em geral – jingles, outdoors, panfletos, santinhos e outros impressos, cartazes, brindes, camisetas -, as pesquisas de opinião, a própria “coordenação da campanha” etc.” (p. 15)

Considerando a diversidade de materiais publicitários produzidos com vistas a persuadir o eleitor, no contexto das eleições midiaticizadas, tomo o HGPE como espaço para compreensão das narrativas sobre o lulismo.

Albuquerque (1999) argumenta que com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, as “[...] ruas e praças perderam – em particular para a televisão – o posto de *locus* fundamental da disputa pelos corações, mentes e votos dos eleitores” (p. 13), o que é evidenciado na prática bastante conhecida de compor amplas coligações eleitorais com vistas a conquistar tempo de TV. Nesse sentido, o HGPE assume centralidade nas estratégias de transmissão das formas simbólicas, imagens e discursos produzidos para seduzir o eleitor.

É com o HGPE que o *tempo da política*¹² fica claramente demarcado. Apesar de considerarmos que a cobertura midiática em alguma medida contribui para essa demarcação,

¹¹ Apesar de reconhecer a literatura (CARVALHO, 1998; SCOTTO, 2004) que sinaliza momentos de conflito de poder na campanha eleitoral entre a equipe política propriamente dita e a equipe de consultoria em comunicação e *marketing*, entendo que a institucionalização do “padrão midiático-publicitário da política” forjou os limites da convivência entre políticos e publicitários.

¹² Palmeira e Heredia (2006) argumentam, a partir de análises sobre disputas municipais, que a política não é percebida para a parte significativa da população como uma atividade permanente, estando, pois, circunscrita a

isso não é absoluto, e muitas vezes está submetido às escolhas de agendamento dos meios de comunicação. Como exemplo desse argumento podemos citar a eleição presidencial de 1998, a qual foi marcada por um “silenciamento”¹³ na cobertura sobre a disputa (RUBIN; COLLING, 2004).

É importante destacar que, no Brasil, a exposição em horário nobre de TV ocorre gratuitamente, financiada por recursos públicos, sendo o tempo total dividido entre os partidos políticos. A audiência do HGPE tem variado ao longo das campanhas eleitorais. Regras da legislação que delimitam conteúdos e período de exposição¹⁴ podem ser alguns dos motivos que tornam o HGPE mais ou menos atrativo. Na última eleição presidencial, em 2014, pesquisa do Instituto Datafolha¹⁵ captou que 53% dos eleitores possuíam algum grau de interesse pelo HGPE.

As reflexões sobre a influência do HGPE na escolha dos eleitores são controversas. Discussões sobre os impactos da cobertura midiática (ALDÉ, 2004) e, mais recentemente, do papel das redes sociais (LOPES, 2012; MARQUES; MONT’ALVERNE, 2013) na decisão do voto emergem como relativizadoras da relevância dos programas eleitorais na sedução e convencimento dos eleitores. Em defesa da importância do HGPE, nas disputas políticas contemporâneas, cabe destacar a correlação entre as intenções de voto captadas e a disputa em curso no horário eleitoral.

Em artigo intitulado “Horário eleitoral gratuito ajuda o eleitor”¹⁶, veiculado pelo Observatório da Imprensa, diversos pesquisadores da área de comunicação política destacam a significância do HGPE nas disputas políticas:

Em quase todas as capitais brasileiras temos exemplos de candidatos que estavam atrás na corrida eleitoral antes do HGPE e que passaram a liderar as pesquisas, ou cresceram expressivamente, após ter sua visibilidade aumentada na mídia eletrônica,

uma temporalidade, o período eleitoral, em que os conflitos e disputas entre grupos políticos se apresentam mais explicitamente.

¹³ De acordo com Rubin e Colling (2004), “Na Rede Globo, o assunto praticamente não existiu, tendo a emissora se omitido de acompanhar sequer a agenda das candidaturas. Tal atitude denuncia um abandono de uma lógica produtiva jornalística em detrimento de postura de mera adesão ao sistema político dominante. [...]. Esta foi a estratégia hegemônica detectada através de diversos dos estudos realizados, especialmente os que analisam a Rede Globo que, através do Jornal Nacional, realizou um agendamento e um enquadramento de temas marcadamente favorável ao candidato-presidente e um silêncio profundo sobre questões problemáticas e sobre a própria competição eleitoral” (p. 182-183).

¹⁴ Na disputa de 1994, foi proibido o uso de tomadas externas no HGPE; já em 1998, a mudança foi relativa aos dias de exposição do horário eleitoral na TV. Tais mudanças ocorrem em virtude de a legislação eleitoral possuir aspectos que são deliberados a cada pleito eleitoral.

¹⁵ DATAFOLHA. *Empatada no 1º turno com Dilma, Marina abre vantagem no 2º turno*. Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2014/09/1509005-empatada-no-1-turno-com-dilma-marina-abre-vantagem-no-2-turno.shtml>>. Acesso em: 31 mai. 2016.

¹⁶ Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/horario-eleitoral-gratuito-ajuda-o-eleitor/>>. Acesso em: 31 mai. 2016.

via programas políticos, via veiculação de suas peças publicitárias (HAAG *apud* AZEVEDO, 2008)

A propaganda eleitoral tem a importante função de reduzir o custo da informação, facilitando o acesso do eleitor comum aos temas relevantes para a decisão do voto. [...]. Os eleitores ainda buscam, na propaganda, argumentos que possam ser usados nas conversas do cotidiano, pois a política, no período eleitoral, faz parte dos assuntos que são debatidos em bares, no ponto de ônibus ou em conversas de colegas de trabalho e vizinhos. Ela, dessa forma, supre também uma demanda de interação social. Por isso o eleitor se expõe à propaganda eleitoral (HAAG *apud* VEIGA, 2008).

A propaganda eleitoral livra a comunicação política da ditadura do *sound bite* de poucos segundos, dando a chance de serem apresentados discursos mais longos, complexos e aprofundados e, em especial, permite que os partidos e candidatos proponham sua própria agenda temática (HAAG *apud* MIGUEL, 2008).

Concordo com Albuquerque (1999) quando este afirma que os programas eleitorais atuam para definir e construir a realidade política em disputa:

[...] os programas do HGPE são entendidos como referenciais que concorrem entre si e com outros (a imprensa, filmes de ficção, conversas com amigos) pelo direito de serem reconhecidos pelos telespectadores ou interlocutores como sendo a própria realidade política (p. 14).

Nesse sentido, além das características apontadas pelos pesquisadores em comunicação política, destaco ainda outro elemento que orienta a escolha do HGPE para a análise proposta nesse trabalho: os programas eleitorais na TV são aqui compreendidos como lócus centrais da transmissão das formas simbólicas produzidas para persuadir e seduzir o eleitor. Constituindo, portanto, o espaço privilegiado para a apresentação de narrativas simbólicas sobre as lideranças e grupos na disputa pelo poder.

Situados o objeto de análise e a tradição teórica com a qual dialoga o presente trabalho, concluo essa introdução apresentando a organização do texto. A lógica subjacente à definição da estrutura do trabalho busca oferecer ao leitor os elementos que compõem marcos fundantes da dinâmica política brasileira na última década. Em alguma medida, não deixa de fazer parte do intento do trabalho oferecer uma narrativa dos acontecimentos. Os resultados da empreitada analítica desta tese se apresentam em duas partes, cada uma com três capítulos, que correspondem às reflexões desenvolvidas sobre as eleições 2010 e 2014, além desta Introdução e das Considerações finais.

O capítulo intitulado “O lulismo sem Lula?” envolve reflexões sobre a emergência da figura de Dilma Rousseff como a candidata representante do lulismo. Nessa análise, busco evidenciar o trabalho de ampliação da visibilidade e os prenúncios da imagem

pública da candidata, que nesse contexto estava alicerçada nas representações de que ela sempre esteve ao lado de Lula e conhece como ninguém os meandros do governo.

O capítulo “Cenários, temas e personagens” é dedicado a apresentar o panorama da disputa eleitoral de 2010. Produzido com vistas a permitir ao leitor compreender a dinâmica da campanha, neste capítulo apresento os debates centrais que delimitaram o processo de construção de enquadramentos pelas candidaturas em concorrência.

O capítulo “Herança simbólica e identidade de gênero”, último da primeira parte, se detém exclusivamente a compreender a produção dos enquadramentos interpretativos que construíram a narrativa sobre o lulismo nas eleições 2010. Nessa eleição, em especial, ficou notório como a construção da imagem da candidata esteve submetida e profundamente orientada pelas marcas simbólicas que dão evidência ao ciclo político. Os quadros de sentido que mobilizam as categorias “herança simbólica” e “pioneirismo” foram desenvolvidos de modo a explicitarem uma articulação entre a imagem da candidata e a do lulismo. Tal imbricação se orientava no sentido de consolidar o argumento central de continuidade, preponderante no eleitorado.

A segunda parte do trabalho se inicia com uma discussão sobre o governo Dilma. No primeiro capítulo desta parte II busco evidenciar tanto a conjuntura mais geral em que se desdobrou o mandato da presidenta como problematizar a construção de enquadramentos interpretativos sobre a gestão, que nomeei como uma “Busca por ampliação da representação simbólica”. A análise desenvolvida nesse capítulo tem como pressuposto teórico a ideia de que as características do presidencialismo no Brasil tornam imprescindível ao ocupante do cargo construir uma imagem particular que lhe garanta crédito político, ainda que seu governo configure uma gestão de continuidade.¹⁷ No caso do governo Dilma Rousseff, um dos aspectos que saltou inicialmente da imagem pública da governante foi a intransigência diante de casos de corrupção, o que se desdobrou em ampliação da popularidade, por um lado, e divergências com os atores políticos, por outro. Além do “combate à corrupção”, a deterioração do cenário econômico constituiu um elemento que marcou profundamente a gestão de Dilma. Apesar das tentativas de diminuir os impactos da crise internacional na

¹⁷ A hipótese da necessidade de construção de uma imagem particular para a gestão relaciona-se às próprias exigências que o cargo de presidente apresenta. Afinal, o presidencialismo é um regime político que reforça o personalismo, dando muita evidência ao ocupante do cargo. No caso brasileiro, além da visibilidade, destacam-se outras práticas de caráter institucional que reforçam a proeminência do chefe do Executivo em relação aos demais atores no jogo político: monopólio de iniciativa nas áreas orçamentária e administrativa, poder de veto presidencial e o instituto da medida provisória.

economia brasileira, a presidenta viu parte de seu capital político se deteriorar com as chamadas Manifestações de Junho de 2013.

Com a antecipação do debate eleitoral, em virtude das significativas mobilizações, produzi o capítulo intitulado “Ensaio para a disputa eleitoral”, buscando analisar as estratégias acionadas no delineamento das candidaturas competitivas. O *corpus* analisado envolveu os programas veiculados do Horário Gratuito de Propaganda Partidária (HGPP). Essa análise me permitiu identificar alguns dos enquadramentos interpretativos que seriam mobilizados na disputa eleitoral de 2014.

O último capítulo da tese é dedicado a compreender como a campanha à reeleição de Dilma Rousseff contribuiu para a produção da narrativa simbólica do lulismo. Partindo da metáfora das “veredas”, a análise incorpora a ideia de que a quarta disputa presidencial seria a mais difícil de ser trilhada pelo lulismo. Com claros sinais de desgastes do ciclo político, que não dispunha mais do cenário econômico favorável, a disputa eleitoral de 2014 foi marcada por um forte desejo de mudança. O desafio central para a campanha de continuidade foi buscar convencer o eleitor de que o lulismo era mais confiável para garantir as mudanças desejadas, pois já teria realizado muitas delas antes, e, ainda, que Dilma Rousseff era a liderança mais preparada para tal tarefa.

Se em 2010, os enquadramentos narrativos sobre o ciclo político eram cruciais, em virtude da dominância do discurso de continuidade, em 2014, tais enquadramentos se constroem no sentido de não permitir os retrocessos. O HGPE da campanha à reeleição de Dilma foi, portanto, marcado por uma “retórica da ameaça”.

As considerações finais assumem o tom de “Palavras (in)conclusivas”, posto o caráter conjuntural da dinâmica política analisada nesta tese. A eleição presidencial de 2014 teve desdobramentos que mantiveram os setores em disputa mobilizados, o que criou um clima de campanha permanente. Diante dessa conjuntura, tomei a decisão por produzir as considerações finais trazendo os acontecimentos recentes da política brasileira, pós-eleições 2014, à luz das reflexões construídas ao longo do trabalho. O exercício pretende produzir interpretações profícuas que sinalizam novas trilhas investigativas.

2. O LULISMO SEM LULA?: OS CAMINHOS QUE LEVAM A UMA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL

O enredo das eleições 2010 começou a ser delineado ainda em meados do segundo governo de Lula. No ano de 2008, o governo encontrava-se numa situação econômica bastante favorável. Esse contexto contribuiu fortemente para o desenvolvimento de um conjunto de ações que concorriam para a alta aprovação do governo. Dentre as realizações destacavam-se os avanços na distribuição de renda no país. Fortalecia as condições favoráveis ao governo a política de recomposição do salário mínimo acima da inflação, que chegou a atingir “[...] 26,879 milhões de trabalhadores (dados de 2008) e 18,425 milhões de aposentados e pensionistas” (BRASIL, 2008).¹⁸

Essas realizações configurariam o centro do projeto político do lulismo, nas palavras de Singer (2012). Para o autor, este se caracterizou pelo avanço de Lula em bases sociais que não haviam sido seus eleitores nas disputas anteriores a 2006 (1989, 1994, 1998 e 2002). Esse progresso teria sido possível após os diversos sucessos econômicos e das políticas sociais do governo. O argumento do autor constrói-se a partir da observação de que os ganhos em apoio foram mais significativos nos estratos sociais de baixíssima e baixa renda.¹⁹ Baseado na noção de realinhamento eleitoral, Singer argumenta que o lulismo é “[...] a execução de um projeto político de redistribuição de renda focado no setor mais pobre da população, mas sem ameaça de ruptura da ordem [...]” (informação verbal).²⁰

O sucesso das ações executadas pelos governos de Lula ficou evidenciado nas pesquisas de opinião pública de avaliação da gestão. Entre 2008 e 2010, a avaliação do desempenho de Lula no governo variou de 55% (ótimo ou bom) em março de 2008 a 73% (ótimo ou bom) em março de 2010, segundo dados do Instituto Datafolha (2010). Essas altas taxas de aprovação convergiam para a ampliação do capital político de Lula, tanto que nas eleições 2008, para as prefeituras de municípios e capitais, ocorreram inúmeras disputas em torno do uso da imagem de Lula pelos candidatos.²¹

Dispondo de vasto capital político, com ampla confiança do eleitorado, Lula avançou no processo de escolha da liderança que lhe sucederia em defesa de seu legado na

¹⁸ Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/eleicoes-2010/alcance-dos-programas-de-recomposicao-do-salario-minimo-bolsa-familia-reforca-maxima-uma-pessoa-um-voto-4989505>>. Acesso em: 15 mai. 2015.

¹⁹ Segundo o autor (2012), baixíssima renda é menos de dois salários e baixa renda entre dois e cinco salários

²⁰ Entrevista concedida à Revista Época, em 14 de fevereiro de 2010.

²¹ Ver notícia intitulada “Horário eleitoral acirra disputa entre candidatos pelo uso da imagem de Lula”, disponível no link: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/eleicoes/2008/horario-eleitoral-acirra-disputa-entre-candidatos-pelo-uso-da-imagem-de-lula-b5858dmht2tbsu71ojcvdpv7y>>. Acesso em: 15 mai. 2015.

disputa eleitoral de 2010. É em meio a essa conjuntura que Dilma Rousseff ganha visibilidade e destaque na trama política aqui analisada.

2.1 Prenúncios de uma candidatura

Dilma Rousseff compunha a equipe de Lula desde o período de formulação do programa de governo, passando pelo período de transição com o governo FHC e assumindo, no primeiro mandato, o Ministério de Minas e Energia. Já na ocasião de sua posse, o presidente destacou a capacidade técnica de Dilma e sua coragem de avançar para espaços não reconhecidos como de atuação profissional das mulheres:

Quero, sobretudo, Dilma, te agradecer, porque no Brasil não era habitual imaginar uma mulher no Ministério de Minas e Energia. Era habitual assim: mulher vai cuidar de ação social, mulher vai cuidar de algumas tarefas que o homem não gosta muito de fazer. Pois bem, eu tive o prazer de conhecer a Dilma, não porque ela foi secretária do Governo Olívio Dutra, porque quando eu ia lá não a via... Mas numa reunião com o Tolmasquim [Maurício Tolmasquim, especialista em energia], do Pinguelli Rosa [Luiz Pinguelli Rosa, professor do Coppe/UFRJ] e de um monte de gente que me ajudava a produzir o programa energético para o Brasil, *eis que um dia chega uma gaúcha com jeito de mineira, com esse rosto delicado, com um computador embaixo do braço e começou a falar mais forte que os homens*. Depois de duas reuniões, eu falei: ‘Taí! Achei minha ministra de Minas e Energia’ Eu quero, Dilma, te agradecer. Agradecer porque eu acho que *you significa, para as mulheres brasileiras, a definição de que as mulheres podem ir muito mais longe*, em qualquer atividade que elas quiserem se meter. Somente, enquanto eu for presidente, por favor, não queiram ser candidatas (LULA *apud* KAMEL, 2009, p. 245-246, grifo nosso).

Já no início do governo Lula, em 2003, Dilma Rousseff ficou encarregada da formulação e coordenação do Programa Nacional de Universalização do Acesso e Uso da Energia Elétrica, que ganhou visibilidade através do Programa Luz para Todos. O objetivo central desse programa constituía em “[...] propiciar o atendimento em energia elétrica à parcela da população do meio rural que não possui acesso a esse serviço público”²² (BRASIL, 2003). No evento de lançamento do Programa, em novembro de 2003, o presidente Lula enfatizou a agilidade, competência e compromisso da ministra de Minas e Energia:

Por isso eu quero, companheira Dilma Rousseff, do fundo do coração, agradecer a rapidez com que você, junto com a sua equipe, [...], elaborou esse projeto. E a rapidez com que você apresentou esse projeto para começar a ser executado. Isso demonstra claramente que, no Brasil, nós temos falta de muita coisa: nós temos falta de dinheiro, nós temos falta de infraestrutura, mas o que não pode ter, em nenhum político, é a falta de disposição política de fazer as coisas. E você foi encontrar o dinheiro, que nem eu sabia que tinha, para dizer: ‘Nós temos o dinheiro, e vamos

²² Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4873.htm#art1§1>. Acesso em: 15 mai. 2015.

gastá-lo levando luz à casa de quem não tem luz' (LULA *apud* KAMEL, 2009, p. 246).

Nesse discurso e em outros proferidos nas demais atividades relacionadas ao Programa Luz para Todos, como a assinatura de contratos, o presidente delineou essa imagem de Dilma Rousseff como uma gestora competente, sensível e de vontade política para realizar ações que contribuíssem para a transformação da vida das pessoas mais simples, e, conseqüentemente, do país. Apesar de ainda discreta, a participação da ministra no governo já estava sob a atenção do presidente.

A ascensão da então ministra de Minas e Energia ao círculo próximo do presidente Lula ocorreu em junho de 2005, após a saída do ministro José Dirceu da chefia da Casa Civil.²³

Ao tomar posse no ministério da Casa Civil, Dilma enfatizou que sua atuação teria uma dimensão política, e não apenas técnica: "É política no sentido mais nobre, o da capacidade de realizar um projeto nacional de desenvolvimento sustentado, de inclusão da população brasileira no desenvolvimento".²⁴ Na ocasião bastante delicada, Lula não discursou, afinal José Dirceu estava no centro do escândalo do Mensalão e qualquer palavra elogiosa ao seu respeito seria entendida como cumplicidade.

Entretanto, ao longo da atuação de Dilma como ministra da Casa Civil, Lula destacou a ênfase na dimensão gerencial: "A ministra Dilma, em nome da Presidência, vira uma espécie de, como é que se fala, gerente do conjunto dos projetos que nós estamos fazendo. Na verdade, é o seguinte: se não tiver alguém gerenciando, para cobrar todos os dias, a coisa não anda" (LULA *apud* KAMEL, 2009, p. 247). O presidente destacava ainda o empenho e capacidade executora da ministra: "Dilma é daquelas pessoas que quando a gente dá uma tarefa para ela, saiam da frente, porque ela não descansa enquanto não faz" (Ibid. 2009, p. 246)

O processo eleitoral de 2006, no qual Lula concorria à reeleição, foi marcado pela insistente interpelação dos demais candidatos²⁵ ao presidente para que este explicasse os casos

²³ José Dirceu saiu da chefia da Casa Civil em meio às denúncias de corrupção no escândalo do Mensalão. Segundo denúncias feitas pelo então deputado Roberto Jefferson (PTB), o governo Lula pagaria valores mensais aos deputados da base aliada para que eles votassem favoravelmente aos projetos do executivo, e José Dirceu era o coordenador do esquema. As denúncias do Mensalão levaram o então Ministro-Chefe da Casa Civil, José Dirceu, a responder processo por decoro parlamentar, tendo seu mandato cassado em votação iniciada em 30/11/2005. No julgamento do processo no Supremo Tribunal Federal, em agosto de 2013, José Dirceu (PT) foi condenado à pena de 10 anos e 10 meses e multa de R\$ 676 mil.

²⁴ Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/economia/ultnot/valor/2005/06/21/ult1913u31877.jhtm>>. Acesso em: 09 mai. 2015.

²⁵ Além de Lula, o processo eleitoral contou com a participação de outros 7 candidatos: Geraldo Alckmin (PSDB), Heloísa Helena (PSOL), Cristovam Buarque (PDT), Ana Maria Rangel (PRP), José Maria Eymael

de corrupção que envolviam membros importantes de seu partido (Partido dos Trabalhadores - PT) e do governo.

O primeiro turno das eleições 2006 foi marcado pelo debate em torno das denúncias de corrupção contra o governo Lula, e o embate entre projetos políticos distintos ocorreu no segundo turno do pleito quando Lula trouxe à tona o tema das privatizações estigmatizando, assim, o candidato da oposição, Geraldo Alckmin (Partido da Social Democracia Brasileira - PSDB).

Análises sobre as eleições 2006²⁶ destacam que mais do que as acusações de que o opositor representava o projeto de privatização, foi o desempenho do governo na “[...] queda na desigualdade e os ganhos de renda dos setores mais pobres” (CARRARO, ARAÚJO, DAMÉ, MONASTERIO E SHIKIDA, 2007, p. 14) que contribuiu significativamente para a segunda vitória eleitoral de Lula. Destaca-se, desse modo, que o bom desempenho da economia do país esteve diretamente associado ao sucesso nas eleições.

Com a reeleição de Lula, Dilma Rousseff ganhou cada vez mais espaço, sobretudo pelo reconhecimento de seu trabalho pelo presidente. Em entrevista dada no ano seguinte após a reeleição, Lula afirmou que havia se surpreendido positivamente com a atuação da ministra: “Dilma é a grande surpresa. A Dilma Rousseff, eu estou convencido de que é um dos quadros mais extraordinários que este país tem como gerente” (LULA *apud* KAMEL, 2009, p. 247).

Desde o início do segundo mandato, em 2007, Dilma viajava pelo país para apresentar, fiscalizar e inaugurar obras do programa que se constituía como a *menina dos olhos*²⁷ do governo: o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), pois a coordenação do programa estava sob responsabilidade da chefia da Casa Civil. A ministra estava, portanto, no centro da gestão, afinal o PAC era o maior plano de investimentos da gestão, em torno de 500 bilhões de reais²⁸ a serem executados ao longo dos quatro anos do segundo mandato de Lula.

O PAC era apresentado pelo presidente, em seus discursos, como o maior programa de desenvolvimento executado no Brasil, o qual caracterizava-se não por ser um projeto de governo, mas a tentativa de atender às necessidades do Brasil identificadas em seu

(PSDC), Luciano Bivar (PSL) e Rui Costa Pimenta (PCO). Dentre os opositores, os mais destacados ao longo do primeiro turno e os que mais questionaram Lula foram: Geraldo Alckmin, Heloísa Helena e Cristovam Buarque. Cabe ressaltar que os dois últimos eram ex-petistas e deixaram o partido ao longo do primeiro governo de Lula.

²⁶ Cf. Carraro, Araújo, Damé, Monasterio e Shikida, 2007.

²⁷ Menina dos olhos é uma expressão popular para designar algo que possui prestígio, que é especial.

²⁸ Ver “PAC prevê investimentos de R\$500 bilhões até 2010”. Disponível em: <http://www.ine.sc.org.br/noticias/noticias-gerais/2007/janeiro-2007/pac-preve-investimentos-de-r-500-bilhoes-ate-2010>>. Acesso em: 10 mai. 2015.

primeiro mandato. A parceria com os gestores estaduais e municipais, aliados ou opositores, era evidenciada como fundamental para a realização do projeto, nas palavras de Lula.

O PAC não é um projeto do presidente, o PAC não é o projeto do governo, o PAC é apenas o atendimento das necessidades do Brasil que nós descobrimos, em função das demandas dos próprios governadores de estados, durante o primeiro mandato (LULA *apud* KAMEL, 2009, p. 501).

O PAC é a demonstração do jeito republicano de governar, ou seja, todos os governadores, independente do partido político, todos os prefeitos, independentemente do partido político, todos estão aquinhoados com uma fatia do dinheiro do PAC, porque nós pensamos, definitivamente, que esse é o momento do Brasil. (Ibidem, p. 502)

A designação para coordenar o maior programa de desenvolvimento formulado pelo governo, o PAC, e a enfática participação na tomada de decisão sobre aspectos gerenciais das políticas públicas desenvolvidas pelo governo, era um indicativo de que a ministra Dilma Rousseff estava assumindo uma posição de centralidade no processo que envolveria a escolha de quem sucederia a Lula, na disputa eleitoral de 2010, na defesa de seu legado.

É importante ressaltar porque coordenar o PAC situava Dilma nesse lugar de relevância. Nas palavras de Motta (2007)²⁹, analisando a conjuntura política em meados do governo,

O PAC – Programa de Aceleração do Crescimento – não é apenas um programa de desenvolvimento; é a cartada decisiva de marketing do segundo governo Lula. Se der certo e o país crescer perto de 5% este ano e nos próximos, Lula termina os oito anos como grande estadista e reelege o sucessor, seja ele de que partido for. Se não der, o governo do PT esgota o seu crédito eleitoral e terá dificuldades para permanecer no poder. [...] O lançamento pomposo do PAC, com mobilização de governadores, foi uma ação estratégica: visou a marcar a diferença do segundo governo Lula em relação ao primeiro mandato. Nesse sentido, foi o marco de um novo momento, uma guinada político-institucional do governo.

Pode-se entender o PAC, portanto, como uma tentativa de construção de uma imagem marca do governo de Lula. Caso o programa tivesse sucesso, isso demarcaria uma singularidade que identificaria um modo petista de governar. Essa perspectiva de gestão estaria, nas palavras de Lula, relacionada à “[...] retomada do potencial de planejamento e de grandes obras” (LULA *apud* KAMEL, 2009) que marcou momentos áureos da história política brasileira. Ainda de acordo com Motta (2007), o PAC representaria a busca por

Marcar uma diferença, criar uma imagem nova que signifique uma diferença com outros e com o mandato anterior. Se no primeiro governo Lula as ações estiveram

²⁹ Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/pac-a-marca-do-segundo-mandato-de-lula/>>. Acesso em: 13 mai. 2015.

prioritariamente voltadas para o segmento dos excluídos, agora Lula parece querer envolver a nação inteira, criar uma nova marca, reforçar sua figura de estadista. Parece que as ações agora visam à nação inteira, não apenas a um segmento dela. Lula antes repetia que governava para os excluídos, segmentou suas ações para este contingente de necessitados. Agora, Lula parece ter mudado de rumo. Está buscando uma nova marca.

A noção de que era possível promover o desenvolvimento econômico e social do país num movimento sincronizado foi o argumento fundante das ações políticas no segundo mandato de Lula. Pelo lugar estratégico que o PAC assumiu na execução do projeto político, fica evidenciada sua significância na produção de imagens e discursos sobre o legado do lulismo. Nesse sentido, o programa teria, evidentemente, impacto no processo eleitoral de 2010.

O processo sucessório interno ao projeto político lulista foi sendo delineado de modo tácito. Com a queda, ainda no primeiro mandato, dos principais ministros e lideranças do Partido dos Trabalhadores (PT), com destaque para José Dirceu, José Genoíno e Antonio Palocci, ocorreu a ascensão de novas lideranças petistas, que constituíram um novo núcleo de poder no segundo mandato. Nesse grupo figuravam: Dilma Rousseff, Guido Mantega (Ministério da Fazenda) e Tarso Genro (Ministério da Educação).

Considerando o enorme desgaste sofrido pela sigla, em decorrência dos sucessivos escândalos de corrupção³⁰, o Partido dos Trabalhadores não jogava holofotes sob nenhum provável sucessor de Lula para a disputa presidencial que ocorreria em 2010. No âmbito da oposição (PSDB), os nomes de destaque eram Aécio Neves e José Serra que tinham sido eleitos governadores de Minas Gerais e São Paulo, respectivamente, sendo esses estados os maiores colégios eleitorais do país.

A estratégia petista de não adiantar o debate eleitoral não se expressou nos movimentos do presidente Lula. Ainda em março de 2007, Lula fez um pronunciamento que deu a partida para as movimentações do jogo pré-eleitoral.

Foi no dia 7 de março de 2008, durante a assinatura da ordem de serviço para obras do PAC na comunidade do Complexo do Alemão, na cidade do Rio de Janeiro, que Dilma Rousseff recebeu do então presidente Lula o epíteto de “mãe do PAC”. Disse o presidente: “A Dilma é uma espécie de mãe do PAC; é ela que cuida, é ela que acompanha, é

³⁰ “Somados ao caso do ‘Mensalão’, outros dois acontecimentos provocaram embaraço e intensificaram questionamentos acerca da ética petista, a saber: 1) o caso dos dólares na cueca, protagonizado por José Adalberto Vieira, na época, assessor do deputado estadual José Guimarães (PT-CE), no qual o assessor foi preso ao tentar embarcar de São Paulo para Fortaleza com os valores de R\$ 200 mil numa mala e U\$ 100 mil escondidos na cueca; e 2) a CPI dos Bingos, na qual a principal figura foi Antônio Palocci, então Ministro da Fazenda.” (SOARES, 2011, p. 61).

ela que vai cobrar junto com o Márcio Fontes [então ministro das Cidades] se as obras estão andando ou não estão andando” (LULA *apud* KAMEL, 2009, p. 247).

Com essa afirmação, o presidente apresentou publicamente a possibilidade de que a então ministra, identificada com a dimensão técnico-gerencial do governo, viesse a assumir a tarefa de representar eleitoralmente a continuidade do ciclo político do PT no Executivo Federal. A referida cerimônia do PAC, no Rio de Janeiro, foi o cenário inaugural da apresentação de Dilma Rousseff ao público; estava, pois, iniciado o processo de construção da sua imagem para a campanha eleitoral de 2010.

Cabe destacar que nesse período a oposição estava bem articulada no Congresso Nacional, tendo imposto, inclusive, uma derrota eloquente ao governo, com a rejeição da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 89/2007, que tinha por objetivo prorrogar até o ano de 2011 a cobrança da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF), que subsidiava os gastos com saúde. Atentos aos movimentos do presidente Lula para a construção da visibilidade de sua sucessora, os líderes da oposição também traçaram estratégias com vistas a aplacar a promoção da ministra Dilma Rousseff.

A ocasião propícia para a tentativa de desconstrução da imagem de Dilma Rousseff pela oposição ocorreu em 2008, um ano após o anúncio de Lula sobre a mãe do PAC. No início do ano (janeiro de 2008), foi divulgada na mídia uma denúncia sobre gastos abusivos e irregulares de alguns ministros com o cartão corporativo do governo federal.³¹ Foi instalada uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) a fim de investigar possíveis desvios de recursos públicos pelos ministros de Estado.

Em meio às investigações da CPI, a Revista Veja, na sua edição 2053 de 26 de março de 2008, trouxe à tona a matéria intitulada “Um dossiê feito para chantagear”. A reportagem afirmava que o governo federal usou de informações sigilosas sobre os gastos dos cartões corporativos no segundo governo de Fernando Henrique Cardoso. A reportagem chama a ação dos funcionários do governo de “Armação Oficial”, e afirma que

Elaborado dentro do Palácio do Planalto, [o dossiê] detalha gastos pessoais da família presidencial – informações consideradas pelo próprio governo como sigilosas. A intenção é mostrar que o Governo Lula não inovou ao usar os cartões corporativos para quitar despesas com bebidas caras, hotéis de luxo e produtos de higiene. O documento sugere que houve promiscuidade entre o dinheiro público e a campanha eleitoral dos tucanos, e foi usado por governistas para mandar recado aos adversários (VEJA, 2008, p. 47).

³¹ Ver matéria, disponível no link: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc3001200802.htm>>. Acesso em: 15 mai. 2015.

O tom da reportagem buscava demonstrar que o documento teria sido construído com o intuito de chantagear a oposição a não prosseguir com as investigações contra o governo de Lula. Dilma Rousseff é conduzida ao centro dessa polêmica quando a reportagem afirma que o suposto dossiê foi produzido por funcionários da Casa Civil, ou seja, subordinados à ministra. Convencidos do envolvimento de Dilma com a produção do suposto dossiê, os líderes da oposição apresentaram requerimentos para que ela fosse convocada a prestar esclarecimentos à CPI. Essa tentativa foi frustrada, pois os governistas conseguiram reprovar as solicitações.

Não sendo possível convocar Dilma Rousseff para a CPI dos Cartões Corporativos, os senadores da oposição buscaram outra forma de expor a ministra da Casa Civil. Conseguiram, em maio de 2008, aprovar a convocação de Dilma Rousseff para falar sobre as obras do PAC na Comissão de Infraestrutura do Senado. Quem iniciou os questionamentos da oposição à ministra foi o então senador Agripino Maia (DEM/RN).

Retomando as distintas versões dadas pela Casa Civil sobre a produção do dossiê, ou seja, 1) que o levantamento dos gastos tinham sido uma recomendação do Tribunal de Contas da União; 2) que as despesas estavam compondo a organização de uma base de dados e 3) que foi feito o levantamento para caso a CPI solicitasse maiores informações, Agripino Maia fez um questionamento à Dilma Rousseff sobre a veracidade de suas respostas e articulou, em sua pergunta, uma resposta que a ministra havia dado numa entrevista à Folha de São Paulo sobre o período da tortura na ditadura militar:

Numa entrevista, Vossa Excelência foi assim questionada: ‘que lembranças a senhora guardou dos tempos de cadeia?’ e Vossa Excelência responde: ‘A prisão é uma coisa onde encontramos com nossos limites. É isso que, às vezes, é muito duro. Nos depoimentos a gente mentia feito doido. Mentia muito. Mas muito mesmo’ O que é que me preocupa ministra? O dossiê, na minha opinião e de muitos brasileiros, é a volta ao regime de exceção. É o uso do Estado para encostar pessoas no canto da parede. A senhora mentiu na ditadura, mentirá aqui? (CALDEIRA, 2011, p. 47).

A audiência estava sendo transmitida ao vivo pela TV Senado, e servia, portanto, de palco propício para tentativas tanto no sentido de reforço da imagem que o governo e o presidente difundiam de Dilma como gestora competente, quanto para a oposição impingir dúvidas acerca dessa imagem. A pergunta de Agripino revelava as tentativas de enquadrar a ministra da Casa Civil como alguém que poderia mentir, pois sabia como fazê-lo.

A resposta de Dilma Rousseff à interpelação do senador não necessariamente confirmou aspectos de sua imagem que vinham sendo amplamente acionados por seus aliados, como a capacidade gerencial. Por outro lado, ampliou suas credenciais para a posição

de pré-candidata. As palavras da ministra remontaram aos seus anos de enfrentamento ao regime militar, e do ponto de vista de sua imagem situaram-na no lugar próprio da luta política:

Tem uma consideração que eu vou fazer antes, porque acho que ela é importante para a democracia no Brasil. O que acontece ao longo dos anos 70 não é uma ditadura policialesca simplesmente, é a impossibilidade de se dizer a verdade em qualquer circunstância. Não se dialoga, não é possível supor que se dialogue com o pau de arara³², com choque elétrico, com a morte. Qualquer comparação entre a ditadura militar e a democracia brasileira, só pode partir de quem não dá valor à democracia brasileira (AMARAL, 2011, p. 180).

Após essa contextualização, Dilma retomou sua biografia buscando em sua trajetória de vida elementos para destituir o opositor de autoridade sobre o tema tratado:

Eu tinha 19 anos, fiquei três anos na cadeia e fui barbaramente torturada, senador. E qualquer pessoa que ousar dizer a verdade para os seus interrogadores, compromete a vida dos seus iguais e entrega pessoas para serem mortas. Eu me orgulho muito de ter mentido senador, porque mentir na tortura não é fácil. Agora, na democracia se fala a verdade, diante da tortura, quem tem coragem, dignidade, fala mentira. [...] Nós somos humanos, temos dor, e a sedução, a tentação de falar o que ocorreu e dizer a verdade é muito grande senador, a dor é insuportável, o senhor não imagina quanto é insuportável. Então, eu me orgulho de ter mentido, eu me orgulho imensamente de ter mentido, porque eu salvei companheiros, da mesma tortura e da morte. Não tenho nenhum compromisso com a ditadura em termos de dizer a verdade. Eu estava num campo e eles estavam noutra e o que estava em questão era a minha vida e a de meus companheiros. E esse país, que transitou por tudo isso que transitou, que construiu a democracia, que permite que hoje eu esteja aqui, que permite que eu fale com os senhores, não tem a menor similaridade, esse diálogo aqui é o diálogo democrático. A oposição pode me fazer perguntas, eu vou poder responder, nós estamos em igualdade de condições humanas, materiais. Nós não estamos num diálogo entre o meu pescoço e a força, senador. Eu estou aqui num diálogo democrático, civilizado, e por isso eu acredito e respeito esse momento. Por isso, todas as vezes eu já vim aqui nessa comissão antes. Então, eu começo a minha fala dizendo isso, porque isso é o resgate desse processo que ocorreu no Brasil. Vou repetir mais uma vez: Não há espaço para a verdade, e é isso que mata na ditadura. O que mata na ditadura é que não há espaço para a verdade porque não há espaço para a vida, senador. Porque algumas verdades, até as mais banais, podem conduzir a morte. É só errarem a mão no seu interrogatório. E eu acredito, senador, que nós estávamos em momentos diversos da nossa vida em 70. Eu asseguro pro senhor, eu tinha entre 19 e 21 anos e, de fato, eu combati a ditadura militar, e disso eu tenho imenso orgulho.³³

O questionamento do senador tinha uma estratégia clara: fomentar desconfiança em torno da ministra. Entretanto, de acordo com as reportagens veiculadas nos telejornais (Jornal Nacional e Jornal da Globo), com aquela pergunta o senador Agripino Maia havia

³² Método de tortura utilizado no período do Regime Militar no Brasil: “O pau-de-arara consiste numa barra de ferro que é atravessada entre os punhos amarrados e a dobra do joelho, sendo o 'conjunto' colocado entre duas mesas, ficando o corpo do torturado pendurado a cerca de 20 ou 30 centímetros do solo. Este método quase nunca é utilizado isoladamente, seus 'complementos' normais são eletrochoques, a palmatória e o afogamento”. (ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO, 1985, p. 34)

³³ O depoimento de Dilma na ocasião está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Tiyezo1fLRs>. Acesso em: 16 mai. 2015.

dado um “grande presente” à Dilma Rousseff: a oportunidade de evidenciar que ela também possuía uma trajetória política que a respaldava para a condição de pré-candidata às eleições presidenciais.

Tendo passado em seu primeiro teste diante da oposição, Dilma Rousseff ganhou ainda mais visibilidade. No fim de maio, mesmo mês em que se pronunciou na Comissão de Infraestrutura do Senado, a ministra deu uma longa entrevista no Programa de Jô Soares, na Rede Globo.

O ano de 2008 trouxe ainda a confirmação de um fato que contribuiria fortemente para a boa avaliação do governo Lula: a Petrobrás anunciava a descoberta de grandes reservas de petróleo em camadas de pré-sal, o que garantiria em médio prazo a autossuficiência do Brasil na produção. Mais uma vez a ministra Dilma Rousseff estava no centro da realização, pois ocupava o cargo de Presidente do Conselho de Administração da Petrobrás desde 2003.

Já considerada a pré-candidata à sucessão de Lula por aliados e opositores, ao fim de 2008 Dilma Rousseff fez um movimento que serviria de confirmação para os que ainda tinham alguma dúvida: realizou procedimentos cirúrgicos que contribuíram para “suavizar” sua imagem. Segundo matéria veiculada na Revista IstoÉ³⁴, intitulada “Como construir uma candidata”, a proposta de amenizar a imagem de sisuda e durona que a ministra tinha acumulado ao longo dos anos de atuação no governo já tinha sido sugerida, inclusive pelo presidente Lula. Segundo a reportagem, Lula havia dito à ministra: “Dilma, você precisa perder essa cara de escritório”.

As transformações com vistas a conseguir essa suavidade se iniciaram por motivos de saúde. Diagnosticada com uma diverticulite, a ministra da Casa Civil teve de fazer dieta e iniciar um programa de exercícios físicos, e com isso perdeu 12 quilos ao longo do ano de 2008. O arremate veio com as cirurgias plásticas realizadas em dezembro de 2008. De acordo com a reportagem, Sérgio Panizzon, o cirurgião de Dilma Rousseff, definiu o procedimento da seguinte forma:

Dilma sofreu pequenas intervenções cirúrgicas, que os especialistas chamam de ‘lifting’. Suas pálpebras foram reduzidas, o que aumentou seus olhos e tornou-os menos pesados. O nariz foi afilado e foram retiradas marcas de rugas na região entre o nariz e os lábios. ‘Por uma questão de ética médica, não posso dar detalhes da cirurgia. Só posso dizer que o resultado ficou muito satisfatório e me orgulha bastante’, diz o médico (LAGO; PARDELLAS, 2008).

³⁴ Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoe-temp/edicoes/2045/imprime123220.htm>> Acesso em: 18 mai. 2015.

A reportagem da IstoÉ evidencia ainda que há uma equipe de profissionais envolvidos nesse processo de produção da candidatura de Dilma, entre os membros destacam-se: o marqueteiro João Santana e o ministro de Comunicação Social, Franklin Martins, responsáveis pela construção mais conceitual da imagem, o jornalista Laurez Cerqueira que produzia os discursos da ministra, a cabeleireira Tian e o cirurgião Sérgio Panizzon que cuidavam das transformações estéticas. Com esse nível de profissionalização já se anunciava como praticamente certa a candidatura de Dilma Rousseff. Nesse sentido, as movimentações, internas à base aliada e externas no âmbito da oposição, se intensificaram.

O ano de 2009 foi dinâmico e decisivo para o delineamento final da conjuntura eleitoral de 2010. Por um lado, Dilma Rousseff intensificou sua jornada de viagens e reuniões com grupos de empresários e sindicatos, o presidente Lula já a anunciava, no início do ano (fevereiro de 2009), como a melhor candidata à Presidência da República,

Agora, o que eu estou percebendo é que a minha ministra da Casa Civil, a Dilma Rousseff, é a pessoa mais qualificada hoje para governar o Brasil. Ela coordena os principais programas de desenvolvimento no Brasil, ela conhece muito bem o Brasil, é uma gerente extraordinária, tem uma capacidade de gestão fantástica, conhece bem de economia e eu acho que é uma mulher que tem uma história política que merece respeito. A companheira Dilma Rousseff foi militante de esquerda na década de 70, foi presa, foi torturada, e hoje é uma mulher preparada. Não tem mágoa do seu passado, não tem vergonha e, por isso, *eu acho que ela está mais calejada para dar continuidade e melhorar aquilo que estamos fazendo hoje* (LULA *apud* KAMEL, 2009, p. 248, grifo nosso).

Em meio a toda essa movimentação, apareceu *uma pedra no meio do caminho*³⁵ da candidatura de Dilma Rousseff. No início de 2009, ao saber que teria que aumentar sua exposição pública em viagens por todo o país, a ministra da Casa Civil passou por uma bateria de exames. Na ocasião, foi encontrado um pequeno caroço abaixo da axila, e o médico responsável pelo acompanhamento da saúde da ministra indicou que ela deveria retornar ao hospital para extrair o nódulo a fim de que se realizasse uma biópsia do material.

No dia 03 abril, Dilma Rousseff realizou o procedimento, uma cirurgia que durou cerca de 45 minutos. Em 25 de abril, a ministra da Casa Civil recebia o resultado da biópsia: os testes com o material do nódulo confirmavam o desenvolvimento inicial de um linfoma, um tipo de câncer nos gânglios. Apesar da afirmação da equipe médica de que as chances de cura do tipo de câncer da ministra, quando descoberto no início como o dela, eram de 90%, o espectro do câncer rondava a pré-candidata.

³⁵ Referência ao poema “No meio do caminho”, de Carlos Drummond de Andrade.

Segundo Amaral (2011), numa biografia autorizada que escreveu sobre a ministra, antes de anunciar publicamente o diagnóstico e o tratamento ao qual seria submetida, ao lado de seus médicos, Dilma Rousseff aguardou o retorno do presidente Lula de uma viagem à Argentina para informá-lo e consultá-lo sobre os próximos movimentos, afinal ela reconhecia que o diagnóstico que recebera impactaria diretamente nos planos de aumentar sua exposição, assim como na sua imagem.

Na manhã de sexta-feira, antes de seguir para o encontro com Lula, Dilma ligou para Kalil [médico] e pediu que ele desse a primeira informação ao presidente. Ela chegou à Base Aérea logo depois de Lula dar uma bronca em seu médico particular por não ter lhe contado nada antes. Kalil estava protegido pela ética médica: a decisão de informar uma doença, a quem e quando é sempre do paciente. O telefonema e a bronca tiveram sobre Lula o efeito de um tranquilizante. Na conversa com Dilma, ele parecia até mais confiante do que ela quanto ao sucesso do tratamento e também da candidatura. No final despediu-se carinhosamente: - Tranquila, Dilminha, tranquila. Você é forte, vai conseguir (AMARAL, 2011, p. 190-191)

O que para Dilma Rousseff poderia ser um desafio de sua pré-candidatura, afinal desde a morte de Tancredo Neves a condição de saúde de um presidenciável era algo que rondava o imaginário político dos brasileiros, foi rapidamente convertido em aspectos favoráveis à imagem da pré-candidata por sua equipe de assessores. Ela passava, então, a ser retratada como uma mulher que tinha como marca superar os desafios impostos pela vida: na juventude, a tortura e prisão do regime militar; na idade adulta, o câncer. Essa apropriação e conversão de um aspecto possivelmente negativo em qualidades para a candidata foi construída tanto em seus discursos quanto nos do presidente Lula.

Na ocasião da divulgação de seu diagnóstico a jornalistas, a ministra da Casa Civil disse “Nós, brasileiros, temos esse hábito de sermos capazes de enfrentar obstáculos, de transpô-los e de sairmos inteiros de lá” (AMARAL, 2011, p. 191), e afirmou: “Esta é a questão que está na pauta hoje para mim: enfrentar essa doença, que os médicos garantem que está extirpada, e sair mais forte do lado de lá” (Ibid., p. 191).

Nesses trechos, observam-se dois movimentos na construção da imagem: um relacionado à identificação, pois a pré-candidata se aproxima dos eleitores quando afirma que a força para superar os obstáculos da vida é uma condição nata dos brasileiros(as); e outro relacionado à segurança ao interlocutor, já que além da sua força para enfrentar o câncer, Dilma Rousseff também tinha a garantia dos especialistas médicos de que sua doença já havia sido controlada e que a cura era uma questão de tempo pós-tratamento.

Os discursos de Lula que se referiram ao diagnóstico de Dilma Rousseff foram articulados no sentido de produzir uma cumplicidade entre a pré-candidata e os eleitores. Uma

fala que destaca esses movimentos do presidente ocorreu numa viagem em que a ministra acompanhou-o para a inauguração de um conjunto de obras na capital Manaus. Amaral (2011) narra essa ocasião:

O sol já estava se pondo no último compromisso quando Lula puxou Dilma pela mão e a levou à frente do palco:

- Quero que você olhe para as pessoas, porque a partir delas vem a sua força, a força que você precisa. Esse povo vai precisar muito de você daqui pra frente.

Lula ergueu a mão de Dilma e voltou-se para o público:

- Orem por ela (p. 192).

Apesar dos desafios postos pelo diagnóstico e tratamento do câncer, a pré-candidatura de Dilma Rousseff seguiu, na medida do possível, o *script* planejado. A ministra continuou realizando viagens ao lado do presidente Lula e trabalhando em elementos do governo que contribuiriam para o processo sucessório, entre os quais destaca-se a legislação sobre o pré-sal. Ao participar diretamente do processo decisório sobre os novos poços de petróleo, Dilma Rousseff estaria diretamente vinculada ao carimbo dado no “passaporte para o futuro”, como o Lula chamava o pré-sal.

A essa altura, a candidatura da ministra da Casa Civil era dada, pelos campos político e midiático, como certa. Um acontecimento que corroborou ainda mais a confirmação da candidatura de Dilma Rousseff para a sucessão de Lula foi o Programa Partidário do PT veiculado em dezembro de 2009. Nessa peça publicitária³⁶, a ministra da Casa Civil é a primeira personagem a falar após o *locutor off*, antes mesmo que o presidente, e é apresentada como articuladora e operadora das grandes realizações do governo.

No âmbito da oposição (PSDB), buscava-se construir uma saída para resolver, sem grandes traumas, as disputas internas em torno de quem seria o candidato. Como dito anteriormente, o maior partido de oposição (PSDB) tinha dois pré-candidatos: os governadores José Serra, de São Paulo, e Aécio Neves, de Minas Gerais.

Diante do impasse, Aécio Neves defendeu a realização de prévias, a fim de que os filiados fossem consultados e decidissem sobre que liderança deveria representar o partido nas eleições 2010.³⁷ A defesa do governador de Minas Gerais pelas prévias denotava uma clara estratégia de promover uma disputa interna no partido, em que o próprio tivesse chances de vir a ser candidato. As pesquisas de intenção de voto realizadas no período pré-eleitoral

³⁶ Esse programa será melhor descrito e analisado na subseção dedicada à reflexão sobre a construção da imagem pública de Dilma Rousseff no período da pré-campanha eleitoral.

³⁷ Prévias são consideradas eleições intrapartidárias em que os filiados ao partido político votam na liderança que consideram o melhor representante do partido para um pleito eleitoral.

evidenciavam que Serra estava melhor posicionado que Aécio para a disputa contra a pré-candidata do PT.

As discussões da oposição foram sendo conduzidas sem muita pressa; especulava-se uma chapa puro sangue, entretanto ficava a dúvida: quem seria o titular e quem seria o vice? Essas decisões foram sendo adiadas, sobretudo porque a pré-candidata do governo era considerada com pouca expressão política, e questionava-se se Lula teria condições de transferir seu capital político para ela. Essa percepção era reforçada pelas pesquisas de opinião da época, que colocavam a ministra da Casa Civil bem atrás do provável opositor.³⁸

O jogo parecia delineado: mais uma vez a disputa presidencial deveria se dar por meio de um embate polarizado por um candidato do PT e outro do PSDB, como havia acontecido em todas as eleições desde 1994. Entretanto, em agosto de 2009, ocorreu um fato que redimensionou as expectativas do governo e da oposição sobre o embate eleitoral de 2010: a senadora Marina Silva deixava o PT, após 30 anos de filiação, e seu cargo de Ministra do Meio Ambiente no governo Lula. A saída da ambientalista foi tributada às divergências que ela e Dilma Rousseff tinham sobre as licenças ambientais para obras do PAC, com destaque para as usinas hidrelétricas na região Norte do país. Com a saída de Marina Silva, o Partido Verde (PV) fez-lhe o convite para concorrer à Presidência da República.

A candidatura da senadora trazia fragilidades tanto para o governo quanto para a oposição. Por ser uma dissidência de dentro do governo Lula, com Dilma Rousseff diretamente implicada nas motivações de saída, o discurso de Marina Silva poderia contribuir para a produção de uma imagem da pré-candidata governista como autoritária, por outro lado a oposição teria que enfrentar uma representante que apresentava algumas discordâncias do governo, mas que poderia garantir a continuidade das principais políticas pelo seu histórico de engajamento nas lutas sociais.

As indefinições no PSDB se desdobraram até dezembro de 2009. No início do mês, mais precisamente em 3 de dezembro, o partido veiculou um programa na TV e no rádio em que os dois pré-candidatos dividiram o espaço. Havia um revezamento em que Serra e Aécio mostravam à audiência as realizações de suas gestões em São Paulo e Minas Gerais, respectivamente, apresentadas como modelos de gestão Tucana. O programa foi o último espaço interno de disputa entre os pré-candidatos. No dia 17 de dezembro, Aécio Neves

³⁸ Pesquisas realizadas ao longo de 2009 evidenciavam uma vantagem do candidato da oposição sobre a candidata governista numa margem de cerca de 20%. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Pesquisas_de_opini%C3%A3o_na_elei%C3%A7%C3%A3o_presidencial_brasileira_de_2010>. Acesso em: 23 mai. 2015.

abdicou da disputa. Em pronunciamento³⁹, afirmou que sua decisão se guiava pelo compromisso com o projeto político do PSDB e que aquele era um momento estratégico para a definição do processo,

Sempre tive consciência de que uma construção com essa dimensão e complexidade não poderia ser realizada às vésperas das eleições. Quando, em 28 de outubro, sinalizei o final do ano como último prazo para algumas decisões, simplesmente constatava que, a partir deste momento, o quadro eleitoral estaria começando a avançar em um ritmo e direção próprios, e a minha participação não poderia mais colaborar para a ampla convergência que buscava construir.

Com a decisão de Aécio Neves de retirar-se da disputa interna ao PSDB, o tabuleiro das eleições 2010 estava com os jogadores competitivos definidos: Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV).

Ao longo dos seis primeiros meses de 2010, os movimentos dos pré-candidatos foram basicamente no sentido de ampliar a visibilidade de suas candidaturas. Dilma Rousseff e José Serra, representantes dos maiores partidos em disputa, desfilaram desde os principais carnavais do país, Pernambuco, Bahia e Rio de Janeiro, até os programas eleitorais de seus partidos em meados de maio de 2010. As oficializações das pré-candidaturas dos três candidatos competitivos ocorreram entre fevereiro e maio de 2010.

O primeiro partido a confirmar sua pré-candidata foi o PT, num congresso realizado em 20 de fevereiro de 2010. Na ocasião, Dilma Rousseff sinalizava um forte discurso de continuidade, que seria uma das marcas de sua estratégia eleitoral: “Não haverá retrocesso nem aventuras [...] Como todos podem ver, temos um extraordinário alicerce sobre o qual construir o terceiro governo democrático e popular. Temos rumo, experiência e impulso para seguir o caminho iniciado por Lula” (GAZETA DO POVO, 2010).⁴⁰

A candidata mencionou ainda a estratégia que alguns aliados ensaiaram de propor uma mudança constitucional para que Lula pudesse disputar um terceiro mandato: “Não praticamos casuísmos. Basta ver a reação firme e categórica do presidente ao frustrar as tentativas de mudar a Constituição para que pudesse disputar um terceiro mandato. Não mudamos, como se fez no passado, as regras do jogo no meio da partida” (GAZETA DO POVO, 2010). O presidente Lula, em seu discurso, destacou a trajetória da candidata pela sua coragem e comprometimento com a construção de um país melhor, “Essa menina, com 20

³⁹ Ver matéria “Aécio diz que não teria mais tempo para implementar projeto amplo de alianças”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1419195-5601,00-ARA+IMPLEMENTAR+PROJETO+AM+PLO+DE+ALIANC.html>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

⁴⁰ Ver matéria intitulada “Em Congresso, PT oficializa pré-candidatura de Dilma”. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/em-congresso-pt-oficializa-pre-candidatura-de-dilma-dhwnjig44z1l1qaksj5gj4ia1a>>. Acesso em: 25 mai. 2015.

anos de idade, resolveu por opção própria colocar sua vida em risco, para garantir a democracia neste País” (GAZETA DO POVO, 2010).

Em 10 de abril de 2010, o PSDB lançou a pré-candidatura de José Serra à Presidência da República. A oficialização ocorreu numa convenção realizada conjuntamente entre PSDB e partidos aliados, Democratas (DEM) e Partido Popular Socialista (PPS). No evento, Serra destacou também sua trajetória de luta contra a ditadura, que o fez ser exilado, “Sou sobrevivente do Estádio Nacional de Santiago, onde muitos morreram. Por algum motivo, Deus permitiu que eu saísse de lá com vida” (REVISTA VEJA, 2010). O candidato referiu-se ainda ao legado que seu partido e o governo de Fernando Henrique Cardoso deixaram e que contribuíram para o país se desenvolver com estabilidade, “Com o Plano Real, o Brasil transformou sua economia a favor do povo, controlou a inflação, melhorou a renda e a vida dos mais pobres, inaugurou uma nova Era no Brasil” (REVISTA VEJA, 2010). A crítica à principal adversária, a petista Dilma Rousseff, indicava que a estratégia governista de dividir o país entre “*nós x eles*” não seria aceita, pois como candidato da oposição, Serra defendia a união pelo Brasil, “Somos todos irmãos na pátria. Lutamos pela união dos brasileiros e não pela sua divisão” (REVISTA VEJA, 2010).⁴¹

A senadora Marina Silva foi a última, entre os três candidatos competitivos, a oficializar sua pré-candidatura pelo Partido Verde (PV) à Presidência da República. O evento em que ocorreu a oficialização foi a pré-convenção do partido, na ocasião Marina Silva apresentou o empresário Guilherme Leal, dono da empresa Natura, como vice em sua chapa. Sobre as expectativas para o processo eleitoral, a senadora destacou a transparência como fundamento de sua campanha, essa fala trazia consigo uma clara crítica ao governo petista, “[Vamos fazer] uma campanha educada. Não vamos fazer ataques, não precisamos. Isso não educa a sociedade no ponto de vista ético. Não podemos ficar dando rasteiras, como fizeram com o [deputado federal] Ciro [Gomes]. Temos que ser coerentes”. A rasteira a que Marina Silva se referia teria sido dada pelo presidente Lula no deputado federal do PSB/CE, Ciro Gomes. Essa interpretação ficou disseminada no campo político após o processo de escolha do candidato governista para suceder a Lula na disputa eleitoral. Durante boa parte da pré-campanha, as pesquisas de opinião colocavam Ciro Gomes como provável candidato governista. Até meados do ano de 2009, todas as simulações apontavam o deputado federal como candidato mais viável eleitoralmente do que a ministra Dilma Rousseff. Entretanto,

⁴¹ Ver matéria intitulada “Serra: ‘Eleição é uma escolha sobre futuro’”. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/eleicoes/jose-serra-em-brasilia/serra-eleicao-e-uma-escolha-sobre-o-futuro/>>. Acesso em: 25 mai. 2015.

Lula, como o articulador da decisão no processo de escolha do sucessor, não se posicionava explicitamente, mesmo com todos os movimentos no sentido de construir a viabilidade da candidatura de Dilma Rousseff. A ideia de rasteira veio quando Lula sugeriu a Ciro Gomes que transferisse seu domicílio eleitoral para São Paulo. Ao final, com a decisão pela candidatura de Dilma Rousseff, o deputado ficou com poucas chances de concorrer a algum cargo, tendo em vista que sua base eleitoral estava situada no Ceará. Esse discurso de Marina Silva na oficialização de sua candidatura evidenciava a disposição da ex-ministra em se posicionar como uma candidata de oposição ao governo.

Com o cenário eleitoral delineado, as pesquisas de opinião passaram a assumir uma função mais central na definição das estratégias de campanha. As pesquisas de intenção de votos divulgadas até junho, período em que ocorreram as oficializações das candidaturas junto à Justiça Eleitoral, foram cruciais para a confirmação de sucesso das estratégias traçadas pelas campanhas eleitoral de Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva.

A primeira pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha em 2010 foi nos dias 25 e 26 de fevereiro, após o anúncio da candidatura de Dilma Rousseff no Congresso do PT. Na ocasião, a diferença entre a ministra da Casa Civil e seu concorrente direto, José Serra, era de 4 pontos percentuais favoráveis ao candidato do PSDB. Marina Silva pontuava 8% das intenções de votos. Em março, a vantagem de Serra ampliou-se para 9 pontos em relação à Dilma, sendo 36% e 27%, respectivamente, as intenções de votos, e Marina manteve o percentual anterior. Na pesquisa realizada em abril, José Serra oscilou para 38% e Dilma Rousseff para 28%, ficando a diferença em 10% de vantagem para o candidato tucano. Nesta pesquisa, Marina Silva foi de 8% para 10%.

A principal alteração no cenário das pesquisas ocorreu em maio, após a exibição do Programa Partidário do PT⁴². Dilma Rousseff avançou 9% e José Serra recuou 1%, ficando, assim, empatados, cada um dos candidatos com 37%. Marina Silva também avançou 2 pontos percentuais, ficando com 12%. O significativo dessa pesquisa realizada em maio, mais do que o extraordinário aumento de intenção de votos em Dilma Rousseff, foram as evidências de que a estratégia eleitoral estava funcionando. Na matéria intitulada “Dilma cresce e empata com Serra”, ao apresentar os dados da referida pesquisa, o jornal Folha de São Paulo evidenciou o peso que o apoio de Lula teria para a decisão do voto nas eleições 2010:

⁴² Esse programa será melhor descrito e analisado na subseção dedicada à reflexão sobre a construção da imagem pública de Dilma Rousseff no período da pré-campanha eleitoral.

Questionados se o apoio do presidente Lula a um candidato levaria à escolha desse nome, 44% responderam que escolheriam com certeza, 26% que não votariam nesse candidato e 22% responderam que talvez votem nesse candidato. [...] Questionados se conhecem o candidato(a) apoiado(a) pelo presidente Lula, 20% dos entrevistados afirmaram não saber quem o presidente apoia; oito pontos percentuais a menos que na pesquisa anterior. Já 71% disseram que Lula apoia Dilma Rousseff (antes eram 61%) (FOLHA DE SÃO PAULO, 2010).⁴³

A associação da imagem de Dilma a de Lula se constituiu numa das principais estratégias da campanha eleitoral de 2010, como veremos adiante. Como os dados das pesquisas evidenciam, após o esforço de tornar a ministra da Casa Civil conhecida da maioria dos eleitores (na pesquisa de maio o nível de conhecimento chegava a 90% dos entrevistados), a associação com o presidente Lula se consolidou como movimento pós-anúncio da candidatura.

Nas últimas pesquisas antes do início do período eleitoral, em junho e julho de 2010, Dilma e Serra mantinham-se empatados. Entretanto, um dado chamava atenção: quando questionados quanto à expectativa de vitória, 43% dos entrevistados apontavam a candidata petista como provável vencedora, 10% a mais do que o candidato tucano (33%). Em julho de 2010, 75% dos entrevistados reconheciam Dilma como a candidata apoiada pelo presidente Lula.

Delineados os principais aspectos da conjuntura pré-eleitoral de 2010, dedico a seção seguinte a uma análise mais detida sobre o processo de construção da imagem de Dilma Rousseff nesse período, em que era necessário ampliar sua visibilidade e também destacar os principais aspectos de sua trajetória que contribuíssem para a viabilidade de sua candidatura à presidência da república pelo PT. A análise toma como recorte temporal o ano de 2009, por ser o período em que o processo de construção da imagem ganhou contornos oficiais através dos programas partidários do PT e das entrevistas do presidente Lula.

O *corpus* da análise se constitui nos programas do PT, veiculados em novembro de 2009 e maio de 2010, e também de dois perfis escritos pelo jornalista Luiz Maklouf para a Revista Piauí⁴⁴, ambos de 2009. Esses materiais, guardadas as devidas proporções, expressam movimentos intencionais de construção da imagem da candidata, mais explicitamente na propaganda partidária, e, implicitamente, através dos relatos do irmão, amigos e apoiadores expressos nas reportagens escritas por Maklouf.

⁴³ Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2010/05/1131363-dilma-cresce-e-empata-com-serra.shtml>>. Acesso em: 01 jun. 2015.

⁴⁴ O primeiro perfil intitulado “As armas e os varões” foi publicado na edição 31 da Revista Piauí, em abril de 2009; o segundo perfil “Mares nunca dantes navegados”, foi publicado na edição 39, em julho de 2009. Ambos foram posteriormente publicados como capítulos do livro *Vultos da República – Os melhores perfis políticos da revista Piauí*, publicado pela Editora Companhia das Letras em 2010.

2.2. Traçando o percurso: a construção da imagem de Dilma Rousseff no contexto pré-eleitoral

Mãe do PAC foi o termo que inseriu Dilma Rousseff no tabuleiro sucessório do presidente Lula, e parto dele para compreender os processos de produção da imagem de Dilma no período pré-eleitoral. Foi como mãe do PAC que Lula inseriu a pré-candidata num regime de visibilidade, colocando-a no centro das realizações, exitosas e promissoras, do governo. Considero o epíteto uma síntese das estratégias que orientaram a ampliação da visibilidade de Dilma Rousseff, pois ao termo “mãe do PAC” acionou duas dimensões importantes da imagem no contexto pré-eleitoral: os elementos técnico-gerencial e de gênero.

Ser mãe é um atributo fundante da condição do feminino em nossa sociedade; com ele se ressalta a condição de gênero da pré-candidata. Entretanto, essa representação assume outra dimensão, ao afirmar que ela é mãe de um conjunto de políticas públicas. Nesse sentido, a ministra transfere para a gestão pública “zelo e cuidado” que uma mãe tem por seus filhos. Lula como o criador da alcunha a explica:

Quero falar da Dilma Rousseff porque outro dia, no Rio de Janeiro, eu disse que a Dilma era a mãe do PAC. E por que ela é a mãe do PAC? É porque o PAC só funciona porque esta mulher, certamente toma mais conta do PAC do que tomou conta da filha dela. E por que eu digo isso? Porque tomo mundo que que é pai sabe. Quando tem uma filha ou um filho que está com 14, 15 anos, eles não querem mais saber do pai. Nós somos coroas, nós estamos superados, as músicas não combinam, a roupa não combina, os amigos não combinam; eles querem liberdade. Então, a filha da Dilma certamente foi assim. Mas o PAC não quer liberdade, o PAC quer controle, fiscalização, acompanhamento. Porque, senão, ele não funciona (LULA *apud* KAMEL, 2009, p. 247).

Cabe destacar que nem toda mulher poderia assumir os “cuidados” exigidos por um programa governamental. Essa tarefa requer capacidades técnicas e conhecimentos de gestão pública; os aspectos de comprometimento “típicos” da maternidade se constituiriam numa capacidade extra que a condição de gênero traria à função. Nesse sentido, mãe do PAC simboliza a reunião, na *persona* de Dilma Rousseff, de dois elementos: a condição de gênero e a capacidade técnico-gerencial.

Nesse sentido, compreendo que a construção da *imagem pública* de Dilma no período pré-eleitoral⁴⁵ reuniu as seguintes estratégias: ampliação da visibilidade de sua atuação técnica e gerencial associada às realizações do governo Lula, exposição de sua

⁴⁵ Refere-se à temporalidade em que se ampliou a visibilidade pública da então ministra até a oficialização de sua candidatura pelo PT à sucessão de Lula, em junho de 2010.

biografia vinculada às lutas por democracia e valorização de sua condição de gênero. A seguir apresento como essas estratégias se delinearão no material selecionado para análise.⁴⁶

A dimensão técnico-gerencial foi explorada no período pré-eleitoral por meio da apresentação da formação acadêmica de Dilma: economista graduada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com mestrado em teoria econômica e doutorado em economia monetária e financeira, ambos pela Universidade de Campinas (Unicamp). Cabe ressaltar que a informação sobre suas titulações acadêmicas foi questionada em alguns órgãos da imprensa. Em resposta, Dilma confirmou que havia informações incorretas, pois a mesma não havia concluído seus cursos de mestrado e doutorado; afirmou que concluiu os créditos, mas que não teve tempo hábil para defender os trabalhos porque as funções públicas não lhe permitiram. Diante da polêmica, a informação de que ela possuía as titulações foi retirada do seu currículo *lattes* no decorrer da disputa.

Além de sua formação acadêmica, foram evidenciadas suas experiências em gestão do serviço público como secretária de Fazenda da Prefeitura de Porto Alegre, governo Alceu Colares - PDT (1985-1988), secretária de Minas e Energia do Rio Grande do Sul, governos Alceu Colares - PDT (1991-1994) e Olívio Dutra - PT (1998 – 2002), ministra de Minas e Energia (2003-2005) e ministra da Casa Civil (2005-2010) nos governos de Lula – PT (2003-2010).

No programa partidário de dezembro de 2009, a capacidade gerencial de Dilma Rousseff é denotada pelos discursos veiculados, os quais vão colocá-la como responsável por grandes realizações do governo, mas, em especial, pelo lugar de enunciação que a pré-candidata assume na peça publicitária. Dilma tem evidência; é a primeira e a última a falar, e durante o programa as imagens visuais colocam-na como “braço direito” de Lula, com a função de coordenar o ministério e o governo.

Figura 1 – Imagens Dilma Rousseff no HGPP do PT (cont.)



⁴⁶ Programas do PT, veiculados em novembro de 2009 e maio de 2010, e os dois perfis escritos pelo jornalista Luiz Maklouf para a Revista Piauí, ambos de 2009.



Fonte: HGPP, PT (10/12/2009) - Arquivo Pessoal

Lula reforça essa imagem de Dilma Rousseff como a agente que orchestra o conjunto das realizações governamentais, estando ao seu lado e contribuindo diretamente:

Tem gente que pensa que eu faço tudo sozinho, mas, na verdade, eu tenho uma excelente equipe com ministros de vários partidos. Os ministros do PT têm um papel importante neste trabalho. Um grande exemplo é a ministra Dilma, que, além de coordenar o ministério, é responsável pelo PAC, pelo Pré-Sal e pelo programa Minha Casa, Minha Vida (informação verbal)⁴⁷.

A capacidade técnico-gerencial da pré-candidata é destacada ainda através das falas de apresentadores do programa partidário:

Locutor off: Ela modernizou o sistema elétrico do país e, ao mesmo tempo, criou o Programa Luz Para Todos, beneficiando quase 11 milhões de pessoas pobres Brasil afora. Junto com Lula, Dilma está agora transformando o PAC, o Pré-Sal e o Minha Casa, Minha Vida, nos maiores programas de mudança social e econômica da história (informação verbal)⁴⁸.

Quando assume o lugar de enunciativa, Dilma Rousseff oferece ao espectador uma síntese do governo, buscando evidenciar a propriedade de quem esteve diretamente envolvida na concepção e desenvolvimento das ações. A pré-candidata apresenta assim o projeto de país perseguido pelas gestões petistas no Executivo Federal:

Hoje, o Brasil, é um país bem diferente daquele que o governo Lula encontrou 7 anos atrás. É um país mais forte, mais justo e, principalmente, muito mais preparado para o futuro. Três belos exemplos desta ponte entre presente e futuro são os programas Minha Casa, Minha Vida, o Pré-sal e o Programa de Aceleração do Crescimento, o PAC. Eles estão entre os maiores programas do mundo. São três programas irmãos, não só em grandeza, mas no mesmo objetivo: fazer crescer o Brasil e todos os brasileiros (informação verbal)⁴⁹.

Associação entre Lula e Dilma é produzida a partir da noção comum de “braço direito”. Usa-se essa expressão quando se quer evidenciar que alguém com função importante

⁴⁷ Lula em Programa Partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

⁴⁸ Programa partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

⁴⁹ Programa partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

tem ao seu lado alguém de confiança que auxilia na execução das tarefas. A parceria entre o presidente e a pré-candidata é explorada de tal modo que, na apresentação, as realizações são atribuídas a ambos, como enuncia o locutor *off*: “Dilma e Lula inverteram o jogo. Universidade? Direito de todos. Carne na mesa? Direito de todos. Luz? Direito de todos. Formação técnica? Direito de todos” (informação verbal)⁵⁰.

A parceria é expressa ainda através dos diálogos traçados entre Lula e Dilma sobre a importância da continuidade das políticas:

Lula: O mundo está admirado com esse novo Brasil que está nascendo. Porque, entre outras coisas, provamos que é possível unir democracia, crescimento econômico e redução da pobreza. Mas não tenho dúvida, de que nós só estamos sendo respeitados lá fora, porque a gente aprendeu, primeiro, a respeitar o nosso povo aqui dentro. Nós sabemos que ainda há problemas a vencer, mas sabemos também que já encontramos o melhor caminho.

Dilma: Presidente, eu penso igual ao senhor. Tem governo que fez pouco e acha que fez muito. Nós, não. A gente fez muito, mas sabe que é preciso fazer muito mais. O Brasil melhorou, mas, como o senhor mesmo diz, devemos sempre fazer mais.

Lula: E o melhor Dilma, é que construímos uma base sólida, para o Brasil continuar avançando nos próximos anos.

Dilma: Sem dúvida, presidente, o Brasil, hoje, está pronto pra (sic) dar um novo salto na sua história (informação verbal)⁵¹.

Dilma conclui o programa partidário apresentando o que precisa ser realizado, e reforça a importância da continuidade:

O Brasil tem um grande desafio pela frente: crescer mais rápido, diminuir mais a pobreza e melhorar ainda mais a qualidade de vida do nosso povo. Em poucos anos, seremos a quinta economia mundial. Para mim, o mais importante é termos uma educação e uma saúde entre as primeiras do mundo. Isso é possível. O governo Lula está fazendo o Brasil ficar do tamanho que merece. Nós já aprendemos o caminho (informação verbal)⁵².

No programa de maio de 2010, com Dilma já apresentada como candidata do PT para as eleições presidenciais, o endosso de sua capacidade gerencial vem através do presidente Lula e dos ministros do governo.

Lula relembra o acontecimento que o levou a convidar Dilma para o Ministério de Minas e Energia, destacando que a competência da ministra era tão significativa que não foi necessário mais que um encontro para realizar a escolha. O arremate discursivo sobre a certeza da competência gerencial é expresso pelo presidente no êxito que Dilma teve em conduzir a coordenação de seu governo:

⁵⁰ Programa partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

⁵¹ Programa partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

⁵² Programa partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

É um belo dia, em 2002, entra na minha sala uma mulher com um laptop na mão, a secretária de Minas e Energia do Rio Grande do Sul, e nós fizemos aquela reunião. Quando terminou a reunião me veio na cabeça a certeza que eu tinha encontrado a pessoa certa pro (sic) lugar certo. Ou seja, *em apenas uma reunião, a Dilma conseguiu me convencer que eu já tinha a Ministra de Minas e Energia do Brasil*. E ela inegavelmente foi uma Ministra de Minas e Energia da maior competência que o Brasil já teve (informação verbal, grifo nosso).⁵³

A prova definitiva da competência da Dilma, foi quando chamei ela pra (sic) ser chefe da Casa Civil. Ela simplesmente foi exuberante na coordenação do meu governo. Eu digo, sem medo de errar: *grande parte do sucesso do governo tá (sic) na capacidade de coordenação da companheira Dilma Rousseff* (informação verbal, grifo nosso).⁵⁴

O bom desempenho de Dilma como gestora é também ressaltado por outros ministros do governo Lula:

Fernando Haddad (Ministro da Educação): A Dilma é uma grande aliada da educação brasileira. Ela pensa a educação como tem que ser: da creche ao ensino superior.

Guido Mantega (Ministro da Fazenda): Dilma é uma economista de visão e sensibilidade. Ela sempre apoiou a política de crescimento sustentado, a redução de impostos e contribuiu muito para o Brasil enfrentar e vencer a crise internacional do ano passado.

Paulo Bernardo (Ministro do Planejamento): Conheço pouquíssimas pessoas com a capacidade de planejar, de liderar e realizar como a Dilma. Suas qualidades foram decisivas para o sucesso do governo Lula (informação verbal).⁵⁵

Os depoimentos dos colegas de ministério contribuem para dar credibilidade à capacidade de liderança de Dilma. Esse movimento foi importante para a construção da imagem, tendo em vista que algumas matérias veiculadas na mídia sobre a pré-candidata delineavam-na como uma pessoa séria e muito exigente no que se refere ao cumprimento de metas e prazos, o que por vezes levava a atritos com colegas e subordinados.

Os discursos e as informações referentes à trajetória da pré-candidata no âmbito da gestão pública compuseram o esforço de conferir legitimidade para Dilma através das credenciais de sua formação acadêmica e atuação em cargos da burocracia estatal. Tratava-se de apresentar publicamente referências que indicassem a capacidade de decisão política de Dilma, “[...] pois competência e experiência dariam ao sujeito um poder de agir com discernimento” (CHARAUDEAU, 2008, p. 72).

O esforço de conferir legitimidade à pré-candidata pelas credenciais de sua formação acadêmica e atuação em cargos da burocracia estatal corrobora algo que Barreira

⁵³ Programa partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

⁵⁴ Programa partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

⁵⁵ Programa partidário exibido em 10 de dezembro de 2009.

(1998) já havia observado como um elemento acionado pelas mulheres em campanhas eleitorais. Segundo a autora,

[...] as mulheres não entram na vida política de forma silenciosa. Ao contrário, ritualizam essa entrada, seja comemorando a capacidade de ‘romper barreiras’, seja *ênfatizando sua capacidade para o exercício da função* em reação aos preconceitos historicamente arraigados, que associam negativamente gênero feminino e desempenho político (p. 105, grifo nosso).

A ampliação das credenciais da então ministra para além do campo técnico-gerencial fez-se pela apresentação de sua trajetória, com relevo na participação de Dilma em mobilizações estudantis de contestação à Ditadura Militar (1964-1985), nos anos de 1960.

Nesse período, Dilma participou de organizações clandestinas de esquerda, tais como a Política Operária (Polop) e o Comando de Libertação Nacional (Colina). Por conta de sua atuação na contestação ao regime, foi presa em 1970, aos 23 anos, e permaneceu no cárcere até 1972. A saída da prisão e a retomada dos estudos acadêmicos conviveram com a militância política de Dilma nos processos de reconstrução democrática do país. Ainda na década de 1980, ajudou na fundação do Partido Democrático Trabalhista (PDT), participando ativamente de diversas campanhas eleitorais, sobretudo no Rio Grande do Sul. Sua aproximação com o Partido dos Trabalhadores (PT) ocorreu por meio de sua participação no governo de Olívio Dutra (PT). Sua filiação ao PT ocorreu em 2001, e logo após seu ingresso no partido foi chamada a participar da elaboração do plano de governo de Lula⁵⁶ para o setor energético.

O palco para o desenvolvimento dessa estratégia foi o programa partidário veiculado em maio de 2010. Nele buscou-se apresentar a biografia com o intuito de produzir uma aproximação e identificação com o eleitor/espectador. Se na peça publicitária de 2009 reforçou-se exclusivamente o papel que Dilma desempenhou no governo, dando ênfase à sua dimensão técnico gerencial, em 2010 o programa dá a conhecer uma mulher “comum”, cuja trajetória se notabilizaria pela capacidade de superação.

O programa abre com a fala de um locutor *off* que afirma “*Uma grande brasileira*” (informação verbal, grifo nosso)⁵⁷, em seguida, quem assume a posição de enunciador é Lula. O enquadramento da câmera apresenta o então presidente em diálogo com

⁵⁶ No primeiro programa eleitoral de Lula, nas eleições de 2002, Dilma pode ser vista (aos 4 segundos) conversando numa mesa de reunião com outros membros do PT. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=QX3aZCF9sFI>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

⁵⁷ Programa partidário exibido em 14de maio de 2010.

um terceiro que não está em cena, e seu discurso intenta apresentar Dilma Rousseff para além de suas credenciais técnico-gerenciais:

Lula: Um dia desses me perguntaram por que eu admiro tanto a Dilma. A pessoa certamente pensava que eu ia dizer que era porque a Dilma me ajudou muito no governo. Claro que eu admiro muito o que ela fez no meu governo, mas o que eu mais admiro na Dilma é a própria história dela. É a história de uma mulher que viveu tudo muito intensamente, com muita coragem e competência. E chegou aonde está por seus méritos. É uma tremenda história de vida (informação verbal).⁵⁸

Alternados com o depoimento de Lula são apresentados relatos do locutor *off* e da própria Dilma sobre sua trajetória de militância:

Loc Off: Dilma nasceu e cresceu em Belo Horizonte. Tinha 16 anos quando o golpe militar acabou com a democracia. Como milhares de jovens ela não viu outra saída e foi à luta contra a ditadura.

Dilma: Foi uma época muito difícil. Vivíamos nas trevas. Tudo, mas tudo mesmo era proibido. Não se respeitava a liberdade de imprensa, a liberdade de opinião e de expressão. Os sindicatos estavam proibidos até de lutar por melhores salários e os estudantes não tinham sequer o direito de se organizar. Eu? Eu lutei sim. Eu lutei pela liberdade e pela democracia. Lutei contra a ditadura do seu primeiro ao seu último dia. Com os meios e as concepções que eu tinha. Naquela época muita gente foi presa. Outros foram obrigados a se exilar. Outros morreram. Quando o Brasil mudou, eu mudei. *Mas nunca, nunca mesmo mudei de lado* (informação verbal, grifo nosso).⁵⁹

Outra plataforma que veiculou depoimentos e narrativas que contribuiriam para remontar a trajetória de Dilma e situá-la como uma personagem de coragem e força, como disse Lula, foram os dois perfis escritos pelo jornalista Luiz Maklouf⁶⁰ para a revista Piauí, no ano de 2009. Além da própria Dilma Rousseff, os perfis contaram com a participação dos seguintes narradores: Igor Rousseff, irmão da pré-candidata, companheiros do período da luta contra a ditadura militar e alguns colegas, ministros do governo Lula.

Nos relatos do irmão, Dilma é apresentada como uma filha disciplinada que cumpria rigorosamente os desejos do pai, Pedro Rousseff, no que se referia à educação. Segundo reportagem de Maklouf, “Pedro Rousseff incutiu nos filhos o gosto pela leitura. Deu a eles as obras completas de Monteiro Lobato, livros de Jorge Amado e filósofos gregos. “Dilminha sempre estava com um livro”, disse Igor” (MAKLOUF, 2010, p. 96).

⁵⁸ Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

⁵⁹ Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

⁶⁰ Jornalista, tendo sido repórter dos jornais Jornal do Brasil, Jornal da Tarde, O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo e das revistas Piauí e Época. É autor dos livros *Mulheres que foram à luta armada, Já vi esse filme: Reportagens e polêmicas sobre Lula e/ou o PT (1984-2005), Cobras criadas: David Nasser e a revista O Cruzeiro, O coronel rompe o silêncio, Contido a bala: A vida e a morte de Paulo Fontelles, advogado de posseiros no sul do Pará e João Santana: um marqueteiro no poder.*

De criança ávida por leitura a uma adulta culta e erudita, é assim que o perfil de Maklouf apresenta Dilma Rousseff. Num relato sobre um encontro com a então ministra, o jornalista afirma que além de literatura, a pré-candidata tem interesse por artes plásticas, o que é confirmado pelo acervo de reproduções que ela possui no computador. Ao descrever quais artistas há no acervo, Maklouf intercala com comentários de Dilma sobre as obras, evidenciando sua propriedade e gosto:

[...] ela armazena no laptop reproduções de suas obras preferidas. É uma galeria eclética. Lá estão Katushika Hokusai (*'aquele da onda, de mil setecentos e pouco, período Edo'*), Lucas Cranach, Bosh, Luca dela Robbia (*'por suposto'*), Caravaggio, Matisse (*'gosto muito de Matisse. Ele trabalhou em uma manufatura de tecido e era tecelão'*), Remedios Varo (*'é uma pintora mexicana, tem um quadro dela que eu amo: Natureza morta ressuscitando, que é um barato, e tem que outro também é muito bonito, Bordando o manto terrestre'*), Iberê Camargo, Renoir (Ibidem, p. 114, grifo nosso)

A capacidade intelectual também é algo destacado pelos companheiros de luta política contra o regime militar. Essa “inquietação intelectual” contribuía para que Dilma fosse identificada como alguém capaz de exercer liderança, mesmo em meio às discussões preponderantemente dominada por homens, segundo relato de Jorge Nahas, antigo companheiro de luta política, “A Dilma tinha uma grande capacidade de liderança [...]. Ela sabia se impor numa reunião e integrava com naturalidade aquele coletivo de homens mandões” (MAKLOUF, 2010, p. 98)

Comprometimento e seriedade também são outros elementos associados à imagem de Dilma nos relatos de ex-companheiros políticos como Natael Custódio Barbosa, “Dilma era uma companheira muito séria e dedicada, que acreditava no que estava fazendo”, e Maria Regina Barnasque, “Ela tinha uma personalidade forte e mostrava uma grande habilidade política” (MAFLOUF, 2010).

Se por um lado o enfrentamento à ditadura militar contribuía para situar Dilma Rousseff no campo político da esquerda, por outro lado poderia gerar más interpretações, com as possíveis associações de terrorista com militantes de grupos armados como o que ela participou. No sentido de suavizar os efeitos negativos, tanto o programa partidário de 2010, através de uma fala de Lula, quanto os depoimentos de companheiras de prisão buscam colocar a coragem e a solidariedade como destaques dessa experiência.

Lula: Uma parte da história da Dilma me lembra muito a do Mandela. Eu lembro que uma vez o Mandela me contou que só foi pro (sic) confronto porque não deram outra saída pra (sic) ele. O tempo passou e o que aconteceu? Ele virou um dos maiores símbolos da paz e da união no mundo. Ninguém fez mais pela união do que

o Mandela fez na África do Sul depois de passar vinte e sete anos preso e depois de virar Presidente da República (informação verbal).⁶¹

Maria Luiza Belloque: A Dilma levou choque até com fiação de carro. Fora cadeira de dragão⁶², pau de arara e choque pra todo lado. Ela levantava meu astral quando eu chegava arrebatada da tortura. (MAKLOUF, 2010, p. 108).

Leslie Belloque: Ficar presa com a Dilma foi coisa de doido. Ela não era nada chorona. Falávamos como se não tivesse tortura. A Dilma é um tenente, é muito forte (MAKLOUF, 2010, p. 108).

Esses dados biográficos são ressaltados no sentido de trazer para a imagem de Dilma elementos que permitam identificá-la com o “fazer política” e o interesse público na composição simbólica de atributos políticos pessoais. A “lupa” no histórico de militância em defesa da reconstrução democrática do Brasil atendia à necessidade de credibilidade de Dilma para a disputa política, pois ela nunca havia disputado cargos eletivos.

Barreira (1998), corroborando esse argumento, acrescenta também um dado revelador: as mulheres, quando participam de um processo eleitoral, buscam transpor para a vida política um capital acumulado em outra esfera da vida social, seja profissional, econômica, familiar, entre outras.

A valorização da condição como mulher presente nos discursos proferidos por Dilma ou sobre ela no período pré-eleitoral encarna uma marca discursiva própria da participação das mulheres na política. Segundo Barreira (2003),

[...] a enunciação das diferenças, a construção ou desconstrução de identificações, envolvendo referentes de gênero, são temas comuns em campanhas políticas. As candidaturas de mulheres ensejam discursos, rituais e *slogans* que conformam o que pode ser nomeado de jogo de identificações e diferenças (p. 181).

Embora a citação acima reserve à campanha eleitoral a mobilização do feminino⁶³ no discurso político, no contexto pré-eleitoral aqui tratado as enunciações sobre a condição de mulher de Dilma emergiram como estratégia de aproximação ao cotidiano das mulheres brasileiras.

Em entrevista à revista Marie Claire, em abril de 2009, Dilma falou de temas diretamente relacionados ao dia a dia das mulheres, tais como filhos, trabalho, estética, dieta, animais de estimação, casamentos e amores. Tratou também dos dilemas da mulher moderna,

61 Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

62 “[...] uma cadeira extremamente pesada, cujo assento é de zinco, e que na parte posterior tem uma proeminência para ser introduzido um dos terminais da máquina de choque chamado magneto; que, além disso, a cadeira apresentava uma travessa de madeira que empurrava as suas pernas para trás, de modo que cada espasmo de descarga as suas pernas batessem na travessa citada, provocando ferimentos profundos” (ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO, 1985, p. 36)

63 O termo eleitorado feminino é apropriado do vocabulário utilizado nas pesquisas de intenção de voto.

que assume cada vez mais lugares de evidência no mundo público. As fotografias dispostas ao longo da entrevista apresentavam Dilma em atividades domésticas e familiares. Essa exposição de dimensões privadas da vida de Dilma apontava o desejo de identificação e vinculação simbólica ao universo das mulheres a ser trabalhada politicamente como adesão do eleitorado feminino na campanha eleitoral.

O programa partidário do PT, veiculado em maio de 2010, explora bastante a condição de gênero de Dilma Rousseff. Na primeira aparição da pré-candidata no programa, sua fala traz com ênfase a dimensão de gênero: “Se ser mulher faz a diferença? Eu creio que faz, faz muita diferença”. Argumento que é endossado por Lula quando associa o fato de ser mulher a um diferencial na abordagem de e atuação diante da gestão pública, “Dilma confirma a regra de que mulher faz tudo com muito amor, dedicação e competência” (informação verbal).⁶⁴

Outro produto que reforçou o destaque à condição de gênero da pré-candidata foi um *jingle* produzido no ano de 2009. O material, construído ainda na pré-campanha por um movimento de militantes petistas denominado “Quero Dilma”, é estruturado, fundamentalmente, como vê-se abaixo, numa associação clara entre as características femininas e as contribuições que Dilma deu ao governo.

Mulher que trabalha noite e dia / que prazer que alegria / Ir à luta com você / Brasil Gigante Sul-Americano / majestoso soberano / Bota ela no poder. / Mulher que enfrenta qualquer baque / ela é a mãe do PAC / Programa nota mil / *Ela é mulher forte, é guerreira* / ela vai ser a primeira / Presidenta do Brasil! / (Refrão) Ela é Dilma, Dilma... / Quer Dilma, Dilma! / Estrela do PT que ilumina / é a força feminina / No Brasil de Norte a Sul / Acorda meu amor chegou a hora / para mudar a história / E quebrar esse tabu / Mulher que conquistou o seu espaço / tá mandando no pedaço / Não é brincadeira não / Chefe de casa, de empresa e de família / falta uma em Brasília / Pra ser chefe da nação. / Ela é Dilma... / *Dilma Rousseff mulher forte brasileira* / *É de luta, é guerreira* / Nós estamos com você / A gente quer essa mulher na Presidência / Porque temos consciência do que ela vai fazer.⁶⁵ (grifo nosso)

O *jingle* aciona uma representação bastante disseminada: a *mulher de luta*. A ideia de que as mulheres, a despeito de serem tidas como sexo frágil, são também portadoras de grande coragem para lutar e enfrentar os desafios da vida, encontram eco na música popular brasileira. Essa mulher de luta e coragem é representada como “uma força que nos alerta”, como alguém que “possui a estranha mania de ter fé na vida”.⁶⁶

⁶⁴ Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

⁶⁵ Letra e Jingle disponível em: <<http://letras.mus.br/tiao-simpatia/1615729/>>. Acesso em: 09 jun. 2015.

⁶⁶ Trechos da Música “Maria, Maria” de Milton Nascimento. Essa música foi utilizada pela campanha de Maria Luiza na disputa pela Prefeitura de Fortaleza em 1985. Maria Luiza venceu a disputa, sendo a primeira prefeita de capital pelo Partido dos Trabalhadores.

Essa representação das mulheres em geral, e das brasileiras em particular, buscam articular ao feminino características reconhecidas como do universo masculino (coragem, força etc). O *jingle* busca claramente construir uma identificação entre Dilma e as demais mulheres: “Mulher que conquistou o seu espaço / tá mandando no pedaço / Não é brincadeira não / Chefe de casa, de empresa e de família / falta uma em Brasília / Pra ser chefe da nação”.

Lima (2012), ao analisar o *jingle*, afirma que

[...] firmeza e ternura de mãe, aplicadas ao meio político, eram sentimentos explorados pela [pré] candidata. ‘Mulher forte’, ‘guerreira’, ‘que luta’. Expressões como estas sempre se fizeram presentes na construção da imagem feminina. A ‘chefe de casa’, ‘de família’. Insinua-se que sua experiência como mãe e dona de casa lhe possibilita maior capacidade de cuidar e gerir o seu país.

A feminilidade é apresentada através da associação entre coragem e sensibilidade, esta última que se coloca como uma condição que marca a atuação das mulheres no mundo público. Nesse sentido, como afirmam Miguel e Biroli (2009), quando as mulheres participam dos governos e espaços legislativos, atuam geralmente em campos que reforçam os estereótipos de gênero da mulher-cuidadora:

O âmbito considerado ‘próprio’ para a política feminina - questões sociais; questões ligadas à família, à infância e à adolescência; meio-ambiente etc. - é também aquele que menos impulsiona as carreiras políticas e que possui menor visibilidade na cobertura jornalística da política (p. 67).

A sensibilidade é um aspecto amplamente mobilizado na peça publicitária de 2010. O apresentador do programa reforça essa dimensão da pré-candidata ao afirmar: “Quem conhece Dilma de perto, como Lula, admira sua competência e sua capacidade de unir a luta pelo progresso com a luta pelo bem-estar de todos” (informação verbal).⁶⁷

Essa fala é uma abertura para demonstrar como a ministra articula as dimensões técnica e a sensibilidade típica das mulheres:

Voz apresentador 1: Dilma é aquele raro tipo de líder que sabe administrar e, acima de tudo, sabe melhorar a vida das pessoas. Esse trabalho de Lula, de seus ministérios e, especialmente, dos ministros do PT, tem feito do Brasil um país cada vez mais vencedor (informação verbal).⁶⁸

O então presidente Lula, por sua vez, traz à tona o relato sobre a elaboração do Programa Luz Para Todos como forma de enfatizar a sensibilidade de Dilma:

Lula: Olha, uma das coisas que me impressionou foi o dia que a Dilma entrou na minha sala me propondo a ideia do Luz pra (sic) Todos. Ali eu vi que além de uma companheira que tecnicamente era competente, ela tinha sensibilidade porque o

⁶⁷ Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

⁶⁸ Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

programa Luz pra (sic) Todos é você fazer a transferência de uma pessoa que tá (sic) na escuridão do século 18 para a claridade do século 21. Ou seja, uma coisa fantástica (informação verbal).⁶⁹

Barreira (1998) aponta que um relevante argumento em defesa da participação das mulheres na política estaria relacionado ao fato de que a experiência feminina permitiria às mulheres um olhar diferenciado sobre a política e seus desafios. O Programa Luz Para Todos seria um caso exemplar desse “olhar sensível e diferenciado” que as mulheres agregam em seu exercício político.

Seguido ao relato de Lula, o locutor *off* apresenta ao eleitor-espectador o programa e suas realizações:

5 milhões e meio de postes. Mais de um milhão de quilômetros de fios elétricos. Esse é o Luz Para Todos, o programa que levou energia a mais de 11 milhões de pequenos produtores rurais. A vida melhorou, a produção cresceu e o campo ficou mais feliz (informação verbal).⁷⁰

Nesse contexto, Dilma assume a narração do programa através de tomadas externas, num diálogo com beneficiários do Programa Luz para Todos. É relevante destacar que a pré-candidata é a única a filmar em ambientes externos ao estúdio, o que evidencia seu protagonismo na peça publicitária.⁷¹

Figura 2 – Dilma HGPP-PT em diálogo com população



Fonte: HGPP, PT (14/05/2010) - Arquivo Pessoal

O diálogo de Dilma Rousseff com os beneficiários se articula em torno de promessas, “Agora eu quero garantir pra (sic) senhora que vai continuar mudando pra (sic) melhor”, e finaliza questionando se a vida dos beneficiários melhorou muito. Ao ouvir a

⁶⁹ Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

⁷⁰ Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

⁷¹ A propaganda partidária veiculada em maio de 2010 foi, posteriormente, considerada inapropriada pelo Tribunal Superior Eleitoral, por configurar propaganda eleitoral antecipada. Dilma Rousseff, Lula e o PT foram multados. Ver mais em: <<http://www.tse.jus.br/noticias-tse/2014/Maio/dilma-lula-e-diretorios-do-pt-sao-multados-por-propaganda-eleitoral-antecipada-em-2010>>. Acesso em: 09 jun. 2015.

resposta positiva, a pré-candidata argumenta: “Isso é uma coisa boa da gente escutar porque na verdade todos esses programas, eles só valem a pena se mudam e melhoram a vida das pessoas” (informação verbal).⁷²

Após evidenciar para o eleitor-espectador as qualidades técnicas e o compromisso de Dilma em contribuir para a produção de políticas públicas sensíveis às necessidades da população, o programa se encerra com depoimentos de Lula e Dilma que explicitam a candidatura de continuidade que ela representa:

Lula: A cada dia, a Dilma se superava e também superava minha expectativa. Aí comecei a pensar: essa mulher ainda vai ter um papel muito importante no meu governo e no Brasil.

Dilma: Eu tenho um sonho, fazer avançar este país que eu amo e que eu tive o privilégio de ajudar a construir nos últimos anos. Mas avançar, agora, onde a gente mais precisa, saúde, educação e segurança. [...] O Brasil tem com Lula um governo que sabe planejar e sabe fazer. Que apoia as empresas brasileiras, promove o desenvolvimento de todas as regiões e o bem-estar da nossa população. É fundamental continuar nesse caminho. [...] O Brasil tem que ser o país da justiça, da igualdade e da liberdade (informação verbal).⁷³

As estratégias que compuseram a construção da *imagem* de Dilma no período pré-eleitoral, aqui organizadas para exploração interpretativa, se expressaram de forma dispersa em entrevistas, matérias jornalísticas, programas partidários e eventos públicos do governo. A despeito dessa dispersão característica do período pré-eleitoral, as estratégias nele esboçadas apontaram elementos fecundos para a compreensão daquilo que se consolidou, posteriormente, como estratégia discursiva na campanha eleitoral. Como veremos, a campanha eleitoral retomou elementos construídos e testados durante o período pré-eleitoral: a exposição da competência técnica-gerencial da candidata, a ênfase na condição de gênero e associação à imagem do governo Lula, caracterizando-a como a candidata da continuidade, se consolidaram como os enquadramentos interpretativos que constituíram a narrativa simbólica do lulismo na disputa eleitoral de 2010.

72 Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

73 Programa partidário exibido em 14 de maio de 2010.

3. TRAMAS DE UMA ELEIÇÃO: CENÁRIOS, TEMAS E PERSONAGENS DA DISPUTA PRESIDENCIAL

Como numa novela, uma sucessão presidencial tem uma “espécie de concentração temática em torno de um número restrito de personagens”. Werneck Vianna (2011) chama atenção ainda para outro aspecto: tal qual nas telenovelas atuais, em que o enredo é impactado pela audiência, nas eleições, as estratégias mobilizadas pelas candidaturas também estão sujeitas a mudanças e adequações conforme os humores do eleitorado. Nessa parte do trabalho, pretendo reconstruir os capítulos da sucessão presidencial de 2010, destacando os cenários e temas que permearam as estratégias discursivas dos candidatos em disputa.

Dentre os temas que mobilizaram os debates e discursos no cenário eleitoral de 2010 destacaram-se: continuidade política, aborto, religião e corrupção. Essas temáticas alternaram-se ao longo do primeiro e segundo turnos da eleição, com exceção da continuidade, que perpassou as estratégias das campanhas do início ao fim do pleito eleitoral. Nas seções a seguir, apresento como cada um dos temas foi apropriado pelas campanhas e os cenários da disputa que se conformaram a partir dos debates.

3.1. A continuidade como regra discursiva do jogo eleitoral

Há uma interpretação majoritária (VIANNA, 2011; TELLES & PIRES, 2013; SINGER, 2012) sobre o tema central em torno do qual as candidaturas competitivas na eleição presidencial de 2010 se mobilizaram: a continuidade.

A continuidade como imperativo do cenário eleitoral de 2010 foi sendo construída paulatinamente, e esteve fundamentada na avaliação positiva do eleitorado em relação às realizações do presidente Lula e seu governo. Entre 2007 e 2008, antes mesmo de se instituírem as pré-candidaturas, os anseios por continuidade ganhavam expressão através da discussão sobre a possibilidade de uma mudança institucional que permitisse a Lula concorrer a um terceiro mandato para a Presidência da República.

Os argumentos sobre a probabilidade de um terceiro mandato permearam os discursos de políticos aliados, como o vice-presidente José Alencar (PR), e de parlamentares petistas. Entre as estratégias a serem acionadas para realizar a mudança institucional eram mencionadas: Proposta de Emenda à Constituição (PEC), encampada pelos deputados

Fernando Ferro (PT-PE)⁷⁴ e Devanir Ribeiro (PT-SP)⁷⁵, e a realização de um Plebiscito, argumento do deputado Marco Maia (PT-RS).⁷⁶

É importante salientar que a defesa do terceiro mandato pelos políticos aliados se embasava no apoio popular do qual a medida disporia caso fosse efetivada. Em dados de pesquisa CNT/Sensus, de 28 de abril de 2009, 50,4% dos entrevistados afirmaram apoiar um terceiro mandato do presidente Lula. Na época, Ricardo Guedes, diretor do Instituto Sensus, comentou a pesquisa: “Técnicamente, temos um empate. Mas é muito expressivo o apoio ao terceiro mandato do presidente Lula” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2008).

Lula e as principais lideranças do governo e do PT negaram insistentemente a possibilidade de mudança nas regras institucionais para a disputa de um terceiro mandato, e o desfecho do debate se deu com as movimentações do então presidente em torno da pré-candidatura de Dilma Rousseff.

De todo modo, as movimentações para o terceiro mandato e a crescente aprovação popular ao governo e a Lula retiravam qualquer dúvida sobre a tônica continuísta que prevaleceria nas eleições de 2010.

Em pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha em julho de 2010⁷⁷, após o início oficial do período eleitoral, a taxa dos que aprovavam o governo petista chegou a 77% (ótimo ou bom), enquanto o presidente obtinha 8 na nota de avaliação pessoal. Um mês depois, em agosto, após o início da propaganda eleitoral no rádio e TV, a aprovação do governo e do presidente alcançava novos recordes⁷⁸. A avaliação positiva do governo chegava a 79%, e a nota do presidente ficou no patamar de 8,1, com destaque para o fato de que “ [...] dos eleitores brasileiros (81%) acha que Lula merece notas iguais ou superiores a sete, sendo que 33% citam a nota máxima, dez” (INSTITUTO DATAFOLHA, 2010).

Além dos dados de aprovação do governo e do presidente, Telles e Pires (2013), em artigo intitulado “Criador e criatura: petismo e lulismo nas retóricas discursivas do HGPE de Dilma Rousseff”, argumentam que a confiança do eleitorado no presidente atuou como o fator de relevância para a decisão do eleitor na disputa eleitoral. As autoras apresentam um

⁷⁴ Ver matéria da Folha de São Paulo intitulada *Proposta sobre terceiro mandato é desarquivada*, publicada em 01 de novembro de 2007.

⁷⁵ Ver matéria da Folha de São Paulo intitulada *Petista volta a prometer PEC do 3º mandato*, publicada em 03 de abril de 2008.

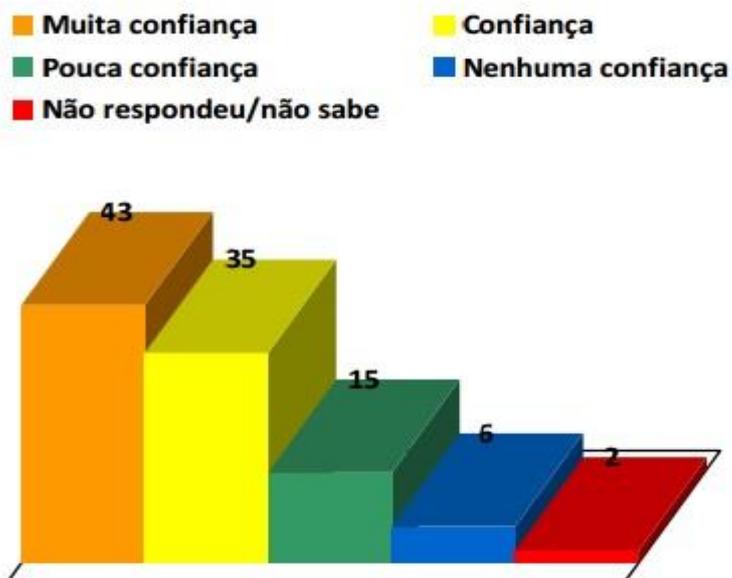
⁷⁶ Ver matéria da Folha de São Paulo intitulada *CCJ da Câmara deverá votar 30 PECs sobre a reeleição*, publicada em 10 de abril de 2008.

⁷⁷ Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2010/07/1211646-popularidade-de-lula-permanece-estavel.shtml>>. Acesso em: 21 set. 2015.

⁷⁸ Disponível no link: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2010/08/1211643-lula-bate-recorde-de-popularidade-mais-uma-vez.shtml>>. Acesso em: 21 set 2015.

gráfico com os dados de confiança no então presidente Lula consolidados no primeiro turno, de acordo com pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas (Ipespe) e o Grupo de Pesquisa Opinião Pública, Marketing e Comportamento Eleitoral (UFMG):

Gráfico 1: Confiança em Lula da Silva - 1º Turno, 2010



Fonte: Pesquisa Nacional Eleições Presidenciais 2010. Ipespe / Grupo de Pesquisa Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral (UFMG). Pergunta: *Eu citarei novamente os nomes de alguns políticos. Gostaria que o Sr. (a) me indicasse, para cada um deles, se pessoalmente eles lhe inspiram muita confiança, confiança, pouca confiança ou nenhuma confiança. (LER NOMES EM RODÍZIO): Muita confiança/ confiança/ pouca confiança/ nenhuma confiança/NS-NR*

Fonte: Telles e Pires (2013)

Esses dados evidenciavam uma moldura que exigia que os discursos políticos a serem mobilizados pelos candidatos atendessem à demanda de continuidade, sem mudanças ou rupturas com os rumos que vinham sendo seguidos na política nacional.

Nesse sentido, segundo Werneck Vianna (2011), essa exigência posta no cenário político produziria semelhanças nos discursos e programas eleitorais das candidaturas competitivas, Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV), as quais colocavam a disputa eleitoral nos seguintes termos: caberia ao eleitor escolher qual seria o melhor candidato, o mais preparado, “[...] para continuar o script consagrado no sentido de seu aprofundamento” (p. 47).

O desejo de continuidade impossibilitava, portanto, a emergência de uma estratégia de oposição frontal, sob pena de derrota antecipada para os candidatos oposicionistas, no contexto da disputa. Se à Dilma Rousseff caberia a imagem e os discursos da herdeira legítima, a José Serra e Marina Silva restava reconhecer os avanços do lulismo, garantindo sua permanência e, no máximo, uma estratégia de críticas e questionamentos à adversária direta. Nas palavras de Vianna (2011, p. 50), “[...] nesse jogo de simulações o que importa, para uma candidatura, é a herança da popularidade de Lula, e para outra, não confrontá-la”.

A estratégia da campanha de José Serra no tocante à continuidade envolveu desde a formatação do *slogan* até uso de imagens de Lula no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e nos *jingles* de campanha. Ao apresentar sua candidatura na cena pública, José Serra adotou o *slogan* “O Brasil pode mais”, assumindo claramente o pressuposto de que o país estava no rumo correto e que restava aprimorar as ações. Conforme Oliveira (2010a), com esse *slogan* Serra evidenciava que não

[...] atacará o presidente Lula e dirá que o ‘Brasil pode mais!’ com ele no governo e que só ele tem condições de continuar com os avanços da Era Lula. Este slogan revela as estratégias corretas que serão utilizadas no guia eleitoral. Quais sejam: o adversário de Serra não é Lula. E com Serra o ‘Brasil pode mais!’ do que com Dilma. Friso que a estratégia principal de Serra é desqualificar Dilma (p. 10).

No HGPE, Serra assumiu a imagem do *Zé*, mais simples e próximo da linguagem popular, marca de Lula. Os programas eleitorais evidenciavam a biografia do candidato, destacando a origem pobre e a ascensão através dos estudos e trabalho à condição de líder político, que foi prefeito e governador. Em outro trecho, há uma clara associação entre Serra e Lula, imagens do candidato com o então presidente se sucediam na tela à medida que o locutor afirmava: “Dois homens de história, dois líderes experientes”. O arremate da construção de Serra como o candidato para dar continuidade ao governo Lula vinha por conta do *jingle*: “Quando o Lula sair, é o Zé que eu quero lá / Com o Zé eu sei que anda, com o Zé eu sei que dá / Pro Brasil seguir em frente, sai o Silva e entra o Zé” (informação verbal).⁷⁹

A construção discursiva da campanha de José Serra busca, portanto, construí-lo como um pós-Lula, e não um antiLula, como se deveria esperar de um candidato oposicionista.

Marina Silva abordou a continuidade de uma forma bastante peculiar. A construção da imagem na campanha eleitoral da candidata buscava apresentá-la como a

79 Ver matéria intitulada “*Jingle de Serra pede ‘Zé’ no lugar de Lula*”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po1408201022.htm>>. Acesso em 20 jun. 2015.

“encarnação” da possibilidade de uma terceira via na política brasileira. A estratégia discursiva da terceira via buscava questionar e desestabilizar a polarização entre PT e PSDB, a qual transformava as disputas presidenciais em plebiscitos.

No HGPE, Marina Silva afirmava ser possível construir um Brasil desenvolvido sem destruir o meio ambiente. A temática do desenvolvimento sustentável, marca de sua trajetória política, foi mobilizada permanentemente em todos os discursos, evidenciando-a como a candidata mais afinada e mais informada sobre as questões referentes a modelos de desenvolvimento que preservem o meio ambiente. A partir desse debate, Marina Silva fazia claramente o enquadramento da necessidade de superar a polarização, afinal, Dilma Rousseff e José Serra representavam, em certa medida, o mesmo projeto de desenvolvimento econômico no Brasil.

Na perspectiva apresentada pela campanha da senadora, o Brasil vivia num ciclo que havia iniciado em 1995 com o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB), e que teve sua continuidade com a chegada do petista Luís Inácio Lula da Silva. Esse argumento de continuidade entre os projetos de PSDB e PT pode ser encontrado nas análises de Werneck Vianna (2011) sobre a conjuntura política brasileira. Para o autor, em artigo escrito no contexto das eleições 2010, “[...] o país conhece nesses quase 16 anos de governos paulistas do PSDB e do PT uma forte linha de continuidade em termos de política macroeconômica e de políticas sociais” (VIANNA, 2011. p. 46).

Nesse sentido, reconhecendo que houve conquistas tanto nas gestões de tucanos e petistas, Marina Silva chegou a afirmar que “governaria com os melhores de PT e PSDB”. Para a candidata, era necessário “[...] dar continuidade às coisas boas. Continuidade aos avanços sociais do governo Lula, como ele deu continuidade ao Plano Real, do presidente FHC” (G1, 2015).⁸⁰

Ao tratar especificamente do ex-presidente Lula, Marina Silva teceu alguns elogios acerca das realizações de seu governo e destacou aprendizados construídos a partir da gestão do petista, “[...] Lula ajudou a tirar 20 milhões de pessoas da linha da pobreza, e mostrou que não é preciso “fazer o bolo crescer para depois dividir”. “Ele mostrou que é distribuindo o bolo que a gente pode crescer”.⁸¹

⁸⁰ Ver matéria intitulada “Marina critica polarização entre PT e PSDB na disputa pela Presidência”, publicada no link: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2010/05/marina-critica-polarizacao-entre-pt-e-psdb-na-disputa-pela-presidencia.html>>. Acesso em: 26 set. 2015.

⁸¹ Ver matéria intitulada “Marina elogia Lula, fala em continuidade e propõe 3ª geração dos programas sociais”, publicada em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/radar-politico/acompanhe-o-lancamento-da-candidatura-de-marina-silva-do-pv/>>. Acesso em: 26 set. 2015.

Como apresentado acima, ambos os candidatos de oposição assumiram o tema da continuidade como regra da disputa eleitoral, destacando a noção de que o país estava no caminho certo, sendo necessário aprimorar alguns processos. Outra marca da aceitação da continuidade nas campanhas de Marina Silva e José Serra se referiu aos usos de Lula na composição das estratégias discursivas das campanhas, em decorrência da alta popularidade e influência do ex-presidente no eleitorado.

Se os opositores tiveram que incorporar o discurso de continuidade e desenvolver estratégias para se apresentar como dignos desse lugar de fala, a campanha de Dilma Rousseff explorou amplamente a legitimidade dessa posição através do recurso discursivo “herdeira de Lula”.⁸²

A abertura de todos os programas de Dilma no HGPE sinalizava a continuidade, a herança simbólica. Neles, uma voz masculina *off* enunciava: “Começa agora o programa Dilma Presidente, para o Brasil seguir mudando” (informação verbal).⁸³ Tal enunciado trazia uma clara referência ao processo de mudança que havia se iniciado com o governo Lula, ao qual caberia a Dilma assumir a direção.

Nos programas eleitorais de Dilma, o argumento da continuidade era construído, sobretudo, através da associação entre a candidata e Lula. Em um dos programas, Dilma e Lula dialogavam sobre os avanços promovidos pelo governo petista e a contribuição da candidata em cada um deles (informação verbal).⁸⁴ Em outro, foram relatadas as histórias de vida dos dois, buscando uma aproximação de suas trajetórias (informação verbal).⁸⁵

No Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), Lula afirmou que votar em Dilma significaria votar nele. E Dilma completou: “Podemos avançar ainda mais, o presidente Lula já nos ensinou o caminho” (informação verbal).⁸⁶ Essas afirmações concorreram para a construção claramente orientada de um discurso que mostrasse ao eleitorado que o governo Dilma seria igual ao governo Lula, e que a única forma de garantir a manutenção das conquistas obtidas até aquele momento seria através da eleição da “herdeira de Lula” (PIRES, 2011. p. 18).

A continuidade como marca do pleito eleitoral de 2010 produziu um efeito: a preponderância da discussão técnica em detrimento da política. De acordo com Werneck

⁸² As análises aqui apresentadas sobre a candidata Dilma Rousseff são preliminares e a título de contextualização do cenário eleitoral. Há um capítulo específico nesta tese (Capítulo 3) para análise aprofundada dos processos de construção da imagem pública da candidata no HGPE das eleições 2010.

⁸³ Programa eleitoral exibido em 17 de agosto de 2010.

⁸⁴ Programa eleitoral exibido em 26 de agosto de 2010.

⁸⁵ Programa eleitoral exibido em 17 de agosto de 2010.

⁸⁶ Programa eleitoral exibido em 30 de setembro de 2010.

Vianna (2011), a tônica da continuidade retirou das candidaturas a exigência de características políticas, como carisma, por exemplo, e transpôs para os candidatos a necessidade de se apresentarem como bons técnicos, conhecedores dos processos da administração pública, os quais poderiam garantir que as condições econômicas e sociais construídas nos anos Lula se reproduziriam nos anos vindouros. Nesse sentido, houve, para o autor, a preponderância de uma gramática tecnocrática que permeou os discursos de Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva.

A dimensão técnico-gerencial foi explorada na campanha eleitoral de Dilma Rousseff evidenciando sua trajetória em cargos da burocracia pública. A ênfase ocorre, sobretudo, na sua atuação ao longo dos dois mandatos de Lula. Sua atuação como ministra-chefe da Casa Civil (2005-2010) ganha relevo na construção da imagem da candidata, caracterizando-a como coordenadora do governo e principal responsável pelas grandes realizações do governo. Em um dos programas no HGPE, Lula chega a afirmar: “Eu tenho certeza que hoje não há ninguém mais preparado que a Dilma para governar o Brasil” (informação verbal).⁸⁷

Essas informações compuseram o esforço de conferir legitimidade à Dilma Rousseff pelas credenciais de sua atuação em cargos da burocracia estatal. O acúmulo dessas experiências tornava-a, assim, capacitada para assumir a tarefa de dar continuidade às realizações do governo Lula.

José Serra, por sua vez, explorou fortemente sua trajetória política como ministro, prefeito e governador, dando ênfase às realizações de quando ocupou esses cargos públicos. No HGPE do candidato, um discurso recorrente do locutor era “José Serra, um homem com experiência” (informação verbal).⁸⁸

Como forma de evidenciar essa experiência, o locutor narra os feitos do candidato:

Locutor off: José Serra. 40 anos de vida pública, 80 milhões de votos. Ministro do Real. Serra também foi ministro das grandes obras. Portos em Pernambuco e no Ceará. Saneamento: 72 projetos em nove estados. Verbas para o Metrô: RJ, SP, BH, Brasília. Pró-moradia: casas para famílias pobres em todo o Brasil. Energia: mais 4 unidades geradoras para Xingó. Ampliação da refinaria Landulpho Alves. Construção de gasodutos em Alagoas, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará. Irrigação: conclusão de 19 projetos, 4 açudes, 4 barragens, 2 adutoras. O ministro do Pró-Emprego e do Plano de Ação para o Nordeste. Três milhões de trabalhadores beneficiados. O melhor ministro da saúde que o Brasil já teve. O ministro do genérico, do Bolsa Alimentação, que virou o Bolsa Família. O deputado que criou o

⁸⁷ Lula em programa eleitoral exibido em 14/10/2010

⁸⁸ Programa eleitoral exibido em 11/09/2010.

FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador). Que tirou do papel o Seguro Desemprego [...] (informação verbal).⁸⁹

Em outro momento do HGPE, o próprio Serra destaca a importância da experiência para o cargo que pretende ocupar, e se apresenta para o eleitor como o mais preparado, porque construiu paulatinamente sua carreira. É importante destacar que esse discurso é claramente um ataque à candidata governista Dilma Rousseff.

Serra: Olha eu não cheguei na vida pública agora, eu não apareci de uma hora para outra. Antes de chegar até aqui, eu fui deputado, ministro, senador, prefeito, governador. Eu subi passo a passo, porque eu sempre me submeti ao julgamento do povo. E uma coisa eu digo a você: isso é muito importante porque na hora 'H' presidente não pode ser comandado de fora. Isso não funciona. É como bater pênalti. Não dá para chutar com o pé do outro (informação verbal).⁹⁰

Marina Silva destacou a maior parte do seu reduzido tempo de HGPE (1min e 23seg) a temas gerais como educação e saúde, mas ainda assim, num programa dedicado à sua biografia, a candidata buscou enfatizar sua trajetória na vida pública, buscando, assim, reunir a seu favor credenciais para a disputa da continuidade.

O programa eleitoral que trouxe as informações sobre as habilidades gerenciais de Marina se inicia com uma fala da candidata: “É muito importante que você conheça a vida de cada candidato. Por isso eu vou contar a minha história para você” (informação verbal).⁹¹ Em seguida se sucedem na tela imagens de pessoas comuns narrando momentos da vida da candidata. No tocante às experiências de Marina Silva na vida pública, as pessoas (mulheres, jovens e crianças) afirmam: “Fui vereadora, deputada estadual e a mais jovem senadora da República do Brasil. Fui ministra do Meio Ambiente do governo Lula. Conseguimos conter o aumento da devastação. Levamos melhoria de vida para as comunidades” (informação verbal).⁹² Na biografia da candidata divulgada no *site* UOL Eleições, a capacidade técnica da candidata do PV é evidenciada pelo reconhecimento internacional de sua atuação à frente do Ministério do Meio Ambiente: “Marina foi agraciada com o prêmio ‘*Champions of the Earth*’, da ONU, por sua luta pela conservação da Amazônia, e foi apontada pelo jornal britânico *The Guardian* como uma das ‘50 pessoas que podem ajudar a salvar o planeta’”.⁹³

As estratégias mobilizadas pelas campanhas no intuito de destacar a capacidade técnica dos candidatos evidenciam a necessidade imposta pela gramática tecnocrática das

⁸⁹ José Serra em programa partidário exibido em 11 de setembro de 2010.

⁹⁰ José Serra em programa eleitoral exibido em 28 de agosto de 2010.

⁹¹ Programa eleitoral exibido em 19 de agosto de 2010.

⁹² Programa eleitoral exibido em 19 de agosto de 2010.

⁹³ Ver matéria intitulada “Conheça a trajetória de Marina Silva, candidata à Presidência pelo PV”. Disponível em: <<http://eleicoes.uol.com.br/2010/pre-candidatos/conheca-a-trajetoria-de-marina-silva-pre-candidata-a-presidencia-pelo-pv.jhtm>>. Acesso em 25 jun. 2015.

eleições 2010 (VIANNA, 2011). Nesse contexto, foi fundamental para os candidatos apresentar referências que indicassem suas capacidades de decisão, “[...] pois competência e experiência dariam ao sujeito um poder de agir com discernimento” (CHARAUDEAU, 2008, p. 72).

3.2 Religião e Política (não) se misturam?

A noção de que política e religião não devem se misturar é um legado do pensamento político moderno. O teórico expoente dessa interpretação foi o pensador florentino Nicolau Maquiavel (1996), ao produzir uma interpretação da política como uma esfera de ação autônoma da moral e da religião.

Notoriamente, a crítica do filósofo italiano estava relacionada ao pensamento político da Idade Média, o qual indicava que a política (poder temporal) estaria submetida à religião (poder divino) (MIGUEL, 2007). O destaque dessa interpretação política foi Santo Agostinho, com sua obra *Cidade de Deus*, onde o autor argumentava que a finalidade da política seria construir a cidade de Deus na terra. Em contraponto ao pensamento cristão, Maquiavel desenvolveu largamente em suas obras o argumento de que a ação política deve estar submetida aos interesses de conquista e conservação do poder, típicos do campo político.

Tal perspectiva foi, posteriormente, retomada por Max Weber quando, ao analisar a prática política, propôs os conceitos de ética da convicção e ética da responsabilidade como chaves interpretativas. Para o sociólogo alemão, a ética da convicção corresponde ao comportamento político que se orienta a partir de um conjunto de normas e valores como fim último, enquanto a ética da responsabilidade está associada à prática política submetida às circunstâncias do jogo político. Weber (1996) assim contextualiza as duas noções:

Devemos ser claros quanto ao fato de que toda conduta eticamente orientada pode ser guiada por uma de duas máximas fundamentalmente e irreconciliavelmente diferentes: a conduta pode ser orientada para uma ‘ética das últimas finalidades’, ou para uma ‘ética da responsabilidade’. Isto não é dizer que uma ética das últimas finalidades seja idêntica à irresponsabilidade, ou que a ética de responsabilidade seja idêntica ao oportunismo sem princípios. Naturalmente ninguém afirma isso. Há, porém, um contraste abismal entre a conduta que segue a máxima de uma ética dos objetivos finais - isto é, em termos religiosos, ‘o cristão faz o bem e deixa os resultados ao Senhor’ - e a conduta que segue a máxima de uma responsabilidade ética, quando então se tem de prestar conta dos resultados previsíveis dos atos cometidos (p. 83-84).

A separação entre as esferas dos valores morais e religiosos e da prática política se consolidou para além das interpretações teóricas e assumiu lugar de preceito nos Estados

Modernos do Ocidente com a noção de laicização. De acordo com Giumbelli (2004), a ideia de Estado laico desenvolvida desde o fim do século XVIII se estruturava a partir dos seguintes elementos:

[...] a desvinculação entre aparato estatal e instituições religiosas; mas envolvia, de maneira mais extensa, um ideal de eliminação de toda referência a valores e a conteúdos religiosos nas áreas reguladas por leis civis, e por conseguinte, do próprio espaço público (p. 48).

O percurso da laicização do Estado no Brasil se iniciou com a instalação da República. A primeira constituição republicana (1891) trazia em seu bojo dois elementos fundamentais: a separação entre Estado e Igreja e, ainda, a liberdade religiosa para todos os cultos. É fato que durante boa parte do século XX no Brasil, houve ainda relações do Estado com as religiões, prioritariamente com o catolicismo, o que foi sendo paulatinamente tensionado pelo protestantismo crescente das últimas décadas do século (ORO, 2011).

Essa breve contextualização das relações entre política e religião foi apresentada a pretexto de introduzir as interpretações sobre o surpreendente papel que a religião assumiu na disputa eleitoral de 2010. Autores como (VIANNA, 2011; PIERUCCI, 2011; MACHADO, 2012; e RAMOS, 2012) apresentaram reflexões sobre as penetrações dos valores religiosos nos discursos políticos dos principais candidatos. É consenso nos textos dos autores que a religião vem à baila através do debate em torno do aborto (descriminalização/legalização), que ganhou proporções significativas ao final do 1º turno e na primeira semana do 2º turno.

De acordo com Ramos (2012), o tema do aborto foi tratado na campanha eleitoral ora como política pública, ora como assunto pertinente à reputação dos candidatos, o que contribuiu para que fossem borradas as fronteiras entre público e privado nas abordagens dadas pelas candidaturas ao tema.

Werneck Vianna (2011) coloca como surpreendente a intensidade do debate sobre o tema do aborto, em sua correlação com a religião, tendo em vista que os dois principais candidatos, Dilma Rousseff e José Serra, tinham “perfis e históricos na vida pública bem definidos segundo padrões laicos republicanos” (p. 106). Para o autor, a adesão das candidaturas ao debate sobre um tema com forte viés religioso se deu pelo

[...] entendimento de que a secularização, há décadas impactando fortemente o comportamento das classes médias tradicionais brasileiras, brancas e cultivadas, vem tocando bem menos nos recém-chegados a essa fronteira social, escudados em valores religiosos que provêm de cultos que se enraizaram no seu próprio meio. Para o bem e para o mal, a religião passa a ser reconhecida como portadora de um poder efetivo de veto nas escolhas majoritárias das competições políticas (p. 106-107).

Entre os candidatos competitivos, Marina Silva (PV) era a que possuía o lugar de fala mais “confortável”, entre o eleitorado religioso. A candidata partilhava da fé protestante e se declarava pessoalmente contra o aborto. Tendo em vista a laicidade do Estado, quando questionada sobre sua posição em relação à possível mudança de legislação caso fosse eleita, Marina Silva apresentou como proposta a realização de um plebiscito (CONGRESSO EM FOCO, 2010)⁹⁴:

O que eu estou propondo é um plebiscito. A sociedade é quem vai decidir sobre o assunto. Agora, obviamente que eu tenho meu posicionamento. Se as pessoas acham que essa minha visão e princípio inviabilizam elas de votarem em mim, é um direito que elas têm. Agora, se elas observam que, nesse aspecto, eu não me coloco de forma preconceituosa e defendo o direito individual, vão perceber que é o meu direito de me posicionar sobre o assunto.

José Serra e Dilma Rousseff, por sua vez, tinham em seu histórico de vida pública posições sobre o aborto que os comprometiam diante do eleitorado religioso, contrário a qualquer mudança na legislação.

O candidato do PSDB, quando ministro da Saúde (1998), assinou a Norma Técnica de “Prevenção e tratamento dos agravos resultantes da violência sexual contra mulheres e adolescentes”, a qual orienta que os profissionais de saúde devem seguir determinados procedimentos para realização do aborto legal⁹⁵ no Sistema Único de Saúde (SUS).

Já a candidata petista havia afirmado em entrevista à revista Marie Claire (2009)⁹⁶ que a saída para a grave situação vivida por milhares de mulheres⁹⁷ era a legalização do aborto:

Abortar não é fácil para mulher alguma. Duvido que alguém se sinta confortável em fazer um aborto. Agora, isso não pode ser justificativa para que não haja a legalização. O aborto é uma questão de saúde pública. Há uma quantidade enorme de mulheres brasileiras que morre porque tenta abortar em condições precárias. Se a gente tratar o assunto de forma séria e respeitosa, evitará toda sorte de preconceitos. Essa é uma questão grave que causa muitos mal-entendidos. Existem várias divisões no país por causa dessa confusão, entre o que é foro íntimo e o que é política

⁹⁴ Ver matéria “Marina defende plebiscito para aborto e maconha”, publicada em 26 de julho de 2010 pelo Site Congresso em Foco. Disponível em: <<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/marina-defende-plebiscito-para-aborto-e-maconha/>>. Acesso em: 30 set. 2015.

⁹⁵ O aborto no Brasil é considerado crime, de acordo com o Código Penal. Há dois casos previstos na legislação em que pode ocorrer a interrupção da gravidez de forma legal: a) casos de risco de vida para a mãe e b) casos de gravidez decorrente de estupro. Em ambos os casos, a mulher pode recorrer, de posse dos devidos documentos, ao atendimento na rede pública de saúde. Em 2012, o Supremo Tribunal Federal incluiu outro caso a ser amparado pela legislação: aborto em caso de fetos anencefálicos.

⁹⁶ Ver matéria intitulada “A mulher do presidente”, publicada em abril de 2009.

⁹⁷ No Brasil, o aborto representa a 5ª causa de mortalidade materna. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/saude/aborto-e-a-quinta-causa-de-mortalidade-materna-segundo-conselho-federal-medicina-21032013>>. Acesso em: 30 set. 2015.

pública. O presidente é um homem religioso e, mesmo assim, se recusa a tratar o aborto como uma questão que não seja de saúde pública. Como saúde pública, achamos que tem de ser praticado em condições de legalidade.

Quando o tema do aborto veio à cena na campanha eleitoral, ambas as candidaturas se apresentaram contra a prática e, também, a qualquer mudança na legislação brasileira sobre o tema. Mesmo com o controverso posicionamento de Serra sobre o assunto, as discussões eleitorais em torno do aborto foram, inicialmente, prejudiciais à campanha de Dilma Rousseff.

Pierucci (2011) e Ramos (2012) evidenciaram que com o desdobramento do debate eleitoral, o tema do aborto serviu para a emergência e consolidação de uma campanha negativa contra a candidata petista. Cabe destacar que o empenho de grupos religiosos contra a campanha de Dilma se baseava não somente nas declarações da candidata, mas também nos documentos do partido e no Programa Nacional de Direitos Humanos 3 (PNDH3), lançado por Lula em dezembro de 2009, o qual previa, entre outros temas, a “[...] descriminalização do aborto e a criação de redes de proteção dos Direitos Humanos de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais” (MACHADO, 2012).

A Revista Veja publicou uma capa em que evidenciava a contradição do discurso de Dilma Rousseff sobre o aborto, numa clara sugestão ao eleitor que a candidata petista havia mudado de discurso por conta da eleição.

Figura 3 – Capa Revista Veja – Contradições de Dilma sobre aborto



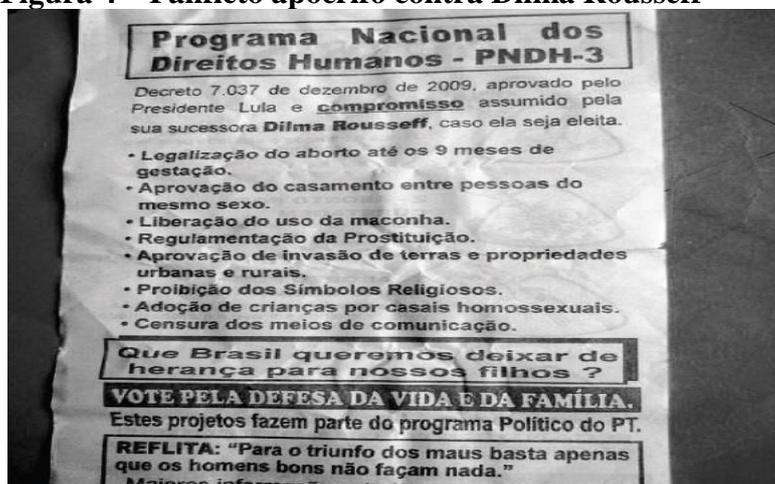
Fonte: Veja (2010)

A estratégia de desqualificação da candidata petista, em decorrência de suas declarações e das posições defendidas pelo seu partido e pelo governo que representava, foi articulada em vários níveis da campanha oposicionista (Serra/PSDB), explicitamente através de grupos religiosos aliados e, implicitamente, no discurso assumido pelo candidato nos programas do HGPE. É fundamental destacar essas duas frentes de atuação da campanha negativa, porque a estratégia de construção de ambas sugere uma comunicação a ser feita pelo eleitor entre as informações recebidas através dos apoiadores (críticas explícitas à Dilma) e o discurso polido do candidato Serra no horário eleitoral (autoafirmação de seus valores cristãos).

Ramos (2012) afirma que as redes sociais foram um espaço privilegiado para o desenvolvimento das estratégias de ataque à reputação de Dilma Rousseff, tomando por referência temas ligados à religião. De acordo com o autor, inicialmente a estratégia envolveu correntes de mensagens com informações (nem sempre verdadeiras) sobre propostas da candidata petista acerca de temas polêmicos e caros à fé cristã. Em geral, essas mensagens eram sintetizadas nos seguintes termos: “‘Dilma abortista’, ‘Dilma contra Jesus’”, e estavam associadas aos sermões de padres e pastores” (p. 59).

Dentre essas ações, o autor destaca um panfleto antiDilma distribuído ainda no primeiro turno da disputa eleitoral. O panfleto faz clara menção ao conteúdo do PNDH3, que é apresentado como um compromisso aprovado em decreto por Lula, o qual deveria ser assumido e implementado por Dilma caso ganhasse a eleição. Há ainda no conteúdo uma exortação ao eleitor cristão para que se posicione: “Para o triunfo dos maus basta apenas que os homens bons não façam nada”.

Figura 4 – Panfleto apócrifo contra Dilma Rousseff



Fonte: Ramos (2012).

Durante a campanha eleitoral, um momento subsequente à divulgação das propostas do PNDH3 e que compôs as ações de desqualificação de Dilma Rousseff envolveu um circuito de boatos sobre prováveis realizações que atingiriam diretamente os valores religiosos e que a candidata caso eleita colocaria em prática. Abaixo uma publicação citada por Ramos (2012) como uma das mais compartilhadas em diversas páginas da internet:

Dilma aprovará leis que prejudicarão a pregação da Palavra de Deus, como:

Fica proibido fazer:

- Cultos ou evangelismo na rua (Reforma Constitucional).
- Programas evangélicos na televisão por mais de uma hora por dia.
- Programa de rádio ou televisão, quem não possuir faculdade de “jornalismo”.
- Pregar sobre dízimos e ofertas, havendo reclamações, obreiros serão presos.

Quanto aos cultos:

- Cultos somente com portas fechadas (Reforma Constitucional).
- As igrejas serão obrigadas a pagarem impostos sobre dízimos, ofertas e contribuições.
- Será considerado crime pregar sobre espiritismo, feitiçaria e idolatria, e também veicular mensagem no rádio, televisão, jornais e internet, sobre essas práticas contrárias a Palavra de Deus.
- Pastores que forem presos por pregar sobre práticas condenadas pela Bíblia Sagrada (homossexualismo, idolatria e espiritismo) não terão direito de se defender por meio de ação judicial.

Se estabeleça:

- O dia do “Orgulho Gay” e que seja oficializado em todas as cidades brasileiras e comemorado nas Instituições de Ensino Fundamental (primeira a 8ª série), público e particular.
- Que as Igrejas que se negarem a realização das solenidades dos casamentos de homem com homem e de mulher com mulher, estarão fazendo “discriminação”, seja multada e seus pastores processados criminalmente por discriminação e desobediência civil.

REPASSE ISSO! É UM ALERTA QUE TODOS PRECISAM SABER. (RAMOS, 2012, p. 60 - 61).

Em meio aos ataques, a campanha de Dilma Rousseff lançou a *Carta Aberta ao Povo de Deus*⁹⁸, documento que fazia um reconhecimento elogioso ao papel desempenhado pelas igrejas evangélicas, destacava a importância da família como base da vida social e se comprometia a deixar para o Congresso Nacional o debate e decisão sobre temas polêmicos como aborto:

Compreendemos o quanto as igrejas, todas sem distinção de denominação cristãs, são importantes e necessárias neste projeto de apoio e resgate da família e da sociedade. Elas são responsáveis por uma grande e invisível rede social, isto é louvável e traz, em si, a necessidade da mão amiga do Estado [...]. Lembro também minha expectativa de que cabe ao Congresso Nacional a função básica de encontrar o ponto de equilíbrio nas posições que envolvem valores éticos e fundamentais, muitas vezes contraditórios, como aborto, formação familiar, uniões estáveis e outros temas relevantes tanto para as minorias como para a sociedade brasileira

⁹⁸ Disponível em: <<http://noticias.gospelprime.com.br/carta-aberta-ao-povo-de-deus-confira-na-integra-as-palavras-de-dilma-rousseff/>> Acesso em: 01 out. 2015.

(CARTA ABERTA AO POVO DE DEUS, CAMPANHA DILMA ROUSSEFF, 2010).

Os movimentos da campanha petista já sinalizavam a preocupação com possíveis efeitos negativos do ativismo religioso contra sua candidata, o que fazia bastante sentido. Afinal, a campanha para (des)informar os eleitores religiosos sobre os posicionamentos de Dilma, do PT e do governo sobre temas tão caros aos valores cristãos foi componente importante para o decréscimo dos números favoráveis à candidata petista ao fim da corrida eleitoral no primeiro turno. É importante destacar que, mesmo não sendo possível afirmar que a campanha negativa por parte de grupos religiosos tenha sido o fator crucial para a queda de intenções de voto em Dilma Rousseff, há elementos que contribuem para entender o papel desempenhado pela campanha negativa.

De acordo com pesquisa realizada pelo Ibope Inteligência⁹⁹, nas pesquisas realizadas em setembro não era possível verificar mudanças nas amostras sociodemográficas que indicassem a reversão da vitória eleitoral de Dilma Rousseff no primeiro turno, mesmo com o crescimento significativo de Marina Silva no mesmo período, que era explicado pela migração dos indecisos. Entretanto, havia um elemento que chamava a atenção dos pesquisadores,

O único cruzamento que apresentava uma *queda mais significativa e consistente da candidata do PT era o por religião*. Com efeito, entre os eleitores evangélicos, dos 49% obtidos por Dilma em 26 de Agosto, seu índice oscilou para 47% em 2 de setembro e novamente para 42% em 16 de Setembro. Ao mesmo tempo, Marina Silva chegou em 13%, manteve na semana seguinte e subiu para 20% em 16 de Setembro. Esse período coincidia com a intensificação, sobretudo na internet conforme veremos no próximo capítulo, da polêmica sobre aborto com foco na candidata Dilma Rousseff. (CERVELINI; GIANI; PAVANELLI, 2011. p. 10-11, grifo nosso)

A tendência acima apresentada para os eleitores evangélicos se estendeu aos eleitores católicos, ocorrendo, portanto, na reta final do primeiro turno uma dispersão de eleitores católicos e evangélicos entre os oponentes de Dilma Rousseff (CERVELINI; GIANI; PAVANELLI, 2011).

O encerramento do primeiro turno das eleições evidenciou que o voto religioso havia assumido uma importância que não poderia ser desconsiderada. O reflexo dessa interpretação foi a contaminação das campanhas de Serra e Dilma pelo tema da religião já na primeira semana do segundo turno.

⁹⁹ Ver artigo intitulado “Economia, religião e voto no Brasil: a questão do aborto na eleição presidencial de 2010”, apresentado no VI Congresso Latino Americano de Opinião Pública, Belo Horizonte, Brasil, 2001

Uma frente significativa do ativismo religioso no segundo turno envolveu a atuação de líderes de diversas igrejas, católicas e protestantes, através de apoios e críticas aos candidatos. Machado (2011) apresenta em artigo uma “[...] análise das manobras realizadas pelos grupos conservadores da Igreja Católica e dos segmentos evangélicos para interferir na disputa presidencial” (p. 26). A autora evidencia que houve claramente uma disputa entre vertentes das igrejas evangélicas e da igreja católica na busca por favorecer os candidatos junto aos fiéis.

Além das movimentações dos aliados, o tema da religião ganhou espaço nas campanhas oficiais, com destaque para o HGPE. No caso de Dilma Rousseff, houve um conjunto de esforços na tentativa de desmistificar para o eleitorado a associação da candidata aos temas anticristãos. Nos programas eleitorais os valores religiosos apareciam, sobretudo, por meio do tema família. A candidata petista era apresentada como aquela que tinha as melhores propostas para a “fortalecer a família brasileira”, entre as quais se destacava o programa Minha Casa, Minha Vida, que possibilitaria às famílias terem um lar de “amor, união, segurança”. A mensagem era sintetizada na voz do locutor dizia: “Dilma apoia a família brasileira” (informação verbal).

O tema do aborto, por sua vez, não foi tratado explicitamente, não há menção à palavra no HGPE de Dilma Rousseff; por outro lado, amplia-se o destaque para a condição feminina da maternidade: “Mulher, mãe e avó movida à determinação” (locutor *off*). Em outro momento do HGPE, a própria candidata fala da experiência de ser mãe: “[...] é uma dedicação sem pedir nada em troca e é também um privilégio” (informação verbal).¹⁰⁰ As imagens e discursos buscavam claramente evidenciar ao eleitor que o “Governo Lula pra gente é um governo família. A favor da família, a favor da vida”, e que o governo Dilma daria continuidade a isso (informação verbal).¹⁰¹

José Serra foi apresentado em seu HGPE como um indivíduo religioso, que apresentava propostas em “defesa da vida e dos valores cristãos”. Os programas do candidato tucano no segundo turno veiculavam sempre a mensagem: “Serra sempre condenou o aborto e defendeu a vida” (informação verbal).¹⁰² Com vistas a reforçar o argumento de que era contra a interrupção da gravidez, o candidato tucano apresentou em seus programas eleitorais uma proposta de criação do projeto Mãe Brasileira, o qual buscava evidenciar a importância da

¹⁰⁰ Programa eleitoral exibido em 08 de outubro de 2010.

¹⁰¹ Programa eleitoral exibido em 08 de outubro de 2010.

¹⁰² Programa eleitoral exibido em 08 de outubro de 2010.

mulher/mãe para a preservação e “bem-estar da família”, afinal o gerador de qualquer grupo familiar seria o “*dom da vida*” que só as mulheres são capazes de efetivar.

Como se pode observar, os discursos eleitorais assumiram um teor fortemente conservador, com vistas atrair (manter) o eleitorado religioso. Se considerando a candidatura “legítima” a representar os interesses e valores cristãos, a campanha de José Serra investiu fortemente no debate sobre o aborto, levando a religião para o centro temático da disputa eleitoral. Esse movimento se desdobrou num efeito perverso, ou efeito fariseu, como intitulou Pierucci (2011):

É um evento que se precipita em disputas políticas quando os apelos à religião se excedem, vão longe demais do convencionalmente admissível, mas principalmente — eis aí o efeito fariseu por antonomásia — quando o mote da persuasão desliza para a “personalidade religiosa” do candidato (p. 10).

Tal efeito que se abateu sobre a candidatura de Serra foi decorrente de um discurso desencadeado por sua esposa, Mônica Serra. Numa atividade de campanha realizada em cidade do Rio de Janeiro em que pedia votos para a chapa, a esposa de Serra foi interpelada por um eleitor evangélico que declarava votar em Dilma Rousseff. Em resposta ao eleitor, Mônica afirmou que a candidata petista era a favor do aborto: “Ela é a favor de matar criancinhas”.¹⁰³

O discurso de Mônica Serra levou os ataques à Dilma Rousseff para o núcleo da campanha oposicionista, o que foi aproveitado pela campanha petista na primeira oportunidade. Em debate realizado no dia 10 de outubro, o primeiro do segundo turno, Dilma Rousseff interpelou o candidato José Serra sobre as ações difamatórias contra ela que a equipe do adversário estava realizando. Em resposta, Serra disse que a candidata petista estava se fazendo de vítima, ao invés de discutir os temas de interesse do país. Na réplica, Dilma afirmou que não era vitimização, e apresentou a acusação de Mônica: “A sua esposa, a dona Mônica Serra, eu vou dizer o que ela falou: ‘ela é a favor de matar criancinhas’. É tão absurda a acusação que revela a característica dessa campanha contra mim. E usa uma coisa que o Brasil não tem: ódio religioso”. Na tréplica o candidato não argumentou nada em defesa da esposa (informação verbal).

Não bastasse a repercussão negativa que a fala de Mônica Serra trazia para a campanha tucana, a falta de posicionamento de José Serra no debate trouxe consequências ainda piores. No dia seguinte ao debate Sheila Ribeiro, uma ex-aluna de Mônica, informou em

¹⁰³ Ver matéria “Mulher de Serra faz campanha no Rio e ataca Dilma”. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,mulher-de-serra-faz-campanha-no-rio-e-ataca-dilma,609885>>. Acesso em: 01 out. 2015.

sua página pessoal no *Facebook* que a professora havia relatado ter realizado um aborto quando estavam, ela e o companheiro Serra, no exílio durante a ditadura militar¹⁰⁴. O relato de Sheila foi endossado por uma colega, também aluna de Mônica à época:

Eu confirmo aqui o depoimento da Sheila Ribeiro. Foi aquilo mesmo. A professora Monica Serra nos relatou que havia feito um aborto em um período difícil da vida do casal, durante a ditadura militar. Foi um fato tocante, que marcou a todas nós. Lembro-me que o assunto surgiu quando ela falava sobre a dissociação do corpo e a imagem corporal, que até hoje dirige meu comportamento.

As informações foram indicadas como falsas em nota divulgada pela assessoria campanha de José Serra. Entretanto, o relato da aluna havia levantado suspeitas e já circulava nas redes sociais a informação de que Serra havia assinado a Norma Técnica para realização do aborto legal, quando ministro da saúde. Esses acontecimentos estilhaçaram a imagem de bom cristão que Serra havia assumido no contexto eleitoral. Nas palavras de Pierucci (2011),

No caso da eleição presidencial brasileira de 2010, a noção de efeito fariseu traz a vantagem de sugerir fortemente que foi a percepção, pelo eleitor conservador, de excessos no emprego tático da religiosidade pessoal de Serra que estancou suas chances de subir nas últimas pesquisas e o fez estacionar numa posição de desvantagem em relação à concorrente sem religião nem humanidade (p. 11).

Segundo o autor, a imagem de religiosidade de Serra ultrapassou os limites esperados e passou a ser considerada postiça pelo eleitor conservador, o qual compreendeu a associação do candidato com a religião como puro oportunismo político.

O efeito fariseu foi, portanto, o ponto de inflexão da agenda eleitoral no sentido do retorno ao tema da continuidade. Conforme Pierucci (2011), após a identificação do uso eleitoreiro da religião, os eleitores retornaram a orientar sua escolha tomando por referência “[...] interesses materiais, não ideais, os que igualmente empurravam os fiéis praticantes a votarem pela continuidade das políticas lulistas, uma vez que também eles se sabiam atendidos por várias ações de governo nos oito anos de Lula presidente” (p. 14).

3.3. A corrupção como tema perene no debate eleitoral

O tema da corrupção tem assumido um lugar cativo nos debates eleitorais no Brasil. Considerada pela população como componente (quase) intrínseco à prática política, “todo político é ladrão”, o uso das denúncias de corrupção como estratégia na disputa política é acionado com alguma efetividade pelas candidaturas, especialmente as de oposição.

¹⁰⁴ Ver matéria “Ex-alunas de Mônica confirmam relato sobre aborto”, publicada em 14 de outubro de 2010 pelo *Jornal Correio do Brasil*.

O fenômeno das denúncias de corrupção tem se fortalecido em virtude da postura investigativa que a mídia tem assumido face o campo político. A nova visibilidade, que emergiu com o desenvolvimento das plataformas midiáticas, proporcionam um contexto favorável para o aparecimento de escândalos políticos (THOMPSON, 2002).

Segundo Thompson (2002), os escândalos políticos são acontecimentos que ganham visibilidade pela cobertura midiática e envolvem práticas transgressoras de normas, valores, leis ou obrigações. Essa “revelação” feita pela mídia, que traz à tona o segredo político, se desdobra à medida que a ela se somam os comentários acusatórios dos opositores, as falas de defesa dos acusados, passando, portanto, a ser tema de debate na opinião pública.

O escândalo político tornou-se uma peça importante do tabuleiro político-eleitoral contemporâneo, pois reflete as lutas por poder simbólico, que envolvem reputação e confianças, duas moedas fundamentais para a construção da imagem pública. Nesse sentido, ter boa reputação pessoal e agir de acordo com os valores estimados pela sociedade é o caminho para a acumulação desse capital simbólico.

Num cenário de disputa eleitoral em que os sujeitos políticos estão em busca de adesão para a conquista do poder, os escândalos políticos são como “pedras no meio do caminho”, ou seja, são sempre negativos, porque vão minando o capital simbólico e, por conseguinte, a confiabilidade.

Tendo sido tema principal no contexto das eleições presidenciais de 2006, em virtude dos sucessivos escândalos que culminaram no mensalão, os discursos sobre a corrupção foram acionados, nas eleições 2010, em momentos distintos pelas candidaturas e ganharam relevância em virtude de dois acontecimentos: a) caso de tráfico de influências envolvendo Erenice Guerra, sucessora de Dilma, no ministério da Casa Civil; e b) caso de assessor da campanha de Serra, Paulo Vieira de Sousa, que havia “sumido” com R\$ 4 milhões da campanha tucana.

A primeira candidatura a trazer o tema da corrupção à cena foi a de Marina Silva. Em programa eleitoral intitulado “*A corrupção é o maior dos desperdícios*”, de 07 de setembro de 2010, a candidata do PV apresenta uma lista com uma série de desperdícios computados no Brasil.

O Brasil está entre os 10 países que mais desperdiçam comida no mundo. São 10 milhões de toneladas de alimentos perdidos, que poderiam alimentar mais de 35 milhões de pessoas. Somos o país do desperdício. É água tratada que se perde antes de chegar na sua torneira. Produtos que gastam energia à toa. Lixo que poderia ser reciclado. Tempo perdido no trânsito. Mas o pior de todos os desperdícios é a corrupção. É absurdo pagar por uma ambulância, o valor de três. Construir pontes onde não tem estrada. Ou pagar por exames de saúde que não foram feitos. Ainda

temos o desperdício dos governos ineficientes e inchados. Nós não vamos criar mais ministérios nem órgãos federais desnecessários. Vamos dar transparência a todos os gastos públicos para que a população possa acompanhar para onde vai cada centavo. Esse é o Brasil que queremos. Eficiente e sem desperdício (informação verbal).¹⁰⁵

O discurso de Marina Silva usa de um recurso bastante interessante para sensibilizar o eleitor em torno do tema da corrupção. Ao comparar o desvio de verbas públicas ao desperdício de comida, que poderia alimentar milhões de pessoas, a candidata busca dar a dimensão das perdas que ocorrem em função desta prática.

Além da discussão sobre o desperdício decorrente da corrupção, o programa eleitoral de Marina Silva também faz críticas aos aliados. Algumas mais direcionadas, como a remetida aos “governos ineficientes e inchados”, uma marca da gestão petista (ampliação do número de ministérios e cargos comissionados), e outras genéricas, apresentadas em forma de promessa: “vamos dar transparência a todos os gastos públicos” (informação verbal).¹⁰⁶

A imagem de política honesta não encontrava resistências ao ser imputada à Marina Silva, com trajetória pública de muitos anos, não houve denúncias que a ligassem a irregularidades no trato com a coisa pública. No pleito eleitoral de 2010, essa imagem é reforçada nos discursos da candidata do PV, sobretudo como estratégia de diferenciação dos concorrentes ligados a partidos/governos que foram associados a esquemas de corrupção (mensalão no governo Lula e compra de apoio para aprovação da emenda da reeleição no governo FHC). Os discursos de Marina Silva sobre a corrupção são genéricos, tratando o tema como problema não enfrentado pelos grupos políticos até então no poder.

O discurso sobre a corrupção como estratégia de descredibilização do oponente foi mobilizado inicialmente pela campanha de José Serra em relação à campanha de Dilma Rousseff. O acontecimento que serviu de pretexto para a exploração do tema da corrupção pelos tucanos foram denúncias que vieram à tona de que Erenice Guerra, então ministra-chefe da Casa Civil, permitia que seu filho, Israel Guerra, fizesse a intermediação de contratos milionários entre empresários do setor privado e empresas estatais, mediante a cobrança de uma “taxa de sucesso”.

As denúncias envolvendo Erenice Guerra atingiram fortemente a campanha petista. Tendo sido assessora direta de Dilma Rousseff e escolhida pela mesma para assumir sua função, quando teve que desincompatibilizar-se para disputar a eleição presidencial, as suspeitas sob a então ministra chefe da Casa Civil desdobravam impactos negativos para a imagem pessoal de Dilma. O caso Erenice Guerra, nesse sentido, não se tratava apenas de

¹⁰⁵ Programa eleitoral exibido em 07 de setembro de 2010.

¹⁰⁶ Programa eleitoral exibido em 07 de setembro de 2010.

mais um escândalo de corrupção no governo petista, pois ao envolver uma pessoa tão próxima à Dilma colocava em xeque a credibilidade e confiança da candidata petista.

Compreendendo a oportunidade em curso para desgastar a imagem da concorrente, a candidatura de José Serra abordou de modo incisivo a questão no programa eleitoral.

Locutor Off: Entra dia, sai dia e o governo do PT mais se enrola em escândalos e mais escândalos. Hoje, mais um caso grave. Folha de São Paulo de hoje: Filho de ministra Erenice Guerra pediu 5% de comissão para aprovar financiamento de empresa. Diz o jornal: “A empresa recebeu a proposta de doar 5 milhões de reais para a eleição de Dilma”. Dilma e Erenice, juntas desde 2003. As duas entraram no lugar de José Dirceu (informação verbal).¹⁰⁷

A mensagem é produzida para levantar dúvidas sobre a reputação de honestidade da candidata petista, ao colocá-la no mesmo nível, por associação, de Erenice Guerra e José Dirceu. Se Erenice praticava tráfico de influência e Dirceu comandou um esquema de compra de deputados para votar com o governo, o que poderia ter feito Dilma à frente da Casa Civil?

A estratégia de associação de Dilma aos colegas de partido se constrói através de uma sucessão de fotografias e manchetes de jornal. O ápice da associação veio através de um trecho da cerimônia de posse de Dilma no ministério da Casa Civil em que José Dirceu chama-a de “camarada de armas”. Num só trecho, a campanha de Serra apresentava uma proximidade entre Dilma e Dirceu, e ainda reavivava a imagem de “guerrilheira/terrorista” que permeava o discurso de uma campanha negativa extraoficial.

Numa entrevista¹⁰⁸ posterior ao fim das eleições, João Santana, marqueteiro da campanha de Dilma Rousseff, afirmou que a estratégia mobilizada pela campanha oposicionista tinha surtido o efeito desejado.

O caso Erenice foi o mais decisivo porque atuou, negativamente, de forma dupla: reacendeu a lembrança do mensalão e implodiu, temporariamente, a moldura mais simbólica que estávamos construindo da competência de Dilma, no caso, a Casa Civil. Por motivos óbvios, vínhamos ressaltando, com grande ênfase a importância da Casa Civil. Na cabeça das pessoas, a Casa Civil estava se transformando numa espécie de gabinete paralelo da Presidência. E o escândalo Erenice abalou, justamente, esse alicerce (FOLHA DE SÃO PAULO, 2010).

O caso Erenice e o ativismo religioso se tornaram, portanto, as chaves explicativas para compreender a queda de intenção de votos na candidata Dilma Rousseff na reta final do primeiro turno.

¹⁰⁷ Programa eleitoral exibido em 16 de setembro de 2010.

¹⁰⁸ Entrevista concedida ao Jornal Folha de São Paulo, publicada no dia 07 de novembro de 2010.

As denúncias que atingiram a campanha de Serra vieram à tona no primeiro debate do segundo turno, dia 10 de outubro, na Rede Bandeirantes de Televisão, e foram mobilizadas por Dilma Rousseff como estratégia de reação ao processo de desqualificação que vinha sendo conduzido pela campanha adversária, o qual estava surtindo efeitos nas intenções de voto.

O conteúdo da denúncia não era um fato novo; já haviam sido publicadas notícias no primeiro semestre de 2010, mas ganhava naquele momento o *status* de escândalo, pois entrava na condição de tema de debate público a partir das interpelações de Dilma. Se Erenice foi o “calcanhar de Aquiles” de Dilma, o mesmo pode se dizer sobre Paulo Vieira de Souza para José Serra.

A denúncia apresentada por jornais e revistas indicava que Paulo Vieira de Souza, conhecido por Paulo Preto, havia sumido com R\$ 4 milhões da campanha de José Serra, de acordo com líderes do PSDB. A matéria explicava em detalhes que Paulo Vieira havia sido Diretor da Dersa (empresa pública de rodovias de São Paulo) e arrecadava doações eleitorais das empreiteiras vinculadas ao Rodoanel, maior obra do estado de São Paulo. A revista Veja, em matéria publicada em maio de 2010, apresentava Paulo Vieira como “homem bomba do PSDB”.

Essa metáfora produzida pela revista Veja coube bem aos desdobramentos que a (re)tomada do tema teve para a campanha de José Serra. Mais uma vez, como o efeito fariseu fez com a imagem de “bom cristão”, as denúncias sobre Paulo Vieira colocavam sob suspeita a imagem de “homem honesto de conduta ilibada em anos de vida pública”.

Compreendendo o desgaste que as denúncias trouxeram para a imagem do adversário, a campanha de Dilma Rousseff no HGPE explorou o tema tendo como mote o debate da Rede Bandeirantes, o qual demonstrou claramente que Serra foi “pego de surpresa” com as denúncias. É relevante destacar que apresentar a crítica e a denúncia ao opositor significa também exaltar qualidades de si, como aponta a fala de Dilma Rousseff:

Quem conhece a minha história sabe que eu tenho um compromisso em combater o nepotismo e qualquer tipo de tráfico de influência. Agora, nós investigamos. A Erenice saiu do governo e a Polícia Federal abriu um inquérito e já 16 pessoas foram interrogadas, participaram e deram seu depoimento. *Nós temos uma diferença em relação ao candidato Serra: nós investigamos.* O candidato Serra, por exemplo, esquece que a revista Veja disse que o senhor Paulo Vieira de Souza está envolvido no “castelo de areia” e isso significa propina da obra mais importante do governo do estado de São Paulo, o Rodoanel. Então, isso também tem que ser investigado. Não me consta que isso foi investigado (informação verbal, grifo nosso).¹⁰⁹

¹⁰⁹ Rousseff em Programa Eleitoral exibido em 2010.

A interpelação de Dilma no debate ocorreu logo antes do intervalo para propagandas, ficando assim em suspense o que Serra diria sobre o assunto. Com o retorno do debate, o candidato tucano preferiu não responder sobre as denúncias sobre a ação de Paulo Vieira e, como forma de ataque à adversária, retomou o debate sobre a posição de Dilma acerca do aborto.

No HGPE em que a fala acima da candidata petista é apresentada, há todo um esforço didático de explicar ao eleitor quais seriam as relações entre José Serra e Paulo Vieira de Souza.

O aprofundamento do desgaste que o caso Paulo Preto trouxe para a campanha de Serra foi também fruto de erros cometidos pelo próprio candidato. Após a menção feita por Dilma no debate eleitoral, a imprensa passou a questionar o candidato sobre o assunto. Serra se mostrou controverso. No dia 11 de outubro, um dia após o debate eleitoral, o candidato do PSDB afirmou que não havia sumiço de dinheiro em sua campanha e que sequer conhecia Paulo Preto. O ex-assessor fez comentários à mídia em tom ameaçador: “Não se larga um líder ferido na estrada a troco de nada. Não cometam esse erro”. No dia seguinte, 12 de outubro, José Serra afirma conhecer Paulo Preto e destaca sua competência (informação verbal).¹¹⁰

A mudança repentina de postura diante da pergunta: “Você conhece Paulo Preto?” rendeu a Serra uma capa da Revista IstoÉ com a mesma construção gráfica que a revista Veja havia feito para Dilma com relação ao tema aborto.

Figura 5- Capa Revista IstoÉ sobre contradições de Serra



Fonte: IstoÉ (2010)

¹¹⁰ José Serra em programa partidário exibido em 2010.

A contradição do candidato face uma questão simples, conhecer ou não alguém que trabalhou em seu governo, ganhou repercussão em várias plataformas de comunicação, desde os jornais e revistas impressos até os televisionados. A campanha de Dilma atenta aos movimentos da mídia, usou o HGPE para reforçar a notícia de modo a construir uma “linha do tempo” dos acontecimentos para que o eleitor entendesse melhor do que se tratava a polêmica.

Voz apresentador: No último dia 11, Serra negou o sumiço do dinheiro e garantiu que nem conhecia Paulo Preto. O acusado não gostou. E pela imprensa mandou um recado a Serra: ‘Não se larga um líder ferido na estrada a troco de nada. Não cometam esse erro’. Serra entendeu a mensagem, no dia seguinte mudou de opinião. Afirmou que conhecia Paulo Preto e ele era ‘totalmente inocente’.

Voz apresentadora 2: Afinal de contas, *quem é o Serra verdadeiro?* O do dia 11, que disse não conhecer Paulo Preto? Ou do dia 12, que falou que conhecia Paulo Preto e ele era inocente?

Loc Off: O fato é que o Serra não podia ter negado que conheci o acusado. Paulo Preto foi diretor da estatal Dersa durante o seu governo em São Paulo. Foi responsável pelo Rodoanel, a obra apontada pelo Ministério Público Federal e o Tribunal de Contas como cheia de irregularidades. E a filha de Paulo Preto foi nomeada por Serra governador para cargo de confiança no Palácio dos Bandeirantes. Serra também escondeu a verdade quando chamou Paulo Preto de inocente. O nome dele aparece em uma série de documentos apreendidos pela Polícia Federal na operação ‘Castelo de Areia’. E, em junho desse ano, Paulo foi preso em flagrante, acusado de receber uma joia de brilhantes roubada no valor de 20 mil reais. (informação verbal, grifo nosso).

À medida que os apresentadores vão traçando a narrativa, na tela surgem recortes de notícias sobre o fato e um vídeo em que aparecem Serra e Paulo Preto juntos.

Quando o caso Paulo Preto já estava consolidado no debate eleitoral e ficaram claros os sinais de desgaste que trouxe à campanha tucana, o HGPE de Dilma passou a dar um tratamento irônico ao tema, articulando as contraditórias posições de Serra a ditados populares, como forma de consolidar na “cabeça do eleitor” a relação do candidato tucano com Paulo Preto.

Locutor off: Sabe o que significa a expressão ‘gato escondido com o rabo de fora’? É algo assim ó. Quando Serra esqueceu que conhecia Paulo Preto. O cara acusado por líderes do seu próprio partido de desviar 4 milhões doados à sua campanha. Mas esqueceu também que nomeou a filha de Paulo Preto para (sic) trabalhar no seu governo. ‘Gato escondido com o rabo de fora’ é isso. Daqui a pouco a gente explica a expressão ‘nesse mato tem coelho’. Aguarde.

Locutor off: A expressão ‘nesse mato tem coelho’ é usada quando se percebe algo suspeito no ar. Tipo: Paulo Preto foi diretor da estatal Dersa no governo Serra e disse que deu condições para apoios financeiros a campanhas pagando no prazo empreiteiros responsáveis por grandes obras de São Paulo. Como o Rodonel. Que é que você acha disso? E o Serra não explica, se finge de morto. Ah, outra expressão.

Significa: não estar nem aí... faz de conta que não é com ele... vai ver se eu tô (sic) na esquina... (informação verbal).¹¹¹

A estratégia da campanha petista com vistas a descredibilizar o oponente foi bem-sucedida, pois conseguiu atingir a imagem que Serra estava buscando construir de que era um candidato honesto sem quaisquer relações com esquemas de corrupção. Com o caso Paulo Preto, as campanhas se igualam, afinal há casos de irregularidades envolvendo pessoas ligadas a ambos os candidatos.

Busquei, com as discussões apresentadas neste capítulo, reconstruir as “molduras” políticas que enquadraram os discursos, imagens e práticas dos candidatos às eleições 2010. A ideia de quadros é aqui tomada no sentido de que determinadas posições estruturam as estratégias possíveis de construção das imagens e discursos políticos no contexto eleitoral. No capítulo que segue me dedico a compreender como ocorreu a construção da imagem pública de Dilma Rousseff na campanha eleitoral de 2010, com base na análise dos programas eleitorais veiculados nos primeiro e segundo turnos do HGPE.

¹¹¹ Programa Eleitoral exibido em 22 de outubro de 2010.

4 HERANÇA SIMBÓLICA E IDENTIDADE DE GÊNERO: A IMAGEM PÚBLICA DE DILMA ROUSSEFF NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2010

Lula nasceu pobre, em Pernambuco, e criança, veio para São Paulo. Tornou-se líder sindical foi preso pela ditadura e fundou o PT. Dilma nasceu numa família de classe média de Minas e bem jovem enfrentou e foi presa pela ditadura. Recomeçou a vida no Rio Grande do Sul. Casou, **tornou-se mãe**, economista e **a primeira mulher a ser secretária de finanças** da prefeitura de Porto Alegre e depois secretária estadual de Minas e Energia. **Um dia, essas histórias se uniram. Lula se tornou o primeiro operário presidente. E Dilma, a primeira mulher a ser ministra de Minas e Energia**, presidente do Conselho de Administração da Petrobrás e ministra-chefe da Casa Civil. **Lula deu rumo ao Brasil. Dilma coordenou todo o ministério** e programas como o PAC, o Minha Casa, Minha Vida e o Luz para todos. **Lula está encerrando o mandato como o melhor presidente da nossa história.** Inovou, rompeu barreiras, mudou o país. **Não por acaso, quer passar a faixa à primeira mulher presidente do Brasil.** (HGPE, DILMA ROUSSEFF, 17/08/2010)

O trecho acima foi veiculado no primeiro dia de propaganda eleitoral na televisão das eleições presidenciais de 2010. No dia 17 de agosto, à noite, em pleno horário nobre, a campanha de Dilma Rousseff anunciava os enquadramentos interpretativos que comporiam as estratégias de construção da imagem pública da candidata.

A apresentação, cujo principal objetivo era explicitar ao eleitor como se deu o encontro entre o líder político e sua herdeira, foi narrada por uma voz masculina de um locutor *off*, após a exposição de um conjunto de realizações do governo Lula que tinham “mudado o Brasil”.

À medida que a mensagem era lida sucediam-se na tela imagens de Lula quando criança, depois trabalhando, e na luta sindical, assim como de Dilma também criança, cenas do período militar no Brasil e imagens da candidata exercendo funções públicas. O ápice da narrativa é quando o locutor afirma: “Um dia, essas histórias se uniram” (informação verbal).¹¹² Nesse momento são apresentadas imagens de Lula e Dilma em sequência, com ênfase nas imagens em que aparecem juntos em meio às atividades de governo.

Tomo esse trecho como uma síntese dos enquadramentos interpretativos que orientaram a formação da narrativa simbólica do lulismo no processo eleitoral de 2010. Compreendo que a imagem pública de Dilma como continuadora do ciclo político foi produzida a partir da interrelação dos enquadramentos interpretativos “*herdeira de Lula*” e *valorização da condição de gênero*. A campanha eleitoral que visava à manutenção política do PT no Executivo Federal construiu, portanto, para a candidata, uma imagem composta por

¹¹² Programa Eleitoral exibido em 17 de agosto de 2010.

elementos de continuidade: a herança política, assim como por elementos de inovação, o pioneirismo de uma mulher na Presidência da República.

É relevante destacar que esses quadros de sentido (GOFFMAN, 2012), herança simbólica e valorização da condição de gênero, foram mobilizados de modo distintos e com ênfases diferenciadas no HGPE ao longo da disputa eleitoral.

No primeiro turno, a ênfase no legado dos governos de Lula e na ideia de que Dilma Rousseff seria sua legítima continuadora foi amplamente mobilizada. A estratégia era apresentar e consolidar na “cabeça do eleitor” a imagem da candidata como a única que poderia dar continuidade às realizações e conquistas dos oito anos de governo petista. Tal movimento tinha força, pois articulava a imagem de Dilma Rousseff ao tema dominante da campanha de 2010: a continuidade. Essa perspectiva encontra referência nos estudos sobre campanhas eleitorais, conforme Figueiredo *et al.* (2000): “[...] se uma eleição houver apenas um tema dominante, o candidato que dominá-lo terá maiores chances eleitorais” (p. 155).

Como visto no capítulo anterior, outros temas emergiram em meio ao debate eleitoral, como aborto e corrupção, mas nenhum deles a ponto de submergir o tema da continuidade. Um fato que evidencia essa opção pela ênfase na ideia de herança simbólica é a vinheta de abertura dos programas no primeiro turno: “Começa agora o programa Dilma Presidente. Para o Brasil seguir mudando”. É relevante destacar que o *slogan* da campanha busca “[...] compatibilizar simbólicas supostamente antagônicas: mudança e continuidade”. Essa compatibilização é possível tendo em vista “[...] o reconhecimento de que “agora estamos melhor que antes” [o qual] pressupõe a possibilidade de um futuro ainda melhor, desde que uma vigilância permanente se exerça sobre as ameaças de desvios de rota” (CARVALHO, 2013, p. 186).

No segundo turno, por sua vez, a estratégia de valorização da condição de gênero recebe destaque, e passa a assumir centralidade na composição dos discursos textuais e imagéticos veiculados no HGPE. Esse reforço se consolida face à votação significativa (67%) que as duas candidatas, Dilma e Marina, receberam no primeiro turno. Na reta final do primeiro turno, Marina fazia um pedido aos eleitores: que a ajudassem a chegar ao segundo turno e pela primeira vez na história do país fizessem uma eleição ser decidida entre duas mulheres: ela e Dilma. Nos últimos programas eleitorais, foram mostradas várias pesquisas que mostravam o crescimento das intenções de voto em Marina, evidenciando, assim, que estaria se instalando no país uma “onda verde”. De fato, Marina Silva cresceu bastante na última semana da campanha; sua votação foi bastante expressiva, em torno de 20 milhões de

votos, o que levou a eleição para o segundo turno. Sendo a única mulher a disputar o segundo turno, a estratégia de valorização dessa condição ganhou força na campanha de Dilma Rousseff. Através dela, a candidata se incluiu no jogo político de mobilização das “diferenciações e identificações”, pois à medida que Dilma afirmava sua condição de mulher, buscava reforçar, por um lado, a diferença face seu opositor (José Serra – PSDB) e produzir, por outro, identificação com o eleitorado feminino. Essas movimentações foram acompanhadas também nas vinhetas de aberturas dos programas eleitorais do segundo turno, nas quais foi substituída a narração do locutor *off* pelo trecho de um dos *jingles* da campanha, em ritmo de samba, que dizia: “Meu Brasil tá querendo Dilma. É a vez da mulher”.

Nas seções a seguir apresento em detalhes como os enquadramentos interpretativos acima descritos foram mobilizados com vistas a apresentar ao eleitor uma narrativa simbólica do lulismo que mobilizasse a adesão popular à candidatura de Dilma Rousseff nas eleições 2010.

4.1. O legado do lulismo, uma herança bendita

Como afirmado anteriormente, as eleições presidenciais de 2010 assumiram um forte tom de “reeleição virtual” de Lula. Nesse contexto, o legado dos dois mandatos do presidente se configuraram como o objeto central do debate eleitoral.

Segundo o dicionário Houaiss, a palavra legado está associada diretamente à noção de herança, tendo em vista que significa a “[...] disposição de última vontade pela qual o testador deixa a alguém um valor fixado ou uma ou mais coisas determinadas”, ou, ainda, “[...] o que se lega por meio dessa disposição” (HOUAISS, 2012). Apesar de que tenha ocorrido uma forte disputa em torno do “legado” do lulismo, com os candidatos de oposição (Marina e Serra) argumentando que as políticas públicas bem quistas pela população eram fruto do processo de consolidação democrática que havia se iniciado com o Plano Real, o fato é que a população tributava ao então presidente Lula a autoria pelo conjunto das realizações.

Para que Lula pudesse usar de sua credibilidade de construtor do legado e indicar quem deveria dar prosseguimento às ações de seu governo, foi fundamental apresentar essa herança de forma que o eleitor pudesse compreender o que estava em jogo na disputa eleitoral.

No HGPE de Dilma Rousseff, o legado é apresentado a partir de segmentos, como nos programas televisivos, sendo eles: a) o Brasil está mudando e não pode parar, b) o Brasil que você precisa conhecer e c) o Brasil dos recordes.

O Brasil está mudando e não pode parar é um segmento no qual são narradas, por um locutor *off*, as realizações do governo Lula no HGPE, as imagens que representam essas realizações são apresentadas em ritmo frenético. É relevante destacar que a vinheta que dá nome ao segmento produz uma intertextualidade com a vinheta de abertura do HGPE: “para o Brasil seguir mudando” (informação verbal). Ambas buscam evidenciar Dilma como a candidata legítima a dar continuidade às mudanças iniciadas pelos governos de Lula. Ao passo que uma vinheta afirma essa legitimidade, (“*para o Brasil seguir mudando*”), a outra assume a retórica da ameaça, sinalizando que caso a candidata não seja eleita a *mudança pode parar*.

O Brasil que você precisa conhecer é apresentado no formato de reportagem que dá a ver as inúmeras realizações dos governos Lula que não ganhavam destaque na mídia, como afirma a apresentadora: “E tem coisa que nem todo mundo conhece” (informação verbal). O segmento é apresentado no HGPE por imagens que sugerem uma viagem pelo Brasil, por meio de setas que percorrem o mapa do país. Esse espaço foi mobilizado para apresentar realizações no âmbito da infraestrutura, como as obras do PAC (Ferrovia Nova Transnordestina e Integração do Rio São Francisco), ações relacionadas à geração de emprego (instalação de fábricas) e também políticas de educação e saúde (creches, expansão do ensino superior, escolas técnicas, implantação do Serviço Móvel de Urgência, entre outros).

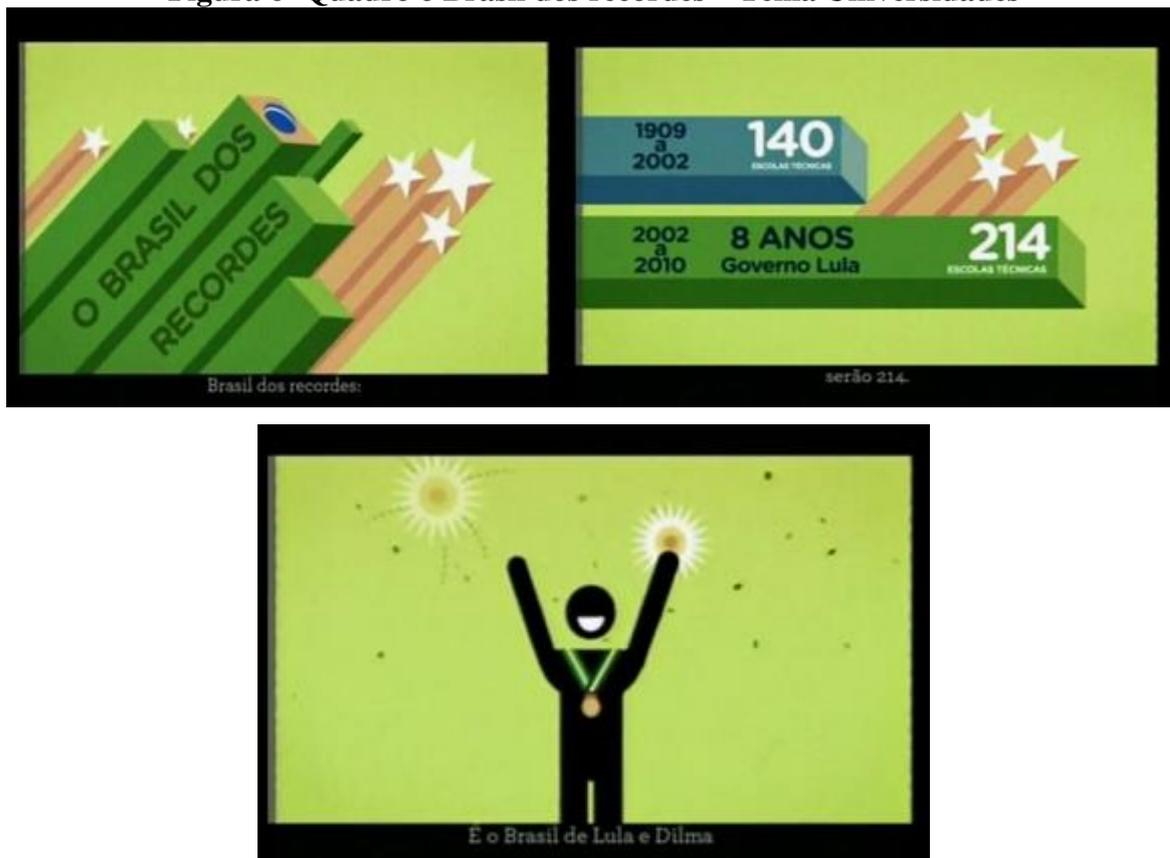
Já o segmento “*O Brasil dos recordes*” representa a tradução para o HGPE do discurso exaustivamente proclamado pelo então presidente Lula: “Nunca antes da história desse país” (informação verbal). Ambas as estratégias discursivas buscam destacar a percepção de que o desempenho dos governos de Lula em diversas áreas foi extraordinário e excepcional. Um exemplo claro dessa estratégia é o HGPE em que o segmento “*Brasil dos recordes*” é dedicado à educação. Nele, o comparativo em relação às escolas técnicas não é feito entre o governo Lula e seu antecessor, como costuma ocorrer, mas entre aquele e as realizações de governos em um século de política educacional.

Locutor *off*: De 1909 até 2002, foram criadas 140 escolas técnicas no Brasil. Nos oito anos de Lula serão 214. Ele também foi o presidente que mais criou universidades federais: 14, além de 117 extensões universitárias. É o Brasil de Lula e Dilma batendo novos recordes (informação verbal).¹¹³

¹¹³ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 24 de agosto de 2010.

As imagens que se sucedem na tela são em linguagem de desenho animado, apresentando gráficos que materializam a comparação anunciada pelo locutor *off*. Ao final, com a constatação de que as ações realizadas assumem *status* de recorde, ocorre um grito de “Brasil!”, e um personagem surge com uma medalha de ouro comemorando, com fogos de artifícios e confetes ao fundo.

Figura 6- Quadro o Brasil dos recordes – Tema Universidades



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 24/08/2010. (Acervo Pessoal)

Outro trecho do mesmo HGPE que também traz essa simbólica do ato inaugural para as ações do governo Lula é uma passagem destinada a apresentar a criação do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (FUNDEB). A narrativa é contada como uma história para crianças, na linguagem de contos de fadas:

Locutor *off*: *Era uma vez...* um país onde a educação básica não recebia os investimentos que mereceria. Agora isso é página virada. *Lula criou o FUNDEB, um fundo que aumentou em 10 vezes os investimentos do governo na educação básica. É começo de uma nova história para o Brasil* (informação verbal, grifo nosso).¹¹⁴

¹¹⁴ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 24 de agosto de 2010.

A sequência de imagens na tela se inicia com um livro cujas páginas se abrem, a linguagem é também de um desenho animado. Na sequência da narrativa do locutor *off* a página do livro é passada e uma cidade surge em cima desta. A câmera entra pela janela de uma escola e mostra a professora ensinando um garoto sentado numa cadeira. A história termina com a imagem do livro aberto e com o letreiro: “Uma nova história para o Brasil”, atrás do livro o que seria o sol, é a imagem de uma esfera que lembra a bandeira do Brasil.

Figura 7 – Quadro Uma nova história para o Brasil – HGPE Dilma Rousseff



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 24/08/2010. (Acervo Pessoal)

O Programa Bolsa Família (PBF) também foi tratado no quadro “*O Brasil dos records*”. Significativo pelo impacto social e econômico que tem nos municípios brasileiros¹¹⁵, o Bolsa Família foi apresentado no HGPE sobretudo através do uso elementos simbólicos como a luta pelo combate à fome e da capacidade do Brasil de ser exemplo para o mundo:

Locutor *off*: Criado em 2004, o Bolsa Família é hoje o maior programa de transferência de renda do mundo. Ele beneficia 12 milhões e meio de famílias e seu modelo já foi adotado por 8 países. Por isso, *Dilma vai fortalecer cada vez mais o*

¹¹⁵ Ver Relatório intitulado: “Os Efeitos do Programa Bolsa Família sobre a Economia dos Municípios Brasileiros”. Disponível em: <<http://www.ipc-undp.org/publications/mds/33P.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

Bolsa Família. Como ele, nos tornamos o líder mundial no combate à fome e à desnutrição. É o Brasil batendo mais um recorde (informação verbal, grifo nosso).¹¹⁶

A abertura do segmento usa a mesma imagem, com gráficos indicando um pódio. A primeira imagem é o número 2004, e na sequência aparece o cartão com nome Bolsa Família. Quando o locutor *off* apresenta o número de famílias beneficiadas, surge na tela um gráfico com a informação: 12,5 milhões de famílias beneficiadas, personagens representando as famílias beneficiadas são situados num pedestal, em menção ao exemplo do programa para 18 países. Por fim, uma medalha com o número 1 no centro, destacada a frase *líder mundial no combate à fome*, e palavra “fome” está em tamanho maior que as demais.

Figura 8 – Quadro o Brasil dos recordes – Tema Bolsa Família



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 24/08/2010. (Acervo Pessoal)

Há nesse segmento uma tônica forte que sugere uma reflexão sobre a vontade política dos grupos no poder. Implicitamente, o que se apresenta com esse discurso do legado é a ideia de que os governantes anteriores não promoveram as realizações porque “não quiseram”. O argumento de comparar as gestões de Lula a todo um século de políticas educacionais reforça essa percepção.

¹¹⁶ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 24 de agosto de 2010.

É relevante destacar que esse discurso do legado é permeado pela simbologia de um novo tempo. O raciocínio em destaque é o de que somente com a chegada de Lula ao Executivo Federal as políticas sociais voltadas para as camadas pobres da população ganharam visibilidade e atenção. Um exemplo desse “novo tempo” é evidenciado nos trechos abaixo, enunciados pelos apresentadores do HGPE de Dilma Rousseff,

Apresentador: *Antes do Lula, parecia que a economia ia para um lado e o povo para o outro.*

Apresentadora: *Quando se encontravam, o povo era quase sempre atropelado.*

Apresentador: *Com Lula e Dilma, tudo mudou. O social e o econômico viraram a face de uma mesma moeda.*

Apresentadora: *E o país aprendeu a crescer com inclusão social e distribuição de renda (informação verbal, grifo nosso).¹¹⁷*

Não há uma afirmação de que nada foi realizado antes (o povo *quase* sempre era atropelado), mas o que demarca o novo tempo é exatamente a ênfase dada às políticas que visam melhorar as condições de vida da população. Como sugere Carvalho (2013), num trecho que trata da Era das Mudanças no Ceará, o qual poderíamos adequar ao lulismo no tocante à narrativa do “novo tempo”,

[...] tem início quando eles [eleitores/população] são *tocados* por ela, quando suas vidas passam por *mudanças significativas*, dotadas de conteúdo simbólico forte: a conquista da casa própria; da propriedade da terra; o emprego na indústria; o acesso à água e luz; a escola para os filhos (p. 165).

Esses aspectos simbólicos também são acionados quando se trata o legado do lulismo como um projeto cujas realizações garantiram uma mudança na percepção mundial sobre o Brasil, com forte teor nacionalista. A mensagem implícita é a do “*orgulho de ser brasileiro/a*”. Foram veiculados programas específicos para evidenciar as transformações promovidas ao longo dos 8 anos de governo de Lula em cada uma das regiões do país. Reforça-se neles a simbólica do projeto de nação, de um grupo político que ao chegar ao poder teve o compromisso de realizar um “*Brasil de todos*”. Dentre as realizações, a descoberta do pré-sal, com a definição do uso dos recursos em áreas estratégicas (Educação e Saúde), e a escolha para sediar a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 são demarcadas como casos exemplares desse Brasil do qual todos os brasileiros devem se orgulhar:

Locutor off: *Pré-Sal, a gigantesca reserva de petróleo descoberta pela Petrobrás, vai tornar o Brasil um dos maiores produtores do mundo, dinamizar toda nossa indústria e gerar milhões de empregos. E por lei, a riqueza do pré-sal será investida em educação, cultura, saúde, combate à pobreza, meio ambiente e ciência e tecnologia.*

¹¹⁷ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 24 de agosto de 2010.

Abrindo novas portas para que o Brasil se transforme num país sem miséria, num país pleno de emprego, saúde e educação de qualidade. Na mais vibrante democracia do mundo emergente. Na 5ª maior economia do mundo (informação verbal).¹¹⁸

Dilma: A Copa e as Olimpíadas vieram coroar esse momento maravilhoso que o Brasil atravessa. O desafio que a gente tem pela frente é enorme e um grande estímulo para fazer o Brasil avançar ainda mais a partir de agora. [...]. Vamos enfim, ampliar a infraestrutura do país e gerar milhares de empregos diretos. Por tudo isso, trazer pra (sic) cá a *Copa e as Olimpíadas foi uma das maiores vitórias que o povo brasileiro conquistou nos últimos anos* (informação verbal, grifo nosso).¹¹⁹

O Brasil construído pós-Lula seria uma nação com “passaporte para o futuro”, pois havia descoberto uma grande riqueza, o pré-sal, e caminhava a passos largos, combinando “democracia com desenvolvimento social e econômico”. Esses seriam os motivos, conforme HGPE, que fariam o Brasil “ganhar o respeito do mundo”. As transformações que nos dariam orgulho de ser brasileiro, anunciadas diversas vezes pelo locutor *off*, ganham materialidade na suposta voz de eleitores que reconhecem a diversidade de realizações ocorridas com os oito anos de governos de Lula:

Voz masculina off: Vamos para frente que o Brasil mudou está bem melhor, vamos realizar nossos sonhos agora.

Voz feminina off: Hoje eu tenho uma casa melhor.

Voz masculina off: Emprego está bombando aí.

Voz masculina off: Carro novo, esse era o meu sonho.

Voz feminina off: *O Brasil é respeitado.* Graças ao Bolsa Família eu tenho uma profissão.

Voz feminina off: Agora a luz chegou na minha casa.

Voz masculina off: *Eu amo o meu país.*

Voz feminina off: *Eu me sinto bem orgulhosa.*

Voz masculina off: Graças a Deus, eu tenho meus filhos na escola.

Voz masculina off: Eu estou felicíssimo da vida.

Voz masculina off: *O Brasil mudou de cara.*

Voz masculina off: Eu quero que minha filha cresça no Brasil.

Voz masculina off: Melhorou mais, cada vez mais.

Voz masculina off: Esse é o Brasil que eu sempre sonhei (informação verbal).¹²⁰

Na tela, à medida que ocorrem os depoimentos, circulam imagens que sugerem o desenvolvimento do país (maquinários, prédios, trabalhadores da construção civil, indústrias, escolas etc.), e também a realização de “sonhos” individuais de brasileiros(as) (famílias em frente a casas de conjuntos habitacionais; pessoas sorrindo e mostrando a carteira de trabalho, em clara alusão ao emprego; outras segurando o cartão do Bolsa Família). Essas passagens revelam a dimensão em que o legado é apresentado no HGPE, relacionada aos aspectos materiais das realizações, os quais são expostos através de dados e relatos sobre a redução da

¹¹⁸ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 7 de setembro de 2010.

¹¹⁹ Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 24 de agosto de 2010.

¹²⁰ Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 7 de setembro de 2010.

pobreza, número de pessoas atendidas pelas políticas de saúde e educação, valores investidos, dinamização da economia, entre outros.

Locutor off: Assim, passo a passo, o Brasil inicia a maior transformação de sua história, tornando-se um país capaz de crescer e distribuir renda ao mesmo tempo. *De retirar 28 milhões de brasileiros da miséria e promover a entrada de 36 milhões na classe média.* Um país, enfim, mais forte, justo e feliz (informação verbal).¹²¹

Outra abordagem que o legado recebe no HGPE está conectada a aspectos simbólicos, evidenciados pelo tom emotivo dos discursos, na busca de destacar a sensibilidade, compromisso e cuidado com o povo. Essa discursividade encontra-se nas falas de Dilma:

Dilma Loc. Off: Porque não é a casa. É o que tem dentro da casa. *São as pessoas, o significado para você do que é que é ter uma casa. E eu acho que é isso que faz com que a gente tem força de continuar brigando para continuar fazendo acontecer aquilo que a gente quer. Que é que esse país cresça, mas ele não cresça só porque você fez uma obra aqui, outra ali. Ele cresça para que a vida das pessoas melhore.* É isso que eu acho que a gente quer (informação verbal, grifo nosso).¹²²

Dilma: O Brasil vive a maior transformação de sua história e isso não acontece por acaso. É resultado de um *modelo de governar que coloca as pessoas no centro de tudo* (informação verbal, grifo nosso).¹²³

Dilma: O Lula deu a certeza pra (sic) eles, que era obrigação do Estado fazer, que não era esmola nenhuma. Como é que é esse país não ia fazer aquilo? Então *eu acho que isso é uma forma de respeito.* Eu acho que *nós demonstramos através de práticas que respeitamos o povo brasileiro* (informação verbal, grifo nosso).¹²⁴

Dilma: *O meu olhar principal não é pros (sic) números do PIB nem pra (sic) taxa de juro. É pras (sic) pessoas.* Pra (sic) o que pode melhorar a vida de cada um de nós (informação verbal, grifo nosso).¹²⁵

As duas formas acima destacadas de apresentar o legado foram bastante exploradas no primeiro turno das eleições 2010, como forma didática de mostrar ao eleitor todas as “conquistas” dos oito anos de governo petista e, portanto, enfatizar a necessidade de continuidade desse grupo no poder.

No segundo turno, o discurso do legado assume uma função maior do que dizer o que se fez. Contemplando uma estratégia de ataque ao opositor (José Serra-PSDB), a fala sobre as realizações assume um *status* de “denúncia”, numa afirmação implícita de que os opositores tiveram a oportunidade de fazer e não fizeram. Nesse momento da disputa eleitoral é enfatizada a ideia de que o projeto petista tem compromisso com os pobres, ao passo que os

¹²¹ Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 10 de outubro de 2010.

¹²² Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 8 de outubro de 2010.

¹²³ Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 13 de outubro de 2010.

¹²⁴ Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 28 de outubro de 2010.

¹²⁵ Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 26 de outubro de 2010.

opositores têm com os ricos. Aqui ganha corpo uma estratégia publicitária que encontra eco na interpretação de André Singer (2012) sobre a polarização da sociedade brasileira entre ricos e pobres no contexto do governo Lula.

Apresentadora: No Brasil de Serra e FHC não haveria Bolsa Família. Não haveria o Minha Casa, Minha Vida, nem o Luz para Todos. 36 milhões de brasileiros não teriam alcançado a classe média e 28 milhões ainda estariam na pobreza. Não haveria PAC e nem os 14 milhões e meio de empregos criados por Lula. Agora o Serra quer voltar, mas é o Brasil que não quer voltar ao passado. O Brasil quer seguir mudando com Dilma (informação verbal).¹²⁶

Nesse sentido, o legado é tratado, no segundo turno, na linguagem do plebiscito. O discurso sobre os feitos do lulismo são expressos de forma a evidenciar o que os opositores não fizeram para os pobres ao longo de seus oito anos de mandato. No discurso plebiscitário, a estratégia de associação Lula e Dilma chega ao seu ápice com a comparação “Nos governos Lula e Dilma... Já nos governos FHC e Serra...”, como no trecho do HGPE abaixo descrito:

Locutor off: Nos tempos de FHC e Serra era assim.

Apresentador: Carro? Coisa de rico. Desemprego? Coisa de pobre. Carne da mesa? Coisa de rico. Arroz e feijão? Coisa de Pobre. Universidade? Coisa de rico. Futuro incerto? Coisa de pobre. Luz na fazenda? Coisa de rico. Escuridão na roça? Coisa de pobre. *Para eles apenas os ricos pareciam ter o direito de ser feliz.*

Apresentador 2: *Dilma e Lula inverteram o jogo.* Universidade? Direito de todos. Carne na mesa? Direito de todos. Luz? Direito de todos. Formação técnica? Direito de todos (informação verbal, grifo nosso).¹²⁷

As imagens são bastante didáticas, usando a linguagem de uma contação de histórias o bloco inicia com uma tela preta escrito o trecho “Nos tempos de FHC e Serra era assim”, em seguida surge o apresentador (1) num plano de fundo preto com duas “escadas”, de um lado ele depositava as coisas atribuídas aos ricos e do outro as coisas atribuídas aos pobres. Quando vem a afirmação síntese, “Para eles apenas os ricos pareciam ter o direito de ser feliz”, o foco está no apresentador (1). Na sequência, emerge o apresentador (2). Sentado numa mesa com plano de fundo de pessoas tocando samba e comemorando, o apresentador (2) lança cartas na mesa, como as de baralho, que mostram imagens das realizações do governo Lula as quais estava descrevendo.

¹²⁶ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 8 de outubro de 2010.

¹²⁷ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 8 de outubro de 2010.

Figura 9 – Quadro “Nos tempos de FHC e Serra versus Nos tempos de Lula e Dilma”



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 10/10/2010. (Acervo Pessoal)

Por fim, cabe destacar ainda outra forma em que o legado é apresentado no HGPE: os *jingles*. Buscando evidenciar de forma animada e descontraída as transformações vivenciadas pela população ao longo dos anos de Lula, o *jingle* é apresentado num clipe em que pessoas estão em atividades festivas e dançando nos ritmos de samba e danças folclóricas, trabalhadores em diversos espaços de ocupação, imagens da candidata conversando com eleitores e visitando obras.

O *jingle* é cantado em primeira pessoa e seu conteúdo tem forte vinculação com os depoimentos de eleitores sobre as realizações dos governos de Lula que impactaram positivamente suas vidas. Além disso, assume claramente a função de peça persuasiva, de modo a atestar para o eleitor a importância de manter o legado através da eleição de Dilma Rousseff.

Hoje eu sou mais feliz / Melhorei de vida / Hoje eu tô no batente / Salário decente / Posso viajar / Posso ver TV de noite / Para o meu filho eu tenho o que dar / A mulher tá contente o feijão tá quente / Hoje eu posso sonhar / E o país vai seguir mudando / É o que a gente quer / Seguro e com fé nas mãos dessa mulher / Meu Brasil tá querendo Dilma / Meu Brasil tá querendo continuar.

Considerando o exposto, podemos afirmar que o legado foi fundamental para a construção da imagem de *herdeira de Lula* para Dilma Rousseff. Só é possível assumir a

condição de herdeiro(a) se há um reconhecimento positivo por parte dos eleitores acerca do legado em questão. Nesse sentido, os discursos e estratégias utilizadas no HGPE para evidenciar as realizações que “transformaram o Brasil” buscavam construir uma associação entre Lula e Dilma, com vistas a indicar “[...] ao eleitor que não haveria ruptura pós-processo sucessório, uma vez que a sucessão se daria dentro do mesmo grupo político e técnico” (FIGUEIREDO *et al.*, 2000, p. 196).

4.2. “Ele veio primeiro. Ela veio depois”: a herdeira de Lula e a ênfase no discurso da continuidade

A herança foi tratada majoritariamente no repertório discursivo da política brasileira como algo negativo. Nesse sentido, vimos a consolidação de termos como “herança maldita” para caracterizar as condições difíceis (dívidas, crises com funcionalismo, etc.) nas quais um candidato recém-eleito encontra a máquina do Estado. Além dessa dimensão do aparelho estatal, própria do campo político, Barreira (2003) destaca outras interpretações produzidas no âmbito da ciência social brasileira sobre o tema:

O tema da herança política baseado na influência ou transferência de capital simbólico de representantes a postulantes a cargos de representação esteve, com muita frequência, no centro de preocupações de estudiosos clássicos e contemporâneos das ciências sociais. Sob o lema do denominado ‘continuismo’, a herança política foi percebida como afirmação das tradições oligárquicas ou lógica intrínseca que caracteriza as diferentes formas de mandonismo. O fato de fazer o sucessor, garantindo longevidade de determinadas linhagens políticas, era considerado uma espécie de ação patrimonial, oposta aos critérios democráticos capazes de incorporar os riscos e as contingências de uma eventual ruptura ou rotatividade dos espaços de poder (p. 166).

Carvalho (1999), por sua vez, destaca que a retomada e consolidação da democracia no Brasil pós-1988¹²⁸ e os processos de exercício do poder com vistas à continuidade política receberam novos contornos moldados, sobretudo pelo processo de mediação da esfera pública e a instituição da reeleição no país a partir de 1998.

A noção de ciclo político, entendida como “[...] a longevidade de uma liderança pessoal, de um grupo político ou partidário cuja permanência no poder exceda a um mandato conduzindo ao reconhecimento de sua hegemonia em determinado espaço político (nacional ou estadual)” (CARVALHO, 2011, p. 6), é tomada como ponto de partida para a

¹²⁸ Tomo o ano de 1988 como o marco para a redemocratização por dois motivos: o primeiro se remete à aprovação do novo texto constitucional, e o segundo pelo fato de as eleições diretas para presidência pós-ditadura militar só ocorrerem em 1989.

compreensão da continuidade política em cenários democráticos. Como afirmado anteriormente, a instituição da reeleição como regra eleitoral traz impacto significativo para a dinâmica da continuidade, afinal, com a possibilidade de que um grupo ou liderança seja reconduzido para mais um mandato, a constituição de ciclos políticos é facilitada por essa alteração na dinâmica institucional.

Carvalho (2011) afirma que “[...] representações sociais sobre *continuismo*, profundamente enraizadas no imaginário político brasileiro, sofrem um processo de ressignificação a partir das regras operatórias da política de imagem” (p. 2). A tese da autora é de que, com a midiaticização, os ciclos políticos produzem imagens marcas para identificá-los junto ao eleitorado e, inevitavelmente, entre as estratégias de reprodução política de um grupo passam a figurar também ações no sentido de articular imagens antigas e novas, de modo a garantir a identificação do eleitorado.

Nesse contexto, a herança política recebe novas significações, mormente quando a liderança política, ao deixar o cargo, dispõe de altos índices de popularidade pessoal e de aprovação do seu governo. Em casos como esse, a herança é positivada, e o mandatário, ao usar seu capital e prestígio político junto ao eleitor, o faz mobilizando, por vezes, uma “retórica da ameaça” (FIGUEIREDO *et al.*, 2000), que apresenta o seu sucessor(a) como a única garantia de continuidade das políticas públicas bem quistas pelo eleitor. Esse discurso dialoga com uma percepção corrente entre os eleitores de que cada governo, ao iniciar uma gestão, abandona projetos anteriores (dos adversários) a fim de inaugurar seus próprios projetos e instituir uma imagem particular de sua gestão.

As representações da herança política na construção da imagem de Dilma Rousseff, em 2010, percorrem as trilhas descritas no parágrafo acima. Dilma é apresentada no HGPE como a pessoa em quem Lula confiava para entregar o “comando da nau” que deveria seguir no “rumo certo”. No HGPE da candidata petista há uma celebração da herança, representando uma honra dar continuidade ao projeto lulista

Dilma Loc Off: *Tudo que eu quis na minha vida foi participar, ajudar o meu país. E tem uma chance que é única no mundo. E outra coisa, eu tô (sic) muito tranquila comigo mesma. Eu acho que eu tô (sic) preparada, acho que o Brasil tá (sic) preparado. E tô (sic) tranquila porque eu acho que posso dar uma contribuição. Eu acho que a minha vida me trouxe aqui. E eu acho importante esse momento para o (sic) país. Porque nós temos uma chance única.*

Dilma: *Eu tenho a chance de consolidar um processo de crescimento do Brasil de inclusão dos brasileiros de melhoria de vida dos brasileiros. Eu tenho essa oportunidade. E quando você tem uma oportunidade dessas você só pode achar que*

*a sua vida foi plena. Então eu acho a minha vida plena (informação verbal, grifo nosso).*¹²⁹

Essa imagem de *herdeira*, construída a partir da exploração de uma relação de proximidade entre Lula e Dilma, remete à “[...] influência como transferência de créditos, na medida que o desejo do mandante opera a partir da tentativa de persuasão. Nesse caso, pode-se falar de prestígio ou capacidade de instituir uma herança simbólica baseada na confiança” (BARREIRA, 2003. p. 185).

A imagem de Dilma como a *herdeira* que daria continuidade ao ciclo político de transformação do Brasil num “país de todos e todas” foi construída a partir dos quadros de sentido: a) a sua apresentação como coautora do legado dos governos lulistas; b) a associação com Lula através, também, da intensa participação dele nos programas eleitorais. Esses quadros interpretativos muitas vezes se imiscuem; a separação aqui descrita, portanto, é analítica, com fins de compreender melhor como a imagem de *herdeira* foi sendo mobilizada ao longo da disputa eleitoral.

Figueiredo *et all* (2000) afirma que numa eleição com forte ênfase no tema da continuidade os candidatos/as de situação tendem a assumir uma imagem que garanta sua “associação com o bom mundo atual”. Nesse sentido, uma das principais estratégias é a apresentação do candidato/a ao eleitor como coautor/a das realizações bem avaliadas pela população.

A apresentação de Dilma Rousseff como coautora do legado de Lula percorre todo o período de veiculação do HGPE, e já no primeiro programa Lula situa o lugar de Dilma:

Lula (*loc off*): Na primeira noite que eu passei aqui na alvorada eu pedi a Deus pra (sic) começar e terminar bem o meu governo.

Lula: Para que isso acontecesse eu precisava ter uma boa equipe. E Deus me ajudou. Além de uma excelente equipe *tive também uma chefe de equipe maravilhosa: a Dilma. Ela foi a parceira de todos os momentos. Aqui mesmo nesta sala, ficamos muitíssimas vezes até bem tarde da noite buscando soluções para o Brasil.* (informação verbal, grifo nosso).¹³⁰

Os apresentadores e o locutor *off* também cumprem a função de destacar enfaticamente a coautoria de Dilma:

Apresentador: Com Lula e Dilma, tudo mudou (informação verbal).¹³¹

Locutor *off*: Grandes feitos do governo Lula e Dilma (informação verbal).¹³²

¹²⁹ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

¹³⁰ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

¹³¹ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 21 de agosto de 2010.

¹³² Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 25 de setembro de 2010.

Locutor off: Com Lula e Dilma foram gerados quase 15 milhões de empregos (informação verbal).¹³³

Locutor off: Com Lula e Dilma a renda da população cresceu ano a ano, o emprego e o consumo também. E as famílias brasileiras consolidaram várias conquistas. Agora, quase 99% dos domicílios contam com luz elétrica e mais de 84% com água encanada (informação verbal).¹³⁴

As afirmações da coautoria nos discursos da própria candidata reforçam o pertencimento às realizações do lulismo através do uso da primeira pessoa do plural. É interessante, ainda, destacar que a parceria é apresentada no passado, mas também como futuro, propondo, portanto, uma inferência que a dupla Lula-Dilma continuaria a trabalhar juntos, com a candidata petista na presidência,

Dilma Rousseff: São histórias assim que me dão a certeza, nós vamos conseguir erradicar a miséria no Brasil. Porque o brasileiro quanto recebe apoio e atenção vai em frente, luta e realiza seus sonhos. *Nós criamos o Bolsa Família* pra isso: pra garantir esse primeiro incentivo que a pessoa necessita pra melhorar de vida. Ao mesmo tempo *geramos emprego, ampliamos o acesso ao crédito e criamos cursos de capacitação profissional* para a nossa população mais carente. É por esse caminho que vamos seguir para acabar de uma vez por todas com a miséria no Brasil (informação verbal).¹³⁵

Dilma Rousseff: No *nosso governo* 24 milhões de brasileiros deixaram para trás a pobreza extrema. É um recorde histórico, mas a gente quer ir além. *Nossa meta* é acabar definitivamente com a miséria fazendo do Brasil um país onde todos, absolutamente todos, têm a oportunidade de subir na vida. Para isso, *estabelecemos* cinco prioridades muito claras (informação verbal).¹³⁶

Dilma Rousseff: É uma sensação de que *nós conseguimos, nós fizemos* o que prometemos. Que tem muita coisa por fazer sim, mas *nós realizamos* muito pelo Brasil (informação verbal).¹³⁷

Há um único trecho no HGPE em que a candidata assume uma posição de autoria da realização; nesse caso o discurso é enunciado na primeira pessoa do singular. É relevante destacar que a realização apresentada se refere à construção de um parque eólico, demarcando, assim, a capacidade técnica de Dilma Rousseff, enfatizada nos programas eleitorais pelas posições ocupadas ao longo de sua trajetória profissional, muitas delas em postos relacionadas ao setor energético:

Dilma Rousseff: Aqui no Rio Grande do Sul *implantei projetos pioneiros* como este parque eólico em Osório um dos maiores do mundo. Essa energia gerada pelos ventos não agride o meio-ambiente e contribui para que o Brasil tenha matriz energética mais limpa do planeta. No Brasil a força dos ventos, as quedas d'água e os biocombustíveis asseguram nossa liderança em energia renovável (informação verbal).¹³⁸

¹³³ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 23 de outubro de 2010.

¹³⁴ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 13 de outubro de 2010.

¹³⁵ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 26 de agosto de 2010.

¹³⁶ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 11 de setembro de 2010.

¹³⁷ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 11 de outubro de 2010.

¹³⁸ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 23 de setembro de 2010.

O recurso discursivo da coautoria foi imprescindível para a construção da legitimidade de Dilma Rousseff como herdeira do lulismo. Não bastava apresentar suas credenciais técnicas evidenciadas por sua biografia; era necessário vincular essa capacidade às realizações dos governos de Lula. A legitimidade, portanto, derivaria do reconhecimento pelo eleitorado da cooperação da candidata com o presidente Lula ao longo dos mandatos.

Nesse sentido, a presença constante de Lula nos programas eleitorais, seja como enunciador, seja por referências dos locutores (apresentadores, apoiadores, populares) ou da própria Dilma Rousseff, é condição para a consolidação da imagem de *herdeira* para a candidata petista. A presença de Lula é crucial para dirimir quaisquer dúvidas sobre a quem de fato cabe o posto de *herdeira* do seu legado.

Essa presença atuou de modo a garantir legitimidade e credibilidade à candidata petista. Há, nos discursos de Lula, uma clara estratégia de transferência de prestígio para Dilma Rousseff, situando-a como responsável pelas realizações exitosas e promissoras do governo.

Lula (Voz Off): Eu digo sem medo de errar. *Grande parte do sucesso do governo tá (sic) na capacidade de coordenação da companheira Dilma Rousseff* (informação verbal, grifo nosso).¹³⁹

Lula: [...] sou um homem profundamente agradecido a Deus e também a cada um dos milhões de brasileiros que me retribuem com muito amor o que tenho tentado fazer pelo Brasil. *Se houve alguém ao meu lado que fez o possível e o impossível para me ajudar nisso, esse alguém foi a Dilma.* Por isso ela tem tudo para levar esse trabalho adiante, para aperfeiçoar o que fizemos e avançar no que precisa avançar (informação verbal, grifo nosso).¹⁴⁰

As falas de Lula são apresentadas por imagens dele caminhando pelo Palácio da Alvorada. Quando vai situar Dilma como a principal colaboradora na tarefa de “fazer um bom governo”, o plano de filmagem passa para um enquadramento de câmera em que Lula fala diretamente ao eleitor. Esse tipo de enquadramento visual busca produzir um efeito de intimidade e confiança entre o locutor e o eleitor. Através da simulação de uma conversa “olho no olho”, Lula faz confidências ao interlocutor/eleitor sobre seus anseios quando eleito e os desafios ao longo do governo, e atesta que Dilma foi um personagem central para que a expectativa de “começar e terminar bem o seu governo” fosse efetivado.

¹³⁹ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

¹⁴⁰ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 29 de outubro de 2010.

Na sequência seguinte, quem domina a tela é a candidata. Sentada num escritório, a interlocução ocorre com um terceiro, e o eleitor assume a posição de testemunha do relato de Dilma Rousseff:

Dilma: *O governo Lula foi para mim mais que uma escola de governo. Foi uma escola de vida. Foi uma escola de Brasil. Eu acompanhei todos os projetos. Estou preparada para dar continuidade a eles e principalmente para fazer as coisas que precisam ser feitas (informação verbal, grifo nosso).*¹⁴¹

Observando a sequência acima descrita, pode-se perceber como Lula atuou na condição de personagem-chave para inserir a candidata num regime de visibilidade e de legitimidade para a disputa eleitoral em curso. Nesse trecho, verifica-se um exemplo claro de como o patrono político usa de seu carisma e prestígio junto ao eleitorado para apresentar o seu(sua) candidato(a) como o melhor para sucedê-lo.

Além dos relatos de Lula, a campanha apresenta o vice-presidente José Alencar como testemunha da atuação de Dilma para o sucesso do governo, expondo a confiança na capacidade da candidata em seguir a trilha de sucesso deixada pelos governos de Lula:

José de Alencar: *Nós já passamos mais de cem anos da República, e tivemos raros momentos em que o Brasil foi tão bem conduzido quanto tem sido pelo presidente Lula e sua equipe. Pois bem, Dilma foi a principal peça dessa equipe. Então, ela tem condições excepcionais para dar continuidade a tudo aquilo que possa ter sido objeto de aplauso da sociedade brasileira. E mais, condições pela personalidade dela, pelo estilo dela, tem condições de aperfeiçoar as coisas porque ela tem personalidade para isso (informação verbal).*¹⁴²

O argumento de que a participação integral da candidata nas ações do governo garante sua credibilidade para suceder Lula também é explorada em outros momentos do HGPE, por meio de discursos da própria candidata:

Dilma: *O presidente Lula foi o meu grande mestre e o povo brasileiro minha grande inspiração. Hoje posso assegurar: estou pronta para presidir o meu país. Para fazer do Brasil o país que eu, você, todos nós sonhamos. Um país mais justo e solidário, onde toda família tem o direito de ser feliz (informação verbal, grifo nosso).*¹⁴³

Dilma: *Eu quero ser presidente para concluir o trabalho que iniciei junto com o presidente Lula. Esse trabalho que fez do Brasil um país muito melhor do que aquele que encontramos e que hoje caminha para ser uma das nações mais desenvolvidas do mundo. Minha candidatura é a garantia que o Brasil não vai se afastar desse caminho. Pelo contrário, com a experiência que adquiri nesses anos todos, vou acelerar as mudanças para que todas as famílias brasileiras tenham direito a uma vida melhor (informação verbal, grifo nosso).*¹⁴⁴

¹⁴¹ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

¹⁴² Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 12 de outubro de 2010.

¹⁴³ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 10 de outubro de 2010.

¹⁴⁴ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 11 de outubro de 2010.

Usando da credibilidade diante do eleitorado, Lula busca persuadir o eleitor através da comprovação e testemunho da capacidade de liderança e execução da candidata de seu partido. O relevo na contribuição de Dilma Rousseff para o bom desempenho do governo é a peça-chave para apresentá-la como a candidata que deve defender o legado produzido ao longo dos 8 anos de mandato. Nesse quesito, os elementos técnico-gerenciais destacam-se como qualidades pessoais de Dilma Rousseff que contribuíram para que Lula confiasse à candidata a tarefa de sucedê-lo na condução de seu legado:

Lula: Tem pessoas a quem a gente confia um trabalho e elas fazem tudo certo. Estes são os bons. *E há pessoas a quem a gente dá uma missão e elas se superam. Estes são os especiais. Dilma é assim.* Ela foi a grande responsável pelas maiores conquistas desse governo. *Por isso, lancei sua candidatura. Por isso, estou com ela e peço: vote na Dilma.* Ela é a pessoa mais preparada para ser presidente do Brasil (informação verbal).¹⁴⁵

Lula (Voz off): De uma coisa, vocês podem ficar certos: *quando Dilma estabelece uma meta, ela alcança. Eu tive a prova disso inúmeras vezes nos últimos anos quando coordenou o ministério e os maiores programas do governo* como Luz para Todos, o PAC e o Minha Casa Minha Vida (informação verbal).¹⁴⁶

Com vistas a permitir ao eleitor/espectador construir a mesma confiança que Lula tem em sua candidata à sucessora, o programa eleitoral constrói o recurso de uma entrevista com contornos de um teste ao qual Lula submete Dilma. No diálogo, Lula faz questionamentos a Dilma para que ela responda de modo a evidenciar que ele fez a melhor escolha para sucedê-lo. É interessante destacar que, na sequência de tomadas da palavra, fica evidente a marca da hierarquia entre eles, pois é Lula quem abre e direciona a conversa:

Lula: Dilma, você candidata a presidenta da república. Você vai ter que fazer mais, fazer melhor e fazer com mais competência porque afinal de contas você tem oito anos de experiência. Qual é a grande proposta para o futuro desse país?

Dilma: Pra mim, o grande desafio é erradicar a miséria do país. O senhor deu um passo enorme no governo. Que foi os 28 milhões que *nós tiramos* da pobreza. Dizem que é impossível erradicar a pobreza no Brasil. Pelo contrário. Todos os passos que *nós demos abriam o caminho* pra (sic) gente acabar com a pobreza no Brasil. Então, isso é muito importante no Brasil. A segunda questão é levar o Brasil a ser de fato um país em que a sua população no mínimo seja de classe média. Para isso, sem educação de qualidade nós não conseguimos chegar lá.

Lula: Eu tenho a convicção de que você é esse jeito de fazer o Brasil melhor (informação verbal, grifo nosso).¹⁴⁷

É interessante destacar que na entrevista há ênfase na fala de Lula ao argumento de que Dilma Rousseff tem experiência. A ausência de experiência como mandatária, tendo em vista que a candidata se encontrava em sua primeira disputa eleitoral, busca ser

¹⁴⁵ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

¹⁴⁶ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 21 de agosto de 2010.

¹⁴⁷ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 9 de setembro de 2010.

compensada pela trajetória de êxitos em cargos da administração pública, sobretudo nos anos de governo Lula.

Uma das funções mais representativas dos discursos de Lula no HGPE esteve relacionada à retórica da ameaça. Conforme Figueiredo *et al.* (2000), esse tipo de discurso “[...] oferece ao eleitor um elemento de cálculo, mas com forte conteúdo negativo” (p. 161), tendo em vista que à medida que apresenta o “bom mundo atual” insinua ao eleitorado a “ameaça de destruí-lo se a oposição ganhar a eleição” (p. 172).

Lula: O Brasil que ficou pra (sic) trás era o país da desigualdade, do arrocho salarial, do desemprego. O novo Brasil que estamos construindo distribui renda, cria mais de 14 milhões de empregos e eleva a maioria de sua população para a classe média. *Tá (sic) na hora de você escolher o Brasil que você quer.* O Brasil capaz de tirar 28 milhões de brasileiros da miséria e levar 36 milhões para a classe média ou o Brasil que fechava os olhos para a pobreza. *O Brasil que dava errado ou o Brasil que está dando certo e que Dilma vai continuar* (informação verbal, grifo nosso).¹⁴⁸

Lula: Era quase impossível jovem de família pobre chegar a uma escola técnica ou a uma universidade. Eu acho que nesse sentido a gente mudou muita coisa. *E a Dilma vai mudar mais ainda, eu tenho a mais absoluta certeza disso* (informação verbal, grifo nosso).¹⁴⁹

Em meio à retórica da ameaça, emerge nos discursos de Lula a função de ataque aos opositores. O ex-presidente ocupou, portanto, “[...] uma posição de porta voz do povo em favor da petista” (MARQUES, 2013, p. 79). Se a Dilma Rousseff cabia apresentar críticas ao projeto político dos opositores, Lula deveria criticar os mesmos em suas posturas ao longo da disputa eleitoral e defender a candidata dos ataques:

Lula: Uma campanha presidencial é um dos fatos mais importantes na vida de uma democracia. Você sabe que nossa candidata Dilma tem feito uma campanha elevada, discutindo propostas e ideias, mostrando o que fizemos e o que ainda e o que ainda vamos fazer pelo Brasil. Mas, infelizmente, *nosso adversário candidato da turma do contra* que torce o nariz contra tudo o que o povo brasileiro conquistou nos últimos anos *resolveu partir para os ataques pessoais e para a baixaria.* Lamento, lamento muito. Mas estou seguro de que os brasileiros saberão repelir esse tipo de campanha. Pensam que o povo se deixa enganar por qualquer história. Eles é que estão enganados: o povo brasileiro é maduro e saberá perfeitamente separar o joio do trigo. [...]. Portanto, *tentar atingir com mentiras e calúnias, uma mulher da qualidade de Dilma Rousseff é praticar um crime contra o Brasil e, em especial, contra a mulher brasileira.* Por isso *peço equilíbrio e prudência a esses que caluniam a Dilma,* movidos pelo desespero, pelo preconceito contra a mulher e também contra mim. Peço também a eles mais amor pelo Brasil. A política tem que ser a arte de construir o futuro e o progresso de um povo. É possível disputar uma eleição de forma honesta democrática e civilizada (informação verbal, grifo nosso).¹⁵⁰

¹⁴⁸ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 16 de outubro de 2010.

¹⁴⁹ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 23 de setembro de 2010.

¹⁵⁰ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 7 de setembro de 2010.

Lula: *Eu estou vendo acontecer com a Dilma o que aconteceu comigo no passado. Quando pessoas saíram do submundo da política mentindo a meu respeito. Dizendo que eu iria fechar as igrejas, mudar a cor da bandeira. Ganhei as eleições e o que aconteceu? Mais liberdade religiosa, mais respeito à vida, mais democracia, mais comida na mesa, melhor salário. Isso foi o que eu fiz pelo Brasil e é isso que Dilma vai continuar fazendo. Por isso, vote Dilma (informação verbal, grifo nosso).¹⁵¹*

De acordo com Albuquerque (1999), a estratégia de ataque aos adversários é usual em campanhas eleitorais. O que caracteriza esse tipo de discurso é que se inverte “[...] a lógica da apologia ao candidato: ao invés de associar o próprio candidato a valores positivos, o que se pretende aqui é relacionar os adversários a valores negativos” (p. 77). Os elementos descritos pelo autor são claramente observáveis no discurso de Lula: há uma denúncia de que o opositor (José Serra) está promovendo uma campanha difamatória contra Dilma Rousseff.

O fato de ser Lula o enunciador da estratégia de ataques também pode ser compreendido a partir das reflexões de Albuquerque (1999). Nas palavras do autor,

O risco se torna especialmente grande quando o próprio candidato se põe à frente da tarefa de atacar seus adversários, [...]. Candidatos mais ponderados e/ou em posição mais confortável na disputa eleitoral geralmente preferem deixar os ataques a cargo de substitutos, por cujas declarações o candidato não precisa se responsabilizar integralmente (p. 77-78).

Nesse sentido, torna-se compreensível a produção dos ataques no HGPE por meio dos enunciados de Lula, ao retirar a candidata petista da função de ataque coloca-se em seu lugar um enunciador acima de qualquer suspeita, com o qual o eleitorado possui uma relação de confiança.

Por fim, cabe destacar o papel que o apelo emocional assume nos discursos de Lula, sobretudo, na reta final da campanha eleitoral. Segundo Figueiredo et al (2000), “o apelo emocional, que pode usar tanto a retórica sedutora quando a ameaçadora, busca sensibilizar o eleitor muito mais na esperança de um porvir melhor [...]” (p. 162). Lula, por sua vez, ao assumir o tom emocional em seus discursos explora seu prestígio e empatia junto à população com vistas a fortalecer os nexos entre ele e sua herdeira:

Lula: *Você que acredita em mim e acha bom o meu governo não tenha dúvida vote na Dilma. Igual a mim, a Dilma gosta dos pobres respeita a vida, a paz, a liberdade e as religiões. Votar na Dilma é votar em mim com a certeza de um governo ainda melhor. Hoje o Brasil está em outro patamar. O governo trabalha com velocidade e com Dilma nada vai parar. Ela é a certeza do Brasil seguir mudando (informação verbal, grifo nosso).¹⁵²*

Lula (em discurso para população): Eu faço aniversário dia 27 de outubro. Quatro dias antes das eleições. Eu sei que se eu pudesse pedir um presente pra vocês, eu não

¹⁵¹ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 8 de outubro de 2010.

¹⁵² Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 30 de setembro de 2010.

iria pedir um presente pra mim. Eu ia pedir um presente pra 190 milhões de brasileiros. Eu ia pedir pra vocês me darem de presente a eleição da Dilma Presidente da República deste país (informação verbal).¹⁵³

Lula (em discurso voz off): Eu colocaria minhas duas mãos no fogo por ela (informação verbal).¹⁵⁴

Lula: Daqui a 2 meses eu não serei mais presidente e *ficaria muito feliz em ver a companheira Dilma continuar esse trabalho*. Porque ela é guerreira e competente. E me ajudou muito a chegar até aqui. Pela primeira vez, depois de 5 eleições, o meu retratinho não vai estar lá na urna. Mas *na hora que você apertar lá o 13 e aparecer o retratinho da Dilma você vai tá (sic) votando na candidata mais preparada para ser presidente e também vai tá (sic) votando um pouquinho em mim*. Por isso, *você que apoia a mim e a Dilma não deixe de votar nesse domingo*. Temos que defender o que já conquistamos e garantir um futuro ainda melhor para os nossos filhos e nossos netos. Muito obrigado e uma feliz eleição (informação verbal, grifo nosso).¹⁵⁵

O apelo emocional na produção da imagem de herdeira também é encontrado num clipe estruturado como um testamento de Lula para Dilma:

Deixo em tuas mãos o meu povo e tudo o que mais amei. / Mas só deixo porque sei que vais continuar o que fiz. / E meu país será melhor e o meu povo mais feliz. / Do jeito que sonhei e sempre quis. / Agora as mãos de uma mulher vão nos conduzir. / Eu sigo com saudade, mas feliz a sorrir. / Pois sei, o meu povo ganhou uma mãe que tem um coração que vai do Oiapoque ao Chuí. / Deixo em tuas mãos o meu povo.
(Grifo nosso)

Declamado no HGPE com uma toada¹⁵⁶ sertaneja, as referências dialogam nitidamente com a musicalidade nordestina. Do ponto de vista visual, sucedem-se na tela imagens de Lula caminhando no Palácio da Alvorada e cenas da posse de Lula, com ele acenando para a população. Em seguida, há o corte para pessoas acenando em ambientes diversos. Pessoas sorrindo, olhando o horizonte em ambiente de trabalho. Corte para Lula e Dilma juntos de mãos dadas. Dilma tirando fotos com alunos e trabalhadores. Imagem antiga de Lula com multidões de operários. Dilma sorrindo, abraçando e conversando com pessoas. Imagens de paisagens naturais. Lula e Dilma se abraçando; entrecorte de pessoas sorrindo. Dilma mandando beijo e acenando com o “V” da vitória.

Há na veiculação desse clipe um forte componente de emoção, que se evidencia desde a musicalidade da toada, passando pelo conteúdo do discurso apresentado até as imagens selecionadas para expressar a despedida de Lula e a chegada de Dilma à Presidência da República. Essa peça insere-se, portanto, na definição construída por Albuquerque (1999): “[...] os cliques políticos se constituem, então, como veículos privilegiados para a mobilização

¹⁵³ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 22 de outubro de 2010.

¹⁵⁴ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 15 de outubro de 2010.

¹⁵⁵ Locutor *off* em programa partidário de Rousseff exibido em 29 de outubro de 2010.

¹⁵⁶ De acordo com o Houaiss Eletrônico da Língua Portuguesa (2012), toada é a “[...] designação atribuída a qualquer cantiga de melodia simples e monótona, de texto curto (brejeiro ou sentimental), não romanceada, mas com estrofe e refrão.

emocional do eleitorado, de modo a construir uma comunidade imaginada em torno do candidato” (p. 93).

Produzida a imagem de *herdeira* a partir dos discursos de coautoria e da transferência de credibilidade do patrono para a afilhada política, o HGPE propõe uma síntese como modo de consolidar na “cabeça do eleitor” essa imagem, a qual mobiliza a lógica sequencial inferida pela noção de herança. A peça publicitária síntese dessa estratégia é intitulada “*Ele veio primeiro, ela veio depois*”, descrita abaixo:

Tabela 1 – Descrição da Peça Publicitária “Ele veio primeiro, Ela veio depois” (cont.)

SOM	IMAGEM
Rapaz: Ele veio primeiro. Ela veio depois.	<i>Close</i> em rapaz que segura um diploma ao lado da cabeça. Depois de falar, mostram imagens de pessoa usando computador e trabalhando. Rapaz mostra a carteira de trabalho.
Mulher 1: Ele veio primeiro. E ela veio depois.	<i>Close</i> em mulher que mostra cartão Bolsa Família. Depois mostra cenas de pratos com comida sendo servido à mesa. E logo após mostra mulher sentada mostrando uma mesa farta de comida.
Mulher 2: Ele veio primeiro. Ela veio depois.	A mulher mostra a carteira de trabalho, numa inferência ao emprego conseguido. Imagens de alguém usando uma geladeira. Mulher fala a fechando a porta da geladeira
Apresentador: Ele veio primeiro. Agora... Ela é quem vem depois. <i>Uma coisa leva a outra</i> . Com o Lula o Brasil mudou. Com Dilma vai seguir mudando.	Ele está em pé e aponta para uma grande foto em preto e branco de Lula da Silva à sua direita. Na foto Lula está sorrindo. <i>Close</i> no apresentador. Depois fotos de Dilma passam rapidamente. Apresentador mostra foto de Dilma à sua esquerda. A foto é a oficial da campanha em preto e branco. O apresentador anda e as duas fotos se aproximam. O apresentador fica entre as duas fotos. Na foto de Dilma aparece seu nome e o número 13.

Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 26/08/2010. (Arquivo Pessoal)

Essa peça simplifica a linguagem da herança, apontando para o eleitor a “naturalidade” da eleição de Dilma como consequência da saída de Lula da Presidência da República. Assim como o emprego é produto da formação profissional, a comida na mesa é fruto da renda obtida com o Bolsa Família e a compra dos eletrodomésticos é resultado do trabalho, Dilma é apresentada como (con)sequência de Lula.

Figura 10 – Sequência de imagens – “Ele veio primeiro, Ela veio depois”



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 26/08/2010. (Acervo Pessoal)

A lógica de *uma coisa leva à outra* infere uma inevitabilidade da eleição de Dilma Rousseff caso a escolha do eleitor seja pela continuidade do projeto político em curso. No tocante às imagens visuais, a aproximação das fotografias de Lula e Dilma sugere a não ruptura e a ideia de que patrono e afilhada continuarão trabalhando em parceria.

A imagem da herdeira como estratégia de transferência de capital político e eleitoral chega ao ápice quando Lula afirma, no HGPE, que Dilma é igual a ele, e que se o eleitor votasse na candidata petista seria como se estivesse votando nele. Esse arco interpretativo se consolida com os relatos de eleitores atestando que Dilma foi uma boa escolha de Lula e que seu futuro governo seria de continuidade:

Deponente sem identificação: A Dilma é a mais experiente hoje. Ela é a mais indicada hoje e o Lula acertou.

Deponente sem identificação: Ela ficará na história como a melhor presidenta do nosso país.

Mulher, sem identificação: A Dilma é a continuação do que o Lula já fez pra gente né?) (informação verbal).¹⁵⁷

A associação entre Lula e Dilma também foi trabalhada através de um *jingle*, cujo uso revela a importância desse gênero como produtor de “[...] sínteses das campanhas e das preocupações dos candidatos” (LOURENÇO, 2011, p. 1). Ainda de acordo com Lourenço (2011), as trilhas sonoras produzidas para as campanhas eleitorais são marcadas pela “[...]”

¹⁵⁷ Deponentes sem identificação em programa eleitoral de Dilma Rousseff exibido em 30 de setembro de 2010.

linguagem francamente emotiva, que reforce estes pontos, tentando fixar no eleitor uma idéia-chave, um conceito, sobre a candidatura” (p. 4). Desse modo, o *jingle* busca evidenciar o apoio de Lula à Dilma, assim como atestar a linha de continuidade entre os governos de ambos.

Meu Brasil querido vamos em frente sem voltar pra trás. / Pra seguir mudando, seguir crescendo, ter muito mais. / Meu Brasil novo, o Brasil do povo que o Lula começou. / Vai seguir com a Dilma, com a nossa força, com o nosso amor. / Ela sabe bem que faz. / Ela já mostrou que é capaz. / *Ajudou o Lula* a fazer pra gente um Brasil melhor. / *Lula tá com ela, eu também tô.* / Veja como Brasil já mudou. / Mas a gente *quer mais e melhor é com a Dilma que eu vou* (informação verbal, grifo nosso).¹⁵⁸

As imagens que compõem o clipe no qual o *jingle* é veiculado apresentam pessoas em espaços de lazer e do trabalho, crianças praticando esporte, a candidata cumprimentando eleitores e tirando foto com trabalhadores, conversas entre Dilma e Lula, e se conclui com Dilma acenando e mandando beijo para os eleitores fazendo o “V” de vitória. Cantando num tom festivo, o *jingle* busca consolidar junto ao eleitor a imagem de *herdeira* para Dilma.

A *herdeira* é, portanto, a imagem produzida com o fim de apresentar Dilma Rousseff como representante legítima do lulismo nas eleições 2010. Essa estratégia leva em consideração o carisma de seu patrono político junto ao eleitorado, e por esse motivo a escolha de Dilma é tributada a Lula. Tal escolha é explicada ao eleitor em virtude da confiança de Lula na candidata, fruto do trabalho exemplar que desempenhou quando ministra de seus governos. A síntese enquadramento interpretativo seria demonstrada pela sentença: o eleitor confia em Lula, que confia em Dilma, portanto, o eleitor pode confiar em Dilma.

4.3. “A primeira mulher presidenta do Brasil”: o pioneirismo e a identidade de gênero como estratégias de ampliação da representação simbólica

No percurso para a construção de uma imagem pública da candidata, destacam-se os esforços da campanha de Dilma Rousseff em realçar elementos relacionados à sua identidade de gênero. Essa estratégia é explorada durante toda a campanha eleitoral e ganha forte ênfase no contexto do segundo turno, quando a candidata petista passa a polarizar o cenário eleitoral contra José Serra (PSDB).

O destaque à condição de gênero revela um componente discursivamente importante a ser mobilizado na disputa: a inovação de uma mulher na Presidência da

¹⁵⁸ *Jingle* exibido em programa partidário de Rousseff exibido em 21 de agosto de 2010.

República. O discurso de gênero é relevante para o processo de construção de uma imagem pública singular, pois se apresenta como peça fundamental na busca por ampliação simbólica do ciclo político. A condição de gênero permite incluir um componente de inovação em meio a uma candidatura de continuidade: “Dilma é continuidade. Dilma é inovação (informação verbal).¹⁵⁹ Barreira (1998) afirma que o uso dos atributos de gênero nos discursos de mulheres que se apresentam no cenário político é uma forma de construir identificações e diferenciações políticas. Para a autora, a presença das mulheres nos espaços políticos está submetida “[...] a uma série de rituais que aparecem na constituição de discursos, na produção de imagens e outros símbolos dotados de características específicas” (p. 107).

Nos discursos e imagens veiculados no HGPE, além de uma celebração da condição de mulher, a candidata busca também construir identificações acionando representações como mãe, mulher de luta/coragem e mulher comum. Outro recurso utilizado para a construção de identificações são interpelações como “*brasileiras e brasileiros*”. Saudações como estas, típicas dos discursos de mulheres em cenários políticos, são recorrentes nas comunicações realizadas por Dilma Rousseff. Segundo Barreira (1998), “[...] a interpelação às mulheres chama a atenção para as possibilidades de identificação política pela condição de gênero” (p. 106). O discurso de gênero também é acionado para destacar o enquadramento interpretativo do pioneirismo de uma mulher na posição da Presidência da República, expressões como “*eleger a primeira mulher Presidenta da República*” ganham relevância no HGPE. As representações anteriormente citadas ganham espaço também nos *jingles* e clipes produzidos pela campanha.

Nessa seção, analiso como o acionamento dessas representações vão compondo as estratégias de identificação e diferenciação pertinentes à construção de uma imagem pública de Dilma Rousseff na eleição presidencial de 2010. Tais estratégias compõem o enquadramento interpretativo mais geral que busca apresentar a candidata como a liderança capaz de dar continuidade ao lulismo.

O destaque à condição de gênero é apresentado logo no primeiro HGPE, veiculado no dia 17 de agosto, no período da tarde. É interessante destacar que esse primeiro programa é dedicado a uma apresentação de Dilma Rousseff como mulher, mãe, militante, amiga, ministra. O legado do lulismo não é enfatizado, sendo mencionado através da trajetória da candidata no governo. A referência à inovação da candidatura de uma mulher ao mais alto posto de comando do país é feita por Lula, num discurso apresentado no início do HGPE:

¹⁵⁹ Programa eleitoral de Rousseff.

Voz de Lula em discurso: Eu realmente fico muito feliz de saber que eu posso entregar a faixa presidencial para uma companheira do meu partido e uma *companheira mulher* é uma coisa gratificante (informação verbal).¹⁶⁰

Na sequência à fala de Lula, emerge o discurso de Dilma Rousseff no contexto da indicação à candidatura para sucessão presidencial:

Dilma Rousseff (Loc. Off): *É em nome de todas as mulheres do Brasil, em especial, da minha mãe e da minha filha que recebo essa homenagem e essa indicação para concorrer à Presidência da República (informação verbal, grifo nosso).*¹⁶¹

O discurso da candidata traz à tona a percepção de que as mulheres, ao adentrarem em campos de atuação pouco identificados socialmente com o feminino, estão a representar não somente a si próprias, mas a todas as mulheres. Esse conteúdo evidencia a pretensão de demarcar de início uma identificação pela condição de gênero. Nas palavras de Barreira (1998), “[...] o anúncio da condição feminina em primeiro plano representa a busca de uma ordem interativa, que põe em ritual apelos marcados por diferenças entre homens e mulheres” (p. 131).

Nesse sentido, a campanha de Dilma Rousseff estrutura um conjunto de elementos que visam celebrar a condição feminina, afirmando o valor das mulheres e sua importância para a história política e social brasileira. Essa estratégia pretende aglutinar “[...] bens culturais e simbólicos já constituídos e transformando-os em capital político” (BARREIRA, 1998, p. 146) de legitimação da candidatura das mulheres:

Locutor Off: O Brasil despertou para suas mulheres e sonha com um país sem preconceito, sem discriminação, sem violência doméstica. Onde homens e mulheres têm direitos iguais.

Dilma Rousseff: As mulheres lutaram muito para conquistar seus direitos, para conquistar seu lugar no mercado de trabalho, na arte, no esporte, na política. Minha candidatura simboliza essas novas conquistas. Caso seja eleita, vou honrar o meu compromisso com todas as mulheres brasileiras (informação verbal).¹⁶²

O HGPE veiculado em 07 de setembro, ainda no primeiro turno, foi bastante significativo dessa estratégia de valorização das mulheres. Nele, a história do Brasil é contada através da contribuição de diversas mulheres:

Loc. Off: Primeiros anos de 1500. Uma índia se casa com o português Diogo Caramuru e inicia a formação de um povo novo e mestiço, o povo brasileiro: Catarina Paraguaçu.

¹⁶⁰ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

¹⁶¹ Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

¹⁶² Locutor *off* em programa eleitoral de Rousseff exibido em 29 de outubro de 2010.

1835. Indignada com a escravidão ela se engaja na luta dos Malês (sic) pela liberdade: Luíza Mahin.

1877. Ao romper barreiras ela partiu para reinventar a música brasileira: Chiquinha Gonzaga

1888. Uma mulher Sanciona a Lei que abole a escravidão: Princesa Isabel.

Anos 30 e 40. Uma mulher projeta a cultura e a alegria brasileira em todo mundo: Carmem Miranda.

*As mulheres ajudaram a mudar o Brasil. Com Dilma o Brasil vai seguir mudando. E sendo, cada vez mais a nossa amada Pátria Mãe (informação verbal, grifo nosso).*¹⁶³

É relevante observar que as mulheres são situadas como agentes de mudança, o que identifica a candidata como um sujeito capaz de dar sequência à mudança iniciada pelos governos de Lula em decorrência da vinculação a esse “projeto político de transformação”, mas, também, pela condição de gênero: “As mulheres ajudaram a mudar o Brasil”. Em outro trecho do HGPE, Dilma é associada a grandes mulheres através do depoimento de um eleitor:

Luiz Ferreira: Quando a gente fala em Dilma, faz lembrar uma Anita Garibaldi, faz lembrar uma Madre Tereza de Calcutá, faz lembrar uma Joana D’arc. Por quê? Porque todas essas mulheres ficaram na história. Todas essas mulheres ultrapassaram a sua época (informação verbal).¹⁶⁴

Ainda em referência à celebração da condição feminina, a campanha eleitoral apresentou um *jingle* que buscava enfatizar características “típicas das mulheres”:

Mulheres são *fortalezas divinas* / São belas e bailarinas / São preto no branco, *guerreiras de fé* / Mulher / Mulheres são *pulso firme* / Mas com a voz e o amor de mãe / São predestinadas a vencer / Assim é a mulher / Contra a insegurança / Mulheres / A favor do Brasil / Mulheres / A favor da ordem / A favor do progresso / Queremos mulher (informação verbal, grifo nosso).¹⁶⁵

A música é cantada por uma mulher e um homem, dividida em dois momentos. Inicialmente, a primeira voz é masculina; no segundo trecho, a voz destacada é feminina, e no refrão as vozes cantam juntas. O clipe que acompanha o *jingle* é permeado por imagens de mulheres em várias gerações e etnias, em sua maioria sorrindo, e conclui-se com uma imagem de Dilma Rousseff soltando beijos para eleitores e fazendo o “V” de vitória com os dedos.

Todas as imagens estão em preto e branco; a única imagem colorida é a imagem da candidata.

¹⁶³ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 7 de setembro de 2010.

¹⁶⁴ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 13 de outubro de 2010.

¹⁶⁵ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 11 de setembro de 2010.

Figura 11 – Imagens de mulher em *Jingle* – HGPE Dilma Rousseff (cont.)



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 11/09/2010. (Acervo Pessoal)

Os conteúdos musicais e imagéticos do clipe levam à inferência de que, a despeito dessa diversidade, há um repertório comum de experiências vividas pelas mulheres que possibilitam a produção de sínteses sobre o “ser mulher”.

Entre os elementos que constituiriam essa identidade de gênero, a campanha eleitoral de Dilma Rousseff destaca a representação da *mulher de luta*, *mulher guerreira* (*fortalezas divinas*, *pulso firme*). As associações da candidata petista a essa representação são

apresentadas no HGPE através das falas do locutor *off*, de eleitores, de apoiadores e da própria Dilma Rousseff:

Bruna Vieira: A Dilma tem uma fibra, uma garra que ele demonstrou já. Ninguém tem dúvida disso. E ela vai fazer muito mais ainda.

Voz locutor *off*: Quebrar tabus, vencer barreiras e preconceitos, tem sido assim toda a vida de Dilma. (informação verbal).¹⁶⁶

Dilma Rousseff: Tem gente que me acha muito durona e exigente. Mas realmente quando é para colocar as coisas em ordem eu não costumo brincar (informação verbal).¹⁶⁷

Chico Buarque de Holanda: Eu vim aqui reiterar o meu apoio entusiasmado à Dilma. Essa mulher é de fibra, essa mulher já passou por tudo, que não tem medo de nada (informação verbal).¹⁶⁸

Em seus discursos, a candidata busca consolidar esta representação das mulheres de luta com vistas a construir uma identificação entre ela e as demais mulheres, a partir de uma noção de cumplicidade.

Barreira (1998) afirma que o uso de características relacionadas ao masculino, como fortaleza, coragem e garra, para compor imagens de mulheres em cenários políticos revela que “[...] mulheres portadoras de atributos ‘masculinos’ estão aptas a ingressar na política, ou melhor, até mais preparadas em razão do acréscimo de outras qualidades” (p. 107). Essa síntese de características socialmente definidas como femininas e masculinas é atribuída à Dilma Rousseff em trechos do HGPE. É relevante destacar que essas associações incorrem na estereotipia dos atributos femininos (fragilidade, sensibilidade, meiguice) e masculinos (assertividade, objetividade):

Dilma Rousseff (Loc. *Off*): Muitas vezes as mulheres foram, pelo menos Secretária de Educação.

Dilma Rousseff: Agora, tinha certas áreas que era como se tivesse escrito na porta: ‘vedada a entrada de mulheres’. Porque também tem o estereótipo né: frágil e meiga. *A gente é frágil e meiga, mas não é só frágil e meiga. Somos capazes de decidir, temos posição, somos assertivas* (informação verbal, grifo nosso).¹⁶⁹

Olívio Dutra: *A Dilma tem uma sensibilidade à flor da pele e tem também objetividade* e uma capacidade muito grande de compreender ritmos diferenciados de uma equipe que tem que atuar em conjunto para alcançar um objetivo (informação verbal, grifo nosso).¹⁷⁰

Ainda sobre a articulação de elementos femininos e masculinos na constituição da personalidade das candidatas, Barreira (1998) destaca que por serem oriundos de um universo simbólico nos quais as mulheres não foram socializadas, os atributos tornam-se ainda mais

¹⁶⁶ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 14 de outubro de 2010.

¹⁶⁷ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 15 de outubro de 2010.

¹⁶⁸ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 20 de outubro de 2010.

¹⁶⁹ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 10 de outubro de 2010.

¹⁷⁰ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 13 de outubro de 2010.

autênticos. Nesse sentido, os discursos e as imagens de mulheres em cenários políticos buscam evidenciar essa articulação entre as características dos universos masculino e feminino, como forma de condensar “[...] símbolos considerados essenciais para o desempenho da função de liderança” (BARREIRA, 1998, p. 107).

Essa estratégia discursiva dialogava com reflexões oriundas na sociedade sobre as condições sociais e políticas do exercício do poder pelas mulheres. Um exemplo desse debate ocorreu em meio à campanha eleitoral: Dilma Rousseff narrou que estava num aeroporto e foi abordada por uma menina que perguntou: “Mulheres podem?”. A candidata disse que não havia entendido a pergunta e questionou a menina sobre o que as mulheres podiam, e a menina complementou: “Ser presidente?”. Esse episódio, segundo Dilma Rousseff, explicitou claramente a desigualdade de gênero, e demonstrou a importância do discurso em defesa de uma sociedade mais igual para mulheres e homens. A resposta que Dilma Rousseff deu à menina foi: “Sim, as mulheres podem”.

Esse episódio foi mobilizado pela campanha eleitoral como mais uma forma de afirmar a capacidade de um determinado segmento social, nesse caso as mulheres, chegar ao mais alto posto de poder. Debate análogo já havia sido amplamente mobilizado na campanha de Barack Obama à presidência dos Estados Unidos da América, em 2008. O *slogan* “*Yes, we can*” (Sim, nós podemos) referia-se explicitamente à possibilidade de eleger o primeiro presidente negro dos EUA.¹⁷¹ Barreira (1998) afirma que no caso das mulheres “[...] o exame da capacidade de gestão não é feito a partir de uma pergunta dirigida pessoalmente à candidata e sim ao gênero do qual ela faz parte: têm as mulheres condição de exercer cargos executivos?” (p. 106).

Os usos de expressões como essas, “*sim, as mulheres podem*” e “*sim, nós podemos*” nos levam a refletir como as candidaturas de segmentos historicamente marginalizados de uma dada sociedade acionam discursos com forte apelo emocional para explicitar a desigualdade e também a luta por afirmação.

A identificação com o universo das mulheres buscou acessar, no imaginário da população brasileira, em especial do feminino, a noção de que as mulheres são dotadas de grande força interior. Dilma encarnou a imagem da brasileira lutadora e vencedora de desafios; prova disso foram os elementos escolhidos em sua biografia que receberam destaque no HGPE: as vitórias da candidata no campo profissional como ministra e secretária de

¹⁷¹ Sobre campanha e vitória de Barack Obama, ver: ANDRE, José Gomes. A vitória de Obama: significado, causas e consequências. *Relações Internacionais*, Lisboa, n. 21, mar. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-91992009000100007&lng=pt&nrn=iso>. Acesso em: 20 mai. 2014.

Estado; no campo pessoal, como a resistência à tortura durante a ditadura militar e a luta contra o câncer.

Se por um lado é exigido às mulheres candidatas evidenciar a associação com atributos considerados socialmente como masculinos, por outro é imprescindível que destaquem as especificidades e diferenças do feminino: maternidade, cuidado, sensibilidade, entre outros.

As imagens *mulher* e *mãe* são recorrentemente associadas ao repertório de representações sociais. A possibilidade biológica de engravidar é construída socialmente através dos imaginários que condicionam a realização das mulheres à maternidade e articulam a capacidade de um amor incondicional às mulheres traduzido no cuidado com os filhos. Socialmente, mãe é uma palavra associada ao cuidado, afeto, sensibilidade, proteção. No campo político, o uso da imagem *mãe* busca trazer para a construção das imagens públicas das mulheres estas características tidas como “naturais” da condição do feminino.

No que se refere à imagem pública de Dilma Rousseff, o atributo mãe foi acionado ainda no período pré-eleitoral, quando Lula a qualificou como “mãe do PAC”. Ao longo da campanha eleitoral, Dilma Rousseff apresentou sua faceta mãe tirando “um dia de folga” da campanha para ir visitar o neto que havia acabado de nascer, e também relatando a experiência da maternidade:

Dilma Rousseff (Loc. Off): A Paula é minha filha única criada com toda a maluquice que passa na cabeça de uma mãe quando acha que o seu bebê, né (sic), se tiver dormindo, tá dormindo demais essa menina, se estiver acordada, essa menina não tá dormindo. Acho que a gente quando nasce o filho, sabe qual é a sensação? De que você é uma *pessoa privilegiada*. Essa *doação sem pedir nada em troca é única*, é única (informação verbal, grifo nosso).¹⁷²

Esses depoimentos da candidata sobre a maternidade reforçam os estereótipos associados à experiência: amor incondicional, realização plena, entre outras. Explorar a condição de mãe da candidata remete à intenção de aproximá-la das demais mulheres-mães, que podem se identificar com as “dores e delícias” advindas da maternidade. Essa estratégia também pode voltar-se para os demais eleitores, pois, inclusive, os homens podem reconhecer essas características a partir das experiências vividas com suas mães. Nesse sentido, destacar a especificidade de gênero relacionada à maternidade não indica necessariamente a produção de uma identidade de gênero “dirigida contra os homens” (TOURAINÉ, 2011, p. 28).

A condição de mãe também foi trabalhada no HGPE no sentido de complementaridade à ideia de Lula como pai do povo. O lulismo seria, desse modo, o ciclo

¹⁷² Programa eleitoral de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

político em que os governantes pensam no povo como os pais pensam nos filhos. As ações são orientadas pelo cuidado, o fazer político assume uma dimensão emocional. Em depoimentos de eleitores e nos *jingles* da campanha, Dilma Rousseff assume a posição de “mãe do povo brasileiro” que daria continuidade aos feitos de Lula:

Marilane (Eleitora): A comunidade chama Lula de pai, entendeu? Porque realmente foi um homem que se preparou pra (sic) isso. *Pra (sic) dirigir o seu país, mas pensando na igualdade, pensando na classe lá embaixo.* Ele entrou com essa luz para pros (sic) pobres. *O pai do povo é ele.* Eu espero que Dilma Rousseff seja a *mãe do povo* (informação verbal, grifo nosso).¹⁷³

Essas representações também são apresentadas num *jingle* cuja letra corresponderia a um “testamento” de Lula para a candidata: “Agora as mãos de uma mulher vão nos conduzir / Eu sigo com saudade, mas feliz a sorrir / Pois sei, *o meu povo ganhou uma mãe* / Que tem um coração que vai do Oiapoque ao Chuí”. Ainda nesse programa, Dilma diz: “*Quero fazer com cuidado de mãe* o que precisa ainda ser feito. Este é o meu sonho” (informação verbal, grifo nosso).¹⁷⁴

A defesa da ampliação da participação das mulheres na política ocorre em virtude da valorização das habilidades desenvolvidas através da experiência maternal. Habilidades que seriam transpostas para a vida pública conformando uma forma diferente de fazer política. Essa perspectiva se consolida teoricamente na ideia de “política do desvelo”, ou “pensamento maternal”, que, segundo Miguel e Biroli (2014), afirma que

[...] as mulheres trariam um aporte diferenciado à esfera política, por estarem acostumadas a cuidar dos outros e a velar pelos mais indefesos. Com uma presença feminina mais expressiva nas esferas de poder, haveria o abrandamento do caráter agressivo da atividade política, que é visto como sendo inerentemente masculino. As mulheres trariam para a política uma valorização da solidariedade e da compaixão, além da busca genuína pela paz; áreas hoje desprezadas nos embates políticos, como amparo social, saúde, educação ou meio ambiente, ganhariam atenção renovada (p. 69).

Essa perspectiva do pensamento maternal é amplamente desenvolvida na campanha de Dilma Rousseff por dois motivos: a) o lulismo já traria em seu bojo uma política do cuidado e b) por ser uma mulher-mãe, Dilma Rousseff teria ainda mais sensibilidade para ampliar as ações dessa política.

Locutor Off: Luiz Inácio Lula da Silva, o primeiro operário presidente do Brasil. E o que um *operário entendia de presidência?* Tudo. Porque *ele entendia de gente.* É por isso que agora as pessoas querem sonhar de novo e querem eleger uma brasileira para a presidência. *Experimentar o olhar feminino* cuidando das nossas crianças.

¹⁷³ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 26 de agosto de 2010.

¹⁷⁴ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 17 de agosto de 2010.

Experimentar *um jeito ainda mais sensível de governar*. O Brasil está querendo fazer história mais uma vez (informação verbal, grifo nosso).¹⁷⁵

A noção de que o lulismo seria caracterizado por uma política do cuidado foi sendo construída ao longo da campanha eleitoral de 2010. Como apontado anteriormente, uma imagem fortemente associada aos governos de Lula é a de que mais importante do que os números, são as pessoas:

Locutor Off: Alguns governos veem o mundo só pelos olhos da economia. Aí, tudo vira número. Outros governos veem o mundo só pelos olhos das obras. Aí, tudo vira pedra, tijolo, prédio. E há um *tipo raro de governo que vê o mundo pelos olhos das pessoas*. Aí, o número vira gente, prédio vira gente e gente vira muito mais gente. É este governo, de olhar social, *onde as pessoas são o centro de tudo* que Lula vem fazendo. E Dilma vai continuar e ampliar (informação verbal, grifo nosso).¹⁷⁶

Dilma Rousseff: Para mim, *cuidar das pessoas* é ajuda-las a subir da vida, a realizar sonhos. Foi isso que o governo do presidente Lula fez. É isso que o meu governo vai continuar fazendo: *olhar para as pessoas* (informação verbal, grifo nosso).¹⁷⁷

A linguagem do cuidado nas políticas públicas, no lulismo, é classificada de *olhar social* no qual “as pessoas são o centro” das preocupações e realizações do governo. Os dados e relatos veiculados no HGPE sobre os impactos dos programas governamentais de enfrentamento à desigualdade e geração de emprego e renda compõem a densidade da imagem de uma gestão que “cuida das pessoas”.

A construção de um “olhar” ainda mais sensível na condução das políticas públicas como singularidade de um governo liderado por uma mulher é indicada por Dilma Rousseff como uma das características fundamentais de sua futura gestão. A candidata menciona o “olhar feminino” como o diferencial para a decisão sobre como lidar com os determinados temas.

Dilma Rousseff: *Mulher tem essa, esse lado do cuidado*, e acho que nós também temos uma característica: a gente olha o processo inteiro, do início ao fim, quase analiticamente. Acho que os homens são mais sintéticos. Então, *a mulher cuida mesmo* (informação verbal, grifo nosso).¹⁷⁸

Dilma Rousseff: O crack é um crime contra as pessoas as pessoas, contra a juventude, contra o Brasil. Para vencê-lo precisamos de três coisas: autoridade, *carinho* e apoio. Apoio para impedir que mais jovens caiam nessa armadilha. *Carinho para cuidar dos que precisam se libertar do vício*. Autoridade para combater e derrotar traficantes. Nós brasileiras e brasileiros vamos vencer essa luta. E nós, *mães brasileiras*, vamos estar na linha de frente (informação verbal, grifo nosso).¹⁷⁹

¹⁷⁵ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 28 de outubro de 2010.

¹⁷⁶ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 10 de outubro de 2010.

¹⁷⁷ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 22 de outubro de 2010.

¹⁷⁸ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 17 de outubro de 2010.

¹⁷⁹ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 17 de outubro de 2010.

O “olhar feminino” é essencializado a partir de características que reforçam estereótipos de gênero feminino, como a maternidade, o cuidado, entre outros:

Locutor Off: *A visão da mulher é capaz de mudar muita coisa. Da mulher, mãe. Da mulher, avó. Da mulher que respeita a vida. Da mulher que percorre o mundo divulgando o nosso país. Da mulher capaz de criar programas que realizam o sonho de tantas famílias brasileiras. Essa é Dilma, que com a força e a fé da mulher vai fazer o Brasil seguir mudando (informação verbal, grifo nosso).*¹⁸⁰

Essa estratégia que busca transpor as habilidades e qualidades da experiência de gênero, na vida privada e cotidiana, para o mundo da política também foi identificada por Barreira (1998) em seus estudos sobre mulheres e campanhas eleitorais. Para a autora, “[...] a transferência de valores do mundo privado para o público revela os paradoxos que cercam a construção de visibilidade feminina nos espaços da política. Essa visibilidade é permeada por nexos que articulam valores do mundo social e estratégias do campo da política” (p. 109).

É relevante destacar que a ênfase na condição de mãe foi crucial não apenas para identificar a candidata ao universo das mulheres e enfatizar a sensibilidade como uma de suas marcas de gestora, mas também para enfrentar as acusações feitas pela candidatura de oposição de que Dilma Rousseff defenderia a prática do aborto. Como apontado anteriormente, havia uma declaração da candidata, ainda antes da oficialização das candidaturas, de que ela seria a favor da legalização do aborto. Em meio à campanha eleitoral, esse tema ganhou proeminência na agenda eleitoral e foi tratado no HGPE de Dilma Rousseff através da ênfase na imagem de mãe e do destaque às políticas direcionadas às famílias:

Locutor Off: *Essa é Dilma. Mãe. Avó. Que com a força e a fé da mulher vai fazer p Brasil seguir mudando (informação verbal, grifo nosso).*¹⁸¹

Voz de Dilma: *A questão da família para nós foi uma questão muito forte. De amarrar a família de fazer com que ela se reestruture (informação verbal, grifo nosso).*¹⁸²

Locutor Off: *Para fortalecer a família brasileira Dilma vai construir mais 2 milhões de moradias. E ao mesmo tempo, melhorar o sistema de saúde e construir 500 UPAs, as Unidades de Pronto Atendimento, que funcionam 24 horas. Além disso, ela vai criar 6 mil creches e pré-escolas, oferecendo mais tranquilidade aos pais e às mães e uma aprendizagem adequada para as nossas crianças. [...] É assim, com essas ações integradas, que Dilma vai apoiar a família brasileira (informação verbal, grifo nosso).*¹⁸³

Locutor Off: *O Brasil de Dilma vai oferecer um futuro de paz e alegria para suas crianças. Porque ela sabe para uma nação ser digna desse nome tem de cuidar de suas crianças. Desde o momento em que cada coraçãozinho começa a bater dentro*

¹⁸⁰ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 8 de outubro de 2010.

¹⁸¹ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 15 de outubro de 2010.

¹⁸² Programa eleitoral de Rousseff exibido em 10 de outubro de 2010.

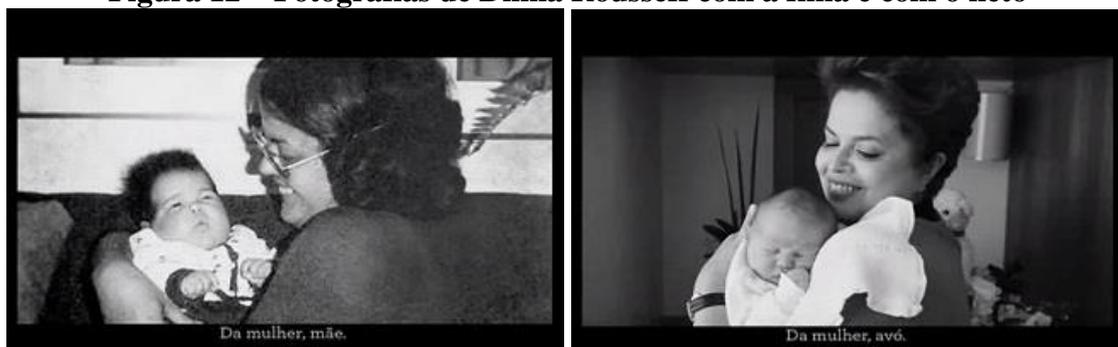
¹⁸³ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 8 de outubro de 2010.

da barriga da mãe. Por isso, Dilma vai criar a Rede Cegonha, um programa de cuidado total com a mãe e o bebê. Ele também vai ajudar as crianças a abrir os olhos para a vida e a se conhecer. Fazer com que elas tenham onde brincar, dizer umas as outras as suas primeiras palavras. Por isso, Dilma vai espalhar 6 mil creches e pré-escolas pelo país. E o Brasil será um país de todas as crianças.

Vozes femininas em uníssono: O Brasil que eu quero é um país onde os filhos da gente tenham tudo o que é preciso para nascer e crescer. Tenha creche e pré-escola enquanto a gente trabalha. *Toda mãe quer isso*, e toda criança tem esse direito. Por isso *somos Dilma*. Dilma. Dilma (informação verbal, grifo nosso).¹⁸⁴

Podemos observar que os trechos do HGPE buscam indicar ao eleitor a associação mulher → mãe → avó → mulher de fé. Essa imagem era necessária como forma de enfrentar a campanha negativa que circulava contra Dilma, sobretudo entre grupos religiosos. A expressão “a favor da vida” ganha destaque direta ou indiretamente (*Desde o momento em que cada coraçõzinho começa a bater dentro da barriga da mãe*), com vistas a dissociar a candidata ao tema da legalização do aborto. Além dos discursos são apresentadas fotografias de Dilma Rousseff com sua filha Paula e seu neto Gabriel, ambos ainda bebês.

Figura 12 – Fotografias de Dilma Rousseff com a filha e com o neto



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 08/10/2010. (Acervo Pessoal)

O uso das fotografias cumpre a função de testemunhar a experiência concreta da candidata face a maternidade. Como afirma Barthes (2014), a mensagem fotográfica caracteriza-se pela transmissão de um “real literal”, isto é, “[...] a imagem [fotográfica] não é real; mas ela é pelo menos o seu *analogon* perfeito, e é precisamente esta perfeição analógica que, perante o senso comum, define a fotografia” (p. 13).

Em estudo realizado sobre a relação fotografia e imagem política, Barreira (2008) afirma que

Em se tratando de fotografias de representantes políticos, é possível dizer que elas estão contidas no interior de um circuito amplo de representações culturais que dizem respeito a ‘qualidades’ ou ‘defeitos’ no desempenho de seus papéis. De modo geral essas fotografias vão estar fortemente marcadas por valores culturais e

¹⁸⁴ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 29 de outubro de 2010.

políticos que podem apontar ‘o político próximo do povo’, o ‘responsável’, ‘eficiente’, enfim, a possibilidade de correspondência entre o realce de características classificadoras e sua tradução no plano do olhar explorado pela câmera. (p. 20-21).

No caso aqui analisado, além das inferências denotativas, Dilma é mãe e avó, as fotografias trazem a conotação relacionada à defesa da vida e da família. Essas associações buscavam agregar à imagem da candidata valores e símbolos que contribuíssem para a deslegitimação dos boatos e campanha negativa que atribuíam à Dilma a defesa da legalização do aborto.

Além das imagens de *mãe* e *mulher de luta*, outra estratégia que marcou o HGPE da campanha de Dilma Rousseff foi a *reivindicação do pioneirismo*. Segundo Barreira (1998), essa seria uma característica relevante dos discursos e imagens de mulheres na política, sendo, portanto, uma forma emblemática da construção da representação feminina nos espaços políticos.

O direito a participar da vida política nacional¹⁸⁵, podendo votar e ser votadas, foi conquistado pelas mulheres brasileiras em 1933. Ao longo do século XX, sobretudo nas décadas de 1980 e 1990¹⁸⁶, as mulheres foram construindo sua participação no cenário político com as vitórias eleitorais de prefeitas, governadoras, vereadoras e deputadas (estadual ou federal). Apesar de alguns avanços, a presença das mulheres em cargos públicos ainda é diminuta¹⁸⁷, o que expressa a existência de elementos que dificultam sua participação nos espaços políticos, conforme Miguel (2010):

A participação política das mulheres é limitada por fatores materiais e simbólicos, que prejudicam sua capacidade de postular candidaturas, reduzem a competitividade daquelas que se candidatam e atrapalham o avanço na carreira política daquelas que se elegendem (p. 26).

A partir desse prisma, torna-se compreensível que as mulheres, ao assumirem cargos públicos, mobilizem amplamente recursos simbólicos no sentido de construir a

¹⁸⁵ No estado do Rio Grande do Norte, a Lei Eleitoral Estadual já em 1927 previa a possibilidade de participação das mulheres (votando e sendo votadas). A primeira mulher eleita no Brasil foi Alzira Soriano, em 1927, ao cargo de prefeita no município de Lages no referido estado.

¹⁸⁶ Em 1997 foi aprovada a lei 9.504/97, que estabelece a cota eleitoral de gênero. O artigo 10 estabelece que “Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação preencherá o mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo” (BRASIL, 1997). Tendo em vista a consolidada participação de homens nas instituições partidárias, tem-se estabelecido que a cota mínima de candidaturas femininas é de 30% nas eleições brasileiras.

¹⁸⁷ Apesar de representarem 51,95% do eleitorado no país, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o percentual de mulheres na Câmara dos Deputados não chega a 10%. Mais precisamente, no pleito eleitoral de 2014, das 513 vagas para a Câmara dos Deputados só foram eleitas 51 mulheres, o equivalente a 9,9% do total. No Senado, em 2014, quando um terço das vagas (27) estava em disputa, as mulheres conseguiram 5. Somadas com as 6 senadoras que cumprem mandato até 2019, temos atualmente 13,6% de mulheres ocupando cadeiras no Senado.

representação do pioneirismo como “[...] um discurso sem origens, fazendo com que a ocupação de funções políticas por mulheres apareça como *ato fundador*” (BARREIRA, 1998, p. 153). No caso de Dilma Rousseff, essa condição de pioneira é ainda mais significativa, tendo em vista a importância do cargo ocupado.

Nos programas eleitorais, Dilma foi apresentada como a primeira mulher a ocupar cargos de destaque da administração pública. Essa estratégia visava reforçar na candidata as credenciais para se tornar a primeira mulher Presidenta do Brasil:

Voz loc off: *Quebrar tabus vencer barreiras e preconceitos. Tem sido assim toda a vida de Dilma. Nascida em Belo Horizonte, ela iniciou sua trajetória política e administrativa no Rio Grande do Sul onde se torna a primeira mulher Secretária de Finanças da Prefeitura de Porto Alegre e, depois, a primeira mulher secretária de Minas e Energia do governo gaúcho.*

Voz loc off: *Graças ao trabalho de Dilma o Rio Grande se livrou do racionamento de energia que parou o país naquela época. E Lula, recém-eleito presidente, quis conhecê-la.*

Voz loc off: *Dilma é assim. Exemplo de competência, sinceridade e honestidade. A pessoa certa na hora certa para manter o Brasil no rumo certo (informação verbal).¹⁸⁸*

Voz loc off: *Dilma se torna então a primeira mulher ministra de Minas e Energia e a primeira mulher a presidir o Conselho de Administração da Petrobrás. Depois, a primeira a assumir a chefia da Casa Civil. Ela coordena todo o ministério nesse cargo que é o mais importante do governo depois do presidente. Dilma coordena também programas como o Luz para Todos, o PAC, e o Minha Casa, Minha Vida que ajudam a construir um Brasil melhor. Percorreu o mundo, sendo recebida pelos principais líderes internacionais. E agora, nesse primeiro turno, se tornou a mulher mais votada da nossa história (informação verbal, grifo nosso).¹⁸⁹*

O pioneirismo é tratado como uma marca da trajetória de vida de Dilma Rousseff. Através dessa narrativa é possível evidenciar ainda a competência da candidata, tendo em vista que assumiu funções vinculadas a *hard politics*¹⁹⁰. O discurso eleitoral indica que capacidade técnica e gerencial da candidata se comprova pelo fato de ela ter conseguido adentrar e consolidar uma carreira de gestora pública em áreas marcadamente masculinas (setor energético, coordenação de governo, infraestrutura).

A narrativa do HGPE busca tornar evidente que se Dilma Rousseff teve reconhecido sucesso em todas as tarefas em que foi pioneira, essa trajetória garantiria os atributos e qualidades necessários para que a candidata se tornasse a primeira presidenta do Brasil. Nas enunciações do locutor *off*, a apresentação da biografia profissional de Dilma é

¹⁸⁸ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 14 de setembro de 2010.

¹⁸⁹ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 15 de outubro de 2010.

¹⁹⁰ “Por *hard politics* considera-se o núcleo do processo político, em especial o exercício do poder de Estado e a gestão da economia; *soft politics*, assuntos mais voltados para o social” (MIGUEL E FEITOSA, 2009, p. 207)

encerrada com o trecho: “Quem tem uma biografia dessas, tem tudo para ser a primeira mulher presidenta do Brasil”.

Dilma Rousseff: Minha vida tem sido um desafio permanente. Venci todo tipo de dificuldade para chegar até aqui. O que sempre me moveu foi a fé que eu poderia ajudar o Brasil a ser um país melhor. Todos os meus passos tiveram esse objetivo. Tudo tem sido um grande aprendizado (informação verbal).¹⁹¹

É interessante destacar que o pioneirismo de uma mulher na Presidência é também incorporado como uma linha de continuidade do lulismo, como sugere o trecho abaixo:

Locutor off: Em 2002, o povo se uniu para escrever uma *nova história* e elegeu um *operário presidente*.

Deu tão certo, que em 2006 o Brasil voltou a se unir para reeleger Lula. Agora, em 2010, o Brasil está se unindo de novo para se despedir de Lula e mais uma vez *fazer o que nunca se viu antes*.

Eleger *uma mulher presidente do país*. E assim vamos *seguir fazendo história* porque o Brasil mudou e quer seguir mudando (informação verbal, grifo nosso).¹⁹²

Locutor Off: Durante grande parte de sua história o Brasil foi um país dividido e injusto. De um lado, fome e miséria. Do outro, riqueza e progresso. Até que *duas coisas inéditas aconteceram. O país elegeu Lula, seu primeiro operário presidente. E uma mulher, Dilma, passou a coordenar todas as ações do governo*. Com essa união começou a *surgir um novo Brasil mais justo e próspero*. 28 milhões de pessoas saíram da miséria e a comida chegou na mesa de outros tantos milhões graças a programas como o Bolsa Família (informação verbal, grifo nosso).¹⁹³

O pioneirismo, marcado pelo ato fundador que inaugura um novo tempo, seria, portanto, também uma característica do lulismo. A narrativa proposta no HGPE é a de um governo liderado pelo primeiro operário Presidente da República que realiza um programa que prioriza as pessoas, como “nunca antes na história desse país”. Para dar continuidade ao ineditismo do projeto político, caberia eleger a primeira mulher presidenta.

Essa associação *projeto pioneiro* → *candidata pioneira* passa a ser fortemente enfatizada no HGPE nos discursos do locutor *off*, de Lula e de apoiadores:

Lula (Loc. Off): Já tivemos a coragem de votar em um metalúrgico. E agora vamos votar em uma mulher (informação verbal).¹⁹⁴

Sergio Cabral (Governador Rio de Janeiro): Depois de um operário o Brasil e o Rio de Janeiro vão eleger Dilma, a primeira mulher presidenta do Brasil (informação verbal).¹⁹⁵

Locutor Off: O Brasil já teve 35 presidentes da República e, destes 35, todos foram homens. Homens de todas as origens. Militares, fazendeiros, empresários, políticos. Mas entre todos eles, somente um veio do povo. Luiz Inácio Lula da Silva, o

¹⁹¹ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 10 de outubro de 2010.

¹⁹² Programa eleitoral de Rousseff exibido em 26 de agosto de 2010.

¹⁹³ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 16 de outubro de 2010.

¹⁹⁴ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 26 de agosto de 2010.

¹⁹⁵ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 8 de outubro de 2010.

primeiro operário presidente do Brasil. E o que um operário entendia de presidência? Tudo. Porque ele entendia de gente. É por isso que agora as pessoas querem sonhar de novo e querem eleger uma brasileira para a presidência. Experimentar o olhar feminino cuidando das nossas crianças. Experimentar um jeito ainda mais sensível de governar. O Brasil está querendo fazer história mais uma vez. [...]. Está nas nossas mãos eleger a primeira mulher presidenta do país (informação verbal).¹⁹⁶

Locutor Off: Depois de avançar com o operário presidente. O Brasil quer avançar agora com a primeira mulher presidenta (informação verbal).¹⁹⁷

A articulação *projeto pioneiro* → *candidata pioneira* ganhou também tom de celebração num *jingle* que passou a ser amplamente veiculado no HGPE, sobretudo ao longo do segundo turno. Associando o binômio *continuidade* → *inovação* a condição de gênero é festejada e legitimada na música:

E o Brasil vai seguir mudando / É o que a gente quer / Seguros e com fé *nas mãos dessa mulher* / Meu Brasil tá *querendo Dilma* / Meu Brasil tá *querendo continuar* / Na força da massa / O povo te abraça / Agora é Dilma / *É a vez da mulher*

Ao longo desse capítulo busquei recuperar os enquadramentos interpretativos que explicassem a construção da imagem pública de Dilma Rousseff como candidata legítima do lulismo, nas eleições 2010. Após análise dos elementos disponíveis no HGPE, considerei que os quadros de sentido centrais foram: a herança simbólica, associação ao legado do lulismo, e a condição de gênero, enfatizando a inovação de uma mulher na Presidência da República. A imagem pública de Dilma Rousseff se consolidou, portanto, pela síntese entre esses elementos, como sugere o depoimento de um eleitor veiculado no HGPE:

Mestre Rosemiro (Oleiro do Pará): Hoje, *nós temos a mulher dentro da política, falta uma mulher presidente. Porque a mulher, mãe, ela é dona de casa e é muito dedicada. E o Lula jamais iria colocar a responsabilidade de que ele tem como presidente na mão de uma pessoa que ela não conhecesse. Então, o trabalho vai continuar. Porque o governo da Dilma vai ser parecido com o governo do Lula.* (informação verbal, grifo nosso).¹⁹⁸

O depoimento evidencia o discurso produzido pela campanha eleitoral para convencer o eleitor “queremos continuar o projeto do lulismo e podemos fazer isso elegendo uma mulher para a Presidência da República”. É relevante destacar que entre os elementos há a ascendência da continuidade do lulismo, sendo este o enquadramento interpretativo central da narrativa eleitoral. O pioneirismo e a celebração da condição de gênero são atributos da candidata que agregam inovação ao discurso eleitoral.

¹⁹⁶ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 28 de outubro de 2010.

¹⁹⁷ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 29 de outubro de 2010.

¹⁹⁸ Programa eleitoral de Rousseff exibido em 10 de outubro de 2010.

Os elementos aqui reunidos para compreensão dos processos de construção da imagem pública de Dilma Rousseff nas eleições 2010 fazem emergir alguns aspectos que contribuem para elucidar a discussão sobre quais estratégias comunicacionais (imagens e discursos) são acionadas para legitimar a continuidade de um ciclo político. Compreendendo que Dilma Rousseff foi eleita para garantir a continuidade do mesmo grupo político num terceiro mandato presidencial, algo inédito no período democrático brasileiro, a análise subsequente das eleições 2014 busca compreender quais adaptações e mudanças ocorrem nas estratégias comunicacionais na campanha eleitoral para a disputa de um quarto mandato presidencial consecutivo.

5. O GOVERNO DILMA: A BUSCA POR AMPLIAÇÃO DA REPRESENTAÇÃO SIMBÓLICA

A eleição de Dilma Rousseff para a Presidência da República demarcou um fato inédito no regime democrático brasileiro: pela primeira vez um partido político foi reconduzido pelo terceiro mandato consecutivo para o mais alto posto de poder do país. Eleita através de uma campanha estruturada sob o signo da continuidade, Dilma Rousseff assumia o “comando da nau” com o compromisso de dar sequência e aprofundamento à experiência exitosa de “combinação entre crescimento econômico e diminuição das desigualdades” produzida ao longo dos governos de Lula, como afirma Power (2014):

Arguably, what Dilma needs to secure the long-term New Deal-style realignment suggested by Singer (2012) is a major redistributive initiative that will link her more directly to the major legacy of Lula – social inclusion and upward mobility – and that will realize her campaign promise, ‘that Brazil will continue to change’ (p. 32).

Logo após a vitória de Dilma Rousseff, alguns analistas (VIANNA, 2011; COUTO, 2011; LEMOS, 2011) refletiram sobre os desafios da presidenta recém-eleita em garantir a continuidade do ciclo político instaurado no lulismo. Dentre as reflexões enfatiza-se as diferenças no estilo de liderança política entre Lula e Dilma, gerando questões do tipo: como seria o lulismo sem o comando de Lula? Haveria mais ou menos lulismo com a gestão de Dilma?

Segundo Couto (2011), os governos de Lula foram orientados por alguns aspectos centrais:

[...] as importantes mudanças nas relações de classe no Brasil representadas pela eleição de Lula e impulsionadas por suas políticas redistributivas; o estilo de liderança e a relação do presidente com as instituições políticas representativas [...]; a necessidade de construção e manutenção de uma ampla coalizão governamental [...] (p. 159).

Como podemos perceber, a *persona* de Lula é destacada como parte desses aspectos centrais, seja do ponto de vista simbólico (simbologia da eleição de um operário para presidente), seja da prática política (as habilidades de relacionamento com o universo político). Dotado de um estilo de liderança profundamente popular, marcadamente carismático, Lula lançou mão de dois arranjos em sua atuação política como presidente: a) estabeleceu um diálogo com diferentes forças políticas e sociais, buscando sempre que possível administrar “[...] conflitos entre elas através dos recursos de poder presidenciais” (VIANNA, 2011, p. 110) e b) mobilizou sua habilidade comunicacional para gerar empatia

junto “[...] a amplo contingente da população das classes mais baixas e menos escolarizadas” (COUTO, 2011. p. 161).

Nesse sentido, as análises desses autores colocavam em tela reflexões sobre em que medida Dilma Rousseff disporia das habilidades necessárias para a condução do ciclo político estruturado sob a liderança de Lula. Além desses aspectos, exclusivamente relacionados à personalidade da liderança, autores como Vianna (2011), Singer (2012); e Nobre (2013) enfatizam as vantajosas condições econômicas mundiais que possibilitaram o salto no crescimento econômico¹⁹⁹, sobretudo no segundo mandato de Lula (2007-2010), permitindo, assim, a orquestração na distribuição dos recursos disponíveis entre grupos diversos da sociedade.²⁰⁰

Compreendemos, portanto, que o êxito em implementar um novo modelo de desenvolvimento ao longo dos governos de Lula se deu em grande medida por dois fatores: a) um cenário econômico favorável e b) o estilo de liderança negociador e conciliador do presidente. O lulismo deve ser entendido, portanto, pela conjugação entre as condições favoráveis da conjuntura econômica e o papel exercido pela liderança política.

Nesse sentido, compreender o governo de Dilma, tomando por referência a continuidade do lulismo, exige que nos orientemos por duas questões: a) como se constituiu a liderança política de Dilma? E suas relações com os agentes políticos e sociais? e b) como se desdobrou o cenário econômico mundial entre 2011 e 2014? E quais as ações do governo no campo da política econômica?

O exercício do poder à frente do Executivo Federal impôs à Dilma a necessidade de (re)construir sua imagem pública a partir da dinâmica estabelecida pelos acontecimentos na gestão, ou seja, novos elementos foram sendo incorporados com vistas a manter a adesão e a identificação da população à nova liderança do lulismo.

Iniciou-se, pois, o processo de construção da imagem de gestão de Dilma que visava conquistar os “[...] afetos positivos dos destinatários conduzindo-os a uma “escolha” ou “adesão” no jogo político regular” (CARVALHO, 2011, p. 5). Esses processos de atualização da imagem, da campanha à gestão, sugerem que para que a continuidade simbólica ocorra ao longo do tempo faz-se necessário um trabalho contínuo de elaboração e reelaboração dos elementos que a compõem.

¹⁹⁹ Dados do IBGE revelaram que a média de crescimento da economia brasileira ao longo dos mandatos de Lula (2003-2010) foi de 4,2% ao ano (CURADO, 2011).

²⁰⁰ O cenário econômico será outro desafio de Dilma na Presidência, como veremos adiante.

Entre a campanha e a posse, no processo de formação do governo Dilma, ficou patente que Lula teria muita influência sobre o governo que seria capitaneado pela recém-eleita presidenta. Muitas indicações foram feitas pelo então presidente e acatadas por Dilma. Dos 37 ministros que compunham o governo Lula, 15 continuaram no primeiro escalão do novo governo.²⁰¹

Por outro lado, Dilma buscou imprimir uma “marca” própria à gestão que se iniciava, e esta pôde ser claramente identificada em duas estratégias: 1) dobrou a presença de mulheres na nomeação dos ministérios, passando de 4 pastas para 9 e 2) colocou pessoas de sua estrita confiança em postos chaves do governo, como por exemplo: Alexandre Padilha no Ministério da Saúde, Miriam Belchior no Planejamento, Fernando Pimentel no Desenvolvimento Social.

Na perspectiva partidária, houve na formação do governo Dilma uma ampliação da participação do PT, de acordo com Couto (2011):

[...] apesar de dispor apenas de 17% das cadeiras na Câmara dos Deputados e 16% do Senado, o PT amealhou 46% das pastas com status ministerial; o principal parceiro na coalizão, o PMDB, que conta com 15,4 das cadeiras na Câmara e 24,5 no Senado, obteve apenas 16% dos ministérios. O mesmo desbalanço é verificado no que concerne aos demais parceiros de coalizão (PSB, PDT, PR, PP e PCdoB), todos com uma participação inferior ao seu peso congressional e na aliança. (p. 163)

A divisão partidária entre os ministérios pode ser melhor visualizada no quadro abaixo:

Quadro 1 - Número de ministérios por partido (cont.)

Partido	Nº
PT	18
Sem partido	8
PMDB	6
PSB	2
PCdoB	1
PDT	1

²⁰¹ Dos 15 ministros que permaneceram, 9 continuaram nos mesmos cargos: Advocacia-geral da União (AGU) - Luís Inácio Lucena Adams; Controladoria-Geral da União - Jorge Hage Sobrinho; Defesa - Nelson Jobim; Educação - Fernando Haddad; Esporte - Orlando Silva Jr.; Meio Ambiente - Izabella Teixeira; Trabalho e Emprego - Carlos Lupi; Fazenda - Guido Mantega e Agricultura, Pecuária e Abastecimento - Wagner Rossi.

Partido	Nº
PP	1
PR	1

Fonte: Sistematização da autora.

Além da ampliação numérica, cabe destacar que ficaram sob a responsabilidade dos petistas²⁰² “[...] os dezessete ministérios que conformam a espinha dorsal do governo nas áreas econômica, política e social, deixando para os demais partidos da coalizão os ministérios menos empenhativos e mais “executores” do ponto de vista estratégico” (CALCAGNOTTO, 2011, p. 171).

Essa formação inicial do governo promoveu um desgaste com o principal aliado, o PMDB²⁰³, tendo em vista que o partido deixou de comandar três ministérios: Comunicações, Integração Nacional e Saúde, sendo este último o mais significativo, considerando o volume de recursos orçamentários. De acordo com matérias veiculadas à época, os deputados e senadores foram os porta-vozes do desagrado:²⁰⁴

[...] o partido [PMDB] deu a primeira demonstração pública de insatisfação. Os principais líderes do partido não compareceram à posse do novo ministro das Relações Institucionais, Luiz Sérgio, que será responsável por negociar a divisão de espaços na máquina e a liberação de emendas parlamentares (G1, 2011).

É relevante destacar, ainda, no tocante à composição ministerial, o número significativo, superior até mesmo ao total do PMDB, de ministros sem filiação partidária, com trajetória técnica e de carreira, sendo eles: Advocacia Geral da União - Luís Inácio Lucena Adams; Banco Central - Alexandre Tombini; Controladoria Geral da União - Jorge Hage; Cultura - Ana de Hollanda; Gabinete da Segurança Institucional - José Elito Carvalho Siqueira; Meio Ambiente - Izabella Teixeira; Relações Exteriores - Antonio Patriota;

²⁰² Ministros petistas no governo de Dilma em janeiro de 2011: Casa Civil – Antonio Palocci, Justiça – José Eduardo Cardozo, Fazenda – Guido Mantega, Planejamento – Miriam Belchior, Saúde – Alexandre Padilha (PT), Desenvolvimento Social e Combate à fome - Tereza Campelo, Secretaria Geral da Presidência – Gilberto Carvalho, Educação – Fernando Haddad, Comunicações – Paulo Bernardo, Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – Fernando Pimentel, Ciência e Tecnologia – Aloizio Mercadante, Secretaria de Relações Institucionais - Luiz Sérgio, Pesca e Aquicultura – Ideli Salvati, Secretaria de Direitos Humanos – Maria do Rosário, Desenvolvimento Agrário - Afonso Florence, Igualdade Racial - Luiza Bairros, Secretaria das Mulheres - Iriny Lopes.

²⁰³ Ministros peemedebistas no governo Dilma em janeiro de 2011: Secretaria de Assuntos Estratégicos – Moreira Franco; Agricultura - Wagner Rossi; Defesa - Nelson Jobim; Minas e Energia - Edison Lobão; Previdência - Garibaldi Alves; Turismo - Pedro Novais.

²⁰⁴ “Entenda as razões da disputa entre partidos por cargos do 2º escalão”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2011/01/entenda-razoas-da-disputa-entre-partidos-por-cargos-do-2-escala-o.html>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

Secretaria de Comunicação Social - Helena Chagas. Autores como Calcagnotto (2011) atribuíram tal destaque ao perfil técnico e gerencial da própria presidenta.

O processo de composição ministerial teve que combinar critérios políticos, indicações dos partidos da base aliada e de Lula/PT, e técnicos, que em certa medida podem ser entendidos como cotas pessoais de Dilma Rousseff. Cabe refletir que a definição de nomes para o ministério expressou um dos desafios decorrentes da herança do lulismo: diante de uma coalizão ampla e heterogênea, o ponto central de atrito decorreu da insatisfação dos partidos aliados face às nomeações, com destaque para o PMDB.

Formada a equipe de governo, o primeiro ano de mandato de Dilma foi marcado, politicamente, por sucessivos escândalos, que ocasionaram a demissão de 7 ministros, e, economicamente, por um ajuste nas contas públicas.

O início da gestão de Dilma Rousseff à frente do Executivo Federal foi interpretado por grande parte das matérias veiculadas na mídia como sendo marcado por um processo de “autonomização” da presidenta face à imagem e às práticas políticas de Lula. Ao longo dos primeiros meses de governo de Dilma, os acontecimentos foram evidenciando que o ex-presidente Lula não estava aparecendo publicamente, a não ser em casos de iminência de instabilidade, como na votação do salário mínimo²⁰⁵, e no caso do ministro Palocci²⁰⁶. Em certa medida, as ações do ex-presidente podem ser compreendidas como forma de desmobilizar as dúvidas acerca da capacidade de liderança de Dilma, que durante a campanha eleitoral chegou a ser chamada de poste, numa clara indicação de que não teria capacidade política para assumir o cargo de presidenta.

O tratamento dado aos acontecimentos políticos pela mídia buscou evidenciar a dimensão técnica-gerencial do estilo de governar de Dilma Rousseff.

A análise do discurso de posse mostra que a defesa do interesse público e o combate à corrupção são facetas acionadas como recursos na construção da imagem pública de Dilma Rousseff desde o início da gestão: “Serei rígida na defesa do interesse público. Não haverá compromisso com o desvio e o malfeito. A corrupção será combatida

²⁰⁵ Refiro-me ao impasse entre governo e centrais sindicais em torno da definição sobre o reajuste do salário mínimo. Segundo Vianna (2011) esse episódio foi um dos indicativos da mudança no estilo de condução do lulismo feita por Dilma. Se com Lula, as centrais sindicais tinham influência considerável nas decisões, com Dilma, a capacidade decisória das centrais diminuiu. De acordo com o autor, o embate entre as centrais e o governo revelava que “o que as centrais querem [queriam] é o seu lugar de volta no interior do Estado, que entendem que o governo Dilma lhes recusa. Sua memória de tempos idos, reavivada por sua prática nos oito anos de governo Lula, em nada sugere que aceitem, sem resistência, serem enviadas de volta ao mundo do mercado e ao prosaico cotidiano sindical.” (p. 135)

²⁰⁶ Em reportagem do jornal “Folha de São Paulo”, o ministro foi acusado de ter seu patrimônio aumentado em 20 vezes entre 2006 e 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po1505201102.htm>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

permanentemente, e os órgãos de controle e investigação terão todo o meu respaldo para atuarem com firmeza e autonomia” (informação verbal).²⁰⁷ Em matéria veiculada pelo *site* Congresso em Foco, intitulada “O estilo Dilma Rousseff de governar”²⁰⁸, há a apresentação do estilo protocolar que a presidenta assumiria com a equipe ministerial:

Logo no início da primeira reunião da presidenta Dilma Rousseff com sua recém-nomeada equipe de ministros, em janeiro deste ano, cada um daqueles que se sentaram à mesa oval foi apresentado a uma relação de “normas de conduta” que, dali para a frente, deveriam seguir. A extensa lista incluía compromissos com a probidade administrativa e com a busca sempre das soluções mais eficientes e de menor custo para as questões e programas inerentes à sua pasta. E todos entenderam ainda que *passariam, a partir daquele momento, a ser diariamente avaliados*, e que o não cumprimento daquelas normas implicaria consequências, que podiam chegar mesmo à exoneração (LAGO, 2011, grifo nosso).

Reforçando a ideia de que a equipe ministerial era monitorada pela presidenta, matérias jornalísticas indicavam que os ministros que não tinham a confiança de Dilma eram “vigiados” por pessoas de sua estrita confiança, que ocupavam cargos estratégicos nos ministérios. De acordo com matéria da Revista Istoé²⁰⁹,

Preocupada, sobretudo, com a gestão da máquina administrativa, e em acabar com eventuais irregularidades e gargalos da administração pública, Dilma mantém nos ministérios e estatais outras pessoas de sua estrita confiança, designadas para atuar como uma espécie de olheiros do Planalto. São pelo menos seis servidores mais próximos da presidente que, quando solicitados, fazem relatos para ela sobre o andamento dos principais programas das pastas em que atuam. ‘São os fiéis escudeiros de Dilma no governo. Pessoas com as quais ela gosta de estabelecer uma interlocução frequente’, conta um auxiliar da presidente (PARDELLAS, 2011).

Ao longo de 2011, seis ministros, alguns dos quais remanescentes do governo Lula, foram demitidos por suposto envolvimento em esquemas de corrupção, conforme quadro abaixo:

Quadro 2 - Ministros demitidos por suposto envolvimento em esquemas de corrupção (cont.)

Ministro	Data da Denúncia	Conteúdo do Escândalo ²¹⁰	Data da Demissão
Antonio Palocci (PT) – Casa Civil	15 de maio	Denúncias de ampliação significativa do patrimônio, por suposto tráfico de influência.	08 de junho

²⁰⁷ Discurso perante o Congresso Nacional na Posse, 01/01/2011.

²⁰⁸ Disponível em: <<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/manchetes-antiores/o-estilo-dilma-rousseff-de-governar/>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

²⁰⁹ Matéria da Revista Istoé intitulada “Os olheiros de Dilma”, publicada em 15 de julho de 2011. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/146946_OS+OLHEIROS+DE+DILMA>. Acesso em: 10 ago. 2013.

²¹⁰ O conteúdo aqui mencionado é o estopim do escândalo. Após as primeiras denúncias, uma série de outras irregularidades foram sendo apresentadas na mídia, e contribuíram ainda mais para a queda dos ministros.

Alfredo Nascimento (PR) - Transportes	03 de julho	Denúncia de suposto esquema de corrupção no qual empreiteiras e construtoras pagavam propina entre 4% e 5% em obras contratadas com o Ministério dos Transportes.	07 de julho
Wagner Rossi (PMDB) - Agricultura	31 de julho	Denúncias de aparelhamento do ministério, por pessoas sem qualificação técnica e da permissão para atuação de um lobista que distribuía propina nas dependências do ministério aos funcionários do gabinete do ministro.	17 de agosto
Pedro Novais (PMDB) - Turismo	10 de agosto	Denúncia de esquema de desvio de verbas e superfaturamento em convênios entre o Ministério do Turismo e a ONG Ibrasio.	14 de setembro
Orlando Silva (PCdoB) - Esportes	16 de outubro	Denúncia de esquema de desvio de recursos do programa Segundo Tempo através de convênio com ONGs.	27 de outubro
Carlos Lupi (PDT) - Trabalho	11 de novembro	Denúncia de esquema para cobrar propina na liberação de repasses da pasta para ONGs.	04 de dezembro

Fonte: Sistematização da autora.

Além dos ministros acima citados, Nelson Jobim completou a lista das baixas no ministério de Dilma Rousseff. O caso de Jobim não esteve relacionado a denúncias de corrupção, mas ao fato do ministro ter feito críticas ao governo e assumido publicamente que havia votado no candidato opositor de Dilma, José Serra²¹¹ gerando assim constrangimentos à própria Dilma Rousseff. Nelson Jobim também era remanescente da equipe de Lula.

Esses episódios envolvendo a demissão de ministros seria um indício da fragilidade da equipe ministerial nomeada por Dilma Rousseff, segundo Nogueira (2013).

Não foi por acaso que os primeiros meses do novo governo tenham sido vividos sob o signo da instabilidade ministerial. A fraqueza da equipe com que o governo começou seu mandato ficou flagrante logo ao ser composta. Não havia nela nenhuma liderança política ou intelectual expressiva, assim como faltavam articuladores políticos capazes de ligar o governo ao Congresso Nacional e dialogar com as oposições, a imprensa e a sociedade civil. [...] O ministro-chefe da Casa Civil, Antonio Palocci, tido como homem forte do governo, foi o primeiro a sair (p. 109)

Os sucessivos escândalos envolvendo os ministros e as breves demissões foram classificados pela mídia com o termo “faxina da ética”, e sugeriam um reconhecimento de que algo estaria efetivamente sendo feito para combater a corrupção.

²¹¹ Ver matéria intitulada “Após polêmicas, Nelson Jobim deixa o Ministério da Defesa; Celso Amorim é confirmado”. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2011/08/04/apos-polemicas-nelson-jobim-deixa-o-ministerio-da-defesa-celso-amorim-e-confirmado.htm>> Acesso em: 25 fev. 2016.

As pesquisas de popularidade realizadas no período entre julho e setembro de 2011 apontavam para o aumento no percentual de aprovação de Dilma e da gestão. As interpretações sobre esse crescimento positivo na avaliação atribuíam a motivação para tal fenômeno ao “combate da presidente à corrupção”. A demissão de ministros contribuiu para uma identificação de Dilma como uma gestora eficiente na resolução de crises políticas.

Esse reconhecimento veio por parte não somente da população e da mídia, mas também dos órgãos de controle, além de políticos e instituições internacionais:

O diretor para a América Latina da Transparência Internacional (TI), Alejandro Salas, destacou nesta quarta-feira o trabalho da presidente Dilma Rousseff no combate à corrupção. Salas estimou que há *‘uma vontade política de alto nível’ para expor ‘os problemas sob o tapete’ no Brasil*, onde Dilma já trocou cinco ministros. (PORTAL DE NOTÍCIAS TERRA, 2011, grifo nosso).

O governo da presidente Dilma Rousseff, que desde junho perdeu seis ministros por denúncias de corrupção, aprofundou o combate aos atos ilícitos na gestão pública, avaliou nesta sexta-feira o ministro da Controladoria-Geral da União (CGU), Jorge Hage. *‘É importante que, nos últimos oito anos, o Brasil despertou e deu início a transformações significativas na área do combate à corrupção, que continua e se aprofunda no governo de Dilma Rousseff’*, disse ele em um seminário sobre o Dia Internacional de Combate à Corrupção. (PORTAL DE NOTÍCIAS TERRA, 2011, grifo nosso).

A atuação da presidente Dilma Rousseff no combate à corrupção foi elogiada ontem pela secretária de Estado norte-americana, Hillary Clinton. Ao encerrar sua visita de dois dias ao Brasil, Hillary fez um afoego na presidente e afirmou que ela está “estabelecendo um padrão mundial”. *‘O compromisso dela [Dilma] com a abertura e com a transparência e a luta dela contra corrupção estão estabelecendo um padrão global’*, afirmou a secretária. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2012, grifo nosso).

Significativo também foi o reconhecimento das ações de Dilma Rousseff no combate à corrupção entre lideranças da oposição. Foi o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) quem fez as declarações públicas nesse sentido: Quando a presidente Dilma reitera não aceitar a corrupção impune (mesmo que as circunstâncias políticas a forcem a fazer novas nomeações duvidosas), isso é melhor do que as permanentes tentativas de minimizar os alegados casos de corrupção [...] (CARDOSO, 2011).

O reconhecimento dos opositores fortaleceu, nesse momento, a percepção do compromisso republicano da presidenta. Com as demissões dos ministros, Dilma Rousseff estaria demonstrando um modo próprio de gestão que se identificaria com a proatividade para enfrentar um problema político (a corrupção), que é percebido como um dos principais desafios da cultura política brasileira. A percepção produzida ao longo desse processo era de que Dilma enfrentou problemas, tomou decisões e demonstrou sensibilidade às denúncias, o que desencadeou ganhos positivos para sua imagem.

A proatividade na “resolução” das denúncias de corrupção em seu governo foi uma das principais estratégias de Dilma Rousseff para consolidar uma imagem pública que lhe fosse favorável, seja diante da população, dos media e até mesmo dos opositores. Para a representação simbólica do lulismo, marcado ainda pelo escândalo do mensalão, também significava um retorno aos princípios petistas de ética na política e intolerância com a corrupção.

No embalo da conjuntura, a presidenta reforçou a percepção de que uma marca relevante de seu governo seria o combate à corrupção. Em pronunciamento à nação pelo Dia da Independência, Dilma Rousseff afirmou que estava construindo um país que “[...] tem rumo e sabe da grandeza do seu destino. Um país que, com o malfeito, não se acumplicia jamais. E que tem na defesa da moralidade, no combate à corrupção, uma ação permanente e inquebrantável” (informação verbal, grifo nosso).²¹²

Cabe destacar que é no espaço das entrevistas concedidas, sobretudo no segundo semestre de 2011, que a presidenta desenvolveu, de forma mais contundente, essa marca de sua imagem de gestão. Dilma Rousseff reafirma a intolerância a qualquer tipo de prática de corrupção e rejeita o termo “faxina”, argumentando que, além de machista (se fosse um presidente homem esse termo não seria usado), essa atividade é algo que compõe as atribuições de um gestor, não sendo, portanto, uma fase específica da gestão.

Para a presidenta, a defesa do interesse público e o combate à corrupção seria uma marca tão significativa de seu governo que as próprias pessoas convidadas a participar dele estariam vigilantes e poderiam não aceitar o convite caso tivessem algum problema que possa aparecer como “malfeito”. É relevante notar que essa vigilância e zelo no enfrentamento às práticas é apresentada por Dilma Rousseff como uma tarefa realizada por ela, pessoalmente.

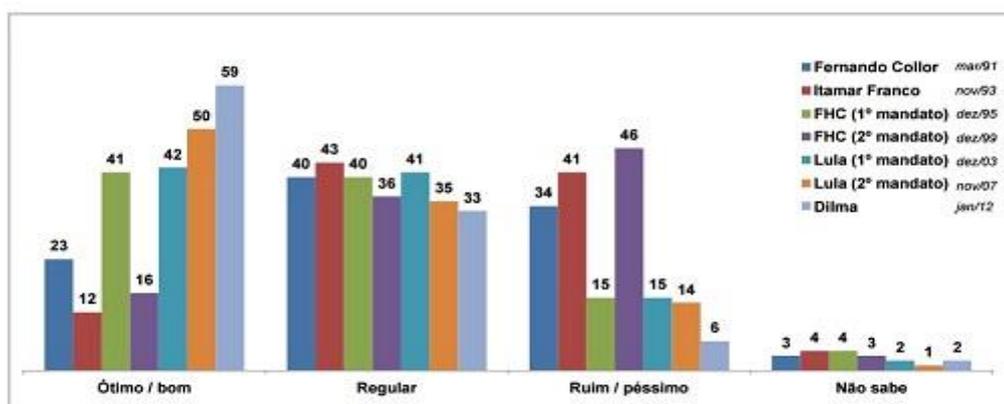
Nós vamos fazer um governo que não tem nenhum compromisso... eu não tenho nenhum compromisso, o meu governo não tem nenhum compromisso com qualquer prática inadequada de malfeitos, de corrupção dentro do governo. Nenhum. É zero. Tolerância zero também. [...] eu te asseguro que vou tomar todos os cuidados no sentido de que não aconteça. Agora, esse todo cuidado no sentido de que não aconteça nenhum problema é algo que eu tenho só um controle relativo. Aumenta o meu controle, porque também não acredito que alguém que tenha algum problema muito forte queira entrar no governo, sabendo que não tem tolerância, alguém que queria ter alguma atitude incorreta (informação verbal).²¹³

²¹² Pronunciamento por ocasião do Sete de Setembro, 06/09/2011]

²¹³ Entrevista coletiva dada aos jornalistas que fazem a cobertura do Planalto, 16/12/2011.

A imagem de uma presidenta que não pactua com os desvios da coisa pública recebeu forte adesão popular. Nas pesquisas de opinião realizadas para avaliação do seu governo e de sua liderança, Dilma Rousseff chegou a bater os recordes de avaliação de seus antecessores (FHC e Lula):

Figura 12 – Pesquisa Datafolha popularidade dos presidentes comparada
Comparativo quanto ao desempenho dos presidentes após 1 ano de mandato
 (estimulada e única, em %)



Fonte: Datafolha (20/01/2012)

A associação entre o combate à corrupção e as boas taxas de avaliação pode ser melhor compreendida a partir das percepções que os entrevistados apresentaram sobre quais seriam as principais características associadas à imagem de Dilma Rousseff, como podemos ver no quadro abaixo:

Quadro 3 – Pesquisa Datafolha – Imagem de Dilma Rousseff

Imagem da presidente Dilma
 (estimulada e única, em %)

	15 e 16/03/2011 Após 3 meses	09 e 10/06/2011 Após 5 meses	18 e 19/01/2012 Após 1 ano
É decidida	79	62	72
É indecisa	15	34	23
Não sabe	6	4	5
É muito inteligente	85	76	80
É pouco inteligente	9	20	14
Não sabe	6	4	5
É sincera	65	62	70
É falsa	17	22	15
Não sabe	18	16	15
É autoritária	44	41	39
É democrática	44	52	52
Não sabe	12	8	9

Fonte: Datafolha (20/01/2012).

As características centrais da imagem da presidenta (decidida, inteligente, sincera e democrática) fortalecem a imagem técnico-gerencial que marcou a apresentação da presidenta na cena pública, quando ainda era ministra do governo Lula. O atributo *decidida* pode ser inferido considerando a proatividade na demissão dos ministros denunciados por suposto envolvimento em atos corruptos. Já *sincera* e *democrática* associam Dilma Rousseff à ideia de transparência na condução dos negócios públicos.

Essa avaliação positiva da imagem de Dilma, considerando a sua atuação face os escândalos midiáticos, também foi sendo produzida pela mídia ao longo de sua cobertura. Marques (2015), em trabalho dedicado a compreender a cobertura jornalística sobre os escândalos de corrupção envolvendo os ministros em 2011, argumenta que

Especialmente nos três primeiros escândalos – em que Dilma, enquanto Presidente da República, ainda representava uma incógnita para a imprensa – as narrativas ganham seu efeito dramático ao reportar o conflito que Dilma Rousseff enfrenta para equilibrar seu perfil profissional técnico e seu perfil pessoal inflexível com a dinâmica da vida política, sofrendo pressões de outros agentes e tendo que negociar soluções que atendam à sanha de aliados, às exigências da oposição e às expectativas do público em geral (p. 112).

A interpretação de Marques (2015) é desenvolvida por Nobre (2013) de modo mais enfático, ao afirmar que a postura de Dilma em meio à sucessão dos escândalos apresentou-a à população como alguém que estava numa posição de destaque no sistema político, mas que não compactuava com o *modus operandi* do fazer político constituído ao longo dos anos no Brasil:

No seu primeiro ano e meio de mandato, Dilma se distinguiu pela imagem da ‘queda de braço’ com o sistema político. [...]. Ela conseguiu surgir, no início do seu governo, *também*, como representante do antipemedebismo no coração dos sistema político pemebedizado. Esse foi o lugar que Dilma encontrou primeiramente para se apresentar à sociedade e para se comunicar com ela. [...] projetou primeiramente uma imagem de uma presidente que ‘não se mistura à baixaria’, que se mantém ‘a salvo da contaminação’. De acordo com a primeira imagem pública que estabeleceu, Dilma não negociava; perdia ou ganhava, vencia ou capitulava (NOBRE, 2013. p. 139).

O estilo de liderança da presidenta é caracterizado pela mídia, em especial pelo jornal Folha de São Paulo, segundo Marques (2015),

[...] em termo de habilidade técnica. Expressões como ‘direta’, ‘solitário’, ‘centralizador’, ‘gerente’, ‘perfil técnico’ e ‘distanciamento’, dão mostras de que o veículo reconhece na presidente competências para lidar com assuntos administrativos e burocráticos, mas deixam transparecer a pouca familiaridade com as questões relacionadas ao relacionamento político, ao trato com aliados e desafetos e um certo desconforto com as manobras e arranjos necessários ao papel desempenhado (p. 111).

O perfil técnico-gerencial de Dilma, marcante em seu início de governo, possibilitou, ainda, a reaproximação da classe média ao lulismo. Segmento social que compôs historicamente o eleitorado petista ao longo das disputas eleitorais de Lula, a classe média se distanciou do PT em virtude do escândalo do mensalão, no contexto das eleições 2006. É válido destacar que esse movimento da classe média foi marcado por clivagens regionais, havendo uma dissociação mais significativa na população das regiões Sul e Sudeste do país. De acordo com Nobre (2013), o estilo “impositivo e pouco negociador” da presidenta

Explica o apoio que encontrou de início na chamada classe média tradicional, avessa a Lula e sempre pronta a atirar a primeira pedra contra as mazelas históricas da política nacional. Dilma mobilizou e canalizou a seu favor a legítima ojeriza da sociedade à desfaçatez do sistema político. Como se ela própria não dependesse do pemedebismo que combateria ‘de dentro’ para governar. Com isso projetou primeiramente uma imagem de uma presidente que ‘não se mistura à baixaria’, que se mantém ‘a salvo da contaminação’ (p. 139).

Nesse sentido, a narrativa construída pela mídia indicava que, a despeito da vitória da presidenta ter ocorrido graças à popularidade dos feitos do lulismo, era necessário, para que não restassem dúvidas sobre sua autoridade/legitimidade na presidência, que Dilma realizasse um processo de dissociação de seu criador. Tornava-se imperativo que a presidenta produzisse seu próprio legado.

Em virtude desse estilo gerencial e distanciado da classe política, o oposto de seu antecessor, mais identificado com o diálogo e a negociação, grande parte das matérias de jornais e revistas de circulação nacional e internacional buscou evidenciar um processo de “autonomização” de Dilma face à imagem e às práticas políticas de Lula. Tal processo foi assim descrito pela editora-chefe da revista americana Newsweek: “Depois de nove meses, ela [Dilma] imprimiu seu estilo sem exageros em um espaço que pertencia a Lula, seu antecessor enormemente popular. Dilma, não Lula, é hoje o político alfa do Brasil” (2011). Em entrevista ao Portal do Instituto Humanitas Unisinos, em agosto de 2011, o cientista político Fábio Wanderley Reis avalizou a ideia de afastamento entre Dilma e Lula, nomeando o fenômeno de “deslulização do governo”, o qual, para o autor, seria um processo “[...] fatal, dadas as diferenças entre eles [Lula e Dilma] no modo de fazer política”.

Essa diferença nos estilos de condução da relação com a classe política foi o principal ponto de tensão para a acomodação de Dilma como liderança emergente do lulismo, no primeiro ano de seu mandato, em 2011. Apesar dos rendimentos positivos no tocante à avaliação do governo e da presidenta, em particular, preocupava a petistas e aliados que as ações e discursos mais contundentes em relação ao combate à corrupção dessem margem para

uma interpretação de que Lula fosse conivente com os malfeitos, tendo em vista que parte significativa dos ministros demitidos vinham de sua gestão.

Essa tensão revela um dos desafios da representação simbólica da continuidade: a articulação entre as imagens da liderança que funda o ciclo político e da liderança que lhe dá consecução. A contraditoriedade entre as práticas de Lula e Dilma aprofunda o desafio de compatibilizar essa continuidade no plano simbólico interno ao lulismo.

É relevante destacar que apesar de as ações da presidenta indicarem alguns impasses na relação entre Executivo e Legislativo, o governo Dilma enfrentou, em seu primeiro ano de mandato, a menor oposição desde a redemocratização:

A presidente Dilma Rousseff (PT) chega ao final de seu primeiro ano no poder com a menor oposição na Câmara desde a Constituição de 1988. Os quatro partidos que hoje se opõem sistematicamente ao governo -PSDB, DEM, PPS e PSOL- somam hoje 91 cadeiras, o equivalente a 17,5% da Casa. O percentual representa quase a metade da oposição que Lula enfrentou após sua reeleição (30,5%) (FOLHA DE SÃO PAULO, 2011).

A representação da polarização entre Dilma de um lado e os políticos do outro foi se desdobrando como marca simbólica de sua imagem pessoal e de seu governo ao longo do 2012. Midiaticamente, a imagem da presidenta era exibida através de reportagens que a apresentavam como alguém de personalidade forte, agressiva, que, em alguma medida, dificultava o relacionamento com colaboradores. Nas palavras de Marques (2015),

Indissociável das questões profissionais, emerge na narrativa a construção de um perfil pessoal em que Dilma aparece como alguém de *trato difícil*. Esse fato se denota pela opção da Folha de S. Paulo em se referir à presidente por expressões lexicais tais como ‘temperamental’, ‘explosões’, ‘arroubos’, ‘a ponto de despertar medo’, ‘furiosa’, ‘irritou’, ‘gritaria’, ‘encrenca’ e ‘Dilma não faz confraternizações’ (p. 112, grifo nosso).

Os destaques aos atributos pessoais de Dilma que se desdobram em sua atuação como presidenta são mais uma forma de evidenciar as distinções entre seu estilo de liderança e o de seu antecessor. Em matéria intitulada “Presidente pavio curto”, a jornalista Vera Magalhães, da Folha de São Paulo, apresenta uma seção intitulada DILMA x LULA, na qual apresenta as principais contraditoriedades entre os estilos de gestão de ambos;

Aqueles que permaneceram da gestão Lula dizem que o ex-presidente também dava broncas, mas elas eram ‘genéricas’ e ‘no plural’. Com Dilma a coisa é pessoal, olho no olho, em público e quase sempre aos gritos. Os alvos preferenciais são os ministros mais próximos: os palacianos e os que participam da coordenação de governo. Paradoxalmente, aqueles de quem ela não gosta escapam quase ilesos, *porque raramente são recebidos*. Quando o tempo fecha, a presidente cruza os braços, põe as mãos sob as axilas, inclina a cabeça de lado e mira alguém. *’O cara sabe na hora que vai para o pelourinho’*, descreve uma testemunha. O bordão “meu querido” é outro sinal de encrenca. Um traço de estilo que tensiona o ambiente é que

Dilma não faz confraternizações. Aboliu a Festa Junina na Granja do Torto e as rodadas de prosa regadas a uísque que Lula promovia nas viagens. ‘Se, numa viagem, ela convoca um café, é sempre para trabalhar’, descreve quem já integrou algumas comitivas (FOLHA DE SÃO PAULO, 2011, grifo nosso).

Com a cobertura midiática enfatizando o estilo “antipático” da presidenta, sobretudo com os políticos e a imprensa, poderia se esperar que fosse fomentada uma percepção que impactasse em termos de popularidade. O que garantiria a empatia entre Dilma e a população, considerando que ela não se acomodava ao perfil típico dos ex-presidentes? Como aponta Coimbra (2011)²¹⁴,

Ela nada tem de extraordinário ou de excepcional, elementos fundamentais na construção das imagens de seus antecessores. Não foi percebida como ‘salvadora’, predestinada a promover mudanças. Ninguém a viu como ‘intelectual brilhante’, capaz de derrotar a inflação com golpes de genialidade. Não foi eleita em razão de sua biografia de maior liderança popular de nossa história.

Além da ainda favorável condição econômica do país em 2012²¹⁵, outro elemento foi importante para ressignificar positivamente o estilo pouco carismático de Dilma Rousseff: a emergência de personagens humorísticos que parodiavam a atuação da presidenta. Em matéria intitulada “Na onda dos humorísticos”, o jornalista Fernando Rodrigues argumenta que a presidenta estava submetida à exposição de um “humor a favor”:

Todos já sabem que Dilma Rousseff está cada vez mais popular. Muito foi escrito sobre a influência da estabilidade econômica na taxa de aprovação. Mas um fato novo e de razoável relevância tem sido negligenciado: *Dilma é a mais bem tratada presidente da República em muitas décadas em programas humorísticos na TV*. Dos globais ‘Zorra Total’ e ‘Casseta e Planeta Vai Fundo’ ao ‘Pânico’, da Band, os atores e humoristas enfatizam exatamente os aspectos mais favoráveis à petista: durona, mandona, enérgica. Dilma desfruta de algo que os publicitários chamam de ‘mídia espontânea positiva’. [...]. O fato é raríssimo na política brasileira e foi registrado num dado ainda inédito da pesquisa Datafolha dos dias 18 e 19 abril, com 2.588 pessoas em todo o país e margem de erro de dois pontos percentuais. O levantamento mostra que 64% dos brasileiros já assistiram a algum tipo de imitação a Dilma na TV. As sátiras são veiculadas em atrações recordistas de audiência, em horários nobres. *As caricaturas na TV reforçam positivamente uma característica que Dilma acredita possuir e mais gosta de difundir: ser intransigente, porém justa e correta*. Nesses esquetes, ela dá bronca, mas pode concluir mandando um ‘beijo na alma’ de quem foi alvo da carraspana (FOLHA DE SÃO PAULO, 2012, grifo nosso).

Além dos humorísticos da TV, cabe destacar ainda a personagem Dilma Bolada, que atua no âmbito das redes sociais na internet, criada pelo estudante de publicidade

²¹⁴ Ver artigo “O que há de novo”. Disponível em: < <http://www.cartacapital.com.br/politica/o-que-ha-de-novo> > Acesso em 21 jun. 2016.

²¹⁵ Uma apreciação sobre a conjuntura econômica no governo Dilma será apresentada em tópico posterior a este capítulo.

Jefferson Monteiro ainda no contexto das eleições 2010. Com exposição inicial no *Twitter*, a página ganhou uma versão para o *Facebook*.²¹⁶

O termo *bolada*, emprestado da gíria carioca, insere uma representação da presidenta como alguém “preocupada, irritada, desconfiada”, corroborando, assim, o perfil pessoal apresentado pela mídia. O diferencial está no tom jocoso com que as ações e reações de Dilma são narradas pela personagem *Bolada*, conforme afirma Gadelha (2013):

Essa suposta austeridade atribuída à presidenta, por sua vez, cede lugar a certa descontração na página da personagem Dilma Bolada, que a transforma de uma maneira a parecer positiva transmitindo essa imagem de autoritarismo associada à imagem de mãe protetora dos filhos e da nação. [...] *Dilma Bolada, consistente e condizente com esse perfil atribuído a Dilma Rousseff* no que concerne o imaginário sobre sua personalidade, *atraiu até mesmo seguidores que parecem acreditar que a página pertence à presidenta e que é atualizada pela mesma* [...] (p. 16, grifo nosso).

A suposta intransigência de Dilma face à cultura política evidenciária, segundo Nobre (2013), a maneira como a própria “[...] se colocou como representante do ‘povão’ dentro do sistema político” (p. 139). As personagens humorísticas contribuem positivamente para a aprovação popular do estilo de liderança da presidenta.

Do ponto de vista da gestão, a avaliação positiva continuou avançando. Em pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha em dezembro de 2012, os entrevistados avaliavam o governo Dilma em 62% de ótimo e bom. Segundo o Datafolha, os dados obtidos na pesquisa indicavam que

O desempenho de Dilma é o melhor entre todos os presidentes eleitos desde Fernando Collor no mesmo período de governo. Seu antecessor, Lula, completou seus dois primeiros anos de governo sendo avaliado como ótimo ou bom por 45%, no mesmo patamar de Fernando Henrique Cardoso, que em dezembro de 1996 era aprovado por 47% (DATAFOLHA, 2012).

Contando com ampla aceitação popular, Dilma reforçava sua dimensão técnico-gerencial que a distanciava de uma gramática política na constituição da imagem e estilo de liderança.

Se a avaliação popular da presidenta batia recordes, não era possível indicar o mesmo para sua relação com o Legislativo. O estilo gerencial de Dilma gerou conflitos com o Congresso Nacional como o que pôde ser observado no corte de emendas parlamentares.²¹⁷

²¹⁶ Atualmente, a página no *Facebook* é curtida por mais de 1 milhão e meio (1.601.173) de internautas.

²¹⁷ Em 2011, o governo também já havia passado por tensões com o Congresso Nacional em virtude do atraso na liberação da verba de emendas parlamentares. O líder do governo na Câmara, Cândido Vaccarezza (PT) chegou a afirmar que “Havia resistências e estresse por não liberação de emendas e restos a pagar, cargos, *desconforto por achar que o governo não valoriza a Câmara*, mas esses fatores já se diluíram.” (grifo nosso). Entretanto, em

Com vistas à diminuição dos gastos públicos, a fim de garantir a produção do superávit primário, o governo federal sinalizou o corte de todas as emendas parlamentares feitas ao orçamento do ano de 2012, contabilizadas num montante de 20,3 bilhões. A decisão gerou um mal-estar entre os congressistas, que receberam a decisão do Executivo como uma demonstração de desprezo pelo Legislativo.

Entre os aliados, a saída foi a proposição de uma “greve branca”, na tentativa de pressionar a liberação das emendas, e que sinalizava, segundo o líder do governo no Congresso, Henrique Eduardo Alves (PMDB), “[...] a insatisfação da bancada com o tratamento político, a retenção das emendas” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2011). No lado oposicionista, a postura reincidente da presidenta em suspender os pagamentos das emendas parlamentares foi tratada como um gesto autoritário, que fragilizava a relação entre os poderes, conforme palavras de Aécio Neves (PSDB).

O governo da presidente Dilma encena um monólogo a dois no qual uma das partes -o governo- fala e determina, e a outra -o Congresso- cala e obedece. O corte no Orçamento, de R\$ 55 bilhões, que extirpou todas as emendas parlamentares, reforçou o traço autoritário existente na relação entre os dois Poderes, sinalizando a manutenção de uma política baseada na barganha. [...]. O ano passado já havia sido marcado por demonstrações de autoritarismo do Executivo sobre o Legislativo (FOLHA DE SÃO PAULO, 2012).

A insatisfação dos aliados e as críticas oposicionistas à presidenta identificando-a como uma liderança centralizadora e com pouco tendência ao diálogo e negociação com os congressistas teve efeitos concretos, sobretudo no resultado das votações de matérias do interesse do Executivo. Tendo iniciado o governo com a maior taxa de apoio parlamentar desde a redemocratização, como apontado anteriormente, Dilma Rousseff chegava ao final do segundo ano de mandato com níveis descendentes de apoio, evidenciando, pois, um arranjo precário na relação do governo com a Câmara dos Deputados.

A fidelidade a Dilma vem caindo semestre a semestre. É menor agora do que foi no começo de 2012. E 2012 é pior do que 2011. Segundo o Basômetro - ferramenta online de acompanhamento das votações no Congresso desenvolvida pelo Estadão Dados -, a grande maioria, 306 deputados, votou com o governo em 90% das vezes ou mais em 2011. Neste ano, o núcleo duro de apoio ao governo caiu a menos da metade disso. Nas 43 votações ocorridas em 2012, apenas 126 dos 513 deputados votaram 90% das vezes ou mais seguindo a orientação do líder governista. Desses, 85 são do PT. Logo, apenas 41 deputados de outras legendas estão com Dilma para o que der e vier: 11 do PP, 10 do PSB, 9 do PC do B, apenas 4 do PMDB, 2 do PDT, 2 do PV, 1 do PTB, 1 do PSD, 1 do PTC - e nenhum do PR e do PRB, apesar de as duas legendas terem cargos no governo (ESTADÃO, 2012).

virtude da alta popularidade da presidenta, qualquer ato de “rebelião” foi de certo modo sufocado. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po1208201113.htm>>. Acesso em: 26 fev. 2016.

As dissidências na base de apoio parlamentar eram indicativas de desgastes que poderiam prejudicar o governo, mas não chegavam a atingir diretamente o apoio popular que a presidenta necessitava para conduzir seu estilo de gestão. O principal desafio de Dilma, para manter as taxas de aprovação popular, foi desde o início do mandato o cenário econômico como veremos no tópico a seguir.

5.1. “Tinha uma pedra no meio do caminho”: o cenário econômico e os desafios da continuidade para o lulismo

O cenário econômico é elemento imprescindível para entender a concertação social e política sobre a qual o lulismo se ergueu, considerando a importância do desempenho da economia para a sua sustentação social e política. Destaco, portanto, sua igual pertinência para a compreensão da elaboração simbólica sobre esse ciclo político. Desse modo, cabe refletir sobre como se desdobrou o cenário econômico mundial ao longo do governo Dilma (2011-2014) e quais ações o governo engendrou no campo da política econômica.

A economia favorecida, sobretudo no segundo mandato de Lula (2007-2010), foi componente fundamental para a produção do arranjo político em que conviviam interesses diversos da sociedade. Esse arranjo político foi possível graças às altas taxas de crescimento econômico registradas nos anos Lula, conforme sugere Corsi (2015).

O crescimento baseou-se no aumento do consumo, do investimento e das exportações, que se beneficiaram do boom internacional das commodities. A expansão da economia foi acompanhada de melhorias nos salários e no emprego e de modesta redução da miséria e da desigualdade social. Dada a abundante liquidez internacional, a permanências das taxas de juros em patamares elevados atraiu considerável volume de capital, que buscava na economia brasileira obter polpuda valorização por meio da especulação. A entrada volumosa de capitais em carteira e na forma de investimento direto e a elevação dos preços das commodities aprofundaram a tendência de valorização do real. Esta política econômica, que buscava responder aos interesses das várias frações do capital e dos trabalhadores, foi fundamental para Lula articular ampla base política e social, que conferiu sustentabilidade ao seu governo. Esta base também foi fundamental para a eleição e reeleição de Dilma Rousseff (p. 94).

Eleita para dar continuidade ao lulismo, Dilma Rousseff e sua equipe econômica necessitavam, portanto, manter o crescimento econômico em níveis que garantissem a orquestração dos segmentos antagônicos que compunham o arranjo. Esse seria o grande desafio do lulismo a ser enfrentado pela presidenta, afinal, “[...] o conflito distributivo, entre capitais e entre capital e trabalho, fora amenizado no governo Lula, mas permaneceu latente à espera da eclosão” (COSTA PINTO *et al.*, 2016, p. 19).

Nesse sentido, ao assumir o governo, em 2011, as medidas econômicas da presidenta foram no sentido de ajustar as contas públicas com vistas a produzir um superávit primário alto. Com esses movimentos a equipe econômica do governo visava conter o avanço inflacionário e equilibrar o aumento dos gastos advindos do período anterior. Cagnin *et al.* (2013), ao analisarem a política macroeconômica do governo Dilma afirmam: “[...] no primeiro período, que abarca o primeiro semestre de 2011, as políticas monetária e fiscal tiveram um caráter restritivo, no intuito de arrefecer a atividade econômica e, assim, conter a aceleração inflacionária observada naquele momento” (p. 170).

Segundo Nobre (2013), esse “ajuste para baixo” estava relacionado ao esgotamento do modelo econômico herdado do lulismo:

Um quadro do problema seria mais ou mesmo o seguinte: o pacto do crescimento não pode ser mantido nos níveis em que terminou o governo Lula, altos demais para ser absorvidos sem aumento da inflação e sem o total estrangulamento da infraestrutura. Ao mesmo tempo, é necessário encontrar um patamar mínimo para o crescimento no interior do ajuste para baixo do modelo. O estímulo ao crédito e o aumento da renda têm de ser substituídos por uma mudança estrutural do aumento de taxa de investimento. Tem-se no horizonte a ideia de que esse ajuste para baixo possa ser apenas temporário (p. 135).

O governo Dilma tinha ainda que lidar com fatores externos que trariam impactos à condução econômica, como “[...] a redução do crescimento da China (grande compradora de commodities brasileiras) e o fim do período de juros internacionais baixos, com a conseqüente valorização do dólar [...]” (NOGUEIRA, 2013, p. 38). Desse modo, apesar de não poder realizar cortes drásticos no orçamento, o governo Dilma necessitava realizar um “suave” ajuste²¹⁸, buscando se acomodar à uma segunda onda de conseqüências da crise mundial que comprometeria a economia brasileira.

No segundo semestre de 2011, o quadro econômico era de deterioração do cenário externo²¹⁹. Diante disso o governo articulou um conjunto de medidas que demarcou uma guinada heterodoxa do ponto de vista da política econômica.

É relevante destacar que a formação da equipe econômica de Dilma já indicava uma diferença com o período lulista imediatamente anterior. No governo Lula, o Ministério da Fazenda foi comandado, na maior parte do tempo, por Guido Mantega, um desenvolvimentista, e o Banco Central por um agente ligado ao mercado, Henrique Meirelles.

²¹⁸ Entre as ações tomadas pelo governo destacam-se a restrição de crédito, o aumento do compulsório e as exigências de capital dos bancos, além da elevação do IOF sobre as operações de crédito pessoal e contenção do gasto público (CORSI, 2015).

²¹⁹ Com destaque para a crise na zona do Euro (CAGNIN *et al.*, 2013).

Essa conformação evidenciava um ajuste criativo entre ortodoxia e heterodoxia para a condução da política econômica.

No governo Dilma há um movimento no sentido da ampliação da heterodoxia. A presidenta, com formação em economia, vinculada à matriz heterodoxa, manteve Guido Mantega no Ministério da Fazenda e substituiu Meirelles por Alexandre Tombini, técnico de carreira do Banco Central.

Destacando as diferenças do governo Dilma, o ex-ministro da Fazenda Mendonça de Barros, vinculado à ortodoxia, afirmou em entrevista ao jornal Folha de São Paulo²²⁰:

O pessoal da Unicamp passou a ter papel de formulador de política. O Banco Central de [Henrique] Meirelles tinha uma linha mais liberal, de gente do mercado financeiro. O BC de Dilma é formado por burocratas. [...] Há diferença de comportamento. *É muito difícil para um burocrata ir contra a hierarquia.* Com Lula, havia um conflito entre BC e Fazenda. (Grifo Nosso)

A afirmação de que havia conflito entre BC e Fazenda, no governo Lula, remete à reflexão de como se equacionavam essas diferenças para a tomada de decisão sobre a política econômica, exigindo, portanto, habilidade política dos agentes. No caso do governo Dilma, por ser mais homogêneo, infere-se que haveria menos debate em torno das ações no âmbito da economia. A homogeneidade de pensamento e a perspectiva técnica seriam para os críticos indicativo de pouca criatividade: *“É muito difícil para um burocrata ir contra a hierarquia”*.

Tal homogeneidade na equipe econômica pôde ser observada na orquestração entre Ministério da Fazenda e Banco Central do conjunto de medidas para enfrentar os efeitos da desaceleração da economia, em virtude da crise mundial (CAGNIN *et al*, 2013). O traço heterodoxo dessas medidas evidenciou-se na alteração do tripé macroeconômico, ou seja, o governo praticou de modo mais contundente a flexibilização da política de juros, câmbio apreciado e metas de inflação.

A principal marca desse conjunto de medidas estava relacionada à redução da taxa de juros. Nas palavras de Mantega (2013)²²¹, então Ministro da Fazenda

A recaída da crise internacional ocorrida a partir do segundo semestre de 2011 teve severo impacto sobre a atividade econômica. Nesse quadro, abriu-se a oportunidade de avançarmos definitivamente na queda dos juros, sem colocar em risco a inflação e ainda diminuindo os impactos da crise externa sobre o Brasil. Foi muito importante a elevação do resultado primário de 2011 para dar respaldo a redução de juros verificada nesse período.

²²⁰ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po2205201117.htm>>. Acesso em: 2 mar. 2016.

²²¹ “O primeiro ano da nova matriz macroeconômica”, Guido Mantega. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/2945092/o-primeiro-ano-da-nova-matriz-economica>>. Acesso em: 3 mar. 2016.

Mantega (2013) colocava as medidas que caracterizavam a “nova matriz macroeconômica” como uma mudança estrutural na economia brasileira nos moldes da estabilização de preços com o Plano Real (Era FHC), da inclusão pelo consumo que fortaleceu o mercado interno e da mudança nos níveis de crescimento (Era Lula).

Além da redução da taxa de juros, as medidas econômicas envolveram a diminuição da “sobrevalorização do câmbio”, a redução da carga tributária com políticas de desoneração fiscal, redução da energia elétrica, uso do BNDES como financiador das empresas, entre outros.²²² A intenção do governo Dilma era

[...] dar um salto de competitividade na economia brasileira, sem abrir mão de se manter na rota da inclusão social e da redução da desigualdade trilhada nos anos precedentes. Nesse sentido, colocava-se como absolutamente estratégico remover, ou pelo menos minimizar, a distorção que havia nos dois principais preços do país: juros e câmbio (MANTEGA, 2013).

Singer (2015) classificou as ações do governo Dilma para enfrentar a crise econômica como *ensaio desenvolvimentista*, o qual se caracterizaria por um “‘ativismo estatal’ na busca da reindustrialização” (p. 46). Segundo o autor, as medidas tomadas pela equipe econômica do governo Dilma indicavam uma continuidade do lulismo, na defesa do industrialismo, mas adequando-a à medida em que assumia uma postura mais conflitiva com o setor financeiro.

Nesse sentido, o ensaio desenvolvimentista, como uma política econômica do lulismo, não representaria um projeto anticapitalista. Seria, por sua vez, um projeto de desenvolvimento do capitalismo que favoreceria a classe trabalhadora e as classes populares no Brasil, tendo em vista que estimulariam a retomada da industrialização brasileira.

Nobre (2013)²²³ argumenta que o ensaio desenvolvimentista envolveu três ações significativas: Redução da Taxa de juros ↔ Desvalorização do câmbio ↔ Desonerações tributárias. O autor argumenta que Dilma usou o prestígio de início de mandato que outros presidentes usaram para executar reformas estruturais a fim de bancar a redução da taxa de juros.

²²² Ver detalhadamente cada uma das medidas citadas em: “Cutucando onças com varas curtas”, de André Singer (2015). Disponível em: <http://novosestudos.uol.com.br/v1/files/uploads/contents/content_1604/file_1604.pdf>. Acesso em: 3 mar. 2016.

²²³ Para mais detalhes sobre posições de Nobre e Singer, ver: “Balanço do governo Dilma com André Singer e Marcos Nobre”. Debate realizado em 16 de maio de 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7VK-6YENOVs>>. Acesso em: 5 mar. 2016.

É relevante destacar outro caso significativo do “estatismo estatal”, indicado por Singer (2015) como marca do “ensaio desenvolvimentista”: a decisão que envolveu a redução da tarifa de energia elétrica.²²⁴

A decisão pela redução da tarifa de energia elétrica, através da Medida Provisória 579, foi anunciada pela presidenta em setembro de 2012. Essa ação foi apresentada como uma medida que contribuiria para a diminuição do custo da produção, o que acarretaria no aumento do emprego e aquecimento da economia. Para realizar tal medida, o governo decidiu desonerar de impostos federais o setor de produção de energia, aportar 3,3 bilhões de reais em recursos no setor e antecipar a renovação das concessões que se venceriam em 2015. Esse ponto da renovação de concessões foi o mais polêmico, tendo em vista que as regras de concessão mudariam para o novo contrato.

Entre as empresas fornecedoras de energia elétrica que argumentaram que seriam prejudicadas pelas novas regras e rejeitaram o acordo proposto pelo governo estavam: Companhia Energética de São Paulo (CESP), Companhia Energética de Minas Gerais S.A. (CEMIG), Companhia Paranaense de Energia (COPEL) e Companhia Energética de Goiás (Celg). O impacto político da decisão do governo foi reconhecido na medida em que os únicos estados cujas empresas negaram o acordo eram governados pelo PSDB, principal opositor do governo federal.

A medida provisória entrou em vigor em janeiro de 2013. Na ocasião, Dilma Rousseff fez um pronunciamento à nação destacando que essa seria mais uma ação do seu governo no sentido de “garantir mais crescimento para o país e bem-estar para os brasileiros”, assim como a redução da taxa de juros, a ampliação de crédito, investimento em infraestrutura, os programas de habitação, educação e saúde. Entretanto, o maior destaque do pronunciamento é a crítica aos opositores, argumentada com base em critérios técnicos e políticos:

Surpreende que, desde o mês passado, algumas pessoas, por precipitação, desinformação ou algum outro motivo, tenham feito previsões sem fundamento, quando os níveis dos reservatórios baixaram e as térmicas foram normalmente acionadas. O Brasil não deixou de produzir um único kilowatt que precisava, e agora, com a volta das chuvas, as térmicas voltarão a ser menos exigidas. Cometeram o mesmo erro de previsão os que diziam, primeiro, que o governo não conseguiria baixar a conta de luz. Depois, passaram a dizer que a redução iria tardar.

²²⁴ Essa alteração nas regras do setor elétrico também teria impactado o capital financeiro, pois, conforme Beluzzo (2015), “O modelo elétrico brasileiro é todo financeirizado”. De acordo com o autor, a questão é ainda mais complexa, tendo em vista que há um processo de financeirização das grandes empresas.

Por último, que ela seria menor do que o índice que havíamos anunciado (informação verbal).²²⁵

Esse discurso é significativo porque nele a presidenta apresenta a categoria que marcará a forma como os opositores serão tratados em todas as suas comunicações públicas: os pessimistas, assim como pela postura contundente de crítica aos mesmos com base na ideia do republicanismo. Dilma Rousseff caracteriza a oposição como pessimista, argumentando que esta se orienta exclusivamente por critérios políticos, sem levar em consideração o que é melhor para o país.

O Brasil está cada vez maior e imune a ser atingido por previsões alarmistas. Nos últimos anos, o time vencedor tem sido o dos que têm fé e apostam no Brasil. *Por termos vencido o pessimismo e os pessimistas*, estamos vivendo um dos melhores momentos da nossa história. E a maioria dos brasileiros sente e expressa esse sentimento. Vamos viver um tempo ainda melhor, quando todos os brasileiros, sem exceção, trabalharem para unir e construir. Jamais para desunir ou destruir. Porque somente construiremos um Brasil com a grandeza dos nossos sonhos quando colocarmos a nossa fé no Brasil acima dos nossos interesses políticos ou pessoais (informação verbal, grifo nosso).²²⁶

Apesar do discurso “otimista” em relação às condições econômicas do país, as medidas tomadas pelo governo não estavam surtindo resultados significativos para aplacar os efeitos da crise, sobretudo no que se referia ao PIB. Ocorreu um processo de desaceleração da economia; o “[...] PIB, em 2011, cresceu 2,73% e no ano seguinte cresceu ainda menos, 0,9%” (CORSI, 2015, p. 99). De acordo com Singer (2015), isso ocorreu porque o governo²²⁷ compreendeu que, ao realizar o ajuste em 2011, encontraria a economia mundial em retomada de crescimento, “[...]o que não se revelou verdadeiro, pois a crise foi em W e não em V” (p. 55).

Os rumos da política econômica no governo Dilma foram duramente criticados pela imprensa especializada internacional, com destaque para a publicação *The Economist*. Em artigo em que analisa a cobertura da revista sobre a política econômica do governo, Pires (2015) afirma que as críticas de *The Economist* são basicamente cinco: “[...] (1) a inflação está fora de controle; (2) a taxa de juros está muito baixa; (3) o governo é muito intervencionista; (4) o governo não fez as reformas econômicas necessárias e, (5) o Brasil deve se abrir mais à economia mundial” (p. 277).

²²⁵ Pronunciamento Redução da Tarifa de Energia Elétrica, 23 de janeiro de 2013.

²²⁶ Pronunciamento Redução da Tarifa de Energia Elétrica, 23 de janeiro de 2013.

²²⁷ Ver entrevista de Guido Mantega em que afirma: “Fizemos o aperto em 2011 supondo que a economia mundial já estava em recuperação. Em 2011 puxamos o freio, dizendo: a gente faz um ajuste e depois retoma. Só que quando foi retomar, no segundo semestre de 2011, já tinha começado a crise europeia”. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/talvez-devessemos-ter-usado-uma-mao-mais-leve-em-2011-avalia-mantega-9964488>>. Acesso em: 5 mar. 2016.

Ainda segundo o autor, o argumento central da revista era de que

[...] o governo vem sufocando a iniciativa privada por meio de ‘deletérias’ intervenções na economia, como a repactuação da concessão de hidrelétricas, o grande peso do BNDES na formação de capital, a intervenção dos bancos públicos para forçar a queda de juros para o consumidor ou ainda o estabelecimento de novas regras para o setor portuário (p. 281).

Ainda em fins de 2012, diante da desaceleração no crescimento econômico brasileiro, *The Economist* apresentou duras críticas aos resultados obtidos pela economia brasileira e culpabilizou o Ministro Guido Mantega pela situação, chegando, inclusive, a sugerir que se Dilma Rousseff quisesse garantir a reeleição deveria demitir o ministro.²²⁸ Em evento realizado no Palácio do Itamaraty com chefes de Estado do Mercosul, a presidenta respondeu à publicação internacional:

Em hipótese alguma o governo brasileiro, eleito pelo voto direto e secreto do povo brasileiro, vai ser influenciado pela opinião de uma revista que não seja brasileira. Acho que não é correto também pelo seguinte, não vi, diante dessa crise gravíssima pela qual o mundo passa, com países com taxas de crescimento negativas, escândalos, quebra de bancos, quebra de empresas, eu nunca vi nenhum jornal propor a queda de um ministro. Nós estamos crescendo a 0,6% nesse trimestre e iremos crescer mais no próximo trimestre. Então a resposta é: de maneira alguma eu levarei em consideração esta, diríamos, sugestão. Não vou levar. Muito obrigada. (informação verbal)²²⁹

As críticas e questionamentos apresentados pela mídia internacional encontraram eco na mídia nacional, e quando confrontada com a pergunta sobre a permanência ou não de Mantega no Ministério da Fazenda, Dilma Rousseff respondeu de forma contundente e reafirmou sua autoridade e controle sob o governo:

Minha querida, minha querida, tem hora que a gente não pode querer que todos gostem da gente. *Eles podem querer fazer isso. Acontece que eu não quero, então fica difícil. Posto que sou eu que decido*, o Mantega não tem a menor hipótese de sair do meu governo, a não ser que queira (informação verbal, grifo nosso)²³⁰

Além do baixo crescimento do PIB em 2012, o governo iniciou o ano de 2013 enfrentando uma aceleração inflacionária, em decorrência do aumento de alguns produtos agrícolas como o tomate. Tendo em vista o histórico brasileiro, a inflação é um tema central do debate econômico que rapidamente escoa para o cotidiano da população em geral. Nesse

²²⁸ “Revista ‘The Economist’ sugere demissão de Mantega”. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,revista-the-economist-sugere-demissao-de-mantega,137307e>>. Acesso em: 5 mar. 2016.

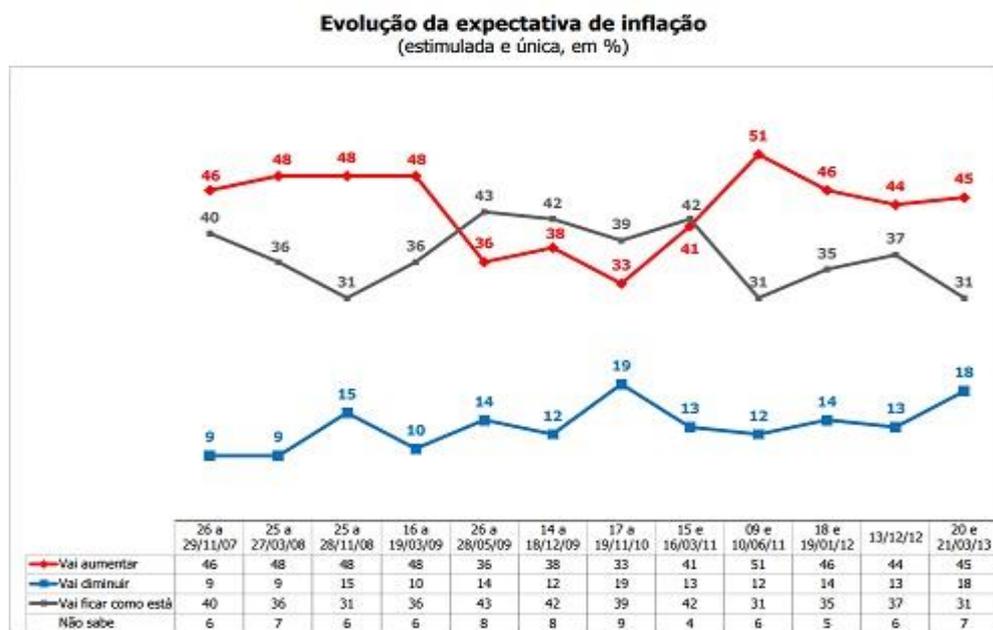
²²⁹ “Dilma diz que não aceita de ‘maneira alguma’ sugestão de revista”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/12/dilma-diz-que-nao-acata-de-maneira-nenhuma-sugestao-de-revista.html>> Acesso em 21 jun. 2016.

²³⁰ Entrevista Coletiva concedida aos jornalistas que fazem cobertura no Planalto, 27 de dezembro de 2012.

sentido, quando ocorre o aumento de preços de alimentos básicos, rapidamente se produz a percepção de que a inflação pode estar fora de controle.

Na primeira pesquisa de avaliação do governo, em março de 2013, realizada pelo Instituto Datafolha, mesmo com a presidenta batendo recorde de avaliação positiva (65%), uma parcela da população entrevistada indicava preocupação com o cenário econômico, com destaque para a inflação.

Figura 13 – Pesquisa Datafolha – Evolução da expectativa de inflação (2013)



Fonte: Datafolha (Março/2013)

O governo tratou a questão como reflexo de um contexto climático específico, sem nenhuma relação com o cenário macroeconômico. O discurso da presidenta era de que a inflação estava sob controle. A oposição, por seu lado, explorou o tema em suas inserções no Horário Gratuito de Propaganda Partidária, em maio de 2013. O senador Aécio Neves, presidente do PSDB, conduziu o discurso oposicionista:

Aécio Neves: A gente levou muito tempo para acabar com a inflação. Foi graças ao Plano Real do PSDB que a gente venceu o desafio. Mas hoje, a alta de preços voltou a bater à porta dos brasileiros, os alimentos então, não param de subir. Para evitar que a inflação volte de vez, a primeira coisa a fazer é equilibrar as contas do governo, é ter foco na gestão.

Locutora off: Quando o PSDB governou o Brasil, ele venceu a inflação e criou os primeiros programas de transferência de renda.

Aécio Neves: O PSDB governa hoje oito estados, governa praticamente metade da população. E para nós o lema fundamental é o seguinte: gastar menos com a estrutura do estado para gastar mais com as pessoas. [...]. Então, planejamento em governo é essencial e é isso que o PSDB sabe fazer. É preciso que o governo dê o exemplo. Um governo que gasta mais do arrecada, é o governo que ao final vai estar estimulando a inflação. É preciso trabalhar para a superação real da pobreza,

estimulando as pessoas a trabalhar, criando condições para que elas possam ter a sua renda, crescer na vida. Eu não acho que a herança que um pai de família pode deixar para o seu filho é o cartão do Bolsa Família, porque as pessoas querem crescer, elas querem se desenvolver. [...] É preciso focar nas nossas prioridades, onde estão nossos gargalos, que o Brasil precisa de rodovias, precisa de ferrovias, precisa de hidrovias, de portos e aeroportos. É preciso que nós saltemos do século e aqueles que estão no governo compreendam que o setor privado não é inimigo, setor privado é parceiro essencial. O estado tem que cuidar daquilo que é sua responsabilidade, de melhorar a qualidade da saúde pública, dar mais recurso para a educação pública no Brasil e é o que o PSDB vem fazendo em todos os oito estados em que governa (informação verbal).²³¹

Além da percepção do avanço inflacionário, o governo Dilma tinha outros indicativos da necessidade de avançar com ações em áreas apontadas pela população, na pesquisa Datafolha, como de maiores gargalos: saúde (74%), segurança pública (68%), impostos (65%), educação (56%) e combate à inflação (50%).

Os dados dessa pesquisa tornam-se ainda mais relevantes na medida em que os relacionamos ao cenário social de maior desafio que Dilma Rousseff teve de enfrentar à frente do Executivo Federal: as “Jornadas de junho”. Na seção a seguir, apresento reflexões sobre como esse cenário de instabilidade impactou nos processos de construção de gestão simbólica da imagem de Dilma Rousseff e do lulismo.

5.2 Manifestações de Junho de 2013: a linguagem do “pacto” como saída para a crise

O início do ano de 2013 trazia como pauta, para a gestão de Dilma Rousseff, as obras em andamento para a Copa do Mundo de 2014, sobretudo, as chamadas obras de legado, que seriam aquelas que ficam para o desenvolvimento das cidades, independente da copa, como saneamento, mobilidade urbana, reforma e construção de aeroportos, entre outras. A centralidade assumida pelo tema na agenda da presidenta tinha uma razão: em junho do ano corrente (2013) se realizaria a Copa das Confederações no Brasil.

Ainda em março de 2013, Dilma Rousseff convocou uma reunião com governadores/as e prefeitos/as, incluindo a participação de ministros/as de Estado. Na ocasião, a presidenta buscou destacar o perfil articulador e apoiador de seu governo, argumentando que houve mudanças no regime de cooperação entre o governo federal e os demais membros da federação, um ato inaugurado no governo de seu antecessor: Lula.

No discurso, a presidenta ressaltou a importância dessa cooperação para o bom andamento e conclusão no prazo das obras de saneamento, mobilidade urbana e aeroportos.

²³¹ Programa Partidário do PSDB, 30 de maio de 2013.

Para Dilma Rousseff, não há possibilidade de o governo federal conseguir realizar as expectativas de desenvolvimento nacional só com o aporte de recursos, como ocorrem em geral, é fundamental também contar com o apoio dos gestores locais para a garantia de efetividade das ações propostas.

Nessa conjuntura, foi divulgada a primeira pesquisa de avaliação do ano de 2013. Nela, Dilma Rousseff bateu o recorde de sua avaliação positiva, chegando a 79% de aprovação pessoal, com índice de confiança de 75% e avaliação do governo com 63% de ótimo e bom. Entretanto, os temas de saúde, segurança pública e impostos continuavam com desaprovação de mais da metade da população.

Entre os meses de março e junho, as ações da presidenta que ganharam destaque foram: a) a isenção de impostos federais para todos os produtos da cesta básica (ação anunciada no pronunciamento do Dia Internacional da mulher); b) o lançamento do programa Mulher: Viver Sem Violência, o qual buscava ampliar a proteção e acolhimento das mulheres vítimas de violência e dar agilidade aos trâmites legais; e c) promulgação do Decreto 7.963/2013, o qual instituiu o Plano Nacional de Consumo e Cidadania (Plandec), cujo texto indicava que o governo federal buscava, através desta ação, “garantir a proteção dos interesses econômicos e sociais dos consumidores brasileiros”. Nesse último, cabe o destaque para a integração com a principal política do governo: “priorizar a ampliação do mercado consumidor como forma de aquecer a economia brasileira”.

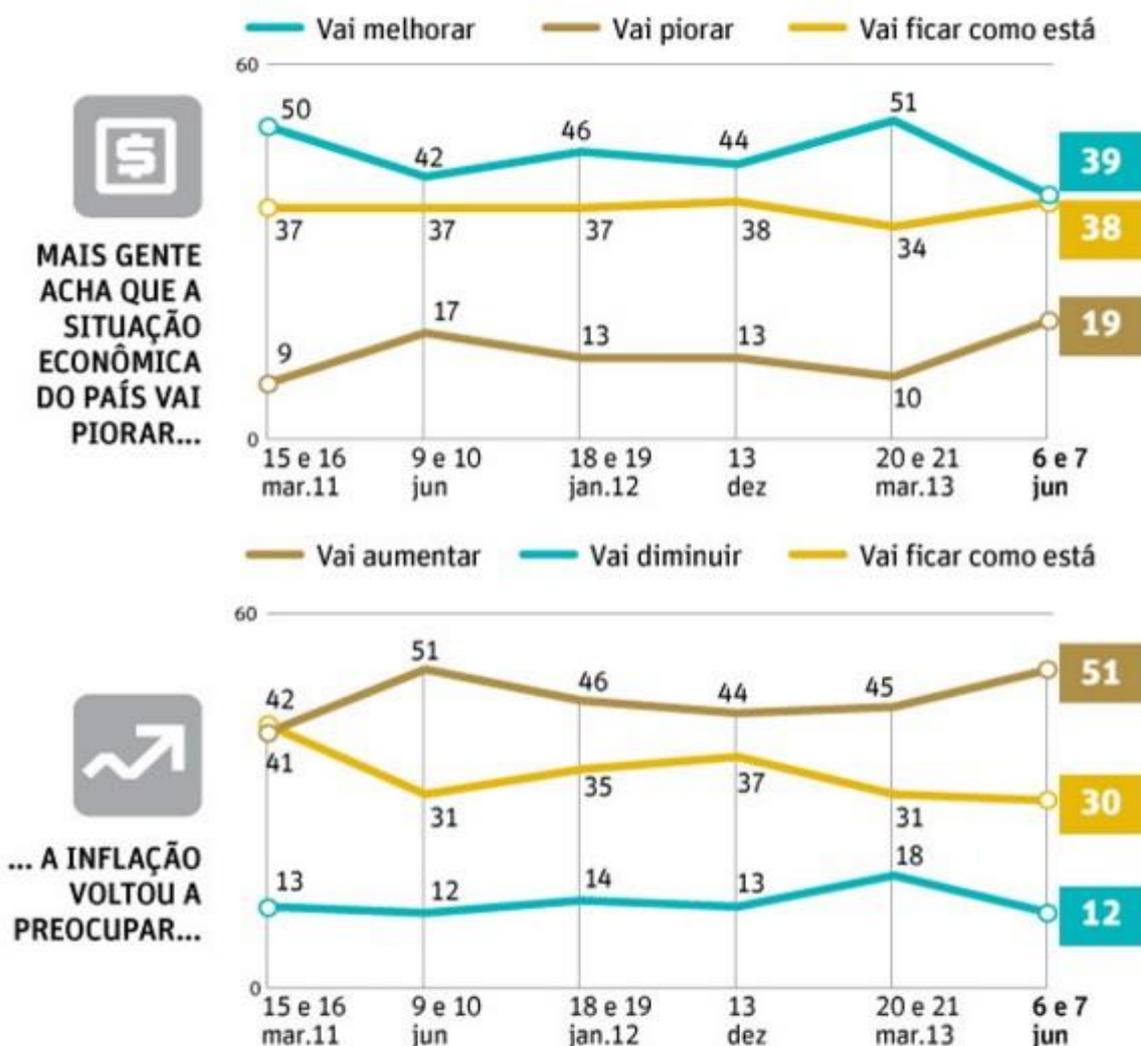
A segunda pesquisa de avaliação do governo foi apresentada em junho de 2013. Nessa sondagem, foi captada a primeira queda na popularidade de Dilma Rousseff: o percentual de aprovação pessoal da presidenta reduziu em 8 pontos, indo de 79% para 71%. Já a aprovação do governo também caiu 8 pontos percentuais, saindo de 63% e chegando a 55% de ótimo e bom. Os dados da pesquisa evidenciaram que a queda na avaliação se deu sobretudo entre os entrevistados de maior renda, com concentração regional no Sudeste. A pesquisa indicava também que a avaliação sobre o cenário econômico também era preocupante, com o aumento da perspectiva negativa sobre a inflação e a situação econômica do país, conforme gráficos abaixo:

Figura 14 – Pesquisa Datafolha – Percepção sobre situação econômica e inflação

A AFLIÇÃO COM A ECONOMIA

Aumenta o pessimismo com as perspectivas da economia brasileira

Respostas estimuladas e únicas, em %



Fonte: Folha de São Paulo (08/06/2013)

A conjuntura política, nesse contexto, foi marcada por dois acontecimentos significativos. O primeiro deles referiu-se a algumas mobilizações pressionando a presidenta a tomar alguma providência que pudesse culminar na retirada do deputado Marcos Feliciano da Comissão de Direitos Humanos. Marcos Feliciano é um pastor identificado com grupos evangélicos fundamentalistas que promovem ações de desrespeito a grupos sociais como negros, mulheres, homossexuais, entre outros. A pressão em torno de algum posicionamento de Dilma Rousseff sobre o assunto se dava, sobretudo, porque foi uma decisão tomada pela base aliada do governo, que possibilitou que o referido deputado chegasse à presidência da comissão. Diante de manifestações inclusive de Maria do Rosário, Ministra dos Direitos

Humanos, Dilma Rousseff não comentou o fato. A partir dessa postura, a percepção criada pelas matérias do jornal era de que a presidenta estaria marcando, assim, uma posição de não se pautar por demandas criadas fora de sua gestão técnica gerencial.

O segundo evento, que teve bastante repercussão midiática, com destaque para críticas ao governo, foi a aprovação da Emenda à Constituição nº 72, que se caracteriza pela extensão aos empregados/as domésticos/as os mesmos direitos dos demais trabalhadores. Conhecida como PEC das domésticas, a proposta teve forte empenho do governo federal, e pessoalmente da presidenta, para sua aprovação. Essa decisão causou grande polêmica, incluindo críticas contundentes de alguns setores da sociedade. Se para o governo e alguns intelectuais a PEC representava uma ruptura com um histórico de desigualdade e ampliação da cidadania, comparada por alguns à abolição da escravatura, para outros a ação traria efeitos desastrosos, como a demissão em massa das empregadas domésticas.

Mesmo num cenário de polêmica, o governo não recuou, e enviou a proposta de regulamentação da lei aprovada, sustentando alguns pontos que geravam bastantes discussões, como a manutenção da multa de 40% do FGTS caso a empregada fosse demitida sem justa causa. Aqui cabe uma relação com os dados sobre a aprovação da presidenta e do governo, como visto anteriormente: a redução da aprovação foi concentrada entre indivíduos com maior renda, provavelmente os mais afetados pela medida de legalização trabalhista da PEC das domésticas.

A reflexão sobre esses dois eventos pode colaborar para a compreensão do cenário relativamente negativo em que estava inserida a avaliação da presidenta na pesquisa supracitada, a qual teve seu ápice e consolidação ainda no mês de junho, com a onda de manifestações que tomou de conta do país.

As manifestações ocorridas em junho de 2013 se iniciaram em São Paulo, tendo como origem mobilizações contra o aumento da tarifa de transporte público. A princípio houve uma forte repressão policial, o que concorreu para a ampliação de manifestantes.

Com o início da Copa das Confederações, as manifestações se espalharam pelo país, mormente nas cidades-sede dos jogos. O primeiro episódio foi em Brasília, cidade de abertura do evento, onde ocorreu uma manifestação em frente ao estádio. A base das críticas eram os altos gastos com a construção de estádios, em detrimento de investimentos em saúde, educação e segurança pública. Dentro do estádio ocorreu também uma expressão pública de insatisfação com Dilma: ao ser anunciada pelo presidente da FIFA, Joseph Blatter, a presidenta foi vaiada. Na ocasião, Dilma abandonou um possível discurso e restringiu-se a

decretar “Aberta a copa das confederações 2013”. Não houve nenhum comentário sobre o incidente por parte da presidenta. Alguns ministros de seu governo usaram o espaço midiático para questionar o caráter classista dos presentes no estádio, a fim de justificar que os eleitores clássicos do lulismo não estavam presentes para contrabalancear uma reação “conservadora” à presidenta. Os ministros reiteraram o discurso marcante do lulismo: o da polarização entre ricos e pobres.

Após essa manifestação, passaram a ocorrer mobilizações em todas as cidades-sede de jogos da Copa das Confederações. As manifestações não apresentavam uma pauta clara; as demandas apresentadas nas ruas eram as mais diversas possíveis, como exigência de melhorias na saúde, na educação, na segurança pública, na mobilidade urbana. Ocorreram ainda reivindicações pela saída de Marco Feliciano da Comissão de Direitos Humanos e de não aprovação da PEC 37, a qual propunha retirar os direitos de investigação do Ministério Público.

Mesmo diante da proliferação de manifestações ao redor do país, em que os governos nas diversas instâncias eram profundamente questionados, Dilma Rousseff não se pronunciou de imediato. Não sendo a primeira vez que isso ocorria, as análises levam a concluir que isso demonstraria uma marca no modo como a presidenta conduz seus movimentos no jogo político: há uma demora para se pronunciar.

Após as vaias no Mané Garrincha e as manifestações nas demais cidades-sede da Copa das Confederações contra o uso de recursos públicos na construção dos estádios da copa, as mobilizações ao redor do país se fortaleceram e ampliaram em número de participantes. Logo algumas das reivindicações foram tornando a presidenta alvo das críticas. Alguns jornalistas e atores políticos começaram a implicá-la nas mobilizações.

Com a ampliação e fortalecimento das manifestações, a cobertura jornalística passou a fazer associações entre as demandas da população e os governos, sobretudo estaduais e federal. Foi nesse contexto, de pressão também midiática, que Dilma Rousseff buscou apresentar uma saída que evidenciou seu estilo gerencial. A presidenta interpretou as manifestações da população como demandas por melhorias do serviço público e de reforma política.

Em seu primeiro pronunciamento oficial, em 21 de junho de 2013, Dilma afirmou que as manifestações eram legítimas, que faziam parte do repertório de uma sociedade que avançou nas conquistas nos 10 anos de governo do PT, os de Lula e o seu próprio, e que agora estava apontando onde mais queria chegar e conquistar. A presidenta argumentou também que

suas ações à frente do Executivo Federal estavam em consonância com os anseios apresentados nas ruas, com destaque para o combate à corrupção.

Sou a presidenta de todos os brasileiros, dos que se manifestam e dos que não se manifestam. A mensagem direta das ruas é pacífica e democrática. *Ela reivindica um combate sistemático à corrupção e ao desvio de recursos públicos.* Todos me conhecem. Disso eu não abro mão. *Esta mensagem exige serviços públicos de mais qualidade.* Ela quer escolas de qualidade; ela quer atendimento de saúde de qualidade; ela quer um transporte público melhor e a preço justo; ela quer mais segurança. Ela quer mais. E para dar mais, as instituições e os governos devem mudar. [...] Vou convidar os governadores e os prefeitos das principais cidades do país para um grande pacto em torno da melhoria dos serviços públicos. [...] Pontos do pacto: Plano Nacional de Mobilidade Urbana; 100% dos recursos dos royalties do petróleo para educação; Trazer médicos do exterior para ampliar o atendimento do SUS; Construir uma ampla e profunda reforma política; Construir formas mais eficazes de combate à corrupção (informação verbal, grifo nosso).²³²

O pronunciamento não surtiu o efeito positivo esperado. Para Nogueira (2013) o governo ficou “emparedado” com pouca clareza de como reagir às mobilizações e sua pauta,

A presidente foi ao discurso, portanto, naquela posição que se poderia chamar de defensiva, e sem ter muito que oferecer. Não teve sequer tempo para preparar propostas políticas, confiante de que o povo adorava seu governo. Um mês atrás, comemorava altos índices de popularidade. Eles despencaram subitamente, mas os sinais de que isso poderia ocorrer deveriam ter sido captados pelos estrategistas do Planalto. Não foram. E a presidente foi ficando sem pé na realidade. Entregou-se então ao poder da comunicação, tentando ver se, com ele, compensava a perda de poder político. Não seria justo, portanto, esperar muita coisa do discurso. [...] a presidente personalizou tudo, passando uma imagem de ofendida, ainda que generosa. Repetiu várias “Eu estou ouvindo vocês”. Vestiu uma carapuça preocupante: as manifestações teriam sido contra seu governo, já que esse governo teria sido visto pelas pessoas como responsável (p. 73).

A análise de Nogueira (2013) coloca um aspecto relevante: o governo não soube elaborar uma reação às mobilizações porque foi pego completamente de surpresa com o fato de que haveria insatisfações com as ações governamentais. O lulismo havia se acomodado em torno do legado e há tempos enquadrava qualquer insatisfação como decorrente da condição de classe dos críticos. Basta lembrar o comentário de Gilberto Carvalho às vaias contra Dilma no estádio Mané Garrincha. Quando eclodiram as sucessivas manifestações em que os participantes eram oriundos de diversas origens sociais²³³, o governo não conseguiu compreender de imediato tais reivindicações.

As manifestações continuaram e Dilma Rousseff voltou a se pronunciar numa reunião que convocou com prefeitos de capitais e governadores. Nessa ocasião, a presidenta reforçou o discurso anterior buscando evidenciar que as manifestações não eram contra o seu

²³² Pronunciamento no contexto das manifestações, realizado em 21 de junho de 2013 (grifo nosso).

²³³ Sobre a condição de classe dos manifestantes, ver “Brasil, junho de 2013: Classes e ideologias cruzadas”, de André Singer. In: Novos estudos - CEBRAP n.º.97 São Paulo, nov. 2013.

governo, pelo contrário eram estimuladas por tudo o que havia sido conquistado pelos governos petistas dos últimos 10 anos. Houve também a apresentação de propostas de ações mais concretas, como um plano de mobilidade urbana a ser construído com os prefeitos e governadores, e, ainda, a sugestão de convocação de uma Assembleia Constituinte exclusiva para a reforma política.

Estamos aqui para procurar e evidenciar, e apontar soluções. Buscamos respostas, todas elas republicanas e participativas aos problemas que inquietam e mobilizam o povo brasileiro. [...] *O país deixou de ser governado apenas para 1/3 da população e passou a ser governado para toda a população.* Nessas condições, o Brasil criou um amplo mercado de consumo de massa e avançou na construção da cidadania. *O povo está agora nas ruas, dizendo que deseja que as mudanças continuem, que elas se ampliem, que elas ocorram ainda mais rápido.* Ele está nos dizendo que quer mais cidadania, quer uma cidadania plena. As ruas estão nos dizendo que o país quer serviços públicos de qualidade, quer mecanismos mais eficientes de combate à corrupção que assegurem o bom uso do dinheiro público, quer uma representação política permeável à sociedade onde, como já disse antes, o cidadão e não o poder econômico esteja em primeiro lugar (informação verbal, grifo nosso).²³⁴

É relevante compreender que a elaboração do governo acerca das manifestações é compreendida em duas vertentes: a) uma que coloca o próprio lulismo e suas políticas sociais como propulsoras desse tipo de mobilização cidadã, e b) outra que coloca em xeque a classe política, sobretudo em dimensão de representatividade. No primeiro aspecto, cabe destacar que, como afirma Singer (2012), o lulismo significou um projeto de mudança dentro da ordem, no qual o aspecto de mobilização foi abandonado em contraponto à trajetória do PT. Em relação à interpretação “negativa” sobre o sistema político, cabe destacar que esta aumentaria o fosso nas relações entre Dilma Rousseff e o Congresso Nacional.

Sendo o ponto mais polêmico, a proposta da Assembleia Constituinte evidenciava um provável conflito com os congressistas, já que “sugeria” que os mesmos não tinham condições de fazer por si a reforma, e com os juristas²³⁵, tendo em vista que Dilma não chegou a conversar com nenhum representante do Poder Judiciário. É interessante notar que esse episódio rendeu profundas divergências, as quais foram fortemente explicitadas nas matérias de jornal. A partir delas pode-se compreender que os ministros do Supremo Tribunal Federal não ficaram satisfeitos com a postura da presidenta e logo evidenciaram a impossibilidade legal de realizar uma constituinte exclusiva para reforma política, diante

²³⁴ Discurso durante reunião com governadores e prefeitos de capitais – 24 de junho de 2013.

²³⁵ O próprio vice-presidente se posicionou contrário no dia seguinte ao pronunciamento e Dilma Rousseff. “Temer diz que constituinte específica para reforma política é ‘inviável’”. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/politica/3174436/temer-diz-que-constituente-especifica-e-inviavel-para-reforma-politica>>. Acesso em: 6 mar. 2016.

desse posicionamento o governo recuou e propôs a realização de um plebiscito para consulta popular de pontos a serem incorporados na reforma a ser realizada pelos congressistas.

Os movimentos destacados pela cobertura jornalística eram de que o governo tinha urgência em realizar o plebiscito para que as regras pudessem valer já para as eleições de 2014, e com isso buscava evidenciar o compromisso em responder as demandas das ruas. Entretanto, as decisões tomadas pela presidenta e sua equipe ministerial foram consideradas unilaterais pelos congressistas, e não houve consenso em apoiar a proposta do governo; assim, a provável resposta à demanda da reforma política ficou esvaziada.

No sentido da qualificação dos serviços públicos, outro ponto identificado nos discursos da presidenta sobre as manifestações, Dilma Rousseff utilizou a reunião com os governadores para apresentar algumas propostas mais concretas de cooperação entre governo federal, estados e municípios a fim de atender às demandas da população:

[...] Eu trago propostas concretas e disposição política para construirmos pelo menos *cinco pactos em favor do Brasil*: responsabilidade fiscal, para garantir a estabilidade da economia e o controle da inflação; O segundo pacto é em torno da construção de uma ampla e profunda reforma política, que amplie a participação popular e amplie os horizontes da cidadania.; O terceiro passo é na questão da Saúde; O quarto pacto se propõe a dar um salto de qualidade no transporte público nas grandes cidades, mudar a matriz desse transporte.; Pacto da Educação Pública (informação verbal, grifo nosso).²³⁶

É nesse contexto que emerge a categoria que marcou o conjunto de discursos que Dilma Rousseff construiu no contexto do enfrentamento da crise: o pacto. O sinônimo mais convencional para pacto que temos no dicionário brasileiro é a palavra acordo. De fato isso é bastante evocado nos discursos da presidenta, quando esta propõe ações que tornam imprescindível a cooperação dos demais entes federados para sua realização. Entretanto, há ainda mais um sentido que pode ser associado à palavra pacto, qual seja: ajuste. A análise do material analisado aponta que esse termo é significativo para representar o (re)posicionamento da imagem pública e do estilo de liderança de Dilma Rousseff após os infortúnios das manifestações, assim como para compreender como o lulismo lida com um dos aspectos mais denegados em seu processo de gestão: a mobilização social.

Ainda no cenário de desencontro entre a presidenta e o Congresso Nacional, por conta da proposta de reforma política foi realizada mais uma pesquisa de popularidade. Os desgastes com as mobilizações nas ruas foram fortemente sentidos: a aprovação do governo de Dilma entre ótimo e bom caiu 24%, indo de 55% para 31%. Os estratos em que houve

²³⁶ Discurso durante reunião com governadores e prefeitos de capitais – 24 de junho de 2013.

maior queda foram os mais jovens (24%), os com nível superior (21%), os mais ricos (21%) e os que moravam em cidades com mais de 500 mil habitantes (24%).

As manifestações aprofundaram também a perspectiva negativa em torno da economia, na pesquisa de 29 de junho do Instituto Datafolha, o número de pessoas que aprovava o governo na área econômica “[...] caiu de 49% para 27% no intervalo de duas semanas. Outros 44% consideram seu desempenho na área regular (há duas semanas, 37%), enquanto 28% o consideram ruim ou péssimo (antes, 11%)”. O comparativo com a pesquisa imediatamente anterior pode ser visto no quadro abaixo:

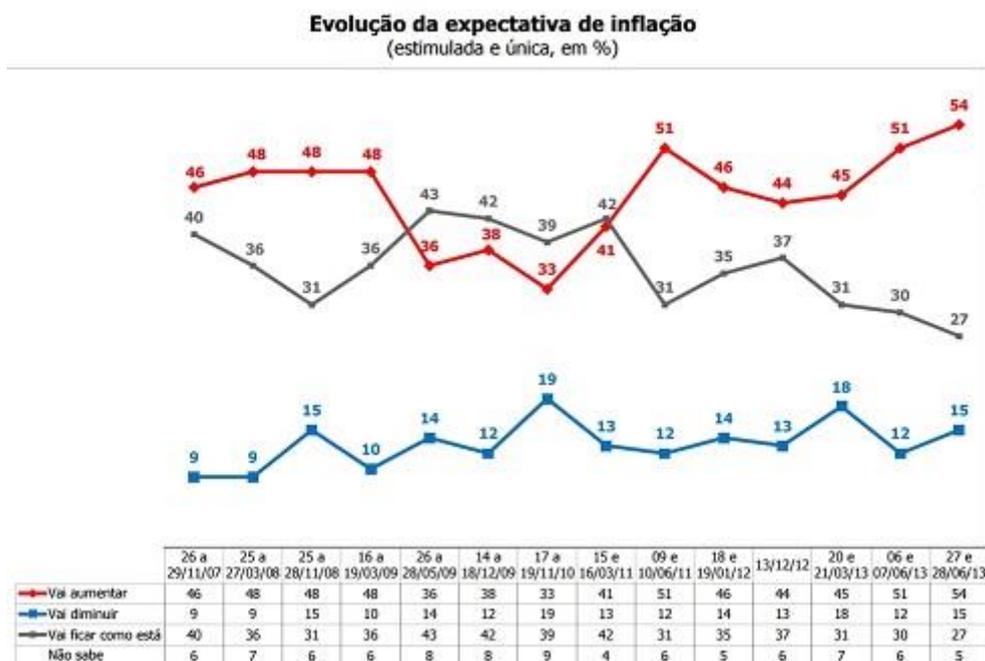
Figura 15 – Pesquisa Datafolha – Evolução avaliação Dilma na economia
Evolução da avaliação do governo de Dilma Rousseff na área econômica
 (estimulada e única, em %)

	06 e 07/06/2013	27 e 28/06/2013
Ótima / boa	49	27
Regular	37	44
Ruim / péssima	11	28
Não sabe	2	2

Fonte: Datafolha (29/06/2013).

A inflação foi um dos temas responsáveis pela queda na avaliação do cenário econômico do governo:

Figura 16 – Pesquisa Datafolha – Evolução expectativa da população em relação à inflação



Fonte: Datafolha (29/06/2013)

Após esse revés, as matérias jornalísticas evidenciaram que a presidenta fez uma inflexão na sua imagem e estilo de liderança marcada pelos seguintes pontos: 1) após a onda de manifestações, passou a receber grupos de interesse organizados e movimentos sociais, apoiando a ampliação dos canais de participação, atividade que nunca havia realizado em todos os meses de governo; 2) passou a reunir-se mais com os líderes partidários, sobretudo com os senadores, buscando construir uma pauta coletiva que garantisse os interesses do governo e do Congresso Nacional; e 3) passou a realizar viagens para inaugurar obras e/ou lançar programas na área de educação e saúde.

No âmbito da saúde foi que ocorreu o movimento de maior destaque: o lançamento do Programa Mais Médicos. Essa iniciativa se apresentou como um pacto na busca da melhoria do Sistema Único de Saúde (SUS), que estava estruturado em três eixos de atuação: “1) mais investimentos em infraestrutura dos hospitais e unidades de saúde; 2) levar mais médicos para regiões onde há escassez e ausência de profissionais na atenção básica de municípios com maior vulnerabilidade social e Distritos Sanitários Especiais Indígenas (DSEI); 3) previa a expansão do número de vagas de medicina e de residência médica, além do aprimoramento da formação médica no Brasil”²³⁷.

O programa Mais Médicos foi apresentado como uma tentativa do governo federal de demonstrar o empenho em resolver os problemas da saúde pública no país, tema bastante evidenciado nas manifestações. Entretanto, se por um lado parte da população se sentiria beneficiada com a chegada de médicos aos seus municípios com *déficit* desses profissionais, por outro a presidenta criou um conflito com a classe médica brasileira, pois o programa prevê a contratação de médicos estrangeiros caso os médicos brasileiros não preencham as vagas disponíveis. Nesse embate entre governo e médicos, estes saíram em desvantagem, pois grande parte da população, de intelectuais e de setores da mídia considerou que os interesses corporativos não poderiam se sobrepor ao interesse público da saúde. Na ocasião do lançamento do Pacto Nacional pela Saúde, a presidenta mencionou os desafios na construção do plano e qualificou a disputa com a classe médica como a boa luta a ser enfrentada:

Como presidenta, cabe-me escutar e buscar mecanismos para atender os anseios da nossa população. A população sempre demandou melhores serviços públicos, sobretudo mais qualidade na saúde, na educação, na segurança e na mobilidade urbana. E cada vez mais vai precisar de mais qualidade, sempre mais qualidade. [...] O meu dever, como presidenta, é governar para todos. É para todos que nós

²³⁷ Ver mais informações em: <<http://portalsaude.saude.gov.br/index.php/cidadao/acoes-e-programas/mais-medicos>>. Acesso em 21 jun. 2016

firmamos o Pacto Nacional pela Saúde. E é para atender a todos que nós vamos ampliá-lo cada vez mais, sem medir esforços, sem temer desafios, sem ter medo de lutar pelo que for preciso e com a energia de fazer tudo o que for necessário. É esse o nosso compromisso, é essa a nossa determinação. Repito: olhando sempre, mas sempre mesmo, para aqueles que mais precisam. [...] Brasileiros e brasileiras podem ter certeza: *este governo e esta presidenta, eles não fogem à luta*. E essa é uma luta, uma boa luta! (informação verbal, grifo nosso).²³⁸

Além do apoio ao programa Mais Médicos, Dilma Rousseff conseguiu recuperar pontos positivos na sua popularidade e na avaliação do governo, aumentando em 6% a sua aprovação, segundo pesquisa do Instituto Datafolha realizada em agosto de 2013. Após essa retomada positiva de sua imagem e das ações do governo, as matérias de jornal apontaram para uma percepção de que Dilma Rousseff passou a apresentar um estilo de liderança mais descontraído, com destaque para as entrevistas dadas e as brincadeiras feitas durante discursos. A irreverência foi apresentada como a marca da Dilma Rousseff em alguns eventos, e o fato amplamente visibilizado pela mídia que corroboraria esse estilo descontraído teria sido uma saída da presidenta para um passeio de moto pelas ruas de Brasília. Esse feito surpreendeu muitos ministros que informavam não acreditar que a presidenta tivesse realizado a aventura. Dilma Rousseff e o chefe de sua segurança confirmaram o passeio.

A cobertura jornalística permitiu compreender que essas movimentações evidenciaram como o desgaste de enfrentar ondas de manifestações reconduziram as estratégias de Dilma Rousseff na construção de sua imagem pública, por meio de seus pronunciamentos e práticas com os outros atores do jogo político. Remontando ao estilo de liderança que Lula instituiu como marca do lulismo, os novos posicionamentos de Dilma Rousseff buscaram revelar uma possível autocrítica em face do trato protocolar que dava à sua gestão, representado na sua distância dos políticos profissionais (parlamentares) ou da sociedade civil (organizada em movimentos sociais ou não). A ideia de ouvir a voz das ruas foi se consolidando nos discursos da presidenta, inclusive com as discussões em torno da institucionalização de canais de participação:

Eu quero cumprimentar o Gilberto pela iniciativa, que é o observatório participativo, que ele botou o nome de 'participatório'. Não sou só eu, várias pessoas acham feio. Mas ele insistiu, entendeu? Como nós somos um governo democrático, ele pôs 'participatório'. E eu não estou falando nenhuma novidade para ele, não, ele sabe disso. Bom, então eu queria cumprimentar pelo 'participatório', *porque ele abre o diálogo direto e ele utiliza as redes, e um governo tem de ... diante da juventude não há o que fazer, ele tem de ficar digital, não é?* Por isso eu quero dizer para vocês que *nós vamos ficar cada vez mais conectados, não só com a voz das ruas, mas das redes também* (informação verbal, grifo nosso).²³⁹

²³⁸ Discurso no lançamento do Pacto Nacional pela Saúde, 08 de julho de 2013.

²³⁹ Discurso Sanção da lei que institui o Estatuto da Juventude, 05 de agosto de 2013.

Essas ações evidenciaram uma clara reconfiguração no estilo de liderança da presidenta, principalmente na maneira de lidar com os movimentos sociais. Se esses historicamente tiveram assento e voz nas gestões petistas, dos municípios até governo federal na gestão de Lula, perderam um pouco do prestígio na gestão de Dilma Rousseff. É possível que o discurso mais técnico e com perfil desenvolvimentista tenha feito com que a presidenta dedicasse mais atenção aos movimentos ligados à esfera produtiva.

Com as manifestações de junho, marcadas pela participação de segmentos organizados (movimentos de juventude, movimentos LGBT, movimentos de mulheres, entre outros) e não organizados, Dilma Rousseff necessitou compreender que as demandas da população se apresentam em sua diversidade e, portanto, é fundamental dialogar com as mais diferentes forças sociais.

Para Singer (2013), as manifestações que se iniciaram sob a liderança do Movimento Passe Livre foram caracterizadas por um procedimento mais horizontal na mobilização e condução dos processos em sua primeira fase. Para o autor, num dado momento o discurso político das mobilizações esteve próximo do “*que se vayan todos*” argentino, o que pode ser verificado “[...] depredação de edifícios públicos (Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro, Congresso Nacional, Itamaraty) pareceu ser expressão de um clima de repúdio aos políticos em conjunto” (p. 25).

Já na segunda fase, envoltas em reivindicações mais diversas e dispersas, “[...] as manifestações começam a se dividir, como um rio que se abraça em múltiplos braços no descenso da montanha” (p. 26). Esse seria a marca das mobilizações, para Singer (2013): um cruzamento entre classes e ideologias.

[...] sugerimos que a melhor imagem para descrever a composição social das manifestações seja a de dois blocos relativamente equivalentes, formados por jovens e jovens adultos de classe média e outro por pessoas da mesma faixa etária, mas pertencentes à metade inferior da estrutura social brasileira, sendo estes com menos escolaridade média (p. 31-32).

Socialmente heterogêneos, os acontecimentos de junho foram também tão multifacetados no plano das propostas que não espanta haja todo tipo de imputação ao seu sentido ideológico: desde o ecossocialismo até impulsos fascistas, passando por diversas gradações de reformismo e liberalismo. Acabaram por ser uma espécie de ‘Jornadas de Juno’, cada um vindo nas nuvens levantadas nas ruas a forma de uma deusa diferente (p. 32).

Nogueira (2013) e Nobre (2013), por sua vez, interpretaram as mobilizações de junho de 2013 como expressivas, em última instância, de uma crítica ao sistema político brasileiro, o qual estaria defasado em vista de seu isolamento da sociedade.

Articuladas em redes, as vozes urbanas tendem a reverberar e a contagiar a sociedade. Denunciam aquilo que o conjunto da população conhece por experiência própria, cotidiana: as falas gritantes do sistema educacional, do sistema de saúde pública, dos transportes, da infraestrutura; a ineficiência dos governos e do sistema político, suas taxas absurdas de corrupção, sua facilidade para propagandear e espetacularizar obras e decisões. [...]. As pessoas foram às ruas não tanto pelo que perderam, mas pelo que não conseguiram obter, por sonhos que fracassaram. (NOGUEIRA, 2013, p. 45).

Ao gritar e escrever ‘Não me representa’, quem se manifesta não quer apenas que o sistema político mude seu modo de funcionar: pretende mudar o jeito como a representação política é entendida. Não apenas quer votar periodicamente e guardar apenas a esperança de ser devidamente representado pelas instituições formais. Pretende encontrar novos caminhos de participar da política, tanto institucional quanto cotidiana. [...]. Não se trata de abolir as formas de representação existentes, simplesmente, mas de mudar seu sentido, de criar mecanismos que convivam com elas e que mudem seu modo de funcionamento, de retraçar as fronteiras entre a sociedade e suas instituições formais (NOBRE, 2013, p. 143).

Apesar de indicativas do descontentamento de setores da sociedade com o sistema político vigente, as manifestações não conseguiram se manter ativas a ponto de garantir pressão para suas demandas, em especial, a que foi interpretada pelo executivo e analistas como a necessidade de uma Reforma Política. Arrefecidas as mobilizações populares, o tema voltou ao domínio dos políticos profissionais.

Conforme afirma Vieira (2014, p. 97)²⁴⁰, nenhum político se apresenta publicamente contrário à reforma política, entretanto, os entraves se expressam no debate sobre como fazer, que medidas adotar. No caso específico de debate sobre a reforma, no contexto das Manifestações de Junho, os entraves se expressaram do seguinte modo:

[...] respondendo à euforia, Dilma Rousseff volta atrás com seu posicionamento se dizendo a favor de um Plebiscito. Novas questões se desdobram. *Os partidos se dividem entre os que são a favor do Plebiscito e os que são a favor do Referendo*. O PT e os partidos de esquerda que compõem a base governamental se colocam a favor do primeiro; PSDB se coloca a favor do segundo. A favor do Referendo o argumento é que a reforma política trata-se de um assunto demasiadamente técnico que a população não conseguiria entender as nuances de cada ponto. O Plebiscito seria uma forma de construir junto com a sociedade – ideia petista presente nos anos noventa e com a tentativa de ser novamente colocada como possibilidade por Henrique Fontana (PT). Em vez de colocar em andamento a proposta da presidenta Dilma Rousseff sobre o plebiscito acontecendo em 2013 para valer em 2014, o presidente da Câmara, Henrique Alves (PMDB) sugeriu a formação de um grupo de trabalho para formulação de um projeto de reforma política e a ideia da presidente foi descartada. (grifo nosso).

A análise de Vieira (2014) sugere que ao retornar para o campo institucional, a demanda por reforma política foi traduzida em termos do jogo político profissional, o qual em

²⁴⁰ Arquivo pessoal.

vistas de reproduzir o *status quo*, que beneficia os agentes do campo político, produz entraves sucessivos à realização da mesma,

A arena institucional legislativa é um espaço de disputa diferente daquele que chega para a opinião pública. Ela é o espaço em que há o jogo político, ou seja, para aqueles que possuem um capital político específico do jogo. Assim, quando o argumento deixa de ser voltado para o público externo ao campo político, os interesses em transformar a estrutura institucional são diversos e particulares e o cálculo individual de cada político profissional tende a gerar entraves (p. 97).

É relevante destacar, ainda, as interpretações de Nogueira (2013) e Singer (2013) ao esclarecerem em que medida o próprio lulismo se relacionaria à explosão de mobilizações pelo país.

A ascensão de lutas nas metrópoles era previsível. A elevação da temperatura nos centros urbanos estava clara pelo menos desde a última campanha eleitoral (2012), em que com poucas exceções as capitais elegeram prefeitos de oposição, qualquer que fosse a orientação partidária do mandato que se encerrava. *O reformismo fraco que caracteriza o lulismo encontra mais dificuldade para avançar em contextos hiperurbanizados, pois aí as mudanças custam caro e/ou implicam confrontos de classe, que não fazem parte do modelo.* Além disso, de acordo com a arquiteta Ermínia Maricato, nos últimos anos os ‘despejos violentos foram retomados’, vitimando a população pobre, e ‘os megaeventos - como a Copa do Mundo e as Olimpíadas, entre outros - acrescentam mais lenha nessa fogueira’. Em outras palavras, a ocorrência, naquele momento, da Copa das Confederações constituía ótima chance para levantar o problema das persistentes desigualdades cidadinas. (SINGER, 2013, p. 36, grifo nosso).

Evidenciou-se então que a experiência brasileira dos governos progressistas tinha falhas e fragilidades constitutivas, associadas em boa medida à modernização autoritária que presidiu o desenvolvimento do capitalismo no país. Lula, em particular, contribuiu para que se mantivesse – no nível superior – a marca histórica desse desenvolvimento: um sistema centralizador, com uma cúpula revestida de grande ativismo decisório e capacitada para assimilar e compor os interesses sociais (NOGUEIRA, 2013, p. 41).

Ambos os autores destacam os limites de um projeto que se propõe inclusivo sem alterar a ordem, sem enfrentar interesses econômicos e sociais. Há, portanto, uma associação entre as mobilizações e os limites de um projeto conciliatório.

Passadas as manifestações, o mundo político voltava à rotina, entretanto os movimentos tinham promovido um “abalo sísmico”. Essa afirmação é mais evidente quando se trata do Executivo Federal.

[...] os protestos refluíram, mas o mal-estar não se desfez. O Brasil permaneceu flutuando na crise política, agravada por dificuldades inesperadas no terreno da economia, que trouxeram de volta a inflação e complicaram o endividamento dos consumidores. O pessimismo imperante no cenário internacional, os indícios de que a recuperação norte-americana elevaria os juros nos EUA e no restante do mundo fizeram com que se esboçassem movimentos de fugas de capitais. Tudo indicava que conflitos sociais, tensões políticas e disputas pela condução da economia

deixariam a temperatura elevada ao menos até o início da próxima Presidência em janeiro de 2015 (NOGUEIRA, 2013, p. 47-48).

O impacto político das mobilizações tornou inevitável a antecipação do cenário eleitoral. Diante da queda na popularidade de Dilma Rousseff, as forças políticas passaram a se movimentar com vistas a se posicionar da melhor forma possível no tabuleiro sucessório. Entre as dificuldades do governo Dilma destacava-se a área econômica, que acumulava críticas na mídia internacional e nacional.

A revista *The Economist*, crítica de longa data do governo Dilma Rousseff, foi a porta-voz do discurso de que a política econômica da presidenta estava colocando em risco as conquistas do período lulista. Significativa dessa argumentação foi a matéria de capa da revista em setembro de 2013 que indagava: “O Brasil estragou tudo?”. Simbolicamente, a imagem da capa trazia a imagem do Cristo Redentor em franca queda do ar. A capa de 2013 estava diretamente associada à outra capa, da mesma *The Economist*, que em 2009 trazia o Cristo decolando, com a legenda “Brasil decola”, indicando a emergência do país no cenário econômico mundial.

Figura 17 – Capas da Revista The Economist sobre o Brasil



Fonte: The Economist (2009 e 2013)

A crítica da revista de 2013 indicava “[...] supostos erros de política econômica que haviam inviabilizado a decolagem da economia brasileira” (PIRES, 2015, p. 279). Cabe destacar que a crítica à política econômica do governo Dilma ganhou vocalização internacional não somente através da *The Economist*. O *Financial Times* também apresentou,

ao longo de 2013, matérias e editoriais que colocavam sob suspeita as ações do governo na economia.

Em editorial publicado nesta segunda-feira, 20, a publicação diz que a sensação de que tudo corre bem no Brasil é apenas uma ‘fachada’ e diz que o estilo ‘mandão’ de Dilma Rousseff é bom para evitar a corrupção, mas estaria atrasando a economia, especialmente o investimento. O texto critica ainda a escolha do governo: em vez de reformas amplas, apoia setores ‘mimados’, como as montadoras. O editorial diz que o Brasil ‘corre o risco, mais uma vez, de frustrar imensas expectativas’. A aparente sensação de bem-estar do Brasil é uma fachada. O crescimento da economia no ano passado foi de menos de 1%, pouco melhor que a zona do euro. Este ano, o Brasil está crescendo menos que o Japão. A inflação está corroendo a confiança do consumidor e há uma sensação de mal-estar. A causa é o abrandamento do investimento, tendência que começou em meados de 2011 e continua. Mais investimento é exatamente o que o Brasil precisa para manter os empregos e tornar-se a potência global a que aspira ser.²⁴¹

A avaliação negativa da imprensa internacional também ganhou espaço na imprensa nacional. Em editorial intitulado “Inflação Indigesta”, de outubro de 2013, o jornal Folha de São Paulo argumentava:

O experimentalismo econômico do governo trouxe uma conta indigesta. Menor controle de gastos, aumento desmedido de crédito público e intervencionismo setorial excessivo não levaram à aceleração do crescimento. Ao contrário, minaram a confiança de investidores e consumidores e, até aqui, resultaram em mais inflação. [...] A presidente Dilma Rousseff reforçou a aposta na maior presença do Estado e manteve a ampliação dos gastos e do financiamento de bancos oficiais. Completou o modelo com intervenção setorial --não raro improvisada e até truculenta-- e tolerância com a inflação. Tratava-se de consolidar os juros baixos como marca de governo (FOLHA DE SÃO PAULO, 2013).

O discurso crítico do PSDB, que já vinha destacando a inflação, foi enfatizado no programa partidário veiculado em setembro de 2013. Além de expor as críticas ao governo Dilma Rousseff, o programa tinha a função de apresentar Aécio Neves, o pré-candidato à disputa presidencial de 2014. Na peça publicitária, intitulada “Conversa com os brasileiros”, o senador peessedebista trava diálogos com a população em torno dos “desafios do Brasil” apontando as principais críticas ao governo Dilma Rousseff:

Aécio Neves: O Brasil vive numa encruzilhada. E a questão que nós temos que colocar qual é? Que Brasil que a gente quer? O que eu vejo nessas andanças nossas pelo Brasil inteiro, é um Brasil querendo crescer, as pessoas querendo empreender. A grande questão é essa, as pessoas querem empreender, mas tem medo do futuro. A nossa responsabilidade é fazer o que nós estamos fazendo, conversando com o Brasil real, encontrando as pessoas, ouvindo as pessoas, *ouvir muitas vezes é mais importante do que falar apenas*, e ir construindo um projeto para o Brasil. [...] *O governo tem que focar, em primeiro lugar, cuidar da economia, tem que garantir tolerância zero com a inflação.* Não pode mais haver inflação, essa foi a grande

²⁴¹ 'FT' diz que sensação de bem-estar no Brasil é 'fachada'. Disponível em: <<https://br.financas.yahoo.com/noticias/ft-diz-sensa%C3%A7%C3%A3o-bem-estar-154400624.html>>. Acesso em: 7 mar. 2016.

conquista da sociedade brasileira. [...]. Não há desperdício maior do que você começar uma obra, investir recursos nela e não terminá-la, porque aí o benefício não chega. *O Brasil hoje é um grande cemitério de obras inacabadas.* [...] Infelizmente do ponto de vista de logística e de infraestrutura o Brasil parou no tempo. Isso não pode acontecer. Está na hora de do Brasil inaugurar um tempo onde o setor privado seja estimulado cada vez mais a produzir e o setor público faça a sua parte. [...] O Brasil merece um Estado eficiente, que planeje, que inicie as obras e que entregue essas obras. Eu vejo hoje como se a gente tivesse dois Brasis pela frente. *Um é esse do paternalismo, do Estado que passa a mão na tua cabeça,* mas do outro lado é o Brasil do Henrique [jovem estudante que participa do programa partidário], que acorda de manhã olha no espelho dá um sorrisão e fala: ‘vou trabalhar, vou estudar, porque eu sei que eu vou construir um tempo muito melhor para mim’ (informação verbal).²⁴²

A argumentação de Aécio Neves reproduz um discurso que marcou a atuação do PSDB no campo político brasileiro. Com um teor que passa pela valorização da iniciativa individual e privada, os trechos da propaganda partidária reavivam o discurso liberal que deprecia o “excesso” de Estado. Há uma crítica incisiva ao ativismo estatal do governo Dilma, e em certa medida do lulismo. A expressão “*o Estado que passa a mão na sua cabeça*” indica o principal “problema” do ativismo: quanto mais o Estado atua, há menos iniciativas dos indivíduos e das empresas. No discurso peessedebista a relação atuação estatal ↔ atuação individual/empresarial é de difícil compatibilização. Para que uma floresça (individual/privada) é necessário que outra se retraia (estatal). A importância da atuação individual e das empresas é confirmada no trecho posterior da propaganda, no qual Aécio Neves trava um diálogo com jovens e afirma que quem transforma o Brasil (a realidade social, política e econômica) são os indivíduos, não o Estado. O tema da conversa são as manifestações de junho:

Aécio Neves: Eu falo que essas manifestações, essas movimentações todas, não foi para um partido, para um governante, foi para todos nós que fazemos política: eu me incluo entre esses também. Está todo mundo cansado de enrolação, das mesmas promessas, do mesmo jeito. Chega e fala, papo reto. O que é? Como é que dá pra fazer? O que dá pra fazer? E se isso não dá para fazer, por que que não dá para fazer? A gente deixar de acreditar que existe caminho é um erro enorme.

Jovem: Por que nós devemos acreditar que com vocês vai ser diferente?

Aécio Neves: Eu tenho uma visão de país diferente um pouco daqueles que estão no governo hoje, que acham que o Estado faz tudo pra você. Nada. Eu acho que *quem muda o Brasil é você [aponta para um jovem], quem muda o Brasil é você [aponta para outro jovem] que está lá estudando, ralando.* O Estado tem que dar condição, gastar menos com a sua estrutura, para gastar mais com as pessoas. O governo não pode empatar a vida das pessoas, tem que ser o parceiro, mas quem vai mudar a vida de cada um de vocês ou de cada um de nós, somos nós mesmos, é quem tiver disposição de ralar e de enfrentar (informação verbal).²⁴³

²⁴² Programa Partidário do PSDB exibido em 19 de setembro de 2013.

²⁴³ Programa Partidário do PSDB exibido em 19 de setembro de 2013.

A cenografia do diálogo acima traz Aécio Neves e os jovens sentados no chão de uma escadaria, indicando a ideia de horizontalidade e de um político próximo, que escuta os anseios daqueles que querem mudar o país. Esse formato sugere uma crítica ao estilo de liderança da presidenta, representado pela mídia e pelos políticos profissionais como pouca afeita ao diálogo. Num dado trecho da argumentação, o senador tucano enfatiza: “A nossa responsabilidade é fazer o que nós estamos fazendo, conversando com o Brasil real, encontrando as pessoas, ouvindo as pessoas, ouvir muitas vezes é mais importante do que falar apenas [...]” (informação verbal).²⁴⁴

O diálogo com os jovens indica a tentativa de aproximação com um dos setores sociais que mais evidenciou insatisfação com a realidade sociopolítica e econômica do país. Foi também nesse segmento que houve significativa queda na aprovação da presidenta e de seu governo. De acordo com Nogueira (2013),

A enorme população brasileira de jovens (são cerca de 40 milhões os que têm entre 15 e 24 anos) vive na maioria em cidades. Trata-se de um segmento que sofreu grande transformação nos últimos anos, seja como efeito da reorganização hipermoderna da sociedade e da reestruturação produtiva do capital, seja como efeito da mobilidade social derivada das políticas governamentais de inclusão. Alguns dados indicam que cerca de 1,5 milhão de jovens entre 19 e 24 anos não trabalham, não estudam e não procuram trabalho (p. 43).

Pelas condições descritas acima, fica evidente como a juventude se tornaria um segmento eleitoral a quem os candidatos à disputa presidencial do ano seguinte, 2014, deveriam dar atenção. Seria um arcabouço de propostas que respondessem a necessidades imediatas, mas que também sugerissem um projeto de futuro a esses jovens.

O cenário crítico foi evidenciado não somente pela mídia (internacional e nacional) e pelos opositores. Um episódio claro de fragilidade do governo Dilma foi a cisão do Partido Socialista Brasileiro (PSB) da base aliada do governo. O partido, liderado por Eduardo Campos, governador reeleito de Pernambuco e ex-ministro do governo Lula, já vinha dando sinais de divergência com o governo ao longo do ano e anunciou, em setembro de 2013, a saída da base de apoio. O movimento do partido sugeria ainda a esperada pré-candidatura de Eduardo Campos à presidência no ano seguinte. Em programa partidário veiculado em outubro de 2013, são delineadas as linhas mestras do discurso que o PSB apresentaria nas eleições 2014:

Locutor off: *Cadê aquele País* que alguns anos atrás despertou a admiração do mundo? Que deixou de ser devedor para ser credor? O que está acontecendo com esse País que voltou a ter receio da inflação? Que um dia levou um homem do povo

²⁴⁴ Programa Partidário do PSB exibido em 30 de setembro de 2013.

ao poder e *hoje sente que o poder não fala a língua do povo?* Será que estamos no caminho errado?

Eduardo Campos: Por tudo que a gente fez e viu acontecer nesse país, tenho certeza e você também tem que não trilhamos o caminho errado. Mas temos que admitir, *estamos no caminho que deu o que tinha que dar*. Tudo que foi feito até aqui teve o seu tempo e sua necessidade, você sabe disso. Mas está na hora de darmos um salto adiante. É preciso seguir combatendo a miséria, protegendo os mais vulneráveis sim, mas *é fundamental emancipar o cidadão, dar a ele os instrumentos para crescer, evoluir*, pra ser agente desse novo Brasil. Quando eu vejo tudo que o Brasil conseguiu fazer nos últimos 30 anos, eu vejo que avançamos. O país mudou, amadureceu, *conquistou a estabilidade, melhorou na justiça social*. É hora de reunir as boas ideias e as boas pessoas para fazer mais. Eu confio no Brasil, porque continuo vendo todos os dias provas do nosso valor, da nossa capacidade. [...] *Chega de governar se contentando em dizer que no passado já foi pior*. Essa conversa já não cabe. Para começar, precisamos abandonar as velhas práticas políticas. *Nós temos que estimular, dar espaço, dar oportunidade para as novas lideranças*. Temos que unir o Brasil em torno de um projeto de desenvolvimento. [...]. Olha aqui, vamos pensar juntos. No Brasil ainda se governa muito para o curto prazo. Se pensa sempre em 4 anos, na próxima eleição. Enquanto for assim, eu tenho certeza que vamos seguir perdendo muitas oportunidades. [...]. Porque *o objetivo não é cuidar da imagem do governo*. O objetivo é mudar a vida das pessoas para melhor. [...] O PSB quer ser o caminho pra gente continuar levando esse país para dias melhores. Dá para fazer. E tem que fazer limpando a política (informação verbal, grifo nosso).²⁴⁵

A crítica de Eduardo Campos está para a candidatura à reeleição de Dilma, em 2014, como esteve a crítica de Marina Silva, em 2010. A cisão com o governo levanta dúvidas sobre em que medida o projeto fundacional do lulismo está de fato sendo levado a cabo: “Por tudo que a gente fez e viu acontecer nesse país, tenho certeza e você também tem que não trilhamos o caminho errado. Mas temos que admitir, estamos no caminho que deu o que tinha que dar”. Eduardo Campos assume a posição de um herdeiro que pede a antecipação da herança ao perceber que o legado está se esvaindo, garantindo assim seu quinhão antes que “tudo seja colocado a perder”: “Chega de governar se contentando em dizer que no passado já foi pior. Essa conversa já não cabe. Para começar, precisamos abandonar as velhas práticas políticas” (informação verbal).²⁴⁶

O programa do PSB traz ainda críticas contundentes ao estilo governativo de Dilma Rousseff. O locutor *off* na abertura do programa questiona: “Cadê aquele país... Que um dia levou um homem do povo ao poder e hoje sente que o poder não fala a língua do povo?”. Em outro trecho uma jovem afirma: “No meu país, muitos ainda governam sem ouvir, sem olhar e sem levar em conta o cidadão” (informação verbal).²⁴⁷

Os trechos destacados endossam a representação de que a presidenta se comunica pouco e mal com a população, que já vinham sendo disseminadas pela mídia, pela oposição e

²⁴⁵ Programa partidário veiculado em 30 de setembro de 2013.

²⁴⁶ Programa partidário veiculado em 30 de setembro de 2013.

²⁴⁷ Programa partidário veiculado em 30 de setembro de 2013.

até por setores da base aliada do governo. É relevante destacar que essa ausência de diálogo é indicada como uma degeneração do lulismo, tendo em vista que esse era o “projeto do povo” liderado por um “homem do povo” que falava para o povo.

Além dos impactos simbólicos de uma ruptura no interior do bloco político do lulismo, numa perspectiva do cálculo eleitoral, a perda do apoio do PSB também foi significativa, haja vista a ampliação da força política e eleitoral do partido no contexto das disputas municipais em 2012.²⁴⁸

Também relacionada ao posicionamento das forças políticas para a disputa eleitoral, outro episódio significativo colocou os socialistas em cena: a ex-senadora Marina Silva se filiou ao PSB após a impossibilidade de autorizar o seu partido Rede Sustentabilidade.²⁴⁹ A filiação de Marina foi interpretada pela mídia como uma jogada ousada. Tendo em vista que a ex-senadora tinha claros interesses em ser candidata, o que significava sua entrada num partido que já tinha candidato? Apesar das pesquisas indicarem que a ambientalista tinha maior capital político e eleitoral para uma disputa presidencial que o governador de Pernambuco, não fazia sentido que Eduardo Campos (dono da casa) cedesse sua prerrogativa para Marina Silva (visita recém-chegada). No HGPP, a filiação de Marina Silva foi apresentada como uma aliança para a construção de uma nova política.

Apresentadora: Nesse sábado, em Brasília, o PSB e a Rede Sustentabilidade fizeram uma aliança programática, que une Marina Silva e Eduardo Campos na *construção de uma nova política e de um novo Brasil*.

Marina Silva: Nós somos o primeiro partido clandestino criado em plena democracia. Eu queria dizer o que é o meu sentimento com esse gesto que te busca [olha para Eduardo Campos] e com o teu gesto que nos acolhe. Não para pleitear uma candidatura, mas para apresentar, junto contigo, um programa para a sociedade brasileira que seja capaz de *fazer um realinhamento histórico e sepultar de vez a velha República*.

Eduardo Campos: E esse gesto, hoje, acende a esperança no coração de muitas pessoas. *Quem entendeu o que aconteceu nas ruas no Brasil, em junho, não tem nenhuma dificuldade de entender o que ocorre aqui hoje*.

Marina Silva: Nós não estamos pensando *apenas em um projeto de poder pelo poder*.

Eduardo Campos: Nós hoje estamos *quebrando uma falsa polarização* que precisa ser quebrada na política brasileira (informação verbal, grifos nossos).²⁵⁰

Os discursos de Eduardo Campos e Marina Silva evidenciam o interesse de representar a todos que buscam “uma nova política”, que não estaria orientada pelas “alianças

²⁴⁸ “PSB é partido que mais cresce em eleitores e prefeitos”, disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,psb-e-partido-que-mais-cresce-em-eleitores-e-prefeitos,942083>>. Acesso em: 7 mar. 2016.

²⁴⁹ “Por 6 votos a 1, TSE rejeita criação da Rede, partido de Marina Silva”. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2013/10/03/maioria-do-tse-vota-contrario-criacao-do-partido-de-marina-silva.htm>>. Acesso em: 8 mar. 2016.

²⁵⁰ Programa partidário veiculado em 30 de setembro de 2013.

de conveniência”, pelo “projeto de poder, pelo poder”. A velha política e a “velha República” estariam representadas na “falsa polarização” entre PT e PSDB. PSB e Rede Sustentabilidade conformavam, assim, a terceira via, agora encorpada através da aliança de duas lideranças, que apresentaria “um novo projeto de desenvolvimento para o país” que incorporasse “o que havia de bom nos últimos 30 anos”, avançando na construção de “um novo Brasil” (HGPP, PSB, 30/09/2013).

É significativo destacar o forte apelo que esse discurso político mobiliza, num Brasil pós-manifestações de junho, em que as demandas por uma nova forma de fazer a política, mais próxima da população, menos encastelada nos interesses específicos da classe política, se fez tão presente. Como afirma Singer (2013), não foi a direita nem a esquerda que saíram fortalecidas das manifestações, mas o centro pós-materialista, cujos discursos de Marina Silva e Eduardo Campos buscavam acessar.

O centro dispõe da possibilidade de encampar as duas bandeiras sempre que apareçam como o reflexo de uma sociedade moderna em confronto com um Estado envelhecido. [...] O centro que apareceu nas manifestações acredita em um tecido social unificado e participativo contra um aparelho estatal opressivo, do qual quer remover velhos hábitos, simultaneamente atrasados e corruptos. Por isso é tão relevante o uso das redes sociais. Além de servir como senha de modernidade em contraposição a um Estado antiquado, a internet seria a maneira de permitir a participação social que combateria as práticas políticas correntes. Em essência, o centro que se expressou nas ruas do Brasil a partir da segunda, 17 de junho, pode ser caracterizado como pós-materialista, nos termos do cientista político Ronald Inglehart. Para Inglehart, à medida que as sociedades vão resolvendo os seus problemas materiais ocorre uma mudança de valores, os quais passam gradativamente daqueles que enfatizam ‘a segurança econômica e física’ para aqueles que ressaltam ‘a autoexpressão e qualidade de vida’. Seria uma transição intergeracional, realizada conforme os que já são socializados em um ambiente de classe média, livres do fardo material das gerações anteriores, vão se tornando maioria, provocando mudança profunda na maneira de enxergar a política por parte dos cidadãos (p. 37).

Os movimentos das forças políticas relatados até aqui evidenciavam que a disputa presidencial de 2014 já estava em curso. O lulismo precisava se reposicionar no cenário tendo em vista a perda de capacidade organizativa indicada, sobretudo, pela cisão política em seu bloco de alianças. O governo Dilma Rousseff, apesar da recuperação de sua popularidade, tinha muito trabalho pela frente. Para chegar bem à disputa eleitoral em 2014 era necessário recuperar a capacidade de diálogo com aliados políticos, desenvolver uma boa estratégia de comunicação com a sociedade e, talvez o maior desafio, fazer deslanchar o crescimento econômico para recuperar a confiança dos empresários e da população. Tarefas complexas para um curto período de tempo. Não por acaso, a mídia tratou o momento político do governo como um inferno astral, evidenciado pelo conjunto de armadilhas políticas e econômicas que o governo teria que destravar.

6 ENSAIOS PARA A DISPUTA ELEITORAL: O DELINEAMENTO DAS CANDIDATURAS COMPETITIVAS EM 2014

O ano de 2014 se iniciou com o tabuleiro sucessório posto. As principais lideranças de oposição, Aécio Neves (PSDB), Eduardo Campos e Marina Silva (PSB/REDE), já estavam se movimentando. Para Dilma Rousseff, o ano eleitoral estreava com demandas advindas do ano de 2013: a) a conjuntura política, aquecida pelas consequências das inesperadas manifestações de junho, e b) as condições da economia, marcada pelo baixo crescimento.

As manifestações de junho de 2013 abalaram os alicerces da alta popularidade da presidenta e do governo. Apesar da recuperação na avaliação positiva, ao final do ano, “[...] a representação social do governo tinha passado a um perfil instável e dependente de ações e resultados de curto prazo, sua avaliação volta a cair progressivamente até o início do período de campanha eleitoral oficial” (ALMEIDA, 2015, p. 16).

Embaladas por pautas difusas e pouco organizadas, as mobilizações indicaram níveis de insatisfação da população com o cenário econômico e social, sugerindo debilidades na atuação governamental. Nas palavras de Almeida (2015),

[...] a convergência de vários fatores conjunturais (crise econômica, insatisfação com as políticas públicas sociais, novas e crescentes denúncias de corrupção, crise política), potencializados por uma parte da grande mídia empresarial, levou a um desgaste do governo e criou um clima difuso e generalizado de insatisfação em grande parte manifestado nas ‘Jornadas de Junho’ de 2013. Este clima animou as possibilidades de vitória da oposição [...] (p. 2-3).

Face à expressividade das mobilizações ocorridas em junho de 2013, todos os pré-candidatos se voltaram para as demandas que eclodiram nas manifestações, incluindo em meio aos seus discursos o tema da nova política e das dificuldades que emergiam no cotidiano da população. Os pré-candidatos de oposição utilizaram os programas de propaganda partidária oficial para vocalizar as críticas ao governo e à presidenta, em particular, sinalizando o tom do debate eleitoral previsto para o segundo semestre. Já a presidenta dominou o programa de seu partido demarcando sua candidatura de reeleição e sinalizando críticas aos concorrentes.

As propagandas partidárias, em anos eleitorais, podem ser compreendidas como espaços privilegiados para a elaboração de imagens e discursos que constituirão a plataforma dos partidos e seus candidatos nas eleições.

Segundo Sebastian (2015), podem ser classificadas de acordo com seu conteúdo: a) programas com ênfase no partido, b) programas com temáticas específicas, c) programas com ênfase em mandatos/mandatários, d) programas de ataques a adversários e e) programas de pré-campanha eleitoral. Como argumentado acima, o material aqui analisado é enquadrado como programas de pré-campanha eleitoral e também programas de ataques a adversários.

Nos **Programas de ataques a adversários**, [...]. Sendo situação ou oposição, quando os partidos optam por esta função a regra é a mesma para ambos evidenciando suas diferenças enfatizando as polêmicas, dúvidas e pontos negativos do seu adversário e colocando-se como alternativa positiva para o que está em questão. A atenção dedica-se não a se legitimar, mas deslegitimar o outro frente a opinião pública.

Os **Programas de pré-campanha eleitoral** colocam o partido político em segundo plano, evidenciam possíveis e notórios candidatos em futuros pleitos eleitorais além de debates eleitorais. A conexão eleitoral é realizada pela personalização das ações políticas no programa (p. 19).

Considerando as candidaturas competitivas, as propagandas partidárias ocorreram entre março e maio de 2014, sendo veiculados na seguinte ordem: programa PSB/REDE (27/03/2014), programa PSDB (17/04/2014) e programa PT (18/05/2014).

A propaganda partidária do PSB, primeiro programa veiculado em março de 2014²⁵¹, foi representada como de uma aliança, trazendo o *slogan* de ambos os partidos (PSB/REDE) e protagonizada pelas figuras de Eduardo Campos e Marina Silva. Esse é um aspecto a ser problematizado, tendo em vista que as propagandas partidárias no ano eleitoral servem, em grande medida, para a construção da imagem dos candidatos. Apesar de uma sutil preponderância de Eduardo Campo nas falas ao longo do HGPP, o enquadramento do programa não deixa claro qual das lideranças seria a representante dessa aliança. Esse impasse foi destacado por Martins e Leal (2015), que indicaram haver um conflito na construção das imagens das lideranças. O capital político de Marina Silva foi decisivo para garantir sua expressividade no programa partidário.

Figura 18 – Imagens HGPP – PSB – Setembro de 2013 (cont.)



²⁵¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tv6HVvC-jnU>>. Acesso em: 7 abr. 2016.



Fonte: Programa Partidário do PSB, 27/03/2014 (Acervo Pessoal)

A cenografia utilizada no programa é, portanto, de um encontro entre iguais, materializado no formato de diálogo. Eduardo e Marina apresentam sua união como movida por afinidades programáticas e de valores políticos, numa evidente crítica às alianças do governo petista, que para ambos seriam movidas pelos interesses fisiológicos de reprodução no poder.

Eduardo Campos: Marina, você sabe que você e eu somos filhos da esperança, porque nós nascemos numa terra de muita luta e terra de paz. [...] Marina, eu sonho com um Brasil democrático; com um Brasil com educação de qualidade para todos os brasileiros; com um Brasil generoso com as diferenças; com um Brasil que seja mais equilibrado regionalmente, socialmente; [...]. O que é que nos une? O que nos une é o desejo de o Brasil voltar a melhorar. *O que nos une é o desejo de unir as boas pessoas em torno de boas ideias para fazer muita coisa boa pelo povo brasileiro.*

Marina Silva: Eu sonho com um Brasil que tenha uma agenda, uma agenda estratégica de país. *Uma agenda que possa ser perseguida por quem quer que seja o partido que ganhe a eleição, independente do partido que vai estar no governo.* Isso pra mim é o grande sonho. Isso só será possível se nós tivermos um realinhamento político no Brasil de que *a governabilidade se dê em cima de um programa.* Se para o PSB o importante é a democracia, é em cima disso que a gente vai estar conversando. Se pra REDE é importante é o desafio da sustentabilidade, de como usar com sabedoria os recursos naturais e ao mesmo tempo gerar riquezas para melhorar a vida do povo, é em cima disso que a gente conversa (informação verbal, grifo nosso).²⁵²

A crítica ao fisiologismo das alianças políticas se articulam com a cenografia da propaganda, marcada por ícones típicos de linguagem cibernética como *hashtags*²⁵³ e balões de *chat*²⁵⁴, produzindo uma discursividade que remete à nova política.

²⁵² Programa Partidário do PSB exibido em 27 de março de 2014.

²⁵³ Na linguagem virtual compreende-se por *hashtags* qualquer expressão ou palavra antecedida por um símbolo cerquilha, conhecido como jogo da velha (#). As *hashtags* servem também para produzir interação entre os diversos usuários do mesmo conteúdo.

²⁵⁴ Termo que se remete a uma conversa, bate-papo, reproduzido em tempo real no ambiente virtual.

Figura 19 – Imagem com utilização de linguagem virtual – HGPP - PSB



Fonte: Programa Partidário do PSB, 27/03/2014 (Acervo Pessoal).

Por nova política, Eduardo e Marina significam um conjunto de práticas que estariam orientadas pelo interesse público, acima dos interesses partidários, por valores políticos como ética, sustentabilidade, participação, entre outros. É relevante destacar que tanto a linguagem cibernética quanto a discussão em torno da nova política são estratégias comunicacionais destinadas majoritariamente aos jovens, que foi o maior segmento populacional mobilizado nas manifestações de junho de 2013.

Eduardo Campos: Nós queremos o povo animado, *reivindicando, sonhando, desejando, participando da política*. Nós queremos debater o Brasil a todo custo. Estamos num enorme esforço para debater o Brasil, com um programa para construir um Brasil melhor para todos os brasileiros

Marina Silva: *As pessoas estão lutando por saúde, educação, transporte e moradia, num conjunto de propostas com um único objetivo, que une a todos, um mundo melhor, um Brasil melhor. Quer energia mais positiva para se fazer política? As pessoas acreditarem que o Brasil pode ser melhor, que o mundo pode ser melhor. [...] Se formos capazes de traduzir para a sociedade brasileira de que a união desses dois partidos se dá em cima de uma nova postura, isso já marca uma diferença fundamental. Se um projeto como esse for vitorioso, só tem uma pessoa a quem dar o crédito por essa vitória: você, cidadão brasileiro, que é capaz de fazer a mudança em que acredita e que quer para o Brasil (informação verbal, grifo nosso).*²⁵⁵

Dissidentes do lulismo, Campos e Marina demarcam para o eleitor sua participação no processo de construção e desenvolvimento desse ciclo político. Além disso, promovem uma crítica direta à Dilma Rousseff, tributando-a como responsável por descarrilar o trem do desenvolvimento econômico e social.

Eduardo Campos: A economia do Brasil vem melhorando desde o Presidente Itamar Franco, durante o próprio governo do Presidente Fernando Henrique, é inegável que houve avanços. *O presidente Lula cuidou de preservar esses avanços e de fazer a economia brasileira ficar mais forte. Mas, de 2011 pra cá, todos nós*

²⁵⁵ Programa Partidário do PSB exibido em 27 de março de 2014.

sabemos que começamos a ver as coisas não darem certo como se imaginava que poderiam dar. [...] Ela teve a oportunidade de chegar à Presidência da República, de receber um legado do presidente Lula, com quem nós trabalhamos, e ela poderia ter feito pelo Brasil aquilo que ela se comprometeu a fazer, que era seguir melhorando o Brasil. Não desmanchar o que estava feito, e fazer o que restava fazer.

Marina Silva: A gente vinha numa trajetória de progresso econômico, social e até com alguns ganhos ambientais. *E hoje, o que a gente percebe é que a gente está numa trajetória de retrocessos.* Retrocessos na política econômica, retrocessos em relação à agenda socioambiental (informação verbal, grifo nosso).²⁵⁶

As críticas à presidenta ultrapassam a atuação governamental e são também direcionadas ao estilo de liderança de Dilma Rousseff, o qual comprometeria a boa gestão das políticas públicas. O porta-voz dessa crítica frontal é Eduardo Campos, que foi aliado do governo Dilma até 2013.

Eduardo Campos: Nós chamamos atenção para isso desde o primeiro momento, mas o governo não quis ouvir. *Essa coisa de governo que não ouve é muito complicada, porque governante que não ouve dá as costas para o povo. [...]. Mas o que tem acontecido com a inflação, por exemplo? Quem é dona de casa, dono de casa, quem faz supermercado tem visto o que aconteceu com o preço dos alimentos, o preço do aluguel. Todo mundo sabe a sensação de quem trabalha e é assalariado é exatamente de que o dinheiro está mais curto e a despesa está maior. [...]. Precisamos, na verdade, ter uma postura diferente daqueles que se apresentam como salvadores da pátria, como donos da verdade. [...] O povo brasileiro já sabe o que quer. Quer mudar. Ainda não sabe é que nós estamos juntos para ajudar nessa mudança (informação verbal, grifo nosso).*²⁵⁷

A caracterização da presidenta e do governo como autoritários reforça uma imagem amplamente disseminada pela mídia e pelos agentes políticos de que há pouco espaço para os processos de diálogo político, seja com agentes internos (aliados, ministros, assessores) ou agentes externos (sociedade, mídia) à gestão. Essa discursividade atualiza a imagem de centralizadora de Dilma Rousseff, sobretudo, quando Eduardo Campos referencia os “donos da verdade”.

É relevante destacar o potencial de enquadramento negativo que a imagem de Dilma Rousseff como centralizadora oferece aos discursos oposicionistas. Entre as críticas dos adversários, destaca-se a noção de que Dilma e seu governo comunicam pouco (e mal). Não por acaso, as cenografias escolhidas pelos opositores para compor os programas partidários vão na contramão dessa imagem. Se o programa do PSB/REDE privilegiou o diálogo entre Eduardo Campos e Marina Silva, a propaganda partidária do PSDB se concentra na proposta de uma conversa entre o seu candidato, Aécio Neves, e o povo brasileiro, como veremos a seguir.

²⁵⁶ Programa Partidário do PSB exibido em 27 de março de 2014.

²⁵⁷ Programa Partidário do PSB exibido em 27 de março de 2014.

O programa do PSDB, veiculado em abril de 2014²⁵⁸, já inicia propondo ao eleitor uma conversa sobre a situação política do país. O apresentador, um jovem, está sentado em frente a uma televisão assistindo a um vídeo. Em seguida ele se levanta da poltrona, volta-se para a câmera num diálogo direto com o telespectador e afirma: “Olha, política é igual televisão sem controle remoto. Se você não levantar para mudar vai continuar assistindo ao que não quer. Então, vamos conversar?”. Em seguida, a tela muda para a imagem de Aécio Neves. Um terceiro pergunta: “Aécio, vamos conversar?”, ao que o pré-candidato responde: “Vamos conversar” (informação verbal).²⁵⁹

Após essa introdução, o programa apresenta uma narrativa, pelo locutor *off*, da biografia política do pré-candidato, “Aécio foi eleito 4 vezes deputado federal e por 4 vezes foi líder do PSDB. Chegou à Presidência da Câmara onde mostrou um jeito novo de fazer as coisas.”. Já aqui se anuncia a referência à “*nova política*” ou “*o jeito novo de fazer as coisas*” como indica o narrador (informação verbal, grifo nosso).²⁶⁰

Quem informa ao telespectador sobre o que seria esse jeito novo é o próprio Aécio Neves:

Aécio Neves: E eu me lembro que um dia que liguei para o presidente Fernando Henrique, eu era presidente da Câmara, e falei: presidente, eu tenho uma novidade. Ele falou: o que que é? Está precisando do quê? Eu falei: estou precisando não, eu estou lhe devolvendo quase cem milhões de reais do Orçamento da Câmara dos Deputados, algo que jamais tinha acontecido em qualquer tempo na história, para que você possa colocar na educação, na saúde, na segurança. Então *foi a primeira demonstração que a gestão planejada e eficiente, ela é econômica*. Eu falo sempre que não há nenhuma medida de maior alcance social, que melhore mais a vida das pessoas, do que a *boa aplicação do dinheiro público, com planejamento, com transparência* (informação verbal, grifo nosso).²⁶¹

Há implícita, na definição da boa gestão, a crítica ao governo Dilma Rousseff. Adesqualificação vai sendo evidenciada pela valorização do trabalho de Aécio Neves quando este foi governador de Minas Gerais, o qual seria o oposto do da presidenta.

Aécio Neves: O êxito do nosso governo, o que me fez ter sido o governador mais bem avaliado do Brasil, foi em razão das medidas que nós tomamos no princípio, nos primeiros dias. *De enxugamento da máquina pública, de redução do número de secretarias, de cargos comissionados, de exemplos pessoais que eu precisava dar, numa situação dramática que vivia o estado*. Nós não tínhamos sequer dinheiro para pagar a folha salarial. Cortei pela metade o meu salário, congelei o salário de todo primeiro escalão e disse o seguinte: Olha, vai trabalhar aqui quem quiser me ajudar a transformar Minas Gerais. [...]. Eu fiz o governo do PSDB, dos aliados partidários.

²⁵⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8xyUQMNkEp8>> Acesso em 07/04/2016.

²⁵⁹ Programa Partidário do PSDB exibido em 27 de abril de 2014.

²⁶⁰ Programa Partidário do PSDB exibido em 27 de abril de 2014.

²⁶¹ Programa Partidário do PSDB exibido em 27 de abril de 2014.

Eu fiz o governo das melhores figuras que eu pude reunir, e é isso que nós precisamos ver no Brasil (informação verbal, grifo nosso).²⁶²

É significativa a convergência discursiva entre os programas dos opositores; tanto a propaganda do PSB/REDE quando a do PSDB enfatizam a imagem de que o governo Dilma, apesar de se apresentar como um governo técnico, na verdade obedece a critérios políticos e fisiologistas em sua composição e nas decisões referentes às políticas públicas.

No discurso de Aécio Neves, uma evidência dessas práticas seriam os escândalos de corrupção envolvendo a Petrobrás e o ativismo econômico do governo na Eletrobrás²⁶³: “[...] eu estou indignado e acho que tantos brasileiros, com o que está acontecendo com a Petrobrás, com o que está acontecendo com a Eletrobrás, com o que está acontecendo com o Estado Brasileiro [...]” (informação verbal).²⁶⁴

As manifestações de junho de 2013 são apresentadas para endossar o argumento de que população está insatisfeita (indignada) com o governo, que não daria respostas aos problemas centrais do cotidiano:

Aécio Neves: O que nós assistimos no Brasil no ano passado foi uma sinalização muito clara de que o brasileiro não aceita mais passivamente o desgoverno. Um governo que não conversa, um governo que se omite nas questões essenciais como segurança, como saúde. Um governo que acha que pode governar só com a propaganda. E não pode. [...]. Não há nada mais perigoso do que um governo que não ouve as pessoas. [...]. Há mais de um ano eu venho dizendo: Tomem cuidado que a inflação está voltando. O governo finge que não está acontecendo. Você compra hoje as mesmas coisas, quando vai ao mercado, que você comprava há um ano atrás? Claro que não. Mas se o governo não reconhece que a inflação está saindo do controle, a de alimentos já está acima de 10%, ele não vai tomar as medidas necessárias para enfrentá-la. Então o que me preocupa é que muitas das conquistas que nos trouxeram até aqui estão indo embora. Por que não adianta você achar que porque distribui algum benefício para qualquer cidadão se, com a inflação, a receita que ele tem é corroída, o salário que ele tem, o benefício que ele recebe vai embora (informação verbal).²⁶⁵

No trecho acima há dois aspectos relevantes da crítica peessedebista ao governo Dilma: a) a crítica genérica da oposição de que o governo “não conversa” e b) a crítica de que o governo “se omite” na resolução e debate sobre temas cruciais para a vida da população, como a inflação, por exemplo. Destaca-se que o combate à inflação, com estabilização da moeda brasileira, é apresentado e reconhecido politicamente como o legado das gestões de Fernando Henrique Cardoso (PSDB). Nesse sentido, o discurso peessedebista acerca da

²⁶² Programa Partidário do PSDB exibido em 27 de abril de 2014.

²⁶³ Ambos os temas foram pontos centrais do discurso peessedebista nas eleições presidenciais de 2014, uma evidência de que efetivamente a propaganda partidária contribui para o refinamento da discursividade a ser apresentada no período eleitoral.

²⁶⁴ Programa Partidário do PSDB exibido em 27 de abril de 2014.

²⁶⁵ Programa Partidário do PSDB exibido em 27 de abril de 2014.

preocupação com o retorno da inflação se reveste de uma legitimidade advinda da efetividade em enfrentar esse problema quando na gestão do Executivo Federal.

A fala de Aécio Neves traz ainda outro elemento que foi sendo explorado pela oposição ao longo do governo Dilma: a noção de que a publicidade governamental tinha suplantado a gestão pública. O papel jogado pelo *marketing* político foi alvo de críticas pela oposição desde o processo eleitoral de 2010, quando se afirmava que Dilma Rousseff teria sido uma candidata fabricada por João Santana e eleita pela força política do lulismo. Já na gestão, mesmo com movimentos da presidenta no sentido de construir uma imagem particular e um estilo de liderança próprio, segmentos da mídia e políticos de oposição destacavam o papel de João Santana no governo. Identificado informalmente por estes setores como o 40º ministro, o marqueteiro tinha trânsito e confiança de Lula e, posteriormente, de Dilma sendo, inclusive, responsável pela produção de diversos pronunciamentos de ambos os presidentes, como aponta Maklouf (2015) em perfil biográfico de João Santana²⁶⁶:

Uma boa indicação da influência de João Santana nos governos que ajuda a eleger é sua atuação de *ghost-writer* titular dos discursos presidenciais. Escreveu o de posse de Lula, no segundo mandato, o da posse de Dilma, no primeiro [...]. Entre o final do segundo governo Lula e todo o primeiro mandato de Dilma Rousseff, o marqueteiro escreveu e fez a direção geral de pelo menos vinte pronunciamentos. É claro que, antes, ouviu os presidentes para acertar o tom, as sutilezas, os recados, os pontos e contrapontos. Depois de escritos, as alterações foram poucas, no caso de Lula, e não tão poucas, no caso de Dilma (p. 21).

João Santana cumpria, no governo Dilma, a função de um assessor especial para a área de comunicação, contribuindo, além da produção de discursos, com a definição de nomes de programas sociais lançados e na definição de estratégia para reação em momentos de instabilidade, como foi o caso das manifestações 2013.

Um dos argumentos mobilizados para criticar o governo em torno dessa polêmica da publicidade refere-se aos gastos do governo nessa área. Matéria veiculada pelo jornal Folha de São Paulo em abril de 2014²⁶⁷ informava os gastos do governo com publicidade. De acordo com a matéria, o governo federal havia gasto R\$ 2,3 bi com publicidade em 2013, atingindo o valor mais alto desde o ano de 2000, quando passaram a ser divulgados os dados.²⁶⁸ Os valores indicados referiam-se a toda a administração pública federal, inclusas as empresas estatais. Com publicidade de ministérios e do próprio Palácio do Planalto os gastos

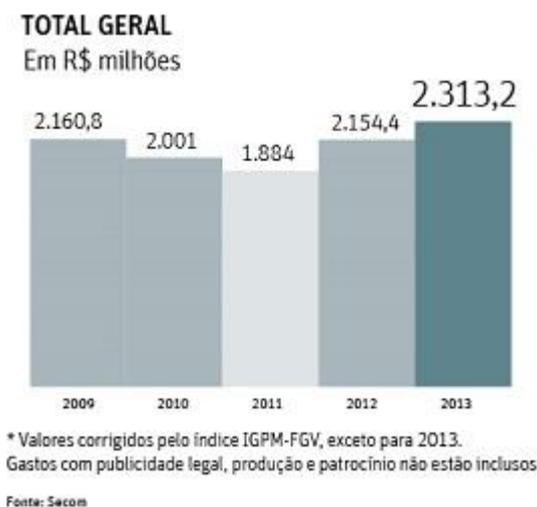
²⁶⁶ *João Santana: um marqueteiro no poder*, de Luiz Maklouf Carvalho, Rio de Janeiro: Record, 2015.

²⁶⁷ “Dilma gasta R\$ 2,3 bi com publicidade em 2013 e bate recorde”, publicada em 16 de abril de 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/04/1441349-dilma-bate-recorde-em-gastos-publicitarios.shtml>>. Acesso em: 5 abr. 2016.

²⁶⁸ A crítica aos gastos do governo com publicidade também foi objeto de um pronunciamento realizado pelo deputado federal Onyx Lorenzoni (DEM) em 14 de agosto de 2013.

contabilizavam R\$ 761,4 milhões. A matéria traz um gráfico indicando a ampliação de gastos ao longo dos anos de gestão de Dilma Rousseff:

Figura 20 – Gráfico total de gastos com publicidade governos Lula e Dilma



Fonte: Folha de São Paulo (16/04/2014)

Endossam a crítica peessedebista de que o governo Dilma “governa através da propaganda”, argumentos já apresentados por setores oposicionistas da mídia, como pode ser observado no trecho abaixo transcrito da coluna²⁶⁹ de Rodrigo Constantino, da Revista Veja:

Quando juntamos todas as peças do quebra-cabeça, incluindo esses dados de gasto com publicidade, a transformação radical da imagem da presidente, *a enorme importância que o marqueteiro João Santana recebeu no seu governo* (especialmente após as manifestações de junho), e seus discursos autômatos escritos pelo próprio homem do marketing na equipe, temos a configuração de *um governo sustentado pela busca excessiva de imagem, e não de resultados*. A própria presidente Dilma já disse que fará o “diabo” para vencer as eleições. Essa parece a única meta relevante de seu governo. A inflação segue em alto patamar, o crescimento econômico é medíocre, os investimentos não crescem, a população está insatisfeita nas ruas, mas *a presidente só quer saber da imagem, da aparência*. (CONSTANTINO, 2013, grifos nossos).

Observa-se, portanto, que a propaganda partidária do PSDB vocaliza uma crítica que já estava sendo disseminada em outras plataformas de comunicação ligadas a setores oposicionistas ao governo.

Em face às críticas ao governo, Aécio Neves conclui a narrativa do programa partidário com uma exortação à esperança no porvir de um governo, capitaneado por ele, que buscaria resolver os problemas do país com uma ação orientada pelo binômio ética-eficiência,

²⁶⁹ “Um governo marqueteiro ou a vila de Potemkin”, publicado em 12 de agosto de 2013. Disponível em: <<http://rodrigoconstantino.com/historico-veja/um-governo-marqueteiro-ou-a-vila-de-potemkin/>>. Acesso em: 5 abr. 2016.

Eu tenho uma confiança muito grande, *confiança e esperança de que nós vamos viver, dentro de muito pouco tempo um quadro novo no Brasil, onde ética e eficiência caminhem juntas*, onde as pessoas olhem para os governantes e falem: Olha, ele não resolveu tudo que eu gostaria, mas está fazendo um esforço enorme para melhorar a minha vida. É isso que está faltando no Brasil, confiança da sociedade nos seus representantes (informação verbal).²⁷⁰

Cabe destacar que, em síntese, o programa peessedebista utilizou o espaço partidário para apresentar seu candidato à presidência. O tom do programa foi fortemente personalista, enfatizando a trajetória de Aécio Neves e sua “linhagem política”, através do imaginário social em torno da figura de Tancredo Neves. Como afirmam Martins e Leal (2015),

No programa do PSDB foi enfatizado, principalmente, os atributos políticos e pessoais de Aécio Neves e o desejo de mudança. [...]. Percebe-se claramente o tom personalista da propaganda política, centrada tanto nos atributos pessoais, como nos atributos político de Aécio Neves. Misturam-se ainda questões públicas e privadas ao retomar a ideia de herdeiro político da família Neves, um continuador do legado de Tancredo Neves (p. 75-76).

Aécio se apresenta, portanto, como alguém que pode assumir a função de restaurador do bem-estar do país porque aprendeu isso ao longo de sua vida pessoal e política. O candidato é representado na propaganda partidária como uma liderança que encarna os valores e aspirações que a política nacional necessitaria naquele momento, e uma evidência disso é a imagem que finaliza o HGPP composta pela conjugação de uma fotografia de Aécio sorrindo em que estão superpostas palavras positivas e a imagem de crianças brincando numa ciranda.

Figura 21 – Imagem de Aécio – HGPP – PSDB – Abril/2014



Fonte: Programa Partidário do PSDB, 14/04/2014. (Arquivo Pessoal).

²⁷⁰ Programa Partidário do PSDB exibido em 27 de abril de 2014.

A Propaganda Partidária do PT foi veiculada em maio de 2014.²⁷¹ Nas palavras de Sebastian (2015), o programa estava envolto por expectativas, tendo em vista a conjuntura política em curso.

O último programa nacional de PPG do governo Dilma (2011-2015) mobilizou certa expectativa sobre o que o PT iria apresentar em meio a sua pior crise em 13 anos de governo, após o mensalão. A arquitetura da crise vivida em 2014 era desconhecida e completamente diferente do cenário quando foi deflagrado o escândalo do mensalão. Havia o longo período no poder, a falta de carisma da presidente, a desaceleração econômica mundial e brasileira, a crise de representação política assumida a partir de junho de 2013, as contradições da realização da Copa do Mundo entre outros fatores que poderíamos apontar, mas nenhum que pudéssemos apontar como o motivo (p. 22-23).

O programa petista trazia três linhas discursivas: a) comparação entre o passado e o presente do Brasil, enfatizando as transformações advindas com o lulismo; b) a disputa simbólica em torno do significado do termo “mudança”; e c) a apresentação de Dilma como candidata à reeleição. Observa-se, nesse sentido, que o HGPP do PT foi pautado, de certa forma, pelos programas dos partidos adversários.

O tema da mudança abre o programa partidário por meio de uma narrativa que destaca os avanços conseguidos ao longo de 12 anos nas gestões de Lula e Dilma. As cenas que representam o contraste entre a vida da população antes e depois das ações do lulismo são representadas por imagens em que as pessoas se deparam com elas mesmas em situações opostas – primeira situação boa e segunda ruim. Na primeira cena aparece um grupo de pessoas andando em um carro na zona rural, e se deparam com eles mesmos caminhando na estrada a pé. A segunda apresenta uma mãe com seu bebê comprando remédio na farmácia e depois se vendo do lado de fora da loja, com aspecto sujo, indicando mendicância. Em seguida, emerge uma família comprando sorvete e se deparando com eles mesmos em situação de rua coletando lixo. Há um close na menina que toma sorvete e se vê suja e comendo um pão; uma lágrima escorre em seu rosto. Por fim, um homem que está saindo do trabalho rindo ao lado de amigos se depara com ele mesmo na condição de desempregado. Enquanto as cenas se sucedem na tela, o locutor *off* e a apresentadora narram o texto de abertura do programa:

Locutor Off: Quando a gente dá um passo pra frente na vida, *precisa saber preservar o que conquistou. Não podemos deixar que os fantasmas do passado voltem e levem tudo que conseguimos com tanto esforço.* Nosso emprego de hoje não pode voltar a ser o desemprego de ontem. Não podemos dar ouvidos a falsas promessas. *O Brasil não quer voltar atrás.*

²⁷¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1fuTyTlpSGE>>. Acesso em: 7 abr. 2016.

Apresentadora: *Todos nós queremos que o Brasil mude, mas mudar o Brasil não é dar um passo atrás para o passado e nem um salto no escuro para o futuro. Mudar o Brasil é acelerar as mudanças. É fazer o Brasil mudar mais rápido no rumo certo. Nos últimos 11 anos o Brasil mudou como nunca. Quem fez o Brasil mudar tanto é capaz também de fazer o Brasil mudar mais e melhor (informação verbal, grifos nossos).*²⁷²

À medida que narrativa de abertura do programa petista acolheu o debate proposto pelos programas opositoristas, ficou evidente que estava constituída a discursividade hegemônica das eleições 2014: a necessidade de mudança. Patrocinado pela repercussão das manifestações de junho de 2013, o tema da mudança teve seu significado disputado entre os (pré)candidatos ao longo de 2014. O que é relevante destacar é que um debate eleitoral pautado pelo desejo de mudança favorece pouco ou nada o grupo político de situação. Desse modo, é significativo compreender como a presidenta Dilma Rousseff e o PT se movimentaram nessa disputa semântica.

A estratégia mobilizada no programa partidário do PT foi o de apresentar o projeto político em curso como o que mais tinha capacidade de conduzir as mudanças almejadas pela população. Esse argumento é apresentado logo no início, ao afirmar que não se quer e nem se pode voltar ao passado, numa clara alusão à candidatura de Aécio Neves (PSDB), assim como não se pode dar um salto no escuro, sem ter certeza do que virá, em referência à candidatura de Eduardo Campos e Marina Silva (PSB/REDE).

Outro elemento que contribui para o argumento apontado acima emerge da afirmação de que, efetivamente, foram nos governos do lulismo que as transformações ocorreram no Brasil,

Locutor off: *Nos governos do PT a renda dos brasileiros cresceu 52% acima da inflação e duas vezes mais rápido do que o PIB. Na classe média, a renda cresceu 78% e entre os mais pobres o aumento foi ainda maior, 107%. Isso sim é distribuição de renda. Porque não basta crescer no mundo dos economistas é preciso crescer na vida das pessoas (informação verbal, grifos nossos).*²⁷³

À medida que o locutor apresenta o argumento, gráficos vão se sucedendo na tela para a dar ao telespectador a dimensão das mudanças ocorridas nos governos Lula e Dilma.

²⁷² Programa Partidário do PT exibido em 18 de maio de 2014.

²⁷³ Programa Partidário do PT exibido em 18 de maio de 2014.

Figura 22 – Imagens HGPP – PT em maio/2014



Fonte: Propaganda Partidária PT, 16/05/2014. (Arquivo Pessoal)

Além do destaque à dimensão quantitativa da mudança, no que se refere à renda da população o argumento retoma uma marca discursiva do legado lulista: a sensibilidade com a vida concreta das pessoas, ao afirmar que “[...] não basta crescer no mundo dos economistas é preciso crescer na vida das pessoas” (informação verbal).²⁷⁴

É Dilma quem vocaliza os desafios, as conquistas e as expectativas envolvidos no processo de mudança do Brasil iniciado com a chegada do PT ao Executivo Federal.

Dilma Rousseff: Mudar não é fácil. *Todo governo de mudança encontra obstáculos. Só vence que insiste e não desanima nunca. É por isso que o Brasil está vencendo. [...] Hoje é apaixonante ver que o Brasil novo nasceu e que tem um novo pedindo para nascer. Ele é maior nos seus desejos, na sua pressa e, até, na sua ansiedade. Porque ele é filho de um Brasil que fez grandes mudanças em tão pouco tempo, um povo que foi capaz de fazer o que fizemos, sabe que pode e que merece muito mais. Nós estamos respondendo a este desafio* (informação verbal, grifos nossos).²⁷⁵

Nesse sentido, a presidenta apresenta as ações em curso que vinham dando continuidade ao processo de transformação do país. Conforme afirma Sebastian (2015), o significado de mudança que emergiu do programa partidário do PT indicava que “[...] melhorar e acelerar seriam os novos significados mais pertinentes de um Brasil que reconhecia os resultados positivos do petismo” (p. 23).

Uma estratégia que reforça o argumento de que a transformação do Brasil é um legado do lulismo envolve a crítica aos opositores, em especial ao PSDB. Tal desconstrução dos peessedebistas passa por dois aspectos: o primeiro relacionado às condições econômicas do país, e o segundo referente ao enfrentamento à corrupção.

²⁷⁴ Programa Partidário do PT exibido em 18 de maio de 2014.

²⁷⁵ Programa Partidário do PT exibido em 18 de maio de 2014.

O primeiro elemento é tratado como uma resposta à crítica feita por Aécio Neves, no programa do PSDB, em relação à inflação. Como apresentado anteriormente, o candidato peessedebista acusou o governo de ser omissivo no que toca ao aumento de preços, especialmente dos alimentos. No programa do PT é apresentado um gráfico com o comparativo entre a inflação no governo Dilma e no governo FHC. Há o reconhecimento de oscilações das taxas inflacionárias, entretanto a crítica peessedebista é tomada como oportunismo para confundir a população.

Apresentadora 1: Nos três primeiros anos do governo Dilma, a inflação anual foi de 6,08%. Um índice bem menor do que nos governos tucanos.

Apresentador 1: Acontece sim oscilações, mas isso é passageiro.

Apresentador 2: O que não pode é certos políticos se aproveitarem do momento para tentar confundir as pessoas

Apresentadora 1: O que eles querem é criar uma cortina de fumaça para trazer o passado e volta (informação verbal).²⁷⁶

Sobre esse aspecto, o discurso da presidenta é enfático na confirmação de que se orienta pela responsabilidade fiscal e no bom uso dos recursos públicos:

Dilma Rousseff: Por tudo isso, posso assegurar que o meu governo será sempre o governo de crescimento com estabilidade, equilíbrio fiscal e uso correto dos recursos públicos. *Também é e sempre será um governo de combate à inflação.* O meu governo está muito atento e *vai ter mão firme para conter a inflação* sem que isso prejudique o salário do trabalhador (informação verbal, grifos nossos).²⁷⁷

Em relação ao combate à corrupção, a narrativa apresentada sugere que nos governos petistas os desvios e malfeitos com a coisa pública passaram a ser investigados, tendo em vista a autonomia e independência dos órgãos de controle. O relevo na expressão “nos governos petistas” é uma clara indicação de que em “outros tempos e governos” o mesmo não ocorria. A cenografia utilizada são a de gavetas se abrindo, em referência ao período petista, e fechando, associando ao período peessedebista. Tais imagens remetem-se à expressão “engavetar”, bastante utilizada no meio político e midiático para se referir às denúncias de corrupção que não são investigadas.

²⁷⁶ Programa Partidário do PT exibido em 18 de maio de 2014.

²⁷⁷ Programa Partidário do PT exibido em 18 de maio de 2014.

Figura 23 – Imagens HGPP – PT em maio/2014 – Tema corrupção (cont.)



Fonte: Programa Partidário PT, 16/05/2014. (Arquivo Pessoal).

O combate à corrupção é apresentado na propaganda partidária, portanto, como mais um legado do lulismo: “Nunca se combateu tanto a corrupção no Brasil. Nunca tantas pessoas foram investigadas e julgadas. Nunca o judiciário e a polícia federal tiveram tão independentes. Tudo isso é uma conquista da democracia dos 11 anos de governos do PT” (Locutor *off*) (informação verbal).²⁷⁸

Cabe destacar que foi no governo Dilma que essas ações de enfrentamento aos desvios de agentes públicos passaram a ser representadas simbolicamente como uma marca do lulismo. Foi em meio ao processo de “faxina ética”, termo cunhado pela mídia, que a presidenta passou a explorar, em seus discursos, essa ação como uma marca de sua gestão.

O último aspecto a ser ressaltado na propaganda partidária do PT diz respeito ao papel que cumpre em indicar que Dilma Rousseff seria candidata à reeleição em 2014. Uma afirmação que pareceria óbvia, pois prevista nas regras do jogo, precisou ser reforçada, em resposta a um movimento que se organizou em meados de 2013 denominado “Volta Lula 2014”.

Compreender a emergência do movimento “Volta Lula 2014” implica refletir sobre representações que se constituíram ainda no processo eleitoral de 2010, quando Dilma disputava sua primeira eleição. Naquele contexto, políticos e intelectuais levantavam dúvidas

²⁷⁸ Programa Partidário do PT exibido em 18 de maio de 2014.

sobre a autonomia que a presidenta teria em relação ao governo e ao processo sucessório de 2014. Evidência dessas questões são as reflexões de Werneck Vianna (2011).

A opção de Lula foi a de escolher, entre os quadros de confiança de seu governo, uma candidata em cuja campanha se empenharia, como se candidato fosse, pela sua vitória eleitoral. E daí um terceiro mandato por interposta pessoa? Ou um gabinete das sombras, eventual crítico do governo Dilma e sem com ele se comprometer, na preparação de um retorno triunfal na próxima sucessão? [...] O governo Dilma se vê assim, desde seu início, confrontado pela necessidade de eliminar os ruídos que ainda chegam dos tempos em que a tentação do terceiro mandato parecia atraente e de eventuais remorsos pela decisão que o recursou (p. 119).

A análise do governo indica que houve uma superação desses ruídos, sobretudo em relação às práticas da própria Dilma Rousseff. A presidenta conseguiu produzir um estilo de liderança singular, garantindo-lhe uma imagem autônoma em relação à Lula. Se para Werneck Vianna (2011) Dilma deveria assumir essa postura distinta de seu antecessor, a fim de não sucumbir diante do capital político dele, esse seria, na perspectiva aqui sustentada, um dos principais motivos que contribuiu para uma articulação que objetivava o retorno de Lula.

Como argumentado em outro trecho deste mesmo trabalho, o estilo de liderança da presidenta constituiu-se como um relevante ponto de dissenso na sua relação com o Congresso Nacional. Fenômenos emblemáticos disso foram as greves de votação implementadas pelos aliados, assim como as críticas e queixas que políticos da base aliada e da oposição fizeram à Dilma na mídia.

Antes sufocada pelos altos índices de popularidade da presidenta, a insatisfação emergiu com vigor após as manifestações de 2013. Potencializado pela sinalização de um cenário econômico desanimador e a pouca confiança de que o governo pudesse contornar a situação, o descontentamento culminou com a articulação do movimento para que o ex-presidente Lula fosse o candidato que representaria a aliança governista nas eleições 2014.

Em agosto de 2013, na primeira entrevista após as manifestações²⁷⁹, a jornalista Mônica Bergamo, do jornal Folha de São Paulo, questionou Dilma Rousseff sobre a relação entre a queda na intenção de votos e o movimento “Volta Lula”. Na ocasião, a presidenta destacou a boa relação com o ex-presidente e afirmou não se sentir ameaçada pelo movimento.

Jornalista: A senhora teve uma queda grande nas pesquisas.

Presidenta: Não comento pesquisa. Nem quando sobe nem quando desce [puxa a pálpebra inferior com o dedo]. Eu presto atenção. E sei perfeitamente que tudo o que sobe desce, e tudo o que desce sobe.

²⁷⁹ Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-o-planalto/entrevistas/entrevistas/entrevista-exclusiva-concedida-pela-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-ao-jornal-folha-de-s.-paulo-brasilia-df>>. Acesso em: 9 abr. 2016.

Jornalista: Mas isso fez ressurgir o movimento ‘Volta, Lula’ em 2014.

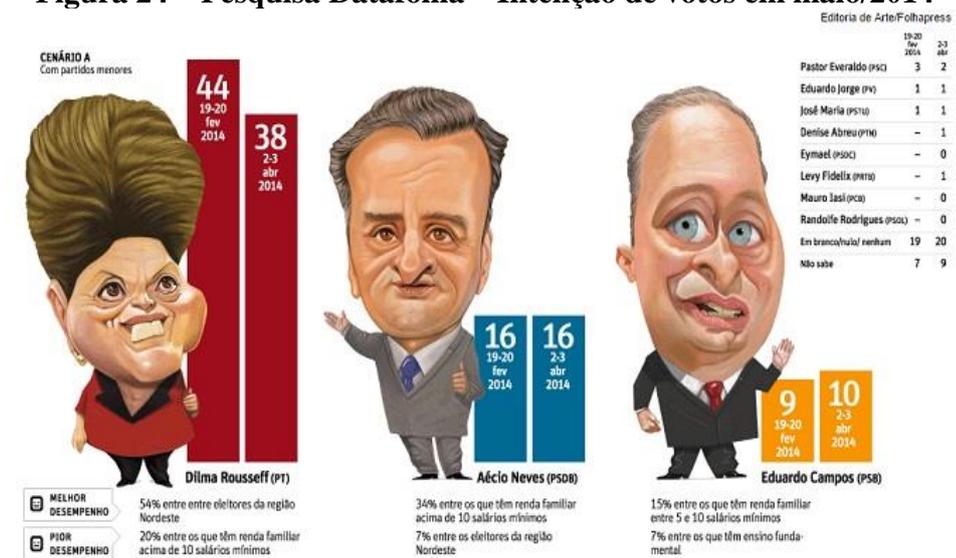
Presidenta: Querida, olha, vou te falar uma coisa: *eu e o Lula somos indissociáveis*. Então esse tipo de coisa, entre nós, não gruda, não cola. Agora, falar volta Lula e tal... Eu acho que *o Lula não vai voltar porque ele não foi*. Ele não saiu. Ele disse outro dia: ‘Vou morrer fazendo política. Podem fazer o que quiser. Vou estar velhinho e fazendo política’ (ROUSSEFF, 2013, grifos nossos).

A resposta de Dilma atualiza a imagem apresentada ao eleitor em 2010: ela e Lula são indissociáveis. Nesse sentido, não haveria motivo para um movimento pela volta do ex-presidente já que “ele nunca foi”.

As afirmações da presidenta, no entanto, não surtiram efeito para a desmobilização do movimento. A chegada do ano eleitoral e do processo de definição das candidaturas foi intensificando o movimento “Volta Lula”. Em fevereiro de 2014, Gilberto Carvalho, ministro da Secretaria Geral da Presidências nos governos de Lula e Dilma, voltou a confirmar que Dilma seria a candidata a reeleição pelo PT: “É fofoca natural que aparece na política. Não está em pauta, nossa candidata está muito bem definida, está muito bem. O presidente Lula é o grande cabo eleitoral e ponto. Esse assunto não existe para nós”²⁸⁰.

Se de um lado os integrantes do PT e do governo negavam a possibilidade de retorno de Lula como candidato, por outro as sucessivas quedas de Dilma em intenções de voto abasteciam o argumento de políticos aliados por tal solução. Entre fevereiro e abril de 2014, a candidata à reeleição caiu 6 pontos percentuais, como aponta o gráfico abaixo, ilustrado com caricaturas dos presidencialistas:

Figura 24 – Pesquisa Datafolha – Intenção de votos em maio/2014



Fonte: Folha de São Paulo (05/05/2014).

²⁸⁰ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1418076-volta-lula-e-fofoca-natural-da-politica-afirma-gilberto-carvalho.shtml>>. Acesso em: 9 abr. 2016.

Apesar de nenhum dos prováveis opositores terem sido beneficiados com os votos “perdidos” por Dilma, o desejo de mudança crescente constituía um elemento que sinalizava a vulnerabilidade da candidatura da presidenta à reeleição²⁸¹.

Figura 25 – Pesquisa Datafolha – Desejo de mudança da população



Fonte: Folha de São Paulo (05/05/2014).

A pesquisa Datafolha tomava como parâmetro comparativo da situação vivenciada pelo governo Dilma o segundo governo de Fernando Henrique Cardoso. Nesse sentido, a interpretação do instituto era de que o País estaria passando pelo fim de um ciclo político. Entretanto, havia um dado significativo entre os coletados. Apesar de 72% dos entrevistados admitirem querer que as ações do próximo ocupante do Executivo Federal fossem diferentes das implementadas por Dilma Rousseff, quando questionados sobre quem das lideranças políticas estaria mais preparada para tanto, o mais citado foi Lula.

Figura 26 – Pesquisa Datafolha – Percepção sobre líder mais preparado



Fonte: Folha de São Paulo (05/05/2014).

²⁸¹ No mês seguinte, junho de 2014, o desejo de mudança nas ações do próximo presidente cresceria 2 pontos percentuais, conforme pesquisa Datafolha.

Desse modo, caberia o questionamento: havia um processo de desgaste político do lulismo ou havia um descontentamento com as decisões do agente político (a presidenta) que liderava o projeto?

A resposta dos aliados era categórica: as chances de sucesso da candidatura nacional e, inclusive, das candidaturas estaduais e congressuais eram muito maiores com Lula. Nesse sentido, os dados da pesquisa Datafolha endossavam os cálculos de que o retorno do ex-presidente seria a garantia de continuidade da aliança governista no Executivo Federal.

Entre os aliados, a defesa do movimento “Volta Lula 2014” foram o Partido da República (PR) e o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). O PR chegou inclusive a lançar um manifesto que indicava Lula como a única liderança capaz de contornar o cenário de crise que se evidenciava para o Brasil: “Não estamos contra a Dilma e nem vamos sair do governo. Estamos apoiando a presidente Dilma. Achamos que ela fez um governo excepcional e honrou o legado do Lula. Mas nós estamos com uma crise, que não é culpa dela, é uma crise mundial terrível que exige uma pessoa com a experiência que o presidente [Lula] tem”, afirmava o deputado Bernardo Santana (MG), líder do PR na Câmara dos Deputados.

A repercussão do movimento “Volta Lula 2014” foi tanta que a oposição se pronunciou em relação ao fato. Em artigo intitulado “O ‘volta, Lula’ não é tão simples assim”, Alberto Goldman, presidente do PSDB (SP), argumentou que, diante do desgaste enfrentado pelo governo Dilma no cenário político e econômico, até mesmo o retorno de Lula poderia não frear o pessimismo da população. Para o peessedebista, a história política brasileira já deu evidências disso.

Em praticamente todos os casos, seja com candidatura à reeleição ou com candidato de continuidade, *vence o governo que tem boa avaliação*. Perde quem não a tem. Vai daí que, *se a avaliação negativa de Dilma se confirmar – e já se esgotaram os efeitos especiais–, ela não se reelegerá nem terá condições de eleger sua continuidade, qualquer que seja o nome*. Não é matemático, mas é um padrão dos processos eleitorais. Lula está louco pra voltar, mas teme que os efeitos do reconhecimento do insucesso de Dilma coloque em risco o prestígio que adquiriu. De uma coisa temos certeza: o PT vai cair atirando. Seu nível de escrúpulos é baixo e o seu compromisso com a democracia é tênue. Teremos muitas emoções (informações verbais, grifo nosso).²⁸²

Diante da movimentação pública, que em grande medida colocava em questão a legitimidade da recandidatura de Dilma, Lula convocou uma entrevista coletiva com blogueiros para reafirmar sua posição de que não seria candidato, sendo, portanto, a

²⁸² Ver artigo “O ‘volta, Lula’ não é tão simples assim”, de Alberto Goldman. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2014/03/1424024-alberto-goldman-o-volta-lula-nao-e-tao-simples-assis.html>>. Acesso em 20 de Jun. 2016.

presidenta a representante do lulismo nas eleições de 2014. “Eu não sou candidato. Minha candidata é a Dilma Rousseff. E eu conto com vocês para divulgar isso e acabar com essa boataria” (informação verbal).²⁸³

A tentativa de colocar fim à especulação sobre quem seria o candidato do lulismo veio com 14º Encontro Nacional do PT²⁸⁴, realizado em 02 de maio de 2014. Na ocasião, Lula destacou que especulações fortalecem os opositoristas, tendo em vista que sugeririam um racha interno: “É preciso parar de imaginar que existe outro candidato. Quando a gente brinca com isso os adversários aproveitam, não podemos gastar energia com isso” (informação verbal).²⁸⁵

O programa partidário emerge, portanto, como mais um movimento com vistas à confirmação da recandidatura de Dilma Rousseff em 2014. Conforme análise de Sebastian (2015), a presidenta ocupa a maior parte do tempo de programa (36%) e assume uma discursividade típica de candidata à reeleição.

Dilma Rousseff: *Fui eleita não apenas para ampliar conquistas do governo Lula. Mas para fazer o Brasil poder avançar onde era mais necessário. Já vencemos a luta mais importante: a do emprego e a do salário. Agora vamos aumentar a luta pela qualidade da saúde, da educação e da segurança pública e por uma infraestrutura a altura do nosso potencial. É momento antes de tudo de ampliar as oportunidades para todos os brasileiros* (informação verbal, grifos nossos).²⁸⁶

A análise dos programas eleitorais dos partidos competitivos evidenciou que a mudança seria um tema central da campanha eleitoral de 2014. Os programas de PSB/REDE, PSDB e PT, através de seus pré-candidatos, não puderam se furtar de sugerir como iriam efetivar essa mudança desejada pelo eleitorado para o mundo futuro.

As convenções partidárias que validaram as candidaturas ocorreram em junho: PSDB (14/06), PT (21/06) e PSB (29/06). Nelas ficaram evidentes as estratégias discursivas que os candidatos mobilizariam no pleito eleitoral.

O discurso do candidato Aécio Neves²⁸⁷ se concentrou em destacar as ações do PSDB no governo federal, que lograram conquistas ao Brasil, em criticar o governo por não

²⁸³ Ver matéria “Dilma é a melhor pessoa para vencer as eleições”, diz Lula em entrevista a blogueiros. Disponível em: <<http://www.institutolula.org/lula-concede-entrevista-de-tres-horas-e-meia-a-imprensa-alternativa>>. Acesso em 10 abr. 2016.

²⁸⁴ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/05/1448919-pt-relanca-dilma-e-lula-diz-que-nao-ha-outro-candidato.shtml>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

²⁸⁵ Ver matéria “PT relança Dilma e Lula diz que não há outro candidato”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/05/1448919-pt-relanca-dilma-e-lula-diz-que-nao-ha-outro-candidato.shtml>>. Acesso em 10 abr. 2016.

²⁸⁶ Programa Partidário do PT exibido em 18 de maio de 2014.

²⁸⁷ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/eleicoes/2014/noticia/2014/06/em-convencao-psdb-confirma-candidatura-de-aecio-neves.html>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

realizar as transformações ansiadas pela população e comentar a onda mudancista que se alastrou com as manifestações 2013:

Transformamos a realidade brasileira de forma permanente com o Plano Real. O Real recuperou a confiança do Brasil em si próprio [...]. Criamos os primeiros programas de transferência de renda e benefícios sociais, aquilo que se tornou depois o Bolsa Família", afirmou o agora candidato. [...]. Nossos adversários mantiveram a coerência. Quem foi contra o Plano Real é quem hoje não controla a inflação. Quem foi contra a Lei de Responsabilidade Fiscal é quem hoje assina essa contabilidade maldita. [...]. Eu percebo que há, não apenas mais uma brisa, mas uma ventania por mudanças, um tsunami que vai varrer do governo federal aqueles que lá não têm se mostrado dignos e capazes de atender às demandas da população brasileira. (informação verbal, grifo nosso).²⁸⁸

A presidenta-candidata²⁸⁹, por sua vez, afirmou que as mudanças desejadas pela população só podem ser feitas por quem já realizou outras transformações na sociedade brasileira. Além disso, salientou que aprendeu com a sua experiência de gestão e estaria mais preparada ainda para um segundo mandato, e que precisava da colaboração da militância para garantir a vitória eleitoral:

O Brasil, temos certeza, tenho consciência disso, o Brasil quer seguir mudando pelas mãos daqueles que já provaram que têm capacidade de transformar profundamente o país e melhorar a vida do nosso povo. Nós tivemos a competência de implantar o mais amplo e vigoroso processo de mudança do país, que pela primeira vez colocou o povo como protagonista. [...]. Eu preciso, sim, de mais quatro anos para poder completar uma obra à altura dos sonhos do Brasil. Para fazer isso, eu preciso do apoio dos brasileiros, especialmente desta grande militância. Precisamos ir às ruas, contar o que fizemos e o que podemos fazer. [...]. Quero dizer que todos nós melhoramos. Eu considero que hoje sou uma governante mais madura, e eles que não se enganem, uma governante capaz de enfrentar todas as dificuldades e todos os desafios. Estou pronta para ouvir e compor novas ideias (informação verbal, grifo nosso).²⁹⁰

O discurso de Dilma Rousseff na convenção evidencia, portanto, o monopólio que a oposição teria da agenda eleitoral, considerando que a candidata à reeleição reconheceu a necessidade de mudança e, inclusive, fez uma mea-culpa em relação à sua atuação como presidenta, alegando-se mais madura, portanto, mais preparada.

A última convenção dos partidos competitivos a se realizar foi a do PSB/REDE, em 29 de junho. O impasse para definição de quem seria o candidato a liderar a chapa, se

²⁸⁸ Ver matéria “Em convenção, PSDB confirma candidatura de Aécio Neves”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/eleicoes/2014/noticia/2014/06/em-convencao-psdb-confirma-candidatura-de-aecio-neves.html>>. Acesso em 10 abr. 2016.

²⁸⁹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/eleicoes/2014/noticia/2014/06/em-convencao-nacional-pt-oficializa-dilma-para-disputar-reeleicao.html>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

²⁹⁰ Ver matéria “Em convenção nacional, PT oficializa Dilma para disputar a reeleição”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/eleicoes/2014/noticia/2014/06/em-convencao-nacional-pt-oficializa-dilma-para-disputar-reeleicao.html>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

Eduardo Campos ou Marina Silva, foi adiada para o penúltimo dia do prazo legal previsto para realização de convenções, determinação de coligações e escolha de candidatos às eleições.

A definição da chapa ficou com Eduardo Campos, candidato a presidente, e Marina Silva, candidata à vice-presidente. Em seu discurso²⁹¹, o candidato pessebista apresentou sua candidatura como uma superação da polarização PT e PSDB, e criticou a condução da política econômica e de alianças do governo federal. À Marina coube o discurso da sustentabilidade como condição fundamental para o desenvolvimento.

Eduardo Campos: *Os que se revezam no poder no Brasil, ao longo desses 20 anos, pensam e tentam convencer o povo que agora vão fazer diferente. Mas, todos nós sabemos que eles já perderam a energia renovadora, que já não servem para dar conta da agenda que a sociedade gritou nas ruas do Brasil. [...]. Vamos inverter a equação. Vamos retomar o crescimento sustentável da economia. Vamos botar a inflação para baixo e o crescimento para cima. Vamos fazer isso retomando a confiança do Brasil no Brasil e a confiança do mundo no Brasil. [...]. Vamos articular uma governabilidade ficha limpa. Vamos unir as melhores pessoas e partidos que estejam dispostos a somar honestamente forças pelo Brasil. Precisamos e vamos romper a velha política, reforçada nos últimos dias pela dança de ministérios* (informação verbal, grifo nosso).²⁹²

Marina Silva: Outro ponto [do nosso projeto de governo] é a necessidade histórica de *sair do modelo predatório de desenvolvimento*, que, para produzir os bens e serviços de que necessitamos, usa os recursos naturais. Temos o compromisso com a mudança do modelo de desenvolvimento predatório para o modelo sustentável de desenvolvimento. [...]. Um modelo para ser sustentável *precisa fazer com que essa sustentabilidade possa acontecer do ponto de vista social, mas também ambiental* (informação verbal, grifo nosso).²⁹³

Definido o tabuleiro sucessório, a campanha à reeleição de Dilma Rousseff já poderia traçar as estratégias para lidar com os opositores e as críticas. Havia, entretanto, uma diligência que o governo precisava contornar, a fim de chegar bem ao pleito eleitoral: as sucessivas pioras do cenário econômico.

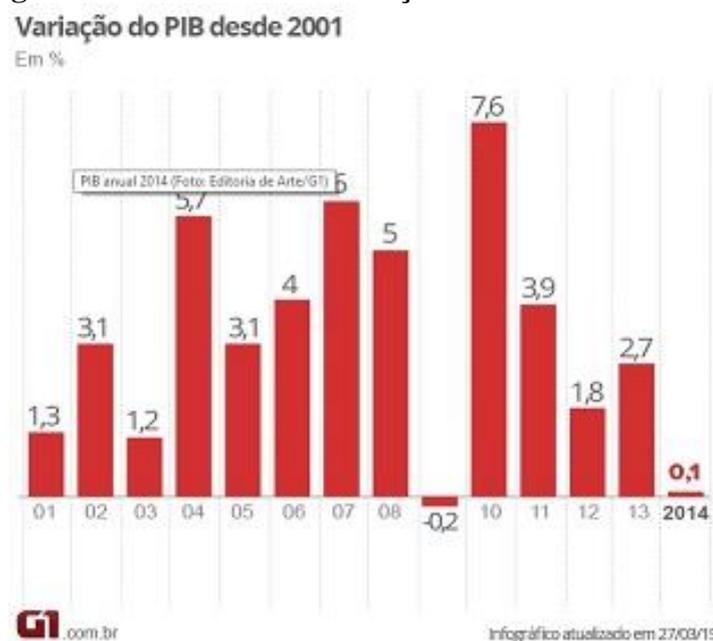
A conjuntura econômica constituiu-se, desde o início do governo Dilma, um desafio a ser contornado. O agravamento da crise econômica trouxe efeitos drásticos para a atividade econômica no Brasil. A evidência mais significativa foi a queda no crescimento do PIB, quando num comparativo com o crescimento registrado no período anterior, como se vê no gráfico abaixo.

²⁹¹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/eleicoes/2014/noticia/2014/06/psb-oficializa-candidatura-de-campos-para-o-palacio-do-planalto.html>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

²⁹² Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/eleicoes/2014/noticia/2014/06/psb-oficializa-candidatura-de-campos-para-o-palacio-do-planalto.html>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

²⁹³ Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/eleicoes/2014/noticia/2014/06/psb-oficializa-candidatura-de-campos-para-o-palacio-do-planalto.html>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

Figura 27 – Gráfico com variação do PIB de 2001 a 2014



Fonte: G1 (27/03/2015)

Analistas e agentes econômicos indicavam o processo de desaceleração da China, desde meados de 2013, como um evento que produziria impactos decisivos para a economia brasileira. Isso porque entre 2008 e 2013 houve um aprofundamento das relações econômicas entre o Brasil e a China, garantindo a esta última a condição de principal parceiro comercial brasileiro. Seguem, aqui, as palavras de Octavio de Barros, economista-chefe do Bradesco²⁹⁴, à época do início da desaceleração da China: “É aí que afeta mais o Brasil, pois somos extraordinariamente dependentes da China. Tanto em exportação como em investimento estrangeiro direto. Não dá para descartar essa desaceleração, que vai afetar os preços das commodities no curto prazo” (VALOR, 2012).

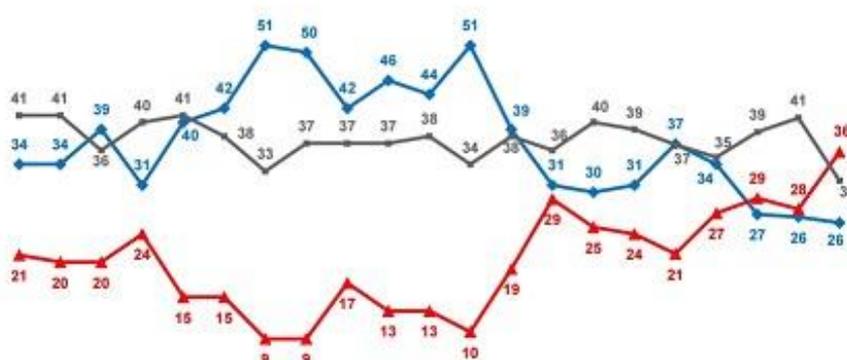
O baixo crescimento que passou a alimentar o pessimismo de analistas e agentes do mercado ganhou visibilidade na cobertura midiática e nos discursos da oposição, o que, por sua vez, contaminou a percepção do eleitorado sobre a situação econômica do país.

Em pesquisa realizada no início de junho de 2014, o Instituto Datafolha questionou sobre a inflação, o desemprego e o poder de compra do salário. Nas três perguntas houve um aumento da avaliação de que a situação iria piorar em comparação com a pesquisa anterior, realizada em maio. Em relação à inflação, cresceu 6 pontos percentuais (64%) o número de entrevistados que consideravam que esta iria aumentar. Quando a questão abordou

²⁹⁴ Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/2839572/desaceleracao-da-china-afeta-mais-do-que-crise-na-europa-diz-bradesco>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

a expectativa de desemprego, o crescimento também foi de 6 pontos, indo de 42% a 48%. No tocante ao poder de compra dos salários, 38% afirmaram acreditar que iria diminuir, 4 pontos acima do registrado na pesquisa anterior. Em síntese, a expectativa dos entrevistados em relação à condição econômica do país agravou-se, crescendo 8% os que consideravam que iria piorar, conforme gráfico abaixo:

Gráfico 3 – Pesquisa Datafolha – Expectativa da população sobre economia
Evolução da expectativa da situação econômica do país
 (estimulada e única, em %)



Fonte: Datafolha (06/06/2014)

A percepção negativa da economia endossava, portanto, o desejo de mudança. Os personagens da campanha eleitoral estavam definidos; os temas delineados acima se configuraram o ponto de partida do debate eleitoral. Como toda eleição é um processo em aberto, muitas “águas rolaram”, exigindo dos atores reposicionamentos ao longo da disputa.

7 VEREDAS DA REELEIÇÃO: A CAMPANHA DE DILMA ROUSSEFF EM 2014

A eleição presidencial de 2014 foi marcada por constantes variações no cenário político. A imprevisibilidade possibilitou diversas reviravoltas ao longo do processo eleitoral, e exigiu dos atores uma capacidade considerável de reordenar as estratégias traçadas para a disputa.

O enredo eleitoral já estava previamente delineado, sendo alguns dos temas debatidos publicamente desde as manifestações de junho de 2013. De acordo com Almeida (2015), tópicos centrais da campanha eleitoral de 2014 já estavam sinalizados nas mobilizações do ano anterior:

A crise econômica, começando a ter consequências sociais, atingindo setores de renda média e os mais pobres; 2- A questão da corrupção, ganhando uma dimensão muito grande e se amplificando. Primeiro com as obras superfaturadas da Copa do Mundo e depois atingindo a Petrobras, principal empresa do Brasil (do ponto de vista econômico e simbólico) (p. 13).

As manifestações de 2013 impactaram o processo eleitoral também, segundo Reis (2014), porque “[...] seu ânimo antipolítico teve algumas consequências de imediata relevância para a eleição de 2014 [...] [a] introdução vigorosa do tema da “insatisfação” e do desejo de “mudança” por parte da população brasileira [...]” (p. 12). Essa disposição para a mudança produzia um cenário favorável às candidaturas de oposição; o caráter “antipolítico/anti-institucional” beneficiava uma candidatura reconhecida como de terceira via. Dilma Rousseff chegava às eleições com desgaste em sua popularidade e queda na avaliação positiva do governo, decorrentes dos efeitos, ainda sutis, da crise econômica e da descoberta de um esquema de corrupção na Petrobrás.²⁹⁵

Os sinais de enfraquecimento do situacionismo, em 2014, desdobraram “[...] processos de recomposição da competitividade eleitoral” (CARVALHO, 2013, p. 172). Diante da hegemonia do “discurso de mudança” as candidaturas se multiplicaram. A disputa contou com a participação de 11 candidatos: Dilma Rousseff (PT, PMDB, PRB, PCdoB, PDT, PP, PSD, PR, PROS), Aécio Neves (PSDB, DEM, SD, PTB, PMN, PTN, PTC, PT do B), Eduardo Campos (Marina Silva) (PSB, PPS, PHS, PSL, PPL, PRP), Luciana Genro

²⁹⁵ A operação conhecida como Lava Jato iniciou com a investigação de crimes de lavagem de dinheiro de um ex-deputado, José Janene (PP), e suas relações com o doleiro Alberto Yousseff. O aprofundamento das investigações indicou relações de Yousseff com Paulo Roberto Costa, ex-diretor de Abastecimento da Petrobras. Esse foi o fio da meada para a descoberta de esquema de corrupção envolvendo lavagem de dinheiro e pagamento de propinas em obras da Petrobrás, no qual estavam envolvidos políticos, funcionários da Petrobrás e empresários que faziam negócios com a estatal.

(PSOL), Eduardo Jorge (PV), Pastor Everaldo (PSC), Z é Maria (PSTU), Rui Pimenta (PCO), Mauro Iasi (PCB), Lévy Fidelix (PRTB) e Eymael (PSDC).

No tópico a seguir, busco apresentar os acontecimentos que marcaram a disputa eleitoral. Darei destaque para o posicionamento das candidaturas em torno das quais se estruturou a disputa: Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Eduardo Campo/Marina Silva (PSB).

7.1 O imponderável jogo eleitoral: enredo, temas e personagens das eleições 2014.

A campanha eleitoral teve início oficialmente no dia 06 de julho. Nesse período a cobertura midiática ainda estava dividida entre a Copa do Mundo e o processo eleitoral. Na segunda quinzena de julho, com o fim do torneio de futebol, a mídia voltou suas atenções para a disputa eleitoral em curso. Em 17 de julho, o Instituto Datafolha trazia a primeira pesquisa realizada, após o início oficial. Os dados apresentavam uma queda do percentual de eleitores da candidata à reeleição, que havia tido uma recuperação no mês da Copa do Mundo, e uma estabilização no percentual dos opositores, conforme gráfico abaixo:

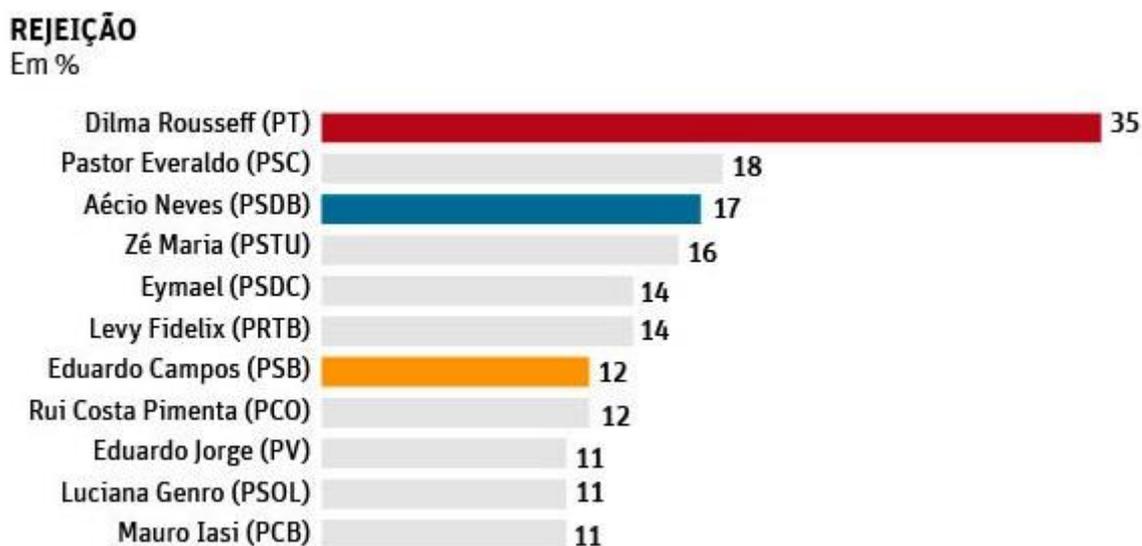
Gráfico 4 – Pesquisa Datafolha – Intenção de votos Presidência da República (Julho/2014)



Fonte: Datafolha, (17/07/2014).

A queda na intenção de votos de Dilma Rousseff foi explicada pelo instituto a partir de uma correlação com o aumento no número de pessoas que avaliavam seu governo como ruim ou péssimo, o qual, no momento, havia atingido 29%, o maior desde que a presidenta havia assumido o Executivo Federal. A pesquisa trazia ainda outro dado preocupante para a campanha da presidenta: a taxa de rejeição havia subido 3% e representava mais que o dobro da rejeição aos seus concorrentes diretos.²⁹⁶

Gráfico 5 – Pesquisa Datafolha – Taxa de rejeição dos candidatos (Julho/2014)



Fonte: Folha de São Paulo, 17/07/2014.

O perfil²⁹⁷ da maioria dos entrevistados que afirmaram não votar em Dilma Rousseff de jeito nenhum concentrava-se entre os segmentos: jovens, entre 16 e 24 anos, e jovens adultos, entre 25 e 40 anos, com nível superior de escolaridade, renda de 5 a 10 salários mínimos e mais de 10 salários mínimos, habitantes das regiões Sudeste e Centro-Oeste.

A cobertura midiática ao longo do mês de julho colocou sob os holofotes os dois candidatos mais bem posicionados nas pesquisas. Foram destaques na mídia: a) matéria do jornal Folha de São Paulo indicando que Aécio Neves, quando governador, havia construído irregularmente um aeroporto em fazenda de um tio-avô, na cidade de Claudio (MG); b) nota

²⁹⁶ Em relação ao nível de conhecimento dos eleitores sobre os candidatos, na pesquisa referenciada Dilma Rousseff era conhecida por 99% dos entrevistados, Aécio Neves por 81% e Eduardo Campos por 59%.

²⁹⁷ Para consultar os dados detalhadamente, consultar a pesquisa disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/07/18/intencao_de_voto_para_presidente.pdf>. Acesso em 14 de abr. 2016.

divulgada pelo Banco Santander a clientes de alta renda a qual argumentava que se Dilma Rousseff viesse a ser reeleita a tendência seria de piora da economia.

Em resposta às alegações de que a construção do aeroporto teria sido irregular e que funcionava sem autorização da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), o candidato peessedebista argumentou²⁹⁸:

A obra foi corretíssima. Não me furto a responder sobre esse assunto. A obra foi planejada como milhares de outras feitas em Minas Gerais. O que há, na verdade, é uma grande demora da Anac em fazer essas homologações. Eu fui de forma inadvertida. Não procurei saber se havia ou não a homologação. Se isso é um erro, eu assumo esse erro (G1, 2014).

Quando questionado se usou o aeroporto, Aécio Neves respondeu que “umas poucas vezes”. Em resposta ao candidato, a Anac informou que o processo de homologação não havia sido concluído porque o governo de Minas Gerais não havia enviado todos os documentos necessários. A polêmica em torno do aeroporto na cidade de Claudio foi retomada em debates do período eleitoral.

Dilma Rousseff, por sua vez, comentou a carta enviada pelo Santander aos clientes. Nas palavras da presidenta, “É inadmissível para qualquer país aceitar qualquer nível de interferência de qualquer integrante de forma institucional. É inadmissível”. O banco²⁹⁹ argumentou que havia demitido os funcionários envolvidos no caso, e apresentou um pedido público de desculpas aos seus clientes indicando que o “[...] texto feriu a diretriz interna que estabelece que toda e qualquer análise econômica enviada aos clientes restrinja-se à discussão de variáveis que possam afetar a vida financeira dos correntistas, sem qualquer viés político ou partidário” (SANTANDER, 2014). Apesar da negativa por parte do Santander, a carta foi tomada como um indicativo de que havia setores do mercado financeiro insatisfeitos com o governo Dilma, em virtude das ações interventivas no setor como a batalha do *spread*.³⁰⁰

O mês de agosto se iniciou com as entrevistas dos presidentiáveis ao Jornal Nacional (JN). A proposta, segundo o âncora e editor-chefe do noticiário, William Bonner, era pautar os candidatos com questões que eles não haviam tratado em suas campanhas:

²⁹⁸ Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/eleicoes/2014/noticia/2014/07/aecio-neves-diz-que-usou-aeroporto-de-claudio-de-forma-inadvertida.html>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

²⁹⁹ Ver matéria “Santander diz em nota a clientes que reeleição de Dilma pioraria economia”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/07/santander-diz-em-nota-clientes-que-reeleicao-de-dilma-pioraria-economia.html>>. Acesso em 14 abr. 2016.

³⁰⁰ Para detalhes sobre a “batalha do spread”, ver texto de Singer: “Cutucando onças com varas curtas”. Disponível em: <http://novosestudios.uol.com.br/v1/files/uploads/contents/content_1604/file_1604.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2016.

Em todas as entrevistas, fiz e farei as perguntas que os candidatos prefeririam não ter que ouvir. Assuntos que lhes são desconfortáveis, incômodos. Assuntos que eles não abordam na propaganda eleitoral, obviamente. São assuntos de interesse jornalístico, são assuntos que o eleitor deve conhecer (informação verbal).³⁰¹

Em artigo cujo objetivo é analisar as entrevistas do presidencialismo ao JN numa perspectiva comparada, Carvalho (2015, p. 10) elegeu como critérios “[...] o conteúdo abordado, a postura e o diálogo proposto por cada um dos entrevistadores”. Numa perspectiva geral, o autor argumenta que o JN privilegiou os temas ético-político e político-partidário, com questões negativas, propiciando uma abordagem que, em certa medida, desqualificava os candidatos. Nesse sentido, ao realizar as sabinas com os candidatos, o JN se apresenta como representante do “interesse público”.

Por outro lado, apesar da pretensa imparcialidade, Carvalho (2015) evidencia como a condução das entrevistas leva a formas distintas de tratamento dos candidatos, ainda que todos sejam chamados a responder perguntas incômodas. Um elemento demonstrativo desse argumento refere-se às interrupções feitas pelos apresentadores durante as falas dos presidencialistas.

De acordo com a autora, a mais prejudicada foi Dilma Rousseff, cuja entrevista “[...] teve a mesma quantidade de interrupções, por parte dos apresentadores, que as outras quatro entrevistas juntas, somadas” (p. 24). Aécio Neves, por sua vez, teve a entrevista mais equilibrada, com “[...] mais perguntas sobre o futuro e sem o tema político-partidário. [...] Além disso, o candidato do PSDB foi o único a não ser interrompido enquanto explanava” (p. 24), o que lhe garantiu elucidar suas respostas sobre os temas perguntados. Eduardo Campos teve que responder mais perguntas relacionadas ao seu passado. Isso se deu pelo histórico de aliança com o governo Dilma até setembro de 2013. Os apresentadores insistiam no questionamento de por que o pessebista saísse somente há um ano do período eleitoral. As perguntas, nesse sentido, sugeriam uma imagem de oportunismo para Campos.

A análise de Carvalho (2015) demonstra, portanto, como a mídia atua nos cenários eleitorais, apresentando-se como um ator autorizado a arguir insistentemente os candidatos a fim de obter as informações necessárias ao julgamento do eleitor. É relevante destacar que a mídia também atua para a formação da opinião (CHAMPAGNE, 1996), à

³⁰¹ Ver matéria “Bonner reage a agressividade virtual: “Fiz e farei as perguntas que os candidatos prefeririam não ter que ouvir”. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/blogs/cristina-padiglione/bonner-reage-a-agressividade-virtual-fiz-e-farei-as-perguntas-que-os-candidatos-prefeririam-nao-ter-que-ouvir/>>. Acesso em 10 abr. 2014.

medida que define os enquadramentos para a apresentação do conteúdo e das imagens dos candidatos.

O mês de agosto foi, ainda, marcado por uma tragédia que causou comoção nacional: a morte de Eduardo Campos. Em 13 de agosto, um dia após sua entrevista no JN, o candidato pessebista estava a caminho de Santos para cumprir agenda de campanha quando o jatinho em que viajava caiu.

A cobertura midiática ficou completamente voltada para a tragédia envolvendo Eduardo Campos. As matérias dos grandes jornais, como Folha de São Paulo e Estado de São Paulo, nos primeiros dias após o acidente, especulavam os motivos e causas, além de dar visibilidade à trajetória do ex-governador de Pernambuco. Houve intensa cobertura do funeral de Campos. Nesse ínterim, a mídia voltou a problematizar sobre quem assumiria a candidatura, tendo em vista que a legislação brasileira determina que o partido tem o prazo máximo de 10 dias para indicar um substituto.

Marina Silva era considerada a substituta nata, levando em consideração que era a candidata a vice-presidente na chapa e, ainda, uma liderança conhecida de grande parte da população. Pairavam, no entanto, dúvidas acerca da fidelidade partidária de Marina ao PSB. Afinal, a ex-senadora havia passado a integrar o quadro de filiados exclusivamente porque não havia conseguido o registro de seu partido REDE. Evidência disso foram os discursos e imagens produzidos no HGPP, que apresentavam a relação de Eduardo e Marina como uma aliança entre líderes de partidos distintos. Tornando-se a candidata do PSB, Marina Silva passava da condição de visitante para a de dona da casa.

A executiva nacional do PSB, em 16 de agosto, indicou Marina para substituir Eduardo Campos, tendo como vice o deputado federal Beto Albuquerque.³⁰² A formalização da candidatura ocorreu em 20 de agosto. Na ocasião, a candidata à presidência afirmou:

Aqui há um compromisso com *as responsabilidades já assumidas, construídas ombro a ombro, noite e madrugada adentro sob a liderança de Eduardo. Recebi de uma forma muito afetuosa uma carta que eu chamo de carta-inventário*, onde o presidente Roberto Amaral me diz qual é o significado da luta, da trajetória desse partido e que agora juntos temos a responsabilidade de ajudá-lo a se erguer após a perda irreparável que sofreu (informação verbal, grifo nosso).³⁰³

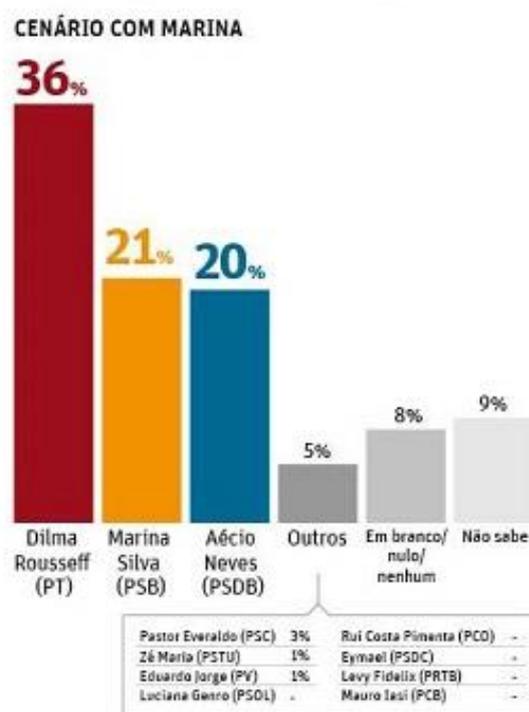
³⁰² “PSB oficializa chapa presidencial com Marina Silva e Beto Albuquerque”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/08/psb-oficializa-chapa-presidencial-com-marina-silva-e-beto-albuquerque.html>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

³⁰³ “PSB oficializa chapa presidencial com Marina Silva e Beto Albuquerque”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/08/psb-oficializa-chapa-presidencial-com-marina-silva-e-beto-albuquerque.html>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

Em seu pronunciamento, a candidata destaca sua condição de neófito no partido, indicando, inclusive, a *carta-inventário* como um rito de preparação a fim de que pudesse representar o projeto pessebista na disputa eleitoral em curso. Ao final de seu discurso, Marina retomou as palavras de Eduardo Campos, em sua entrevista ao JN, que ecoaram ao longo dos dias após o acidente: “*Não vamos desistir do Brasil*”.

Na primeira pesquisa realizada com Marina Silva sendo a candidata, em 17 de agosto, a reviravolta já estava em curso. Os dados relevaram que a candidata pessebista já chegava assumindo a segunda colocação, com 21 pontos percentuais, 1 ponto a mais do que Aécio Neves.

Gráfico 6 – Pesquisa Datafolha – Intenção de votos (Agosto/2014)



Fonte: Folha de São Paulo, 18/08/2014.

Já na simulação de segundo turno, Marina Silva estava em situação de empate técnico com Dilma Rousseff, contabilizando, inclusive, mais intenções de votos do que a candidata à reeleição.

Gráfico 7 – Pesquisa Datafolha – Intenção de votos no 2º turno (Agosto/2014)



Fonte: Folha de São Paulo, 18/08/2014.

A entrada de Marina Silva no jogo eleitoral impôs aos candidatos Aécio Neves e Dilma Rousseff um reordenamento das estratégias de campanha. O jogo político foi sendo construído semanalmente.

Logo após a pesquisa do Datafolha, teve início o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), em 19 de agosto. O programa do PSB foi produzido como um tributo a Eduardo Campos e seu legado. Os programas de Dilma Rousseff e Aécio Neves contemplaram homenagens ao ex-governador de Pernambuco.

O primeiro debate foi realizado pela TV Bandeirantes, em 27 de agosto, e contou com a participação de 7 dos 11 presidenciáveis: Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (PT), Eduardo Jorge (PV), Levy Fidelix (PRTB), Luciana Genro (PSOL), Marina Silva (PSB) e Pastor Everaldo (PSC).

O destaque midiático do debate foi o anúncio feito por Aécio Neves de que Armínio Fraga seria o Ministro da Fazenda num eventual governo tucano:

Se eleito presidente da República, se merecer a sua confiança, para dizer de forma clara aquilo que pretendo fazer, nomearei como ministro da Fazenda um dos economistas mais preparados do mundo, ex-presidente do Banco Central e um dos formuladores do tripé macroeconômico tão elogiado por uma das candidatas: o ex-presidente do Banco Central Armínio Fraga, que vai nos ajudar com uma extraordinária equipe de colaboradores já reunida de todas as gerações, de todas as partes do Brasil, a construir um novo ciclo de desenvolvimento sustentável no Brasil (informação verbal)³⁰⁴

³⁰⁴ “Aécio anuncia que, se eleito, Armínio Fraga será o ministro da Fazenda”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/08/aecio-anuncia-que-se-eleito-arminio-fraga-sera-o-ministro-da-fazenda.html>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

A escolha da candidatura peessedebista por Armínio Fraga sinalizava claramente o viés que seria defendido para a política econômica na campanha. A indicação do economista também explorava as dissensões entre setores do mercado financeiro e a campanha de Dilma Rousseff.

Com o prosseguimento da disputa eleitoral, as movimentações das candidaturas competitivas revelavam como a cada semana o pleito estava se acirrando. Aécio passou a questionar publicamente Marina Silva, que estava avançando e consolidando a segunda posição para uma eventual disputa do segundo turno. Entre as críticas, o candidato do PSDB afirmava que a candidata do PSB deveria ser firme em seu posicionamento, considerando que não havia espaço para a conciliação proposta por ela: “Respeito muito a candidatura da Marina pelas boas intenções que ela tem, mas ela precisa escolher como vai governar. Alguns assessores da campanha dela querem governar com o Lula, e outros com o Fernando Henrique. Ela precisa escolher qual direção seguir” (informação verbal)³⁰⁵. A resposta de Marina Silva veio para endossar a percepção de que a polarização PT-PSDB já não traria resultados aos país.

Nós queremos governar, sim, com os melhores, aqueles que se dispõem, na iniciativa privada, dentro do setor público, da academia, a contribuir para que o nosso país possa ser socialmente justo. [...]. Eu não tenho preconceito com pessoas competentes e honestas que estejam em qualquer que seja o partido, em qualquer que seja o setor. *A polarização PT-PSDB já deu o que tinha de dar* (informação verbal, grifo nosso).³⁰⁶

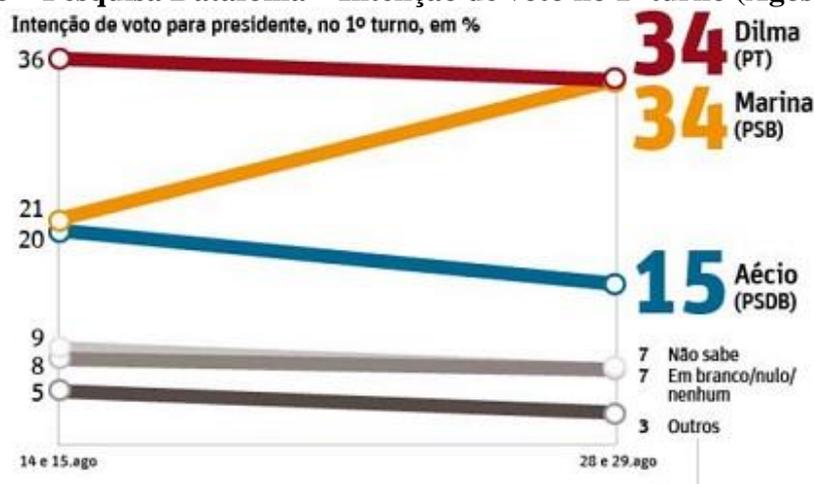
Enquanto Aécio e Marina disputavam entre si o segundo lugar na disputa eleitoral, a campanha de Dilma Rousseff apresentava um discurso típico de candidaturas à reeleição, evidenciando “[...] resultados: obras concluídas, obras em andamento, obras projetadas, que confirmam a competência de quem faz e vai continuar fazendo” (CARVALHO, 2013, p. 164).

O mês de setembro iniciaria com um dado que reconfigurou a postura da campanha petista. Se ao entrar na campanha Marina havia assumido o 2º lugar que era de Aécio, em duas semanas (29/08/2014) havia empatado com Dilma Rousseff.

³⁰⁵ Ver matéria “Aécio diz que Marina precisa escolher qual direção pretende seguir”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/eleicoes/2014/noticia/2014/08/aecio-diz-que-marina-precisa-escolher-direcao-que-pretende-seguir.html>>. Acesso em 16 abr. 2016.

³⁰⁶ Ver matéria intitulada “Dilma, Aécio e Marina usam trechos do 1º debate na TV em propaganda eleitoral”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/blog/horario-eleitoral/post/dilma-aecio-e-marina-usam-imagens-de-1-debate-em-propaganda-eleitoral.html>>. Acesso em 16 abr. 2016.

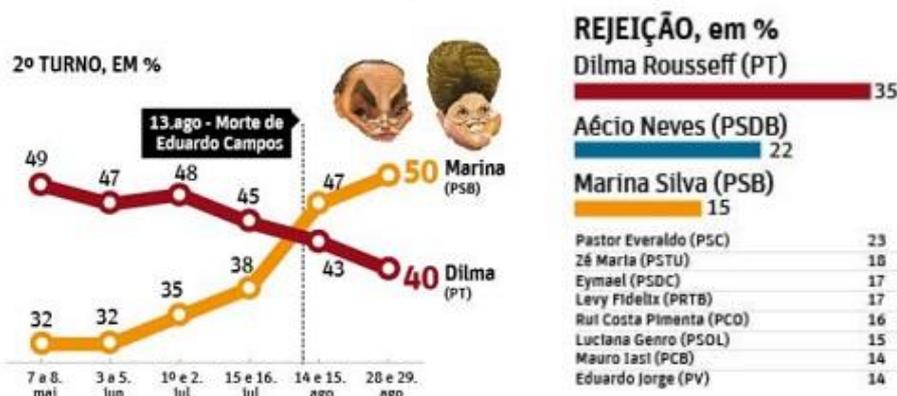
Gráfico 8 – Pesquisa Datafolha – Intenção de voto no 1º turno (Agosto/2014)



Fonte: Folha de São Paulo, 29/08/2014.

Outros dados também sugeriam preocupação a campanha de Dilma Rousseff: Marina Silva havia superado a margem de erro; a diferença era de 10%, indicando provável vitória no segundo turno. Além disso, a rejeição da candidata petista contabilizava mais que o dobro da opositora. Esses dados, quando cruzados, revelavam os desafios que a campanha da presidenta teria para a definição de novas estratégias.

Gráfico 9 – Pesquisa Datafolha – Intenção de votos no 2º turno e Taxa de rejeição (Agosto/2014)



Fonte: Folha de São Paulo, 29/08/2014.

Reis (2014), ao analisar a entrada de Marina Silva na disputa eleitoral, evidencia os elementos que contribuíram para seu rápido crescimento na disputa eleitoral.

[...] sua emergência como candidata propriamente à Presidência da República se deu nas especialíssimas condições criadas pela morte súbita de Eduardo Campos e a comoção produzida, que resultaram na elevação instantânea dos índices de apoio eleitoral com que já contava. A impressão de que estava destinada a vencer a eleição

lhe possibilitou ainda o apoio adicional de eleitores cuja motivação básica era o ânimo anti-PT ou anti-Lula. (p. 13)

O crescimento nas pesquisas eleitorais colocou Marina na mira das candidaturas adversárias. A primeira crítica consistente do PSDB e PT apontou as inconsistências programáticas de Marina, que mudou seus posicionamentos diante das pressões de grupos como os religiosos fundamentalistas e empresários do agronegócio.

Em episódio bastante polêmico, após pressão de segmentos do eleitorado evangélico, a campanha da candidata pessebista retirou do programa de governo um trecho relacionado à defesa do casamento entre pessoas do mesmo sexo e também do combate e criminalização da homofobia. Na ocasião, Aécio Neves chamou a adversária de “metamorfose ambulante”, e argumentou sobre os perigos da volatilidade de uma liderança política: “[...] o que eu vejo é uma candidatura que mais se assemelha a uma metamorfose ambulante, que altera suas convicções ao sabor das circunstâncias” (informação verbal, grifo nosso).³⁰⁷

Dilma Rousseff, por sua vez, atacou Marina indiretamente, em comício, afirmando que em sua aliança não havia “vira-casacas”: "Neste palanque, estão os que têm compromisso com o pré-sal, que acham que o pré-sal é importante para o futuro deste país. Aqui, estão as pessoas que não mudam de lado, que não viram a casaca, que não dizem uma coisa hoje e outra amanhã" (informação verbal, grifo nosso).³⁰⁸

Após a repercussão negativa, Marina Silva veio a público para afirmar que a retirada dos trechos havia sido um “engano”.

O texto que foi para a publicação foi o texto tal qual foi apresentado pelas demandas dos movimentos sociais. Todos os movimentos sociais apresentaram as suas demandas. Foram feitas as mediações e se contemplou o tanto quanto possível as propostas, mas independentemente de qualquer coisa, nosso compromisso é com a defesa do Estado laico, o respeito à liberdade individual e o respeito à liberdade religiosa. O que foi feito foi ter voltado o texto da mediação, porque havia sido cometido um engano (informação verbal, grifo nosso).³⁰⁹

O debate realizado pela Folha de São Paulo, UOL, SBT e Jovem Pan, em 1º de setembro, foi palco de mais críticas de Dilma e Aécio à Marina Silva. O candidato do PSDB

³⁰⁷ Ver matéria “Aécio: 'Marina é uma metamorfose ambulante’”. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/aecio-marina-e-uma-metamorfose-ambulante>>. Acesso em 16 abr. 2016.

³⁰⁸ Ver matéria “Lula diz que 'nova política' é Dilma, e candidata critica os que 'viram casaca’”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pe/peleicoes/2014/noticia/2014/09/lula-diz-que-nova-politica-e-dilma-e-candidata-critica-os-que-viram-casaca.html>>. Acesso em 16 abr. 2016.

³⁰⁹ Ver matéria “Marina afirma que 'engano' motivou alteração no programa de governo’”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/eleicoes/2014/noticia/2014/08/marina-afirma-que-engano-motivou-alteracao-no-programa-de-governo.html>> Acesso em 16 abr 2016.

evidenciou que a pessebista hoje faz críticas ao PT, mas havia se furtado do posicionamento público diante de diversos temas controversos do lulismo, o que indicaria pouca convicção.

Tenho muita confiança que na hora da reflexão final vai prevalecer o caminho da mudança segura, da mudança que tem começo, meio e fim. *Defendo hoje as mesmas teses que eu defendia lá atrás*, a estabilidade da moeda, a lei de responsabilidade fiscal, de maior generosidade com os municípios, que é uma alavanca. Vejo uma conversão da candidata Marina a muitas dessas teses, mas gostaria de tê-la a nosso lado no momento em que elas foram implementadas (informação verbal, grifo nosso).³¹⁰

Dilma Rousseff atacou a adversária sugerindo que a candidatura do PSB não tinha consistência suficiente para governar o Brasil, tanto pelas propostas pouco viáveis quanto pelo pouco apoio que teria no Congresso Nacional:

O maior risco que uma pessoa pode correr é não se comprometer com nada. Só ter frases de efeito, frases genéricas, você tem que explicar o que vai fazer, dizer de onde vai vir o dinheiro. [...]. Sem apoio político, sem negociação, a senhora não vai conseguir apoiar os grandes projetos do Brasil. Sem apoio no Congresso, não é possível assegurar um governo estável, sem crises institucionais (informação verbal, grifo nosso).³¹¹

O crescimento vertiginoso de Marina Silva também mobilizou Lula para a frente de batalha nos ataques. Em comício da candidata petista, o ex-presidente afirmou: “Estou vendo algumas pessoas falarem a palavra 'nova política'. E a pessoa já foi vereadora, deputada estadual, federal, senadora. Se tem uma pessoa que é a nova política no país é a Dilma, que nunca foi política neste país” (informação verbal).³¹²

A campanha de ataques surtiu efeito, pois a primeira pesquisa realizada depois da onda de críticas feitas à candidata pessebista indicava a retomada de crescimento da candidata à reeleição: Dilma Rousseff (36%), Marina Silva (36%) e Aécio Neves (15%) (DATAFOLHA, 2014).

A conjuntura política estava delineada numa polarização entre Dilma e Marina, com Aécio correndo por fora para tentar recuperar a segunda posição. Contra a presidentacandidata pesavam dois aspectos: a) o cenário econômico que diante de sucessivas quedas no crescimento indicava um quadro de recessão; e b) as denúncias de corrupção na Petrobrás, endossadas pela delação premiada do ex-diretor da estatal Paulo Roberto Costa.

³¹⁰ Ver “Entrevista Aécio Neves – debate SBT (SP) – 1º/9/14”. Disponível em: <<http://psdb-mg.org.br/imprimir/?id=42552>> Acesso em 20 jun. 2016.

³¹¹ Ver “Dilma ataca Marina e diz que não dá para governar 'só com frases de efeito’”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1509343-dilma-ataca-marina-e-diz-que-nao-da-para-governar-so-com-frases-de-efeito.shtml>> Acesso em 20 jun. 2016.

³¹² Ver matéria “Lula diz que 'nova política' é Dilma, e candidata critica os que 'viram casaca’”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pernambuco/eleicoes/2014/noticia/2014/09/lula-diz-que-nova-politica-e-dilma-e-candidata-critica-os-que-viram-casaca.html>>. Acesso em 16 abr. 2016.

A campanha petista logo reagiu diante das críticas dos opositores ao cenário econômico, e dentre as medidas anunciadas foi sinalizada a mudança na equipe econômica do governo. Em entrevista, ao jornal O Estado de São Paulo (08/09/2014), Dilma Rousseff afirmou que Guido Mantega, ministro da Fazenda, não iria compor um provável segundo mandato. Apesar de argumentar que a mudança ocorreria em virtude de assuntos pessoais do ministro, a sinalização de mudança na equipe econômica foi entendida como uma inflexão da candidata petista na direção dada até aquele momento à política econômica. Tanto Marina Silva quanto Aécio Neves apresentaram críticas ao “exacerbado” intervencionismo econômico do governo Dilma.

Outro acontecimento que marcou o debate eleitoral na reta final do primeiro turno foi a delação premiada do ex-diretor da estatal Paulo Roberto Costa. Desde março de 2014, a Polícia Federal estava investigando um suposto esquema de corrupção na Petrobrás, na denominada Operação Lava Jato. O depoimento fornecido por Paulo Roberto Costa, em formato de colaboração premiada, confirmava a existência de um esquema de pagamento de propina nos contratos da Petrobrás. O semanário Veja foi responsável pela publicização das informações constantes na delação. De acordo com a reportagem, reverberada pelos demais jornais, Paulo Roberto afirmou que o esquema de lavagem de dinheiro havia movimentado em torno de R\$ 10 bilhões, e tinha entre seus beneficiários governadores, deputados federais e ministros. O ex-diretor da Petrobrás afirmou ainda que o esquema funcionou ao longo dos dois mandatos de Lula e nos dois primeiros anos (2011-2012) do governo de Dilma Rousseff.

A reação da oposição foi imediata. Marina Silva explorou esse tema através de críticas que contribuíam para fortalecer sua imagem de liderança da nova política que não pactua com a corrupção.

É realmente surpreendente que o governo do PT tenha mantido na Petrobras, por 12 anos, um diretor que se dedicou a assaltar aquela que era a maior e melhor empresa nacional. Ao invés de tentar constranger aqueles que cobram o PT por esses malfeitos o PT deveria explicar-se e pedir desculpas para o Brasil (informação verbal).³¹³

Já Aécio Neves retomou uma estratégia de desqualificação do PT já consolidada no discurso oposicionista do PSDB: a crítica ao “aparelhamento da máquina pública” e a consequente apresentação de si “como portador dos preceitos republicanos” (SOARES, 2011. p. 102):

³¹³ Ver matéria “Marina diz que PT deve se desculpar por ‘malfeitos’ na Petrobras”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/09/marina-diz-que-pt-deve-se-desculpar-por-malfeitos-na-petrobras.html>> Acesso em 20 abr. 2016.

A Petrobras tem dentro dela uma organização criminoso trabalhando e, obviamente, não dá para você ter uma prioridade de cumprimento dos cronogramas de investimentos, como o polo gás-químico, aqui do Espírito Santo e outros investimentos do país, e ao mesmo tempo sustentar a sanha de um grupo político que quer a todo custo se manter no poder (informação verbal, grifo nosso).³¹⁴

Nas palavras do candidato tucano, a permissividade dos petistas com a corrupção está diretamente relacionada ao projeto de poder. Essa estratégia discursiva que associa corrupção à reprodução do PT no poder vai se consolidar como uma síntese que sugere a necessidade de renovação no âmbito do Executivo Federal, garantindo, portanto, o preceito democrático de alternância de poder.

Cabe destacar que nesse debate sobre a corrupção na Petrobrás, Aécio Neves também usou o incidente para criticar Marina Silva, colocando-a sob suspeita em virtude de sua trajetória ligada ao PT.

Não vamos substituir o governo do PT por um outro tipo PT, até porque 80% da trajetória da Marina foram feitas dentro no PT. A candidata Dilma dizia que controlaria a inflação, faria o Brasil crescer, melhoraria nossos indicadores sociais - exatamente o que propõe a candidata Marina hoje. Eu não conheço até hoje quais são as suas propostas para a economia. O que vale são as posições de hoje ou as posições de uns anos atrás, quando ela, dentro do PT, combatia o Plano Real e a Lei de Responsabilidade Fiscal? Vale o aceno dela para o agronegócio ou vale a sua posição quando apresentava projetos, por exemplo, proibindo a produção, o cultivo de transgênicos no país? O que vale é a Marina que prega agora a meritocracia ou a Marina que dentro do PT combatia a meritocracia, apoiando o corporativismo de determinados setores, de servidores (informação verbal, grifo nosso).³¹⁵

O candidato do PSDB buscava se apresentar como a verdadeira mudança, indicando a inconsistência de Marina Silva, que teve parte significativa de sua vida partidária filiada ao PT, tendo permanecido como ministra durante todo o governo de Lula, e agora estava filiada ao PSB, partido que se apresentava de posição mas havia apoiado o governo Dilma até um ano antes.

Em meados de setembro, a delação de Paulo Roberto voltou à cena através da afirmação de que ele havia recebido propina no valor de 1,5 milhão de reais na compra da refinaria de Pasadena (Texas – EUA)³¹⁶. O conteúdo da delação envolvendo Pasadena era

³¹⁴ Ver “PSDB já provou que sabe fazer para gerar empregos e conter a inflação, lembra Aécio Neves”. Disponível em: < <http://www.psd.org.br/pe/psdb-ja-provou-que-sabe-fazer-para-gerar-empregos-e-conter-a-inflacao-lembra-aecio-neves/>> Acesso em 20 jun. 2016.

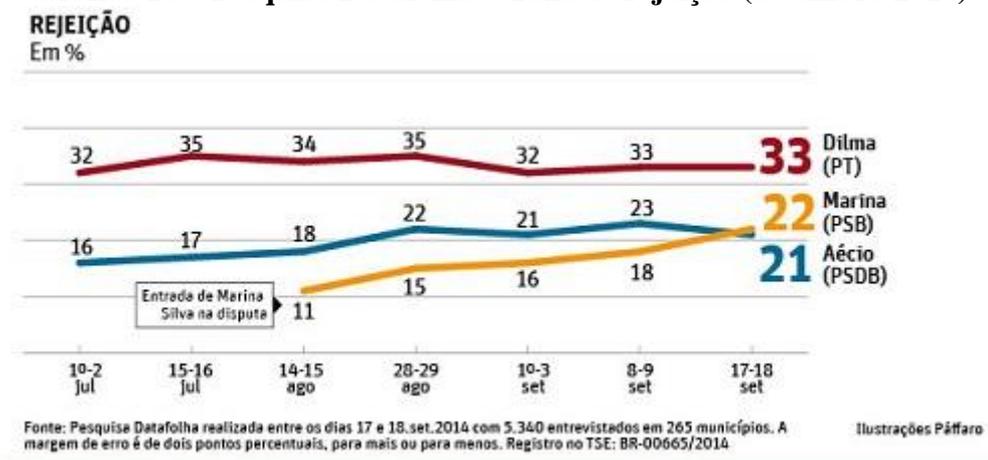
³¹⁵ Ver “PSDB já provou que sabe fazer para gerar empregos e conter a inflação, lembra Aécio Neves”. Disponível em: < <http://www.psd.org.br/pe/psdb-ja-provou-que-sabe-fazer-para-gerar-empregos-e-conter-a-inflacao-lembra-aecio-neves/>> Acesso em 20 jun. 2016.

³¹⁶ A compra da refinaria de Pasadena já havia levantado debate em virtude da suspeita de superfaturamento e evasão de divisas. Essas suspeitas foram aventadas pelo alto valor pago pela Petrobrás no negócio. A estatal brasileira pagou um valor total de U\$ 1,18 bilhão pela refinaria que havia custado U\$ 42,5 milhões. Ver: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/03/entenda-compra-da-refinaria-de-pasadena-pela-petrobras.html>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

preocupante para a campanha do PT, pois trazia Dilma Rousseff para o centro do escândalo, tendo em vista que a candidata à reeleição era a Presidente do Conselho de Administração da Petrobrás há época da compra da refinaria. Em nota, a Presidência da República informou que a decisão de Dilma Rousseff foi baseada em parecer, que posteriormente se revelou falho em virtude da omissão de informações e cláusulas do contrato.

Apesar da repercussão midiática e no debate eleitoral, as denúncias da Lava Jato que envolviam os governos de Lula e Dilma não impactaram a trajetória de retomada de crescimento da presidenta-candidata nas pesquisas de intenção de votos. Na pesquisa Datafolha de 19 de setembro, Dilma Rousseff aparece 7 pontos percentuais (37%) à frente de Marina Silva (30%). Aécio Neves havia crescido 2 pontos, chegando a 17%. Na simulação de 2º turno, a vantagem da candidata do PSB (46%) caiu drasticamente, em virtude também do crescimento da candidata à reeleição (44%). A diferença, que chegou a ser de 10% em favor de Marina Silva, passou à situação de empate técnico. Um dado que explicava a queda de Marina nas pesquisas estava relacionado aos números de rejeição, que cresceram 4 pontos percentuais em 10 dias. O gráfico abaixo evidencia como a medida que avança a disputa eleitoral os índices de rejeição à Marina crescem.

Gráfico 10 – Pesquisa Datafolha – Taxa de rejeição (Setembro/2014)



Fonte: Folha de São Paulo, 19/09/2014.

As dificuldades de manter a ascensão de Marina Silva nas pesquisas de intenção de votos estão diretamente relacionadas aos desafios impostos pela excessiva visibilidade de uma campanha eleitoral. Num contexto de disputa em que os candidatos estão cotidianamente sob os holofotes do jornalismo, a administração da visibilidade é uma tarefa difícil de ser executada. Os processos de construção e “ajustes” da imagem pública das lideranças políticas está submetida há um tempo ainda mais premido nesse período da política eleitoral.

As mudanças de posicionamento em relação a temas polêmicos como casamento entre pessoas do mesmo sexo, agronegócio e transgênicos, entre outros, permitiram aos opositores explorar a imagem de uma Marina Silva sem convicções, que não se posiciona no intuito de não desagradar a nenhum dos lados. Essa percepção ficou disseminada entre parcela do eleitorado. Evidência foram páginas e perfis na internet que destacavam essa característica da candidata, como o *Tumblr*³¹⁷ intitulado “Durou mais que as promessas da Marina”³¹⁸ e o perfil nas redes sociais *Twitter*³¹⁹ e *Facebook*³²⁰ nomeado “Marina Indecisa”. Outra linguagem da internet que também absorveu e disseminou a imagem acima descrita da candidata do PSB, foram os memes. A mensagem pode vir em forma de vídeo ou imagem, geralmente articulada com uma frase em tom de humor, e que se espalha rapidamente como um viral nas redes sociais. Abaixo um meme que explora humoristicamente a indecisão de Marina Silva.

Figura 22 – Meme “Marina indecisa”



Fonte: Facebook Marina Indecisa, 05/09/2014.

Evidencio aqui um processo de desconstrução “espontânea” produzida nas redes sociais. De acordo com matéria da BBC Brasil (2014)³²¹, as eleições 2014 movimentaram

³¹⁷ Uma espécie de *blog* em que os usuários compartilham texto, imagem, vídeo, *links*, citações e áudio.

³¹⁸ Disponível em: <<http://duroumaisqueaspromessasdamarina.tumblr.com/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

³¹⁹ Perfil disponível em: <<https://twitter.com/MarinaIndecisa>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

³²⁰ Perfil disponível em: <<https://www.facebook.com/Marina-indecisa-742561942476023/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

³²¹ “Eleições 2014: Novos hábitos criam pleito mais conectado do mundo”. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/10/141028_eleicoes2014_internet_rb>. Acesso em: 21 abr. 2014.

“[...] 674,4 milhões de interações no Facebook em três meses e meio de campanha, uma média de 5,96 milhões por dia”. Compreendendo o potencial das redes sociais e a presença massiva do eleitor jovem nos espaços virtuais, estes que estiveram expressivamente nas manifestações apresentando insatisfação com a política institucional, as campanhas contrataram assessorias especializadas para atuar na “campanha nas redes”.

Se as redes trouxeram críticas à Marina Silva num tom humorístico, o HGPE foi o palco primordial do uso da propaganda negativa. Essa máxima, no entanto, valeu para as três candidaturas.

Borba (2015), em análise sobre a presença da propaganda negativa nas campanhas presidenciais de 1989 a 2014, afirma que no nosso sistema multipartidário a decisão sobre quanto e a quem atacar passa por um cálculo mais complexo, pois

Na disputa com mais de dois competidores, os benefícios da propaganda negativa são dispersos no sentido de que podem se dividir entre diferentes partidos e não beneficiar somente aquele que se engajou no ataque – enquanto o custo é exclusivo do autor (p. 276).

Como veremos, o acirramento da disputa pelas vagas no segundo turno entre os três principais competidores possibilitou a emergência de um sistema de ataques combinados, que em última instância prejudicaram a candidatura de Marina Silva. Isso ocorreu porque a presidenciável do PSB pôde ser identificada com aspectos das críticas tanto de Aécio Neves quanto de Dilma Rousseff, por efeito de sua imagem de conciliação dos contrários (o melhor de PSDB e PT).

A campanha do PSDB iniciou o HGPE com ataques diretos à Dilma Rousseff, com o desenrolar da disputa e o crescimento de Marina Silva, a mira da campanha negativa se voltou para a ex-senadora. O próprio candidato era o enunciador dos questionamentos à pessebista. Naquele momento do embate eleitoral, a competição era pela vaga no segundo turno.

Aécio Neves: [...] é importante que nós compreendamos de forma muito clara, *qual a Marina que efetivamente está disputando essas eleições*. Eu me lembro, que eu ainda líder partidário na Câmara dos Deputados, defendi a Lei de Responsabilidade Fiscal não para atender a interesse do PSDB, mas para atender aos interesses dos cidadãos brasileiros, pra acabar com a farra das administrações públicas irresponsáveis. *Onde estava Marina? No PT votando contra a Lei de Responsabilidade Fiscal*. Tempos depois, veio o escândalo do mensalão, que aviltou, que trouxe indignidade a toda sociedade brasileira. *Onde estava a Marina? Ministra de Estado. Se indignou? Pediu pra sair? Não*. Continuou como ministra de Estado. Nos brindou com obsequioso silêncio. Naquele momento, não considerou o

escândalo do mensalão, práticas da velha política (informação verbal, grifo nosso).³²²

As questões e exemplos levantados por Aécio reforçam a imagem de Marina como uma liderança pouco confiável, em razão de suas mudanças de posição política. Insinuem ainda uma certa hipocrisia ao afirmar que a candidata “*não considerou o escândalo do mensalão, práticas da velha política*” e permaneceu no governo Lula.

A sucessão dos dias foi evidenciando Dilma e Marina como as protagonistas da disputa eleitoral; o candidato peessedebista figurava como um observador distante, com metade das intenções de votos das adversárias. Nessa conjuntura, as estratégias de ataque e desqualificação são redimensionadas, e emerge o ataque combinado às candidatas do PT e PSB. O quadro do HGPE foi estruturado para destacar a proximidade entre elas, em consequência da participação de ambas nos governos de Lula.

Locutor off: Marina e Dilma têm muitas coisas em comum. Marina e Dilma foram contra o Plano Real, que acabou com a inflação no Brasil. Marina e Dilma foram contra a Lei de Responsabilidade Fiscal, que proíbem os governos gastarem mais do que arrecadam. Marina e Dilma, durante o escândalo do mensalão, estavam juntas no governo do PT e lá ficaram. Com tantas coisas em comum, difícil imaginar um governo diferente com qualquer uma delas (informação verbal, grifo nosso).³²³

A familiaridade entre as presidenciáveis é representada visualmente através da aproximação das imagens de ambas. À medida que o locutor *off* anuncia o texto, as fotografias se avizinham.

Figura 23- Imagens HGPE – Aécio Neves – Semelhanças Dilma e Marina



Fonte: HGPE, Aécio Neves, 11/09/2014 (Acervo Pessoal).

O quadro conclui com letreiros, anunciados pelo locutor *off*, formando a pergunta ao telespectador “Quer mudar de verdade?”. A resposta vem em seguida, com o nome e

³²² HGPE Aécio Neves em 04/09/2014.

³²³ HGPE Aécio Neves em 11/09/2014.

número do candidato também narrado pelo locutor: “Aécio Presidente” (informação verbal, grifo nosso).³²⁴

A peça acima descrita tem como seu fundamento, antes de mais nada, a crítica ao PT. Pode-se observar que as ações “condenáveis” não são necessariamente posições pessoais das candidatas, mas orientações definidas partidariamente que as mesmas seguiram. Nesse sentido, é significativo reconhecer o uso do PT como marca negativa à medida que Dilma Rousseff é enquadrada em posições petistas, como as críticas ao Plano Real e à Lei de Responsabilidade Fiscal, mesmo sem estar filiada ao partido à época.

Essa discursividade busca, portanto, dialogar com um “sentimento” antipetista que estava crescente em determinados segmentos da sociedade brasileira. Nas palavras de Couto (2015),

O antipetismo é o caldo de cultura circunstancial dessa direita intolerante. Em parte, ele pode ser explicado por *um ressentimento estamental e de classe*: a perda da distinção social propiciada pelas políticas de equalização social e econômica implantadas pelos governos do PT. Em parte ela decorre da *insatisfação de segmentos dos setores médios com a corrupção e o desempenho econômico medíocre dos últimos anos*. Esses diferentes elementos não são distribuídos uniformemente nos setores médios, mas encontram nele o ambiente mais favorável à sua difusão ou mesmo mescla. *Em algumas situações não é difícil notar o discurso sobre a corrupção como um subterfúgio honroso para o ressentimento estamental e de classe* (p. 23, grifo nosso).

Desse modo, compreende-se o antipetismo como uma mescla de argumentos relacionados à perda de privilégios, tendo em vista uma certa redução das distâncias sociais e de crítica à corrupção. A legitimidade do discurso antipetista, como afirmado por Couto (2015), reside na crítica à corrupção. É a narrativa de que a corrupção no governo petista atingiu níveis insustentáveis que possibilita, no limite, o discurso de ódio que defende o “extermínio político” dos petistas. Brugnago e Chaia (2015), ao analisarem a expressão do antipetismo nas redes sociais, evidenciam como se costura esse emergente “ódio ao PT”:

O inimigo comum, o PT, então engloba em si a geração e defesa de tudo o que é a alterideologia. A base eleitoral do PT é formada por todas as figuras da alterideologia, seja existencial ou histórica: militantes marxistas, minorias como homossexuais, índios, negros, quilombolas e os pobres nordestinos dependentes da Bolsa Família. Esses últimos, os nordestinos, representam o produto criado pelo PT para dominar a sociedade. Eles foram o principal alvo do ódio da direita depois da perda das eleições. Eles roubam os impostos dessa população orgânica conservadora que se julga trabalhadora. Estão em uma situação cômoda por não precisar trabalhar e vivem só de fazer filhos para se beneficiar, da maneira mais ampla possível, do

³²⁴ HGPE Aécio Neves em 04/09/2014.

Bolsa Família. Eles são a grande massa de propagação da alterideologia imaginada para o PT. [...] A forma de explicar o insucesso da sociedade é atribuída à corrupção do PT. Toda a corrupção que acontece no país passa a ser responsabilidade única do PT. Citam-se os casos do mensalão e mais recentemente das propinas pagas por empreiteiras no caso de corrupção da Petrobras. O PT é colocado como um ladrão, e ladrão não se perdoa (p. 115 -116).

A notória relação entre o discurso antipetista e o da campanha do PSDB pode ser encontrada num trecho extraído de um debate em que o tema era a Petrobrás, o qual foi apresentado no HGPE de 30 de setembro, já na reta final do primeiro turno da campanha eleitoral.

Aécio Neves: Eu vou tirá-la [Petrobras] das mãos desse grupo político que tomou conta dessa empresa e está fazendo aquilo que nenhum brasileiro poderia imaginar, negócios há 12 anos, senhora presidente e senhora candidata. E a senhora era a presidente do conselho de administração desta empresa. É vergonhoso, eu expresse aqui a indignação de milhões de brasileiros, as denúncias não cessam. Apenas a denúncia, eu vou ficar apenas nela, do diretor nomeado pelo seu governo, pelo governo PT, e mantido no seu governo, apenas aquilo que ele assume que foi desviado pela Petrobras permitiria que 450 mil crianças, seu filho, por exemplo, estivesse em uma creche. Possibilitaria que mais de 50 mil casas do Minha Casa, Minha Vida tivessem sido construídas. E aí que está o dolo, é isso o que a corrupção impacta na vida das pessoas (informação verbal).³²⁵

Com a aposta de angariar votos junto aos eleitores antipetistas, a campanha negativa de Aécio Neves combinou ataques que serviram tanto contra Dilma Rousseff, quanto contra Marina Silva. Em relação a esta última, a estratégia era, sobretudo, desconstruí-la como opção opositora ao governo petista, e, desse modo, alçar o candidato pessedebista à condição de “verdadeira” oposição.

Ao contrário das campanhas de Dilma Rousseff e Aécio Neves, que iniciaram seus programas no HGPE atacando-se mutuamente e só depois desenvolveram estratégias de ataques combinados, Marina Silva partiu com um discurso de campanha que atingia, inevitavelmente, os adversários de forma combinada. A desqualificação da “velha política” envolvia a desconstrução dos concorrentes como capazes de responder às demandas por mudanças sinalizadas pela sociedade. A defesa da “nova política” passava, inevitavelmente, pela crítica a PT e PSDB conjuntamente. Buscando se instituir como terceira via, Marina Silva enfatizava os limites da polarização que não mais permitia ao país avançar.

O desenrolar da disputa eleitoral e os ataques recebidos de ambas as campanhas adversárias, condicionou a candidatura de Marina Silva a lançar mão de uma campanha negativa mais específica contra os candidatos. Para a candidata do PSB, os debates foram os

³²⁵ HGPE Aécio Neves em 30/09/2014.

espaços primordiais de uso dessa estratégia, tendo, posteriormente, os trechos publicizados no HGPE.

Os ataques à Aécio Neves foram no sentido de compará-lo à Dilma, enquadrando-o como representante da velha política que “engana” o eleitor: “Aécio criticou a propaganda cinematográfica de Dilma, mas fala de sua gestão de Minas Gerais do mesmo jeito, uma Minas que não vê o Vale do Jequitinhonha, que não valoriza a educação” (informação verbal, grifo nosso).³²⁶

A ambientalista criticou ainda o governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) no que se refere à gestão ambiental. Segundo Marina Silva, ao assumir o Ministério do Meio Ambiente em 2003 ela encontrou um “ministério sem servidores”, criticando, portanto, a ausência de investimento no funcionalismo público como marca das gestões peessedebistas.

A propaganda negativa direcionada à Dilma Rousseff foi mais incisiva por parte da campanha pessebista. Segundo Oliveira (2015),

Dois principais temas são usados por Marina quando ataca diretamente e somente a candidata Dilma Rousseff: a questão da economia e a corrupção. Temas semelhantes aos ataques de Aécio. Dentro da chave da economia, Marina fala da alta da inflação e baixo crescimento econômico. Na questão da corrupção, ataca a corrupção em geral no governo e a Petrobras - quando ela diz que a empresa ‘virou caso de polícia’. Vai mais além que o candidato tucano quando apresenta dados como a perda de valor no mercado, aumento da dívida e queda no ranking mundial, responsabilizando o governo Dilma e sua má administração pelos problemas. Na lista de alvo da corrupção do governo Marina também acrescenta o BNDES (p. 15)

Com o acirramento da disputa, em resposta às críticas nominais feitas por Dilma Rousseff de que Marina não tinha propostas concretas para os rumos do país, a candidata do PSB em seu último programa do horário eleitoral, em 02 de outubro, apresentou um discurso de desqualificação da trajetória da presidenta-candidata. Em tom inflamado, Marina Silva afirmou que em virtude de uma carreira abreviada na política a candidata petista não estaria preparada para os desafios postos para melhorar a vida dos brasileiros.

Quem não foi nem vereadora e vira presidente do Brasil não entende isso [importância do programa de governo]. Come pela boca do marqueteiro, come pela boca do assessor. Não me venha chamar de mentirosa. Mentira é quem diz que não sabe que tinha roubo na Petrobras, mentira é quem diz que não sabe o que está acontecendo na corrupção desse país (informação verbal).³²⁷

³²⁶ HGPE Aécio Neves em 04/09/2014.

³²⁷ HGPE, Marina Silva, 02/10/2014.

A propaganda negativa de Marina Silva atua mais incisivamente contra a candidata à reeleição, por considerar que as críticas mais severas partiram da campanha petista. Entretanto, a estratégia montada pela campanha de Marina Silva de partir para o embate contra Dilma Rousseff acabou beneficiando Aécio Neves, que havia se consolidado como seu competido direto pela vaga no segundo turno.

A campanha de Dilma Rousseff inicia com um discurso crítico do passado. Sem se referir nominalmente a Aécio Neves, os programas eleitorais no HGPE reforçam o argumento de que “não podemos voltar ao passado”, ou seja, eleger o candidato da oposição seria abrir caminho para o retorno ao tempo em que “pobre não entrava na universidade, não tinha casa, não tinha carro”. A decisão por produzir programas para desqualificar o discurso do PSDB revela a compreensão da campanha de Dilma Rousseff de que mais uma vez a eleição seria polarizada entre petistas e peessedebistas.

A entrada de Marina Silva no jogo eleitoral, já bem posicionada e com tendência de crescimento, acendeu um alerta para a campanha petista. Inicialmente, a crítica à candidata do PSB não era nominal, apenas sugestiva, na indicação de que “não podemos dar um salto no escuro”. Uma metáfora que representava bem os questionamentos que Dilma Rousseff apresentava à Marina Silva nos debates: como fazer, com que recursos?, sugerindo que esta última não estava preparada para a função de presidir o Brasil.

O crescimento vertiginoso de Marina e sua escalada à primeira posição sinalizou a necessidade de a campanha petista endereçar nominalmente os ataques a fim de refrear o crescimento da candidata do PSB. Nesse contexto, a desconstrução da opositora ocorreu através dos seguintes aspectos: a) coalizão governativa; b) autonomia do Banco Central; e c) Pré-sal.

A desconstrução de Marina Silva em virtude do pouco apoio político de que dispunha foi apresentada ao eleitor no programa eleitoral de Dilma Rousseff no dia 02/09. Primeiro HGPE após a pesquisa que colocava a candidata do PSB em condição de empate no primeiro turno e vantagem, fora da margem de erro, no segundo turno em relação à candidata petista.

Inicialmente, o apresentador do programa eleitoral faz um elogio à Dilma por sua capacidade gerencial, em seguida evidencia a importância do apoio político para governar inserindo, portanto, uma comparação crítica com Marina.

Apresentador: A verdade é que Dilma reúne tudo que uma governante precisa. Tem conhecimento dos problemas, sabe como construir as soluções e *tem força*

*política para realizar os seus projetos. Porque numa democracia ninguém governa sem partidos, ninguém governa sozinho (informação verbal, grifo nosso).*³²⁸

Após o argumento do apresentador, o locutor *off* explicita a fragilidade da base de apoio de Marina Silva face à necessidade prática de apoio político para aprovação de matérias no Legislativo. Ao final da narrativa, a candidata do PSB é comparada a lideranças que se apresentaram como “salvadores da pátria” (Jânio Quadros e Collor de Melo) e que teriam levado o país a crises institucionais.

Locutor Off: A base de apoio de Marina Silva tem, hoje, 33 deputados. Sabe de quantos ela precisaria para aprovar um simples projeto de lei? No mínimo 129. E uma emenda constitucional? 308. Como é que você acha que ela vai conseguir esse apoio sem fazer acordos? *E será que ela quer? Será que ela tem jeito para negociar?* Duas vezes na nossa história o Brasil elegeu salvadores da pátria, *chefes do partido do eu sozinho*. E a gente sabe como isso acabou. *Sonhar é bom, mas votar é hora de botar o pé no chão e volta à realidade* (informação verbal, grifo nosso).³²⁹

Os recursos visuais usados durante a narrativa do locutor *off* buscam ser didáticos, com infográficos que evidenciam o déficit de apoio político de Marina Silva na Câmara dos Deputados. A associação da candidata com Jânio Quadros e Collor de Melo é feita através de manchetes de jornais que narram os desdobramentos políticos das gestões de ambos.

Figura 24 – Imagens HGPE Dilma Rousseff



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 02/09/2014. (Acervo Pessoal)

Esse primeiro ataque é direcionado à pessoa de Marina Silva e mobilizado para questionar suas habilidades como liderança face às exigências políticas impostas pelo

³²⁸ HGPE de Dilma Rousseff em 03/09/2014.

³²⁹ HGPE de Dilma Rousseff em 03/09/2014.

presidencialismo de coalizão brasileiro. A segunda onda de ataques ocorreu no programa de véspera do Dia da Independência, 06 de setembro, e foi direcionada ao programa de governo da candidata, questionando seus posicionamentos sobre o papel dos bancos públicos na economia brasileira, um debate sobre a autonomia do Banco Central, e também sobre o papel estratégico que o pré-sal teria no desenvolvimento nacional.

Como no programa de 02 de setembro, a crítica à adversária é sugerida inicialmente através de uma valorização do trabalho de Dilma Rousseff e do legado do lulismo. No programa de 06 de setembro, dedicado a celebrar a Independência do Brasil, a presidenta-candidata afirma que esta seria um processo permanente que se representa de formas distintas ao longo da história do País. No contexto da ditadura militar, teria sido a luta pela democracia. Com a ascensão dos governos petistas, seria a luta no combate à pobreza. Naquele momento da disputa eleitoral, a luta pela independência estaria representada, para a candidata, na defesa do pré-sal. De acordo com Dilma, essa luta ganhava cada vez mais relevância em virtude das vozes que se levantavam e “ameaçavam esta grande riqueza nacional”. Entre as vozes destaca-se Marina Silva, que estaria defendendo o fim da prioridade do pré-sal.

O petróleo oriundo da camada pré-sal foi apresentado como o passaporte para o futuro brasileiro desde sua descoberta, tendo sido esse discurso amplamente mobilizado na campanha eleitoral de 2010. Na disputa de 2014, já com resultados da exploração, a campanha petista evidencia o projeto de desenvolvimento em curso a partir do pré-sal.

Dilma Rousseff: O petróleo do pré-sal é o centro de uma nova estratégia de desenvolvimento, que já beneficia no presente o povo brasileiro. E que irá beneficiá-lo ainda mais no futuro próximo, à medida em que *sua enorme produção for se transformando em mais qualidade para a saúde e a educação; em desenvolvimento e inovação industrial; em empregos de alta capacitação; em fortalecimento da produção nacional.* Nessa etapa decisiva da nossa história e na véspera do Dia da Independência, é muito oportuno perguntar a todos os brasileiros e a todas as brasileiras. *É justo desperdiçar a chance única que o petróleo do pré-sal oferece ao Brasil?* Eu tenho a convicção que não. Por isso, vou lutar com todas as minhas forças contra esse absurdo (informação verbal, grifo nosso).³³⁰

O discurso de Dilma Rousseff busca enquadrar Marina Silva como alguém que joga no “time contra o desenvolvimento do Brasil”. Tal argumento é endossado também pelos apresentadores do programa eleitoral.

Apresentadora: Você viu como o pré-sal será importante para construirmos um Brasil mais forte e independente. Por isso é tão difícil entender o que Marina pretende quando planeja reduzir a importância do pré-sal.

³³⁰ HGPE de Dilma Rousseff em 06/09/2014.

Apresentador: Na prática, isso significaria desperdiçar a maior oportunidade de desenvolvimento que já tivemos em toda nossa história (informação verbal, grifo nosso).³³¹

O outro bloco de críticas à Marina Silva, também no programa de 06 de setembro, está relacionado ao debate sobre a autonomia do Banco Central. Apesar de ser uma crítica programática, há também no discurso de Dilma Rousseff um componente de desqualificação pessoal da oponente. Nas palavras da presidenta-candidata, a pessebista não seria uma pessoa mal-intencionada, mas teria “visões profundamente equivocadas sobre o desenvolvimento do Brasil”.

Dilma Rousseff: Além do seu *monumental equívoco com o pré-sal*, ela tem propostas, na área econômica, que repetem alguns erros de governos tucanos que trouxeram desemprego e arrocho salarial no passado. Em suas propostas, *Marina chega a dar passos ainda mais atrás do que os tucanos*. Defende a autonomia do banco central e uma menor atuação dos bancos públicos na economia (informação verbal, grifo nosso).³³²

A crítica apresentada é, nos termos que tenho usado, um ataque combinado, no qual, ao atacar Marina Silva, a campanha petista também desqualifica Aécio Neves através da crítica aos governos tucanos.

Em virtude do teor crítico do programa, o que nem sempre é bem quisto pelo eleitor, Dilma Rousseff afirma que sua intenção não é atacar a oponente, mas que precisa fazer esse alerta ao eleitor pela sua responsabilidade como Presidenta da República.

Dilma Rousseff: Não tenho nenhuma intenção de atacar a candidata. Todo mundo sabe que *esse não é o meu estilo*. Mas me vejo obrigada, como Presidenta da República, a alertar a população de que, se colocar em prática o seu programa de governo, *Marina pode desmontar o Brasil que tanto custamos a melhorar* (informação verbal, grifo nosso).³³³

Os impactos concretos da autonomia do Banco Central na vida da população são expostos pelo apresentador. Segundo o programa petista, com essa medida econômica “os banqueiros e seus técnicos passam a decidir sobre juros, preços, salários, câmbio, política externa e orçamento”. O alerta sobre os riscos segue na voz do locutor *off*: “O poder sem limites dados aos bancos foi um dos maiores responsáveis pela grave crise internacional iniciada em 2008 que fez evaporar 60 milhões de empregos no mundo inteiro” (informação verbal, grifo nosso).³³⁴

³³¹ HGPE de Dilma Rousseff em 06/09/2014.

³³² HGPE de Dilma Rousseff em 06/09/2014.

³³³ HGPE de Dilma Rousseff em 06/09/2014.

³³⁴ HGPE de Dilma Rousseff em 06/09/2014.

Àquela altura da disputa, o programa eleitoral de 06 de setembro consolidou a percepção de que Marina Silva era a principal oponente de Dilma Rousseff. Para o marqueteiro da campanha petista, João Santana, “Marina crescia porque corria solta, intocável, quase pairando nos céus. Ninguém a confrontava. [...] era melhor partir para o confronto, já, pois era perigoso deixar a iniciativa para Aécio, que retardaria ao máximo sua decisão” (MAKLOUF CARVALHO, 2014, p. 194). A estratégia seria, então, “[...] adiantar o segundo turno”, para não ter que, possivelmente, enfrentar “uma Marina muito fortalecida”. Compreendendo que a candidata do PSB tinha “queixo de vidro”, numa clara referência às fragilidades, João Santana buscou propor uma campanha negativa que não impactasse tão significativamente nos dados de rejeição à Dilma Rousseff.

Desse modo, todo o discurso de ameaça às conquistas sociais, políticas e econômicas dos últimos 12 anos passou a ser identificado com a candidata do PSB e suas propostas. O enquadramento de sentido era: Marina Silva não tem habilidade para lidar com os desafios postos pelo presidencialismo de coalizão e não possui compreensão do funcionamento da gestão pública (ela não é mal-intencionada), o que pode desaguar num desmonte das políticas públicas implementadas pelo lulismo. No HGPE, foi o candidato a vice-presidente Michel Temer quem vocalizou, ainda que indiretamente, a crítica à capacidade de liderança da candidata do PSB.

Michel Temer: O presidencialismo brasileiro pede um presidente que tenha firmeza, equilíbrio e capacidade de decisão. Para conseguir isso, o presidente precisa possuir atributos pessoais adequados e também ter experiência e apoio político para implantar decisões na medida e no tempo certos. É impossível um país do porte do Brasil ser governado por um presidente frágil, inseguro e sem apoio político (informação verbal, grifo nosso).³³⁵

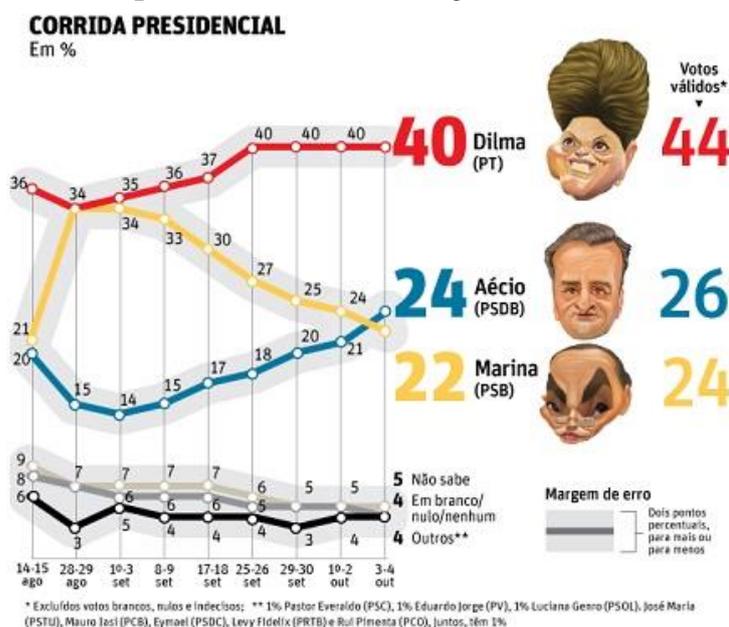
A propaganda negativa promovida pelas campanhas de Dilma Rousseff e Aécio Neves contra Marina Silva enfraqueceu a imagem da candidata. A pesquisa eleitoral de 26 de setembro, há uma semana da eleição, indicava crescimento da petista (de 37% para 40%) e do peessedebista (de 17% para 18%) e queda da candidata do PSB (de 30% para 27%). Na simulação de segundo turno, a candidata à reeleição havia reassumido a dianteira, atingindo 47% contra 43% da opositora. No tocante à rejeição, tiveram queda nos índices Dilma (de 33% para 31%) e Aécio (de 22% para 20%), enquanto Marina teve crescimento de 21% para 23%.

A pesquisa de 02 de outubro, último dia em que o HGPE foi veiculado, indicava a consolidação de Dilma (40%) como primeira colocada, e sinalizava um quadro de disputa

³³⁵ HGPE de Dilma Rousseff em 27/09/2014.

entre Aécio (21%) e Marina (24%) pela segunda vaga, estando o candidato peessedebista em ascensão e a candidata do PSB em queda. Na última pesquisa (04/10), antes do primeiro turno, a candidata à reeleição havia crescido 4 pontos e Aécio Neves havia ultrapassado Marina Silva, ainda na margem de erro.

Figura 24 - Pesquisa Datafolha – Intenção de votos (Outubro/2014)



Fonte: Folha de São Paulo, 04/10/2014.

A vantagem do candidato peessedebista nos dias finais da eleição foi crescendo por uma conjunção de fatores. O desempenho ruim da candidata pessebista no último debate realizado pela Rede Globo (02/10), combinado com o apelo da campanha do PSDB pelo voto útil na “verdadeira oposição”, argumento já apresentado no HGPE, foram fundamentais para a consolidação da trajetória de queda de Marina Silva.

É possível compreender o percurso de ascensão e queda da candidata do PSB a partir de aspectos da categoria “fenômeno eleitoral”. De acordo com Carvalho (2013), “[...] ele [o fenômeno eleitoral] remete para o sentido do *acontecimento excepcional*, que escapa ao curso das expectativas e causa impacto face à dimensão que assume”. A candidatura de Marina se enquadra no aspecto de *acontecimento excepcional*, tendo em vista que não era esperada, pois o candidato à Presidência era Eduardo Campos (PSB). Foi a trágica morte de Campos que alçou a ex-senadora para a cabeça de chapa. O prévio conhecimento da candidata, somado à comoção pela morte de seu companheiro de chapa, resultou numa ascensão meteórica nas pesquisas eleitorais. A imagem de uma liderança que não correspondia ao “perfil tradicional do político” e que promovia a necessidade de uma nova

política garantiu o crescimento de Marina, sugerindo algumas pesquisas de intenção de voto a possibilidade de vitória.

A campanha do PSB, no entanto, não soube lidar com a campanha negativa perpetrada pelos adversários. As campanhas do PT e do PSDB exploraram, cada uma a seu modo, uma contraimagem que enquadrava Marina como uma liderança pouco confiável, que não possuía os atributos necessários para conduzir o Executivo Federal. Ambos, Dilma e Aécio, chegaram a usar a expressão: “[...] não creio que Marina seja mal-intencionada, mas...”. O argumento após a conjunção adversativa em geral indicava que os posicionamentos da candidata do PSB não condiziam com as exigências da disputa política.

Compreendo que a reação da campanha de Marina Silva foi equivocada, pois mirou exclusivamente para o ataque à Dilma Rousseff, quando em grande medida o maior beneficiário de sua desconstrução foi Aécio Neves. Houve, portanto, desacertos na administração da visibilidade. Em campanhas bastante competitivas como a de 2014, os agentes políticos necessitam estar ainda mais atentos aos movimentos do jogo, aos discursos que produzem para se promover e que podem ser usados contra eles mesmos.

O resultado do primeiro turno confirmou as tendências das pesquisas: Dilma Rousseff ficou na primeira colocação com 41,59%, Aécio Neves garantiu o segundo lugar com 33,55% e Marina Silva ficou na terceira colocação com 21,32%. Cabe destacar um fato que chamou atenção: o candidato do PSDB apresentou um crescimento de 9% em relação à última pesquisa divulgada em 04 de outubro, um dia antes da eleição. Analisando retrospectivamente, pode-se considerar que a campanha peessedebista foi eficaz em avançar nos votos de Marina e Dilma que não estavam plenamente decididos, a observar que ambas tiveram menos votos que o indicado nas pesquisas, assim como em parte dos indecisos.

Na noite do dia 05 de outubro estava dada a largada para segundo turno da disputa eleitoral. As campanhas e candidatos deveriam traçar estratégias, mobilizar aliados e evidenciar a força política que acumularam no primeiro turno.

A campanha de Aécio Neves partiu na frente para demonstrar a força política da candidatura opositora. Em 8 de outubro, três dias após o primeiro turno, o candidato peessedebista já tinha angariado o apoio de 4 partidos (Partido Verde, Partido Social Cristão, Partido Popular Socialista e Partido Socialista Brasileiro) e de 2 presidentiáveis (Pastor Everaldo (PSC) e Eduardo Jorge (PV)). O total de votos conseguidos por estes candidatos no primeiro turno havia contabilizado 1.410.612 votos. Apesar de não representar um peso quantitativo, o apoio dos partidos e candidatos indicava a força política do discurso

oposicionista na eleição presidencial. É relevante destacar que o PSB publicizou apoio à campanha de Aécio Neves antes da candidata representante do partido, Marina Silva, se posicionar.

O desejo político de mudança estava apresentado desde o início da campanha, tanto que o governo incorporou como *slogan* o argumento “Mais mudança. Mais futuro”. No resultado do primeiro turno também ficou evidenciada essa preponderância do desejo de mudança, e o fato que comprovou isso foram votos válidos das candidaturas de oposição, que reunidas obtiveram 58,4%.

A primeira pesquisa do segundo turno, divulgada em 9 de outubro, dia em que se iniciava o HGPE, confirmou a força da onda por mudança que favorecia o discurso oposicionista. Os dados da pesquisa do Instituto Datafolha indicavam que Aécio Neves partia na frente, com 46% votos, enquanto Dilma Rousseff pontuava 44%. Em votos válidos, esse placar ficava 51% para o peessedebista e 49% para a petista. Segundo o Datafolha, a vantagem de Aécio em relação à Dilma é a primeira documentada desde 1989. Depois desta data nenhum candidato que estava posicionado em 2º lugar no primeiro turno havia figurado em 1º lugar na simulação final.

No que concerne à rejeição, a candidata à reeleição alcançava 43%, enquanto o adversário atingia 34%. Outro dado relevante foi a intenção de voto no segundo turno dos eleitores de Marina Silva (PSB): “[...] 66% optam por Aécio agora, 18% escolhem Dilma. Outros 10% deste grupo está indeciso. E 6% afirmam que pretendem votar branco ou nulo agora”. Apesar de a pesquisa apontar um empate técnico, em virtude de a diferença estar situada na margem de erro, os demais dados, como rejeição e preferência entre os eleitores de Marina por Aécio, sinalizavam a tendência de migração de votos dos demais candidatos opositores para o representante da oposição no segundo turno.

Outro apoio simbolicamente representativo para a campanha do PSDB foi o da família de Eduardo Campos. Em 11 de outubro, Aécio Neves se reuniu com lideranças do PSB num almoço promovido por Renata Campos e seus filhos. Na ocasião, o candidato peessedebista afirmou que “honoraria o legado de Eduardo Campos”, e Renata Campos apresentou um texto com motivos para o apoio à Aécio.

Hoje, temos duas possibilidades: continuar como estamos ou *trilhar um caminho de mudança*. *O Brasil pede mudanças*. O governo que aí está tornou-se incapaz de realizá-las. Continuamos acreditando nos mesmos valores, continuamos com os mesmos sonhos. Só será possível mudar o Brasil se tivermos capacidade de unir e dialogar, respeitando as diferenças. É preciso reconhecer os avanços que tivemos, as

contribuições de todos, mas é fundamental organizar a casa, *arejar* (informação verbal, grifo nosso).³³⁶

No dia 12 de outubro, um dia após o anúncio da família de Campos, Aécio Neves angariou o apoio considerado de maior peso para a disputa: Marina Silva. A candidata do PSB havia apresentado condições para endossar a campanha do peessedebista, e estas foram incorporadas numa carta-compromisso apresentada por Aécio Neves. Em discurso feito no anúncio do apoio, Marina Silva argumentou:

Tendo em vista os compromissos assumidos por Aécio Neves, declaro meu voto e o meu apoio a sua candidatura. Votarei em Aécio e o apoiarei. Votando nesses compromissos, dando um crédito de confiança à sinceridade de propósitos do candidato e de seu partido e, principalmente, entregando à sociedade brasileira a tarefa de exigir que sejam cumpridos (informação verbal).³³⁷

A candidata do PSB afirmou ainda que o apoio não se configuraria como um acordo ou aliança governativa: “Não estou com isso fazendo nenhum acordo ou aliança para governar. O que me move é a minha consciência, e assumo a responsabilidade pelas minhas escolhas” (informação verbal).³³⁸ O sentido do discurso de Marina Silva está orientado para reafirmar sua imagem de “liderança política fora do perfil tradicional”, isto é, ela não apoia tendo como objetivo participar do governo, o que lhe move é “sua consciência”, seus valores. A resposta de Aécio veio em forma de agradecimento e reconhecimento de que a aliada não se mobilizava por interesses político imediatos:

Aécio Neves: Para mim tocou fundo no meu coração, porque não é um apoio eleitoral, não é uma manifestação formal. É uma decisão dela, obviamente não era consenso absoluto no seu entorno, mas é uma decisão corajosa, a favor do Brasil. E o segundo turno é exatamente isso, forças políticas que tem projetos distintos, mas que tem como objetivo maior, no seu ponto de convergência, e se somam. Eu estaria ao lado de Marina, não tenho a menor sombra de dúvida disso, se o resultado fosse diferente (informação verbal).³³⁹

O evento para formalização do apoio de Marina Silva ocorreu alguns dias após o anúncio. O *slogan* usado para sintetizar o encontro entre os candidatos foi “Juntos pelo Brasil”, retomando, portanto, o discurso de que a aliança era suprapartidária, que comportava

³³⁶ Ver “Ao lado da viúva de Campos, Aécio diz honrar 'legado' do ex-governador”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/peernambuco/eleicoes/2014/noticia/2014/10/na-casa-de-campos-aecio-promete-manter-legado-do-ex-governador.html>>. Acesso em 20 jun. 2016

³³⁷ Ver “Marina Silva declara apoio a Aécio Neves no segundo turno”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/eleicoes/2014/noticia/2014/10/marina-silva-declara-apoio-aecio-neves-no-segundo-turno.html>>. Acesso em 20 jun. 2016.

³³⁸ Ver “Marina Silva declara apoio a Aécio Neves no segundo turno”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/eleicoes/2014/noticia/2014/10/marina-silva-declara-apoio-aecio-neves-no-segundo-turno.html>>. Acesso em 20 jun. 2016.

³³⁹ Ver “Aécio diz que votar em Dilma é salto no escuro”. Disponível em: <<http://noticias.band.uol.com.br/eleicoes/2014/presidenciais/aecio-neves/100000713733/conteudo.asp.html>>. Acesso em 20 jun. 2016.

divergências ideológicas, mas que tinha como fundamento um horizonte de retomada do projeto de transformação do Brasil. Aécio chegou a definir o apoio de Marina como “um gesto de patriotismo”.

O apoio de Marina Silva representava um acontecimento significativo que poderia decidir os rumos da eleição. Em 2010, a candidata do PSB, há época no Partido Verde, decidiu não se posicionar em apoio a nenhuma das candidaturas (Serra e Dilma). Naquele momento, os 20 milhões de votos de Marina passaram a ser disputados pelos presidentiáveis. Em 2014, a posição estava definida e publicizada: Aécio Neves era o candidato que representava os valores e propostas que mais se aproximavam da plataforma política de Marina no primeiro turno da disputa. É relevante destacar que a declaração de apoio tem uma força simbólica significativa algumas vezes maior do que o efeito prático da transferência de votos.

Nesse sentido, o trabalho da campanha peessedebista estava voltado para convencer o eleitor da ex-senadora de que poderia incorporar esses valores e propostas em seu programa de governo. Um aspecto fortemente explorado foi a denúncia de que a campanha petista estava usando de muita agressividade contra os adversários. Nas palavras de Aécio, Dilma Rousseff estaria “à beira de um ataque de nervos”, e que em uma disputa competitiva favorável à oposição, os petistas tinham transformado a eleição num “vale-tudo” (informação verbal).³⁴⁰

Somando a publicização dos apoios e os dados da pesquisa Datafolha, a campanha do PSDB concluía a primeira semana do segundo turno em condições favoráveis, apresentando um acúmulo de força política para a disputa. Os anúncios dos apoios contaram com atos que tiveram repercussão na mídia e ganharam espaço no HGPE da campanha do PSDB.

A campanha de Dilma Rousseff buscou fazer frente aos apoios partidários e de presidentiáveis apresentados pela campanha adversária. Para tanto, foram apresentados no HGPE os 6 governadores eleitos que apoiavam a candidata petista: Fernando Pimentel (PT-MG), Rui Costa (PT-BA), Wellington Dias (PT-PI), Jackson Barreto (PMDB-SE), Marcelo Miranda (PMDB-TO), Raimundo Colombo (PSD-SC), Renan Filho (PMDB-AL) e Flávio Dino (PCdoB-MA). Além deles, a campanha deu visibilidade ao fato de que 28 candidatos que disputavam o segundo turno para o cargo de governador, 16 apoiavam Dilma Rousseff.

³⁴⁰ Ver “Aécio diz que Dilma está 'à beira de um ataque de nervos'”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/parana/eleicoes/2014/noticia/2014/10/aecio-diz-que-dilma-esta-beira-de-um-ataque-de-nervos.html>>. Acesso em 20 jun. 2016.

Midiaticamente, a campanha petista sinalizava que havia partido com vantagem na corrida por palanques estaduais para a disputa do segundo turno. É relevante destacar que a vitória de Fernando Pimentel (PT) em Minas Gerais foi explorada no HGPE de Dilma como uma evidência da fragilidade política de Aécio Neves.

A segunda pesquisa, divulgada em 15 de outubro, uma semana após o retorno do HGPE, manteve o quadro apresentado anteriormente: Aécio se mantinha à frente com 51% dos votos válidos e Dilma Rousseff com 49%. Os dados da pesquisa indicavam que as movimentações traçadas até aquele momento não tinham conseguido alterar tão significativamente a intenção de voto da população. Havia, no entanto, um dado que indicava uma vantagem para a campanha petista: a rejeição de Aécio Neves cresceu 4%, enquanto a de Dilma Rousseff se manteve estável. Diante de uma disputa tão acirrada, o HGPE e os debates assumiram, portanto, um papel estratégico para ambas as campanhas.

O HGPE de Aécio Neves no segundo turno seguiu a estratégia traçada no primeiro turno, fundamentando-se numa personalização e indicando as qualidades do candidato, numa desqualificação da adversária como gestora, indicando seus erros e responsabilizando-a pela situação econômica que o país estava vivendo. Um campo discursivo promissor para a conquista de votos para a oposição foi o antipetismo. Desse modo, a campanha de Aécio Neves realizou um forte investimento simbólico em torno desse tema.

Mira, Oliveira e Leal (2015), em artigo dedicado a reconhecer a construção do discurso oposicionista, afirmam que os programas do HGPE de Aécio possuíam como principais elementos a valorização da experiência gestora do candidato e a tônica da mudança. Desse modo, segundo os autores, os programas eleitorais do PSDB deram

[...] uma grande ênfase no tom personalista, de construção da imagem do candidato e ao mesmo tempo de críticas aos governos petistas. Por isso, novamente aparece como primeira categoria mais acionada ‘Capacidade de Gestão’, com 92 recorrências (36,36%). A intenção era, além de reforçar a imagem de Aécio como o bom gestor, a de se contrapor à Dilma, criticada como má gestora, principalmente, pela crise econômica e os casos de corrupção em seu governo. Em segundo lugar, aparece a categoria ‘Mudança’, com 64 recorrências (25,29%). Com menos de um mês para ver quem sairia vitorioso, Aécio apostou no discurso da mudança, do discurso da oposição para tentar atrair os votos dos descontentes e de eleitores que votaram em Marina Silva no primeiro turno. A terceira categoria – ‘Crítica ao Governo’, com 41 recorrências e 16,20% do total – revela a estratégia de campanha negativa (p. 219).

A campanha de Dilma Rousseff, como evidenciarei a seguir, estruturou o HGPE em torno do discurso da polarização PT e PSDB, colocando em tela as divergências entre os

projetos políticos e suas realizações para a sociedade brasileira. A desqualificação do adversário também foi recorrente, sobretudo quando os programas eleitorais traziam quadros retirados dos debates eleitorais. O discurso de mudança ganhou um tom mais incisivo com o slogan “Governo Novo, Ideias Novas”. Houve ainda uma participação mais intensa de Lula nos programas eleitorais do segundo turno.³⁴¹

Se os HGPEs eram mais programáticos e contidos nos ataques, os debates se tornaram o espaço para desqualificação do adversário/a. Os espaços propostos para serem palco da discussão sobre as propostas dos candidatos foram tomados pelo clima acalorado da disputa, resvalando para a agressividade nas perguntas e respostas feitas entre Dilma e Aécio.

No primeiro debate realizado pela TV Bandeirantes, em 14 de outubro, diante de acusações da adversária de que houve desvio de recursos da saúde na gestão peessedebista em Minas Gerais, Aécio Neves chegou a classificar Dilma Rousseff de “desinformada e leviana”, e afirmou que ele estava sofrendo a mesma onda de sucessivos ataques da qual Marina Silva havia sido vítima no primeiro turno. Em resposta, Dilma sugeriu que os opositores não eram honestos e distorciam a realidade quando reivindicavam a “paternidade do Bolsa Família”, e ainda criticou a ausência de explicações mais específicas sobre as “medidas impopulares” que tomariam caso chegassem ao executivo federal.

O ápice da hostilidade entre os candidatos ocorreu no debate promovido pelo SBT, UOL e rádio Jovem Pan. Em matéria³⁴², o jornal *El País* (2014) afirmou que, na ocasião, Dilma e Aécio “[...] se dedicaram a uma sucessão de golpes baixos que dá a entender que os dois são conscientes da pouca distância que os separa e de que está aberta a temporada do vale-tudo. Foi um debate ácido, tenso, sem propostas, dedicado a alfinetar e dar rasteiras no adversário”. No debate em questão, os ataques foram estritamente pessoais.

Dilma acusou o adversário de nepotismo, por empregar a irmã no governo de Minas Gerais e, ainda, por ter construído um aeroporto em terras que antes pertenciam a um tio. Em seguida, questionou se ele considerava correto um cidadão se negar a fazer o teste do bafômetro, numa referência ao incidente, em 2011, em que o oponente se negou a se submeter ao teste numa *blitz* no Rio de Janeiro.

Na tréplica da pergunta sobre o bafômetro, a candidata à reeleição afirmou: “Eu não dirijo sob efeito de álcool ou droga”. Essa resposta deve ser destacada em virtude de propor um diálogo com uma campanha negativa que circulava nas redes sociais a qual

³⁴¹ O HGPE da campanha de Dilma Rousseff será melhor analisado no tópico subsequente deste capítulo.

³⁴² “Campanha fica mais ‘venenosa’ com empate a nove dias das eleições”. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/17/politica/1413557683_196243.html>. Acesso em: 26 abr. 2016.

associava Aécio Neves ao uso de cocaína. O candidato já havia sido interpelado sobre o tema no programa Roda Viva da TV Cultura, e na ocasião ele respondeu: “Não dá para dar vazão ao submundo das redes e da internet”. A campanha de Dilma reverberava no espaço oficial de campanha, ainda que sutilmente, uma desqualificação do adversário que era amplamente disseminada nas redes sociais.

Aécio, por sua vez, também questionou a nomeação do irmão da adversária na prefeitura de Belo Horizonte, nos idos de 2003, e afirmou que o governo da petista fracassou, se tornou um cemitério de obras, e acusou Dilma de ser conivente ou incompetente em relação aos casos de corrupção na Petrobrás. O candidato peessedebista afirmou ainda que a adversária era mentirosa e que o “[...] excesso de mentiras era fruto da ausência de projetos para o Brasil” (informação verbal).³⁴³

O nível de tensão no debate foi tão vigoroso que ao final do mesmo, momento em que os candidatos respondiam a questões dos repórteres do SBT, Dilma Rousseff teve um mal-estar e interrompeu a entrevista. O fato ganhou repercussão em toda a cobertura midiática.

A veiculação do HGPE e dos debates repercutiu nas pesquisas eleitorais. Em 20 de outubro, o Instituto Datafolha trazia uma pesquisa que indicava a candidata à reeleição pela primeira vez posicionada à frente de seu adversário. Em votos válidos, Dilma Rousseff contabilizava 52% e Aécio Neves 48%. O instituto afirmou que um dos elementos que contribuiu para o reposicionamento da presidenta-candidata foi a melhoria na avaliação do seu governo. Esse dado era, em certa medida, esperado, e se conjuga com a formação de uma imagem de gestão positiva do governo Dilma no HGPE ao longo da campanha eleitoral. Outro dado que favoreceu a candidata à reeleição foi o aumento do otimismo em relação à economia. Como visto anteriormente, a percepção negativa da economia contribuiu para o avanço do sentimento de mudança.

A pesquisa de 22 de outubro repetiu os números que confirmavam uma vantagem da candidata petista. A intensificação dos ataques havia trazido impactos para a disputa: 71% dos entrevistados na pesquisa criticaram a onda de ataques mútuos promovida pelos candidatos. Quando questionados quem atacava mais, 36% apontavam Aécio, enquanto 24% indicavam Dilma. Os dados reforçaram a tendência de queda do candidato peessedebista. Na pesquisa de 23 de outubro, Dilma apresentou vantagem fora da margem de erro em votos

³⁴³ Ver “Aécio e Dilma seguem com tiroteio verbal em novo debate na televisão”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/aecio-e-dilma-seguem-com-tiroteio-verbal-em-novo-debate-na-televisao.html>>. Acesso em 20 jun. 2016.

válidos. A candidata à reeleição pontuou 53% e o adversário 47%. O levantamento indicou ainda que a taxa de rejeição de Aécio subiu e a de Dilma caiu: “[...] a pesquisa mostra ainda que 41% dos eleitores afirmam que não votam em Aécio "de jeito nenhum". Em duas semanas, a rejeição dele subiu 7 pontos (era de 34% em 9 de outubro). Já a taxa de rejeição de Dilma está em 37% - 6 pontos a menos do que o registrado há duas semanas (43%)” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2014).

O último dia do HGPE foi tumultuado, em virtude da publicação da revista Veja que trazia como matéria de capa um suposto conteúdo da delação premiada do doleiro Alberto Yousseff, envolvido no escândalo de corrupção da Lava Jato.

Figura 25 – Capa da Revista Veja – Lula e Dilma sabiam de tudo



Fonte: Revista Veja, ed. 2397. (23/10/2014).

De acordo com a revista, na delação, o doleiro afirmou que Dilma e Lula tinham conhecimento do esquema de pagamento de propina que vinha ocorrendo na Petrobrás. A campanha de Dilma Rousseff dedicou o último programa eleitoral do período da tarde, no HGPE, para responder às acusações da revista Veja.

O programa eleitoral inicia colocando a revista Veja sob suspeita, visto que por diversas vezes lançou mão da estratégia do medo para prejudicar a percepção acerca dos candidatos petistas nas disputas eleitorais.

Apresentador: Toda campanha é a mesma coisa. Na reta final, quando todas as pesquisas indicam a liderança de um candidato do PT, seja ele Lula ou Dilma, a revista Veja solta uma denúncia *supostamente bombástica*. Numa tentativa vergonhosa de reverter a decisão popular. Aconteceu de novo agora. A Veja que está chegando às bancas tenta implicar Lula e Dilma no escândalo da Petrobras. Não há nenhuma prova do que a revista diz, mas para a Veja isso é o de menos. O que importa mesmo é tentar de todas as maneiras evitar a vitória de Dilma. Mesmo que para isso todas as regras da ética e da decência jornalística sejam atropeladas. Infelizmente esse comportamento apelativo tem sido rotineiro na Veja. Em 98, por exemplo, a revista usou o MST como pretexto para aterrorizar os eleitores. *A mesma tática do medo foi usada na eleição de 2002*. Denúncias que nunca foram comprovadas também sempre fizeram parte do cardápio da Veja. Assim com os ataques gratuitos e preconceituosos contra o PT e o governo. *A tática do medo voltou com força total na campanha de 2006*. Em 2010, ano de eleição de Dilma, *o velho truque de amedrontar os eleitores foi repetido várias e várias vezes*. Nenhuma dessas supostas denúncias foram capazes de reverter o resultado das urnas, mas a revista não desiste. Cega pelo ódio ao PT e a tudo que é popular. Ela não se importa em insistir no erro de sempre. E assim, escreve um dos mais tristes e lamentáveis capítulos da história do jornalismo brasileiro (informação verbal, grifo nosso).³⁴⁴

Chaia (2004) em artigo dedicado a estudar a estratégia do medo nas eleições brasileiras aponta elementos que corroboram o argumento apresentado no HGPE. Segundo a autora, em muitas ocasiões a Revista Veja trabalhou com o medo como tema com vistas a levantar dúvidas sobre o candidato petista, Lula, nas disputas eleitorais.

Em artigo dedicado a analisar a cobertura dos semanários durante a campanha eleitoral de 2014, Arruda (2015) argumenta que a revista Veja apresentou um tratamento (negativo) diferenciado entre a candidata à reeleição e seus adversários. De acordo com o autor,

A candidata Dilma Rousseff (PT) foi alvo de 14 das 20 capas. Ou seja, 70% das reportagens eleitorais focaram na presidente que disputou a reeleição. Ela recebeu tratamento contrário em 11 matérias (mais da metade) e três neutras. A edição 2382 (julho) é um bom exemplo do que pode ser considerado um exagero no tratamento editorial: ‘Vai sobrar para ela? Mau humor pós-Copa pode prejudicar Dilma’. Mesmo quando fez algo que, a princípio, agradaria à publicação, Dilma foi motivo de ironia: ‘Dilma 2.0: caiu a ficha – a presidente põe na Fazenda Joaquim Levy...’, diz a capa da edição 2402, já em dezembro. Enquanto o PSDB, capa por duas vezes, foi muito elogiado em ambas as situações, com destaque para a edição 2380, em julho (‘Plano Real 20 anos: o plano que matou a hiperinflação e estabilizou a economia e fez do Brasil um país sério que corre o risco de explodir’). Completam as capas sobre eleições, uma sobre Campos (PSB), outra sobre Marina (PSB) e mais outra geral. Todas com neutralidade no tratamento jornalístico (p. 16).

³⁴⁴ HGPE, Dilma Rousseff, 23/10/2014.

Se ao apresentador coube colocar a publicação semanal sob suspeita, Dilma Rousseff de dedicou a denunciar os interesses políticos da revista. O discurso da candidata sugere que o conteúdo de *Veja* é conveniente a seu opositor, beneficiando-o nas vésperas da disputa eleitoral. Uma evidência seria a antecipação da publicação para quinta-feira (23/10), quando deveria sair somente domingo (26/10).

Dilma: Minhas amigas e meus amigos, eu gostaria de encerrar minha campanha na TV de outra forma. Mas não posso me calar frente a esse *ato de terrorismo eleitoral articulado pela revista Veja e seus parceiros ocultos*. Uma atitude que envergonha a imprensa e agride a nossa tradição democrática. Sem apresentar nenhuma prova concreta e mais uma vez baseando-se em supostas declarações de pessoas do submundo do crime. A revista tenta envolver a mim e ao presidente Lula, nos episódios da Petrobras. Que estão sob investigação da justiça. [...] Todos os eleitores sabem da campanha sistemática que essa revista move a anos contra Lula e contra mim. Mas desta vez a *veja* excedeu todos os limites. É mais do que *clara a intenção malévola da Veja de interferir de forma desonesta e desleal nos resultados das eleições*. A começar pela antecipação da sua edição semanal para hoje, sexta-feira. Quando normalmente chega às bancas no domingo. Mas como das outras vezes, em outras eleições, *Veja* vai fracassar em seu intento criminoso. [...] *Ela e seus cúmplices tão pouco conseguirão sucesso no seu intento de confundir o eleitor*. O povo brasileiro tem maturidade suficiente para discernir entre a mentira e a verdade. *O povo brasileiro sabe que não compactuo, nem nunca compactuei com a corrupção. A minha história é um testemunho disso e sabe que farei o que for necessário doa a quem doer*. [...] Sou uma defensora intransigente da liberdade de imprensa, mas a consciência livre da nação não pode aceitar que mais uma vez se divulgue falsas denúncias no meio de um processo eleitoral em que o que está em jogo é o futuro do Brasil. Os brasileiros darão sua resposta a *Veja* e seus cúmplices nas urnas. E eu darei a minha resposta a eles na justiça (informação verbal, grifo nosso).³⁴⁵

O discurso de Dilma Rousseff, além de denunciar uma possível associação dos opositores com a estratégia da revista, *parceiros ocultos* e *cúmplices*, usou a oportunidade para reforçar um aspecto de sua imagem que ganhou destaque ao longo da gestão e da campanha eleitoral: o compromisso com o combate à corrupção. A defesa da candidata endossou uma estratégia consolidada ao longo da campanha: o ataque aos adversários se constituiu numa plataforma de valorização de si.

Na noite do dia 24 de outubro houve ainda o último debate, promovido pela Rede Globo. O formato contemplava uma plateia de eleitores indecisos que em alguns momentos fizeram perguntas aos candidatos. A proposta da emissora seria a de que Dilma e Aécio tivessem a “oportunidade” de falar diretamente e sanar as dúvidas dos eleitores indecisos.

A última pesquisa, apresentada no dia 25 de outubro, véspera da eleição, indicou o retorno à situação de empate técnico no limite da margem de erro, com Dilma Rousseff (52%) à frente de Aécio Neves (48%). O empate técnico reafirmava o nível de acirramento da

³⁴⁵ HGPE, Dilma Rousseff, 23/10/2014.

competitividade eleitoral que marcou a eleição presidencial 2014. O resultado do dia 26 de outubro seria esperado com apreensão para ambas as campanhas. A contagem final dos votos deu a vitória à Dilma Rousseff, que obteve 51,64% dos votos, e Aécio recebeu 48,36%. As eleições de 2014 produziram o ápice da polarização PT x PSDB. O processo eleitoral foi bastante acirrado, com os ataques mútuos escorrendo das redes sociais para os espaços da propaganda eleitoral e dos debates.

Na seção a seguir analiso as estratégias discursivas e imagéticas acionadas pela campanha petista no HGPE em 2014. Busco, portanto, explicitar como se construiu uma narrativa política que, ao radicalizar a polarização passado (PSDB) *versus* presente (PT/lulismo), persuadiu o eleitor a identificar na candidatura de Dilma Rousseff a promessa de futuro desejada, garantindo, assim, o quarto mandato presidencial sob a égide do lulismo.

7.2. Quando o presente não basta: “Um novo ciclo de desenvolvimento” e a promessa de futuro do lulismo nas eleições 2014

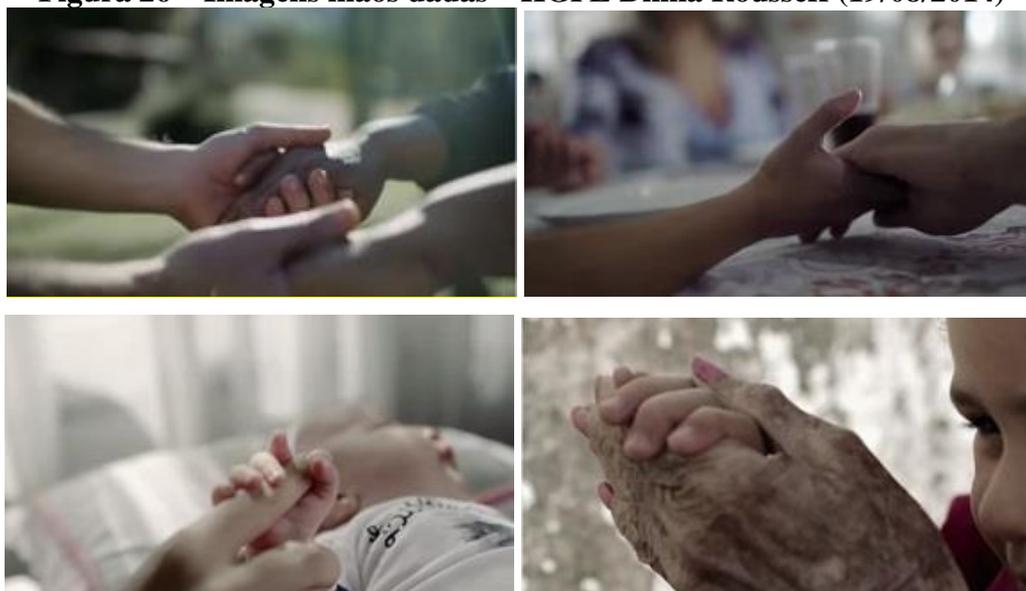
Nos últimos anos, **você viu muita coisa acontecer no Brasil**. E muita coisa aconteceu também sem você perceber. Com certeza você sabe que **36 milhões de pessoas saíram da miséria e 42 milhões foram para a classe média**. Mas, provavelmente, você não sentiu que o mundo vive uma das piores crises econômicas da história. 60 milhões de empregos foram destruídos lá fora. Aqui aprendemos a nos defender dos problemas externos e a combater melhor os problemas internos. Continuamos valorizando o salário e no pior momento da crise **criamos 11 milhões de empregos**. Somos também um dos países que **mais construiu casas populares, que mais criou escolas técnicas, universidades e mais ampliou vagas nas escolas**. Que criou **o maior programa de proteção social do mundo**: o Brasil sem Miséria, com programas do impacto do Bolsa Família. Um dos países que vem realizando um dos maiores conjuntos de obras de infraestrutura do mundo e o maior de sua história. O país onde o acesso à luz elétrica, telefone e internet cresceu como nunca. Fomos também um dos países que **mais descobriu reservas de petróleo e gás**. Um dos que mais expandiu seu mercado interno e mais aumentou sua produção agrícola. **E por ter tido dois governos, o de Lula e o de Dilma**, que trabalharam para diminuir a desigualdade, foi **o país que mais distribuiu renda** e mais mudou o perfil socioeconômico. **Por tudo isso o Brasil está preparado para o novo ciclo de desenvolvimento** (HGPE, DILMA ROUSSEFF, 19/08/2014, grifo nosso)

O trecho acima foi veiculado no primeiro dia de propaganda eleitoral na televisão das eleições presidenciais de 2014. No dia 19 de agosto à noite, a campanha de Dilma Rousseff apresentava uma síntese das conquistas sociais e econômicas que o Brasil passou a desfrutar após os 12 anos de lulismo no Executivo Federal, e sinalizava que as bases para um “futuro ainda melhor” estavam sedimentadas.

Narrado por um locutor *off*, o discurso compreende a síntese do argumento apresentado no programa eleitoral, que se estendeu durante toda a campanha. A cena inicial do programa dá destaque para um olho que reflete fogos de artifício. Em seguida, a tela apresenta os fogos queimando no céu e várias pessoas assistindo, sugerindo uma comemoração. Após isso, as imagens utilizadas para representar a narrativa são todas sugestivas da ideia de desenvolvimento: plantas brotando, crianças aprendendo a andar, cenas de uma família plantando uma muda, crianças brincando em cima de uma árvore já crescida. Ao final da locução, o foco é no plano geral do horizonte, indicando passagem de tempo, seguida por uma imagem do planeta Terra, que depois retorna ao olho que refletia a queima de fogos no início. O enquadramento de sentido busca sugerir ao eleitor que o Brasil se desenvolveu bastante nos últimos anos e isso seria motivo de comemoração.

Essa narrativa inaugural do HGPE de Dilma Rousseff, em 2014, traz ainda outro enquadramento relevante: não há nenhuma diferenciação entre os governos de Lula e Dilma. Desse modo se reforça a ideia de um ciclo político de continuidade no qual as realizações de ambos são indistintas. A síntese imagética dessa ideia é a representação das *mãos dadas*, apresentadas no exato momento em que o locutor faz alusão aos governos. As *mãos dadas* buscam evidenciar a existência de uma relação de união, companheirismo, respeito e confiança entre a presidenta e o ex-presidente.

Figura 26 – Imagens mãos dadas – HGPE Dilma Rousseff (19/08/2014)



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 19/08/2014. (Acervo Pessoal)

Após o bloco de abertura do programa, aparece a apresentadora do programa, afirmando que o novo ciclo de transformação do Brasil está sendo feito com o esforço de

todos os brasileiros e brasileiras, mas que há uma personagem de destaque. Nesse momento inicia-se a narrativa de (re)apresentação de Dilma Rousseff como a liderança que está a conduzir o “ciclo de desenvolvimento” (lulismo).

Apresentadora: Este novo ciclo está sendo feito com o esforço de todos os brasileiros e todas as brasileiras. Mas uma mulher está tendo papel decisivo nisso tudo.

Apresentadora Loc off: *Uma mulher que acorda cedo, trabalha muito e tenta aproveitar qualquer tempinho que restar para ter uma vida normal, como qualquer pessoa. Lê e escreve muito. Gosta de cozinhar e tratar do jardim. Cuida da residência oficial, com o esmero de qualquer dona de casa. Sente saudade da filha e do neto que moram longe. E compartilha em todos os instantes dos sonhos, das apreensões e das esperanças de milhões de brasileiros (informação verbal, grifo nosso).*³⁴⁶

As imagens utilizadas apresentam Dilma usando um computador, empilhando livros, numa clara sugestão da tarefa de organizar a casa. Transcorrem cenas da presidenta-candidata cortando tomates e cozinhando macarrão, caminhando com o cachorro, folheando um álbum, no fundo da cena a foto do neto. Ao fim, imagens de Dilma caminhando e depois num carro a caminho do Palácio do Planalto.

A presidenta-candidata é apresentada, inicialmente, a partir do realce à sua condição de uma mulher comum, que é mãe e avó, que cozinha e cuida da “casa”. As imagens acionadas no HGPE confirmam os estereótipos de gênero, na medida em que associam a feminilidade ao cuidado com as pessoas e com a casa. A ideia de mulher comum encontra o reforço na representação do trabalho como um aspecto relevante da vida cotidiana: “*acorda cedo e trabalha muito*”. Esse enquadramento inicial busca destacar aspectos de “simplicidade” na vida de Dilma Rousseff com o intuito de produzir uma identificação com o eleitorado. É necessário lembrar que uma intensa acusação dos adversários contra a presidenta foi a de que ela não dialogava com a população, o que denunciava distanciamento. Essa estratégia de identificação/aproximação fica evidenciada no trecho em que a apresentadora em voz off afirma que Dilma “*compartilha em todos os instantes dos sonhos, das apreensões e das esperanças de milhões de brasileiros*”.

O argumento central do primeiro HGPE da campanha petista indica, portanto, o prenúncio de “*um novo ciclo de desenvolvimento*” que deverá ser conduzido por Dilma Rousseff, em eventual segundo mandato. Tal discurso visa dar a dimensão das realizações do lulismo e o papel desempenhado por Dilma Rousseff para garantir a ampliação das conquistas ao longo dos quatro anos de seu primeiro mandato. Sendo uma campanha para reeleição da

³⁴⁶ Programa Eleitoral de Dilma Rousseff exibido em 19 de agosto de 2014.

presidenta a estratégia midiática necessitava articular o legado e a imagem da liderança política do projeto.

A campanha petista de 2014 estruturou uma narrativa que intercalava dois enquadramentos interpretativos: a) a exaltação do legado lulista, apresentado como um contraponto ao passado de pobreza e invisibilidade social, e b) a valorização de Dilma Rousseff como líder política, não mais destacando somente sua dimensão técnico-gerencial, mas recuperando sua biografia pessoal e política como evidência de compromisso social com a transformação do Brasil.

No primeiro turno, o embate foi fortemente estruturado em torno da exaltação do legado acumulado ao longo do período lulista (2003-2014). Se na campanha de 2010 era importante eleger Dilma para dar continuidade às conquistas do lulismo e consolidá-las, em 2014 a reeleição da candidata petista foi apresentada como a única opção face a “volta ao passado de atraso”. As expressões usadas pelo locutor *off* para caracterizar o passado, “*o Brasil de antes...*”, “*antes era impossível...*”, buscam dar a dimensão da ruptura na trajetória do país que ocorreu com os governos de Lula e Dilma e também reafirmar que “*houve um tempo...*” que foi ruim e que pode voltar caso os adversários da candidata petista ganhem a eleição. Os trechos que se referem ao presente, “*sabe por que mudou?*”, buscam ser didáticos explicando exatamente a contribuição do lulismo para a mudança que ocorreu e a que virá, afinal com as realizações deste ciclo político o “*Brasil está pronto para viver um novo salto...*”.

No segundo turno a campanha reforçou o debate programático, radicalizando a polarização entre o lulismo e o passado (peessedebista, sobretudo). O enquadramento discursivo da campanha e da candidata deixavam explícitas as opções ao eleitor: a reeleição de Dilma ou o retrocesso e a desestruturação das políticas criadas no lulismo. Como afirmou a própria candidata “*O Brasil não pode[ria] voltar àquele passado em que era governado por uma elite e para uma elite. Pois, é contra esse retrocesso que vou lutar com todas as minhas forças*”. Outro elemento acionado na estratégia do segundo turno foi o embate entre as biografias dos candidatos, dando ênfase ao debate sobre as qualificações que um sujeito deve possuir para ocupar a Presidência da República: “*percebeu a diferença entre Aécio e Dilma? Enquanto ele se afunda em incertezas e contradições políticas e administrativas. Dilma segue segura e firme*” (HGPE, DILMA ROUSSEFF, 15/10/2010).

Cabe destacar que a preponderância da estratégia de embate programático no primeiro turno não impediu a emergência, em alguns programas eleitorais, de um

enquadramento para produzir uma imagem de Dilma Rousseff como liderança mais qualificada a conduzir o Brasil nos tempos de crise. Em síntese, o enquadramento interpretativo proposto pela campanha petista em 2014 buscava persuadir o eleitor de que além do melhor projeto político (para o presente e o futuro), o lulismo possuía também a liderança mais qualificada para conduzir o País rumo às mudanças desejadas em meio ao cenário de crise. Nas seções a seguir, analiso os elementos discursivos e imagéticos que deram corpo aos enquadramentos interpretativos acima descritos.

7.3. Lembrar e conhecer para não retroceder: o lulismo como negação do passado e promessa de futuro

O lulismo foi vitorioso em duas eleições presidenciais, 2006 e 2010, com narrativas políticas que exaltavam o presente em contraponto ao passado. Em ambas as campanhas, o discurso sobre o futuro envolvia a continuidade de um trabalho que estava em processo e que já evidenciava os frutos. O quadro de sentido apresentado ao eleitor era de que a vitória dos candidatos petistas, Lula e Dilma, era condição para consolidar as conquistas sociais, econômicas e políticas frutos da gestão petista à frente do Executivo Federal.

Como afirmado anteriormente, a eleição de 2014 foi fortemente influenciada pelo signo da mudança. Diante da instabilidade no cenário econômico e da onda de mobilizações que desgastaram a imagem, sobretudo, do governo Dilma, a percepção do eleitorado captada pelas pesquisas de opinião indicava insatisfação com as respostas dadas pelo governo. Os dados sugeriam um possível esgotamento do lulismo; o discurso da consolidação das conquistas não cabia mais; o desejo do eleitor apontava claramente para uma previsão de futuro diferente da continuidade. Tal percepção do eleitorado, inclusive o que havia votado anteriormente no lulismo, esteve presente em matéria da revista Carta Capital, intitulada o “Espírito da Mudança”: “Precisa mudar muita coisa. Posso até votar na Dilma de novo se ela disser que vai consertar o que fez de errado, todo mundo merece uma segunda chance. Quero ouvir o que ela vai dizer” (CARTA CAPITAL, 2014).

A campanha petista teve, inevitavelmente, de assumir o discurso da mudança. Em documento publicado no 14º Encontro Nacional do PT³⁴⁷, no tópico intitulado *Aprofundar as Mudanças*, a direção nacional do partido afirmava:

³⁴⁷ Um novo ciclo de mudanças – Dilma Rousseff Presidente 2015/2018. Resolução sobre tática eleitoral e política de alianças. Diretrizes de programa de governo. **14º Encontro Nacional do PT**. São Paulo, 2 e 3 de maio de 2014.

Não basta defender o legado, por maior que seja. Também é necessário responder às novas demandas da sociedade. Mas quem busca reeleição não pode apenas apresentar novos programas e falar sobre o futuro. Precisa, igualmente, mostrar o que já fez. Assim, a campanha deverá apontar os desafios que pretendemos vencer o futuro e, simultaneamente, resgatar a bem-sucedida solução dos grandes problemas do passado. No essencial, nosso discurso deve unir os dois momentos (informação verbal, grifo nosso).³⁴⁸

Dada a imperatividade do tema da mudança, o repertório discursivo da campanha necessitava indicar ao eleitor que “[...] a legenda [seria] capaz de proporcionar um futuro melhor” (CARTA CAPITAL, 2014). Isso pôde ser percebido na concepção dos slogans que apresentavam uma síntese da discursividade da campanha.

O *slogan* utilizado no primeiro turno, “Dilma Presidenta. Mais mudança. Mais futuro”, mantinha a rede semântica da comunicação das campanhas anteriores. Ao usar o advérbio de intensidade *mais*, a campanha de Dilma Rousseff dá a entender que o processo de mudança e construção do futuro está em curso, sugerindo, portanto, continuidade. A imagem visual utilizada é de boxes empilhados nos quais estão escritos o *slogan* e o nome da candidata. Em outros boxes estão duas meninas sentadas e sorrindo. As crianças sorrindo representam, simbolicamente, o bom futuro prometido pela campanha.

Figura 26 – Imagens da vinheta de abertura do HGPE de Dilma Rousseff (1º turno/2014)



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 21/08/2014 (Acervo Pessoal).

Com o crescimento das candidaturas adversárias, sobretudo a de Marina Silva, ficou evidente para a campanha situacionista que era necessário propor um *slogan* que desse

³⁴⁸ HGPE, Dilma Rousseff, 23/10/2014.

mais ênfase à ideia de que o segundo governo Dilma poderia ser o representante da mudança desejada pelo eleitorado. Tal alteração discursiva veio à tona no último programa eleitoral do primeiro turno, em 02 de outubro. O *slogan* apresentado, que seria mobilizado ao longo de todo o segundo turno, trazia no centro a ideia de novidade: “*Governo Novo. Ideias Novas. Dilma Presidenta*”. A rede semântica acionada traz a noção de frescor, de originalidade, sugerindo ao eleitor que o governo reeleito estaria disposto a apresentar práticas ainda não vistas. O *slogan* é apresentado visualmente como cartelas que se sucedem e se destacam no centro da tela; ao final, a chamada “Dilma Presidenta”. As cartelas com o *slogan* mesclam o verde, amarelo e branco (cores da bandeira brasileira), o vermelho, típico das peças publicitárias petistas, emerge somente ao final com o nome da candidata.

Figura 27 - Imagens da vinheta de abertura do HGPE de Dilma Rousseff (2º turno/2014)



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014 (Acervo Pessoal).

Além de incorporar a mudança diretamente nos *slogans* de abertura do HGPE, a campanha petista tratou o tema estruturando uma disputa em torno de seu significado. O argumento central foi o de que *a mudança não poderia corresponder à volta ao passado*. O desenvolvimento dessa ideia ocorre ao longo de todo o HGPE a partir de uma abordagem temática: saúde, educação, economia, corrupção, etc. Os personagens chamados a comentar o argumento vão desde o locutor *off*, os apresentadores, a candidata, Lula, artistas e apoiadores

e chega no testemunho daqueles que tiveram suas vidas transformadas pelos lulismo e reconhecem o passado ao qual não se deve voltar.

Afirmar que a mudança não pode se confundir com o passado significava admitir que o ciclo de mudanças lulista já estava em vigor há tempo suficiente para que o eleitor o tivesse “esquecido”. Desse modo, foi fundamental reconstruir uma *narrativa sobre o passado* para lembrar os esquecidos e dar a conhecer aos que não tinham idade suficiente para entendê-lo.

Já no segundo programa, em 21 de agosto, Dilma Rousseff afirma que os limites para uma transformação mais acelerada estavam nas marcas deixadas por um passado em que os líderes políticos eram negligentes face as necessidades estratégicas do país.

Dilma: O país perdeu, durante anos, um tesouro inestimável: a capacidade de planejar e executar grandes programas sociais e grandes obras de infraestrutura. Como ministra, ajudei o presidente Lula a recuperar este tempo perdido. Como presidenta, acelerarei este trabalho. E estamos conseguindo resultados muito importantes. Somos hoje, um dos países com maior volume de grandes obras no mundo. Ao mesmo tempo, com os maiores programas de inclusão social e distribuição de renda. Não é fácil tocar tudo isso. E não é só por causa da grave crise internacional. *É porque encontramos, ainda hoje, obstáculos herdados daquele tempo em que o Brasil não se preocupava em planejar e executar. Mas, a cada dia, isso vai ficando no passado* (informação verbal, grifo nosso).³⁴⁹

Na sequência à fala da presidenta-candidata, o apresentador destaca a importância do trabalho de planejamento realizado pelo governo Dilma. “Apresentador: Com Dilma *cada área fundamental para o desenvolvimento é tratada de forma global e integrada*. Isso ocorre no setor elétrico, no setor de ferrovias, rodovias, hidrovias ou no setor hídrico”. (Grifo Nosso)

O locutor *off* assume a descrição do conjunto de obras em curso no país como as obras hídricas no Nordeste, as hidrelétricas no Norte, ferrovias e rodovias por todo o país, além dessas é destacado o trabalho da Petrobrás na extração do pré-sal.

As imagens utilizadas nesse programa são em sua maioria capturadas a partir do plano geral. Esse enquadramento é utilizado com vistas a dar uma dimensão de imponência às obras e realizações citadas no HGPE, conforme anuncia o locutor *off* “Tudo impressiona pela grandeza”.

³⁴⁹ HGPE, Dilma Rousseff, 21/08/2014.

Figura 28 – Imagens HGPE Dilma Rousseff – Obras em realização



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 21/08/2014. (Acervo Pessoal)

O locutor *off* cumpre a função de caracterizar, em vários trechos, *o passado como o tempo em que nenhuma das ações citadas seria possível*. A descrição sugere ao eleitor que não havia vontade política para tal, e afirma que isso mudou com o lulismo.

Locutor *off*: *O Brasil de antes não tinha obras suficientes nem bem planejadas capazes de combater os efeitos da seca no Nordeste. Com Lula e Dilma, passou a ter*
Locutor *off*: *Antes era impossível transmitir a energia que sobrava numa região para socorrer outra que estivesse em dificuldades. Com Dilma isso mudou (informação verbal, grifo nosso).*³⁵⁰

Um programa emblemático da produção da uma narrativa sobre o passado foi veiculado em 23 de agosto. O conteúdo foi claramente direcionado para os jovens, que foram contemplados nos discursos e nos exemplos dados ao longo do HGPE. Nessa peça prevalece a compreensão de que os jovens, crescidos nos anos do lulismo, não possuíam o entendimento claro do que estava em jogo na disputa eleitoral polarizada. As pesquisas eleitorais apontavam uma tendência significativa entre os jovens para o voto na oposição. Desse modo, a função do HGPE foi pedagógica e visava oferecer aos jovens as informações necessárias para caracterizar *o passado como um tempo ao qual não se quer voltar*.

O programa se inicia como se estivesse a contar uma história, o locutor *off* é quem narra:

³⁵⁰ HGPE, Dilma Rousseff, 21/08/2014.

Locutor off: *Houve um tempo que era impossível ver filha de pedreiro estudando em uma universidade particular. Houve um tempo no Brasil que era impossível ver família pobre sendo dona da própria casa. Houve um tempo no Brasil que era impossível ver porteiro viajando de avião. Mas depois de Lula e Dilma, não existem mais pessoas invisíveis no Brasil. As portas estão se abrindo pra (sic) todos. Agora, muito mais mudanças virão pelas mãos de quem já provou que sabe mudar para melhor o Brasil. Dilma, mais mudanças, mais futuro (informação verbal, grifo nosso).*³⁵¹

O mote central da narrativa é a noção de invisibilidade social. De acordo com o texto, as políticas perpetradas pelos *grupos anteriores* ao lulismo tinham *caráter de exclusão e deixavam às margens da invisibilidade milhões de brasileiros*. Desse modo, o questionamento sugerido no HGPE envolvia a possibilidade de esses mesmos grupos, com o mesmo projeto político, garantir a mudança no sentido esperado pela população. Esse é o argumento apresentado pela candidata, na sequência do locutor *off*:

Dilma: *Quem é mais jovem talvez não lembre o quanto o Brasil mudou nos últimos 12 anos. Mas seus pais certamente nunca esqueceram aquele tempo em que os mais pobres não podiam sonhar com a casa própria, nem curso superior. Não tinham carro nem viajavam de avião. Passavam mais tempo desempregados do que empregados. Sei que ninguém vive de passado e que o Brasil de hoje mais quer e precisa é discutir o futuro. Pra (sic) isso, é importante que cada brasileiro e cada brasileira pergunte a si mesmo: quem pode garantir mais avanços? Os que estão ligados àquele passado de desigualdade? Ou quem realizou o maior ciclo de mudanças da nossa história, abrindo um novo mundo de oportunidades para todos os Brasileiros? (informação verbal, grifo nosso).*³⁵²

Dilma Rousseff fala diretamente aos jovens e sugere, inclusive, um diálogo familiar sobre as transformações do Brasil, que também seriam as transformações das famílias brasileiras. Ao final, indica as perguntas norteadoras para a escolha do voto: sendo *o passado caracterizado pela desigualdade*, enquanto o presente é marcado pelas oportunidades, qual dessas experiências pode garantir o futuro?

O “*maior ciclo de mudanças*” da história brasileira é representado numa linguagem numérica buscando dar ênfase à “*grandiosidade*” das ações.

Locutor off: *36 milhões de brasileiros saíram da miséria. É mais do que a soma das populações do Paraguai, Bolívia e Chile. É assim que estamos mudando o Brasil.*

Apresentador: Em 2002, o governo investia 8 bilhões de reais no Pronaf, o Programa de Apoio à Agricultura Familiar. Hoje, *investe 24,1 bilhões*. 194% de aumento real.

Apresentador: Com Lula e Dilma, o Brasil gerou mais de 20 milhões de empregos.

Apresentadora: Com Dilma e Lula foram criadas 18 universidades federais, 173 campus, 422 escolas técnicas e surgiram programas como o ProUni. Já o FIES foi reforçado e ampliado.

³⁵¹ HGPE, Dilma Rousseff, 23/08/2014.

³⁵² HGPE, Dilma Rousseff, 23/10/2014.

Apresentador: Resultado: antes, o Brasil tinha 3 milhões e meio de jovens nas universidades. Hoje, tem mais de 7 milhões.

Locutor off: Dilma criou o maior programa de investimentos em transporte público. São 143 bilhões de reais para construir ou ampliar 9 metrô, 14 VLTs e 180 BRTs e corredores exclusivos de ônibus nas principais cidades brasileiras. (informação verbal, grifo nosso)

Se os números cumprem a função de caracterizar quantitativamente o tamanho da transformação, as narrativas dos beneficiários apresentadas em seguida buscam persuadir sobre os impactos qualitativos e concretos das realizações governamentais na vida da população. É relevante que, entre os narradores, muitos sejam jovens. Mais uma vez o programa eleitoral de 23 de agosto busca dialogar com os jovens e dissuadi-los contra a resistência, indicada nas pesquisas, que tinham em relação à reeleição.

São apresentados três casos de jovens que, segundo a campanha, teriam uma vida diferente da de seus pais por conta das ações dos governos de Lula e Dilma.

Apresentadora (Loc Off): Odair, Cícero e Pablo: eles fazem parte da primeira geração de jovens que está crescendo num (sic) Brasil muito diferente daquele dos seus pais. Odair um dia trocou o campo pela cidade. [...] Odair voltou ao Campo porque com Lula e Dilma o apoio à agricultura familiar cresceu como nunca.

Pai de Odair (Loc Off): Ele Trabalhou comigo, desde pequenininho (sic), sempre já junto comigo. Ele saiu porque não tinha perspectiva de ter um futuro na agricultura.

Odair (Loc Off): Quando eu voltei pra roça você tinha incentivos completos, totais, muitos. Hoje nós contamos com trator, micro e vários implementos. Graças ao programa do governo nos últimos anos, mudou totalmente a perspectiva do produtor.

Apresentadora (Loc Off): A juventude de Pablo também está sendo muito diferente da de (sic) seu pai. [...] Aos 19 anos, Pablo já tem um bom emprego. Como milhões de jovens, ele fez um curso do Pronatec e hoje trabalha numa das maiores obras do país, a hidrelétrica de Jirau, em Rondônia, que Dilma visitou há dias.

Pai de Pablo (Denilson): Se você era filho de rico você conseguia fazer uma faculdade. Como a gente era filho de pobre, não conseguia fazer nada. Emprego então era difícil. Você ter um emprego com carteira assinada, era muito sofrido.

Pablo (Loc Off): Me sinto muito orgulhoso por estar em uma obra desse porte, sendo muito útil. [...] o mundo tá aí. A gente tem que sair um dia de casa pra poder batalhar, estudar e focar em algo. Então, esse é o meu propósito aqui.

Pai de Pablo (Denilson): Eu tenho orgulho dele. Ele ganha mais do que eu. Com 19 anos, você vê só.

Apresentadora (Loc Off): Cícero também foi muito mais longe do que se esperava.

Cícero (Loc Off): Nós não tínhamos simplesmente o que comer em casa. [...] Os alimentos eram conseguidos muitas vezes nas latas de lixo.

Mãe de Cícero: Mas ele não podia ver um livro, não podia ver um livro assim, moiado (sic), que ele catava. [...] Ai eu falava assim: meu fio (sic), eu quero que você seja um médico pra cuidar de mim quando eu estiver velhinha.

Cícero (Loc Off): Eu pobre, negro, favelado, faminto. Me formei médico. Isso antigamente não era possível, hoje é. Eu só pude chegar onde (sic) eu cheguei com o ProUni. Pobre hoje nesse país tem vez. E ele tem vez através da educação.

Mãe de Cícero: Ainda penso que eu tô (Sic) é sonhando ainda. Aí eu digo: ah, é verdade menina, eu tenho um filho médico (informação verbal, grifo nosso).³⁵³

³⁵³ HGPE, Dilma Rousseff, 23/08/2014.

Dilma Rousseff arremata o argumento afirmando que o futuro de mudanças só pode ser construído por quem já as realizou no presente.

São exemplos assim que não deixam nenhuma dúvida: um mundo de oportunidades se abriu para os jovens de hoje e, também, para seus pais, que tanto sofreram no passado. Só quem já mudou o Brasil pode garantir que o Brasil vai continuar mudando (informação verbal, grifo nosso).³⁵⁴

Os exemplos de transformação apontados pelas narrativas dos jovens ganharam ainda materialidade na publicidade da campanha através de uma inserção que foi levada ao ar nos intervalos da programação regular das televisões. Na peça uma jovem negra está em uma sala de aula na qual o professor ministra um conteúdo e em seguida faz uma pergunta. A jovem levanta a mão para responder à questão, entretanto, o professor olha por cima ignorando sua presença. Nesse momento o locutor *off* afirma,

Houve um tempo em que era impossível ver filha de pedreiro estudando em faculdade particular. Mas depois de Lula e Dilma não existem mais pessoas invisíveis no Brasil. As portas estão se abrindo para todos. Agora muito mais mudanças virão. Pelas mãos de quem já provou que sabe mudar para melhor o Brasil. (INSERÇÃO, DILMA ROUSSEFF, 19/08/2014)

O HGPE de 23 de agosto traz um diálogo entre Dilma e uma eleitora, Dona Eunice, através de uma troca de cartas. A interlocução gira em torno das oportunidades consideradas fundamentais para que “os pobres” pudessem ter acesso a condições de vida melhores.

Locutor off: *Dona Eunice, seus filhos e netos são um retrato de um Brasil que mudou muito nos últimos anos. Por isso, dona Eunice escreveu para Dilma.*

Dona Eunice (Loc off): *Querida Presidenta, nós, os pobres, muitas vezes trabalhamos muito sem resultados. Pois nos faltam as ferramentas. Foi então que chegou a água para plantar, a luz, e a Minha casa, Minha vida. Agora os meus filhos plantam com alegria, trabalham incansáveis, mas com resultados. Deus a abençoe muitíssimo e tenha a certeza que milhares como nós te agradecemos de coração.*

Dilma: *Dona Eunice, desde que vi sua carta nunca mais esqueci daquela frase em que a senhora dizia: Nós, os pobres, muitas vezes trabalhamos muito, mas em resultados, pois nos faltam as ferramentas. Com palavras tão simples e tão claras, a senhora, dona Eunice, foi direto ao ponto. A pobreza, a senhora bem sabe, não é resultado da falta de esforço e, sim, da falta de oportunidades. Criar estas oportunidades dona Eunice, tem sido a razão do nosso trabalho. E grandes tem sido nossas vitórias. A sua família é prova de que ajudar as pessoas, de que oferecer condições para que elas trabalhem, só gera prosperidade. Neste momento eu gostaria de estar ao lado da senhora, de abraçar e agradecer por tudo que a senhora representa. Um abraço muito carinhoso, dona Eunice. (informação verbal, grifo nosso).³⁵⁵*

³⁵⁴ HGPE, Dilma Rousseff, 23/08/2014.

³⁵⁵ HGPE, Dilma Rousseff, 23/10/2014.

Tais enquadramentos interpretativos trazem um tema central: a invisibilidade social. Este é outro aspecto mobilizado para caracterizar o passado governado (e representado) pelos opositores. Essa associação da invisibilidade com o passado ganha expressividade através de relatos da população. As narrativas são permeadas de emotividade.

Débora da Silva (Loc. off): *Cê (sic) não tem uma casa digna. Não tem um endereço é igual se você nem existisse. Cartas cê (sic) tinha que mandar para outro lugar.*

Lucas da Silva: *E eu nunca falava, assim, onde eu morava. Só quando precisava mermo (sic).*

Débora da Silva: *Eu não gosto muito de lembrar. Então é por isso que eu nunca quis que meus filhos passassem por isso.*

Lucas da Silva (Loc. off): *Minha mãe sonhou bastante com essa casa aqui.*

Débora da Silva: *Quando eu peguei a chave, sabendo que era da minha casa, ai é inexplicável. [...]. Agora eu posso falar. Ó (sic), eu moro na rua Londrina, Santo André, São Paulo. Hoje eles vão achar meu endereço. Entendeu? A minha casa. Hoje a gente existe, hoje a gente existe (informação verbal, grifo nosso).³⁵⁶*

O tom emotivo das narrativas ganha tradução na trilha sonora e na representação visual presentes no HGPE. As imagens evidenciam o contraste entre o passado que “*não se gosta de lembrar*”, e o presente, “*um sonho que se tornou realidade*”. As políticas públicas implementadas pelo lulismo são, portanto, significadas como um passaporte para a cidadania, uma forma de visibilidade que garante a existência social face o Estado. O futuro é a garantia de que o Estado continuará a promover estas e novas ações inclusivas.

Figura 28 – Imagens HGPE Dilma Rousseff – Tema habitação (cont.)



³⁵⁶ HGPE, Dilma Rousseff, 23/10/2014.



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 13/10/2014 (Acervo Pessoal).

Para endossar o enquadramento interpretativo do passado como o tempo da invisibilidade, o HGPE lança mão dos discursos de Lula. Numa enunciação marcada pela sensibilidade de quem sabe, pois viveu a invisibilidade, e também pela legitimidade de quem, quando chegou ao poder, “fez diferente”, o conteúdo da fala de Lula indica que os pobres só passaram a existir para o Estado após sua ascensão à Presidência da República. O diálogo com o eleitor é direto; a tela capta a imagem do ex-presidente como se conversasse face a face com quem o assiste.

Lula: Nesse momento da campanha eleitoral eu gostaria, do fundo do meu coração, de pedir uma pausa de reflexão com vocês. Houve um tempo no Brasil em que o salário mínimo nunca aumentava, jogando no desalento os trabalhadores de baixa renda. Houve um tempo em que diziam ser preciso fazer o bolo crescer antes de reparti-lo. Quando o bolo crescia, nada era repartido. Houve um tempo, em que o governo não conseguia fazer o emprego crescer e o trabalhador chegava a duvidar de sua própria capacidade. Houve um tempo em que os jovens mais pobres não conseguiam chegar à universidade e acabavam perdendo o que tinham de melhor: a esperança no futuro. Houve ainda um tempo em que os governos pararam de construir casas para as pessoas mais pobres, levando as famílias a desistir do sonho da casa própria. Houve um tempo em que andar de avião, ter um carro zero ou uma refeição num restaurante com a família era coisa para poucos, muito poucos. Durante todo esse tempo, a autoestima do nosso povo esteve muito baixa. Os mais jovens talvez não se lembrem desse tempo, mas seus pais certamente se lembrarão. 12 anos atrás tudo isso começou a mudar (informação verbal, grifo nosso).³⁵⁷

O discurso de Dilma Rousseff segue o mesmo enquadramento e inclui dados concretos para caracterizar a diferença entre o legado do lulismo e o legado do passado.

Dilma: Olha, não é segredo para ninguém que o Brasil ainda é um país com muitos problemas. É claro, passaram décadas e décadas sem se investir no Brasil e no seu povo. Mas quando a gente compara o Brasil de hoje com aquele que eu e Lula encontramos, a diferença é enorme. A nossa economia é muito mais sólida, e a maior prova disso é que não precisamos mais nos humilhar diante do Fundo Monetário Internacional, o FMI. Voltamos a realizar obras de infraestrutura depois de décadas de paralisia e a vida das pessoas melhorou como nunca. Só no meu

³⁵⁷ HGPE, Dilma Rousseff, 18/10/2014.

governo, 22 milhões de brasileiros superaram a miséria extrema. O Brasil saiu do mapa da fome. 5 milhões e 600 mil trabalhadores conquistaram um emprego com carteira assinada e as taxas de desemprego têm sido as menores da história. O outro candidato nega tudo isso. Ok, isso faz parte da disputa eleitoral, mas *eu pergunto, você acha que o Brasil está melhor ou pior do que antes? Você acha que os governos tucanos fizeram mais do que o nosso? Pois é, você sabe a resposta. E sabe também, que o nosso compromisso sempre foi e continuará sendo fazer o Brasil avançar cada vez mais* (informação verbal, grifo nosso).³⁵⁸

Em síntese, a narrativa sobre o passado, proposta pelo HGPE, que busca caracterizá-lo como uma época à qual a população não deve querer voltar, se sustenta sob o argumento de que “*houve um tempo*” em que a regra política era a exclusão e invisibilidade de grande parte da população brasileira.

Narrar o passado configurando-o como um tempo de desigualdades e ausência de direitos e oportunidades se constituiu numa estratégia de desqualificação dos opositores. De acordo com o discurso de Dilma Rousseff ambos os adversários estavam associados ao projeto político do passado. Aécio Neves, por ser o representante do partido governante no passado e por buscar reatualizar a experiência, e Marina Silva, por ter incorporado as bases econômicas de tal projeto.

A desqualificação dos adversários como representantes do passado era, portanto, um discurso sugestivo de que os mesmos não teriam condições de propor um futuro de mudanças. Outra estratégia que visou descredibilizar os opositores de Dilma Rousseff como porta-vozes do futuro se constituiu na tentativa de enquadrá-los na alcunha de pessimistas. O argumento que sintetizava tal estratégia era: se eles não conseguem reconhecer os avanços do presente, reconhecido, inclusive pela população, como um tempo de oportunidades, como poderão manter o que há de bom e avançar para o futuro?

A qualificação de pessimistas para os opositores já se apresenta no primeiro programa eleitoral através do discurso da presidenta-candidata, “Eu acho que o pessimista não resolve, não dá o primeiro passo. Então, o pessimista é, eminentemente, uma pessoa que desistiu antes de começar” (informação verbal).³⁵⁹ Tal argumento coloca em contextos opostos o pessimismo e a arte de governar, já que o pessimista “não resolve”, não faz o que deve ser feito porque não tem a visão de oportunidade para o futuro.

O ex-presidente Lula também contribuiu para o enquadramento dos opositores na condição de pessimistas, que ao fomentarem uma sensação negativa em torno do presente teria como interesse fazer voltar ao passado.

³⁵⁸ HGPE, Dilma Rousseff, 13/10/2014.

³⁵⁹ HGPE, Dilma Rousseff, 19/08/2014.

Lula (Loc off): Provamos [...] que era possível crescer e distribuir renda e que podia se construir um país para todos. E o que aconteceu? Aqueles que diziam que tudo isso era impossível tentaram de tudo para que *sua tese negativa sobre o Brasil voltasse a prevalecer*.

Lula: Felizmente, o nosso povo não aceitou. Eu pedi esta reflexão a vocês para alertar que aqueles mesmos que diziam que era impossível nascer um novo Brasil, este novo Brasil que todos vocês ajudaram a construir, são os mesmos que tentam voltar agora e dizem que tem um remédio pra (sic) todos os males do Brasil. Pode estar certo que qualquer remédio deles tem o gosto amargo do desemprego, do arrocho salarial e da falta de oportunidades (informação verbal, grifo nosso).³⁶⁰

A crítica ao pessimismo também mobilizou a produção de um quadro no HGPE em que o personagem central se chamava Pessimildo, representado por um boneco com rosto rabugento, olhos que não piscam e “monocelha”. O quadro traz um cenário de fundo é composto por uma cama e parede à meia sombra, o que indica o período noturno. Pessimildo está de pijama com um copo de chá na mão. Ao lado uma mesinha de canto com um abajour e um rádio. A interação ocorre entre o locutor *off*, que aponta os dados positivos sobre o crescimento do emprego no Brasil, e Pessimildo, que reage negativamente a cada informação mencionada.

Locutor off: Pessimildo, viu que os empregos continuam subindo no Brasil?

Pessimildo: Tudo que sobre desce.

Locutor off: É, mas vai mês, vem mês e os empregos permanecem.

Pessimildo: Tudo que vem, tem volta.

Locutor off: O mundo está em crise, Pessimildo, e o Brasil está protegendo os salários.

Pessimildo: É, mas o mundo dá voltas!

Locutor off: Tá bom pessimildo, o mundo dá voltas e vai acabar essa noite né?

Pessimildo: Vai! E vai começar pelo Brasil.

Locutor off: Boa noite, Pessimildo, vai dormir, vai.

Pessimildo: Dormir?! Eu, eu quero tá é acordado pra ver o pior acontecer!

Locutor off: Chega de pessimismo. Pense positivo. Pense Dilma (informação verbal, grifo nosso).³⁶¹

É interessante notar que a caracterização física e psicológica do boneco remete a um perfil de personalidade que é representado humoristicamente no imaginário brasileiro: o rabugento. Como exemplo destaco o personagem Seu Saraiva, do programa Zorra Total da Rede Globo, que ficou popularmente conhecido.

³⁶⁰ HGPE, Dilma Rousseff, 18/10/2014.

³⁶¹ HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014.

Figura 29 – Imagem Pessimildo



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014
(Arquivo Pessoal).

Figura 30 – Imagem Seu Saraiva



Fonte: Youtube, Mofo TV, 21/03/2013.

Interpretado pelo ator Francisco Milani, Seu Saraiva tinha como marcas de personalidade o mau-humor e a intolerância. Ao associar Pessimildo com representações já presentes no imaginário popular, a campanha de Dilma Rousseff aposta num quadro de sentido partilhado para consolidar essa estratégia de desqualificação dos opositores.

Pessimildo é a síntese da crítica da campanha de Dilma Rousseff aos opositores. O diálogo simulado entre o locutor *off* e a personagem, pode ser traduzido como os debates entre a candidata à reeleição e os adversários. Os primeiros investem em um discurso de valorização das realizações do governo, ao passo que os segundos enfatizam os aspectos negativos. A campanha petista destaca, no entanto, que não seria possível pensar e produzir o futuro sem reconhecer os avanços do presente. O discurso situacionista buscava enquadrar os opositores como aqueles que iriam “jogar fora” as realizações do lulismo e “fazer voltar o passado de desigualdade”. Produzindo, portanto, a narrativa de que o futuro prometido pelos adversários se constituía na verdade um retrocesso.

No segundo turno, a disputa assumiu um nível expressivo de radicalização. Pela primeira vez em muitos anos um embate eleitoral saiu do majoritário tom programático, mais identificado com um “centrismo ideológico”, para assumir ares de um embate ideológico. De acordo com Brugnano e Chaia (2015),

[...] após as manifestações de junho de 2013, a dicotomia na participação política brasileira ganhou um novo capítulo em sua história. *A identificação das pessoas entre esquerda e direita refluuiu*. Após a população tomar as ruas em torno de todas as suas insatisfações, as diferenças ideológicas dentro das próprias manifestações rapidamente começaram a transparecer, até o movimento implodir, rachando a massa de pessoas em dois rumos de militância com caminhos totalmente opostos. *Esse pico de polarização entre esquerda e direita se provou resistente e conseguiu se manter e se desenvolver até as eleições nacionais de 2014*. A declarada esquerda se mobilizou contra o suposto projeto neoliberal do PSDB, e a direita conservadora desenvolveu sua ideologia em torno de um forte antipetismo declarado

antipartidário, com discussões radicalizadas para os extremos dos valores considerados da direita (p. 102, grifo nosso).

A radicalização da polarização levou a campanha oposicionista de Aécio Neves a assumir um discurso comprometido com temas conservadores moralmente e liberais economicamente.

O posicionamento econômico da campanha peessedebista esteve em evidência ao longo de todo o primeiro turno. A escolha de Armínio Fraga para o Ministério da Fazenda, num possível governo de Aécio já sinalizava a tendência do candidato oposicionista de retomar uma política econômica mais ortodoxa, centra no tripé macroeconômico. Os discursos de Aécio Neves e Armínio Fraga denunciavam o “ativismo econômico” do governo Dilma e o mau uso dos recursos públicos. Nas palavras do candidato do PSDB, “era preciso gastar menos com o governo, para gastar mais com as pessoas”.

Em nível moral, a tônica conservadora emergiu em meio à campanha peessedebista através da defesa de Aécio Neves do projeto de Redução da Maioridade Penal de 18 para 16 anos em casos de crimes hediondos, de autoria de seu candidato à vice-presidente Aloysio Nunes (PSDB). De forte apelo popular, segundo pesquisa Datafolha³⁶², 87% da população apoia a redução da maioridade penal. Este é um tema controverso quando discutido por especialistas. O Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) tende a ter um posicionamento contrário à redução da maioridade penal, em virtude de não haver dados concretos que indiquem uma associação entre redução da maioridade penal e redução da violência juvenil. Para o Unicef, seria mais significativo um esforço de ampliação de políticas públicas que afastassem os jovens da violência.³⁶³

A associação da campanha de Aécio Neves com o liberalismo econômico e o conservadorismo moral de direita empurrou a campanha de Dilma Rousseff a assumir os discursos de esquerda e se reaproximar significativamente dos movimentos sociais. Um exemplo desse processo foram as sucessivas mobilizações junto aos movimentos de juventudes, LGBT, de mulheres, de igualdade racial e sindicatos. Nesse contexto, foram emblemáticas as declarações públicas de apoio de Jean Wyllys e Marcelo Freixo, parlamentares do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL). Apesar da posição pública de neutralidade do partido, os parlamentares decidiram se posicionar em virtude do acirramento da disputa.

³⁶² Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/04/1620652-87-dos-brasileiros-sao-a-favor-da-reducao-da-maioridade-penal.shtml>>. Acesso em: 4 mai. 2016.

³⁶³ Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-10-18/defendida-por-aecio-reducao-da-maioridade-penal-pode-ser-aprovada-no-congresso.html>>. Acesso em: 4 mai. 2016.

Jean Wyllys (Deputado Federal – PSOL/RJ): No segundo turno, eu decidi votar na presidenta Dilma porque de fato o governo do PT, além de todos os avanços desses 12 anos, é o governo que se abre para o diálogo com essas minorias. Não há diálogo noutra espaço. Então, por esse motivo, eu decidi não lavar as mãos, nem ficar em cima do muro. Eu assumi um lado.

Marcelo Freixo (Deputado Estadual – PSOL/RJ): Sempre tive muitas críticas ao governo do PT. É importante dizer que sempre fizemos oposição à esquerda a esse governo. Porém, agora no segundo turno é importante lembrar que eu sou um militante dos Direitos Humanos há quase 30 anos. E a candidatura de Aécio Neves representa um dos maiores retrocessos na República brasileira. Não quero votar num candidato à presidência que não tenha a coragem de olhar nos olhos da nossa juventude e disputar essa vida como se fosse a vida dos seus filhos. Quero votar num candidato à presidência que olha para o seu jovem e queira ele no banco da escola e não no banco dos réus. Por isso, no segundo turno meu voto é um veto em Aécio. Meu voto é Dilma (informação verbal).³⁶⁴

A onda de apoio dos movimentos populares e de esquerda à campanha de Dilma Rousseff ganhou espaço no HGPE. Os programas eleitorais da candidata à reeleição contavam sempre com imagens relacionadas às cenas de campanha. Albuquerque (1999) descreve essa categoria como “[...] inúmeros tipos de eventos ocorridos durante a campanha, tais como comícios, recepções em aeroportos, carreatas, adesões de líderes políticos e festas promovidas pela candidatura em questão” (p. 84). No caso da campanha à reeleição de Dilma Rousseff, além dos tradicionais comícios, se destacaram mobilizações como: ato em defesa do pré-sal, ato de jovens da periferia em apoio à Dilma, entre outros.

Além dos movimentos populares e de esquerda, a campanha de Dilma Rousseff contou ainda com o apoio de diversos artistas. Foi num ato realizado no Teatro Tuca, na Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo, que grande parte de artistas e intelectuais manifestaram apoio à candidata petista. Muitas destas declarações foram incorporadas ao HGPE e endossavam o argumento de que a candidatura oposicionista significava um retrocesso.

Chico Buarque: Eu voto na Dilma porque a respeito, a admiro e porque confio nela. Eu confio sobretudo na sua sensibilidade, no seu compromisso com os mais pobres. Eu voto nela porque *com ela eu tenho a certeza de que os programas de inclusão social serão mantidos, aprimorados, aprofundados*. A Dilma, a gente sabe o que ela pensa, a gente sabe o que ela defende. Em 2010 eu votei na Dilma, muito por causa do Lula. Este ano, voto na Dilma por causa da Dilma

Leonardo Boff: Revolução é dar outro rumo à vida do país. Pois, Lula e Dilma fizeram *esse tipo de revolução e ela não pode ser perdida e nem desfeita*. (Grifo Nosso)

Negra Li: Eu e minha família sabemos a diferença de governo de PSDB e PT. Por isso estou aqui, porque *PT é pela periferia é pelo os mais humildes*.

Emicida: Eu lembro nos anos 90 quando um jovem preto de periferia não podia sonhar com uma faculdade e *agora eu vejo vários irmão (sic) cursando uma*

³⁶⁴ HGPE Dilma Rousseff exibido em outubro de 2014.

*faculdade, sonhando com uma casinha. Mudança é isso aqui. Brasil falando por eles (informação verbal, grifo nosso).*³⁶⁵

O discurso dos apoiadores afirmava que o retorno de um governo peessedebista se constituía numa ameaça às conquistas sociais. Esse argumento ganhou vigor na discursividade da campanha petista no segundo turno. A narrativa proposta assumiu um tom conservador apostando, portanto, no discurso do medo.

Chaia (2004) argumenta que “[...] o tema do medo envolve diferentes concepções, como o medo do desconhecido, do novo, do inimigo imaginário, do outro, da violência, do caos, da guerra, da mudança, da perda de propriedade, da perda da vida e da morte” (p. 31). De acordo com Figueiredo *et al.* (2000), o medo é uma estratégia de persuasão que investe na associação dos opositores como a ameaça de interrupção das políticas em curso. Carvalho (2013), por sua vez, afirma que em campanhas situacionistas a mobilização da estratégia do medo está diretamente vinculada à indução do sentimento de segurança no eleitorado, o qual contribuiria para o voto de continuidade.

Em artigo intitulado “Por que Dilma de novo?”, Amaral e Ribeiro (2015) sugerem um possível efeito da estratégia discursiva do medo, sobretudo no eleitorado vinculado ao Programa Bolsa Família.

É possível, porém, que o aparecimento do efeito eleitoral do PBF no segundo turno esteja ligado ao acirramento da disputa eleitoral e das reiteradas afirmações por parte da campanha petista de que os programas sociais implantados nos doze anos anteriores estariam sob ameaça com uma eventual vitória do candidato tucano (p. 119).

Cabe destacar que o discurso do medo estava em curso desde o HGPP do PT, veiculado em maio de 2014, produzido também por João Santana. A campanha de Dilma Rousseff retoma o discurso que buscava persuadir o eleitor de que tudo que foi construído nos anos do lulismo seria colocado abaixo, desfeito, caso os opositores peessedebistas voltassem ao poder.

Ao invés da caracterização mais “simbólica” do passado que foi apresentada no primeiro turno, na segunda etapa da disputa foram apresentados dados para rememorar a população das precárias condições de vida experienciadas nos anos governados pelo PSDB, em contraste às realizações do governo Dilma.

Apresentador: Nos governos tucanos o Brasil chegou a ser o segundo país do mundo com o maior número de pessoas desempregadas. Isso mesmo, o segundo maior do mundo em desemprego. No governo Dilma, temos as menores taxas de

³⁶⁵ HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014.

desemprego da nossa história, e uma das menores do mundo. Nos governos tucanos o Brasil chegou a ter 50 milhões de indigentes. Hoje, só no governo Dilma, 22 milhões de brasileiros superaram a miséria e o Brasil saiu do Mapa da Fome, elaborada pelas Nações Unidas (informação verbal, grifo nosso).³⁶⁶

Outro elemento da gestão de FHC que foi mobilizado pela campanha petista para persuadir o eleitor a não embarcar na campanha adversária foi o “fantasma da privatização”. Tema consolidado nas disputas PT *versus* PSDB na campanha de 2014, assim como em 2010, a privatização foi abordada por Dilma Rousseff em meio às discussões sobre a Petrobrás.

Dilma: Vocês, candidato, venderam 30% da Petrobras no mercado de ações a preço de baba, candidato, na época a Petrobras valia 15 bilhões e 500 milhões de reais. Hoje a Petrobras passou do patamar de 100 bilhões, candidato. Vocês não têm a menor moral para falar de valor da Petrobras. *O senhor disse que pensava em algum momento em privatizar a Petrobras, mas que isto não estava ainda na pauta. Eu só fico pensando quando é que o senhor quer colocar na pauta. É denegrindo a Petrobras? É dizendo que a Petrobras perdeu o valor? Que é isso candidato, a Petrobras é a maior surpresa desse país e a força dela, candidato, são os seus trabalhadores, a sua capacidade de descobrir o seu controle tecnológico. Eu sei, candidato, que a vocês, vocês gostariam mais de ver a Petrobras dividida entre as grandes empresas internacionais. A Petrobras será a maior empresa desse país por muitos anos (informação verbal, grifo nosso).*³⁶⁷

O debate das privatizações relacionado à Petrobrás ensejava uma dúvida sobre o interesse político num governo peessedebista de manter a aplicação dos recursos oriundos da extração do pré-sal em saúde e educação.

A estratégia do medo assumia o tom de questionamento sobre os opositores: *será que fazem? Será que querem?* O discurso buscava sugerir cenários de incerteza diante da proposta dos opositores de continuarem o que havia de positivo, em especial as políticas sociais, e de avançar para um futuro promissor.

Um personagem central nessa estratégia de levantar suspeitas para o eleitor de qual seria a candidatura mais comprometida com o avanço social é Lula. O ex-presidente emerge no HGPE no intuito de rememorar o legado produzido com os 12 anos de governos do PT. Ao retomar a polarização entre o projeto dos anos petistas *versus* o projeto dos anos tucanos, Lula busca evidenciar que é mais seguro reconduzir Dilma para um segundo mandato, tendo em vista que ela é a única que pode manter o Brasil na rota traçada nos anos precedentes.

Lula: Minhas amigas e meus amigos, ninguém, de sã consciência pode dizer se a crise internacional vai piorar ou melhorar. Então, eu gostaria de fazer uma pergunta a você. *Se a crise piorar, quem você acha que é o candidato com mais competência*

³⁶⁶ HGPE, Dilma Rousseff, 09/10/2014.

³⁶⁷ HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014.

*para enfrenta-la? E se melhorar, qual dos candidatos poderá dar uma melhor continuidade ao esforço que o Brasil, e os brasileiros, estão fazendo para vencer a (sic) dificuldades? Eu não tenho dúvidas que qualquer um dos casos a candidata mais indicada é Dilma. E se a crise se agravar, e peço a Deus que isso não aconteça, Dilma tem experiência, equilíbrio e firmeza suficientes para enfrenta-la. Como aliás, já vem fazendo. Além disso, conhece e é respeitada pelos principais líderes mundiais, e isso ajuda a dialogar e a buscar soluções conjuntas. E se a crise melhorar, ela tem tudo para acelerar o crescimento do Brasil. E fazer isso sem perder a essência do nosso modelo, que é o do desenvolvimento com distribuição de renda e com inclusão social. Para mim, poucas vezes ficou tão claro numa eleição quem é a pessoa certa para fazer o Brasil seguir em frente (informação verbal, grifo nosso).*³⁶⁸

Lula: Faltam poucos dias para o povo decidir o rumo que o país vai seguir nos próximos quatro anos. A escolha é muito séria e vocês que ajudaram a transformar o Brasil nos últimos 12 anos sabem que *os direitos e as conquistas dos trabalhadores estão agora sob ameaça*. Ainda não construímos o país dos nossos sonhos, mas sabemos o quanto avançamos e quanta luta e sacrifício foi preciso para chegar até onde chegamos. *A nossa escolha vai determinar se o Brasil vai continuar avançando ou se terá um retrocesso*. Vamos comparar o governo dos tucanos com o governo do PT. Quem fez mais para melhorar a vida dos brasileiros? Que governo criou mais empregos e oportunidades? Aumentou a renda do trabalhador e reduziu a pobreza? Investiu mais em educação e saúde? *Quem vai continuar protegendo o emprego e a renda do trabalhador? Vai ampliar e aprimorar as políticas sociais?* Converse com sua família, seus vizinhos e seus amigos. Mobilize sua rua, seu bairro, sua escola, seus companheiros de trabalho, para refletir sobre o que está em jogo nesta eleição. É preciso mostrar quais são os interesses representados pelos dois candidatos. Não há dúvida que Dilma é a garantia de manter o rumo que o povo brasileiro precisa. Conto mais uma vez com vocês para construirmos juntos uma grande vitória. Dia 26 de outubro, vote 13 (informação verbal, grifo nosso).³⁶⁹

Uma narrativa presente no HGPE que endossa o argumento de que os opositores não possuiriam vontade política para manter as conquistas sociais e econômicas do lulismo está relacionada à caracterização dos adversários como representantes de uma elite do Sul e Sudeste do país. O enquadramento de sentido proposto é representado na polarização nós (lulismo/povo) *versus* eles (PSDB/elite). Dois programas eleitorais, no segundo turno, foram expressivos dessa estratégia de desqualificação dos adversários: o primeiro (09/10) e o dedicado ao Nordeste (14/10).

No programa do dia 09 de outubro, o ensejo para representar essa polarização foi o comentário feito por Fernando Henrique Cardoso após o resultado do primeiro turno. Em entrevista³⁷⁰ aos blogueiros Josias de Souza e Mário Magalhães, do Portal UOL, o ex-presidente afirmou que

O PT está fincado nos menos informados, que coincide de ser os mais pobres. Não é porque são pobres que apoiam o PT, é porque são menos informados. [...]. Essa caminhada do PT dos centros urbanos para os grotões é um sinal preocupante do

³⁶⁸ HGPE, Dilma Rousseff, 17/10/2014.

³⁶⁹ HGPE, Dilma Rousseff, 17/10/2014.

³⁷⁰ Disponível em: <<http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/10/06/fhc-pt-cresceu-nos-grotoes-porque-tem-voto-dos-pobres-menos-informados.htm>>. Acesso em: 6 mai. 2016.

ponto de vista do PT porque é um sinal de perda de seiva ele estar apoiado em setores da sociedade que são, sobretudo, menos informado.

Fernando Henrique foi, portanto, acusado no programa eleitoral de Dilma Rousseff de classificar os eleitores da candidata petista de “ignorantes”. A resposta veio em forma de ataque ao projeto peessedebista, na qual o apresentador lista outras possíveis opções para o voto em Dilma:

Apresentador: Ele [Fernando Henrique] não leva em conta outras três hipóteses. A: a candidata Dilma foi a mais votada porque as pessoas sentem que mudaram de vida no seu governo. B: as pessoas lembram exatamente o que sofreram nas mãos do governo tucano. C: as duas alternativas estão corretas. Vamos ver alguns exemplos? (informação verbal, grifo nosso).³⁷¹

O comentário do ex-presidente assumiu ainda um componente regional, em virtude de ele afirmar que “[...] em São Paulo, quando o PSDB ganha, ele ganha porque tem apoio de pobre, não é porque tem apoio de rico. [...]. A falta de informação é responsabilidade do Estado, não da pessoa, é uma constatação. Geralmente é uma coincidência entre os mais pobres e os menos qualificados”.

Diante da insinuação de Fernando Henrique de que os pobres que votam no PT seriam desinformados e considerando que grande parte deles era residente na região Nordeste, a campanha de Dilma Rousseff produziu um programa específico para tratar das transformações produzidas pelo lulismo na região. É interessante destacar que a denúncia ao comentário do ex-presidente engendra uma estratégia que visa aumentar a vantagem de Dilma sobre Aécio Neves entre os eleitores nordestinos. Havia uma expectativa, na campanha petista, sobre quais seriam os impactos do apoio da família de Eduardo Campos no voto nordestino, em especial dos pernambucanos, no candidato do PSDB.

No programa de 14 de outubro, o desenvolvimento do Nordeste é apresentado como um exemplo de sucesso do lulismo. A narrativa destaca, portanto, o compromisso social que foi historicamente negado pelos grupos no poder e que os presidentes Lula e Dilma assumiram quando chegaram ao Executivo Federal.

Dilma: O Nordeste é um dos retratos mais fieis do Brasil que está nascendo. É a prova de que vontade e garra nunca faltaram pra (sic) o povo brasileiro. *O que faltava mesmo era oportunidade. Faltava apoio, faltava compromisso.* Foi isso que ajudamos a confirmar. E o Nordeste vem dando uma resposta espetacular. O show de desempenho dos nordestinos é tão grande que *muita gente no Brasil ainda não está informada de tudo que acontece por lá.* Você sabia que nos últimos anos o Nordeste cresceu o triplo da média nacional? E que foi lá em que a renda do brasileiro mais cresceu? É por isso que podemos dizer sem nenhum tipo de exagero

³⁷¹ HGPE, Dilma Rousseff, 09/10/2014.

que muito do desenvolvimento que nosso país conheceu nos últimos 12 anos veio da garra, do talento e da vontade de melhorar de vida do nordestino (informação verbal, grifo nosso).³⁷²

A caracterização do Nordeste como um *locus* de desenvolvimento se funda na apresentação de dados sobre os avanços da região, que é alçada à condição de importante contribuidora para o desenvolvimento do país. Essa discursividade propõe uma ruptura, de certo modo, com todo um repertório de representações que estigmatizaram o Nordeste como a região do atraso, da pobreza e da dependência.

O trecho acima já sugere o tom da crítica direcionada pessoalmente ao ex-presidente e estendida aos correligionários, entre eles Aécio, realizada pela própria candidata. Dilma Rousseff sugere implicitamente que Fernando Henrique seria “menos informado” quando o assunto é Nordeste, afinal “O show de desempenho dos nordestinos é tão grande que muita gente no Brasil ainda não está informada de tudo que acontece por lá” (informação verbal).³⁷³

Entre as ações de maior impacto realizadas pelo lulismo no Nordeste, o programa eleitoral destaca a transposição do Rio São Francisco. O discurso é de que essa obra não somente traria uma relevante mudança no cotidiano da população, mas também constituiria um profundo simbolismo, na medida em que contribuiria para romper com a representação do Nordeste como a região da seca.

Locutor off: O trabalho iniciado por Lula e ampliado por Dilma também está libertando o Nordeste das mais profundas marcas de sua história: a fome, a sede e a miséria. [...] Dilma também vem realizando o maior conjunto de obras hídricas da história do Nordeste. Como o Eixão e o Cinturão das águas no Ceará e a Adutora do Pajeú em Pernambuco. Mas *o principal dessas obras é o projeto de integração do Rio São Francisco*, a maior obra hídrica já realizada no Brasil. Ela atravessa Pernambuco, Ceará, Rio Grande do Norte e Paraíba e vai beneficiar 12 milhões de moradores do semiárido. [...] Há semanas, as águas do rio São Francisco começaram a percorrer os canais do projeto em direção às primeiras estações de bombeamento. *Lula e Dilma assistiram com muita emoção a esse momento histórico, que marca o início de uma nova etapa dessa grande obra* (informação verbal, grifo nosso).³⁷⁴

O significado simbólico da transposição do rio São Francisco é traduzido num diálogo entre Lula e Dilma. Os trechos do ex-presidente assumem o tom emotivo, e os da presidenta-candidata evidenciam o compromisso social do projeto político em curso.

Dilma: Eu me lembro *o quanto que gente sonhou* muito com esse dia.

Lula: E como sonhou Dilma.

³⁷² HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014.

³⁷³ HGPE, Dilma Rousseff, 14/10/2014

³⁷⁴ HGPE, Dilma Rousseff, 14/10/2014.

Lula (Loc. off): Até porque *essa é uma obra feita de coragem e determinação*. O Brasil nunca tinha feito nada parecido.

Lula: Teve problemas? Teve sim.

Lula (Loc. off): Mas eu não desisti, você não desistiu e hoje o resultado está aí. A obra está ficando pronta e tá (sic) mudando a vida de tanta gente. Que olha, *valeu qualquer sacrifício. Estamos começando a realizar o sonho de várias gerações de nordestinos que sempre sonharam em ver água chegando no sertão*.

Lula: Inclusive, desse cabra da peste aqui.

Dilma: Sem dúvida Lula, *todo esse esforço é pra isso mesmo. Pra mudar a vida das pessoas e é muito bom quando a gente vê quanta coisa já mudou aqui nessa região e vai continuar mudando ainda mais a partir de agora. O novo ciclo de desenvolvimento que o Brasil vai viver passa por aqui (informação verbal, grifo nosso)*.³⁷⁵

A interlocução com o comentário de Fernando Henrique vem logo após a exposição de dados sobre o crescimento da renda e a criação de empregos no Nordeste, permeada por relatos da população. A crítica é enunciada pela própria candidata:

Dilma: Depois do desenvolvimento dos últimos anos, *ter preconceito contra o Nordeste, contra o povo nordestino é coisa de quem não conhece o Brasil real. De quem não tem, nem nunca teve compromisso com o Brasil profundo*. O Nordeste de hoje é o avanço, o Nordeste de hoje é a semente do futuro. *Atraso é não reconhecer isso. Alguém que ainda cultiva esse tipo de pensamento merece de todos e de cada um dos brasileiros o mais forte repúdio*. Vamos aprofundar as mudanças. Esse é meu compromisso. Assim, *o Nordeste dos grotões e dos coronéis só vai existir nos livros de literatura e no preconceito de certas pessoas que escondem as alianças que sempre fizeram* (informação verbal, grifo nosso).³⁷⁶

Indiretamente, Dilma Rousseff responde ao comentário classificando o ex-presidente de preconceituoso; sugere que ele se orienta pelas velhas representações do Nordeste e denuncia sua falta de “compromisso com o Brasil profundo”. O arremate da crítica enquadra os opositores na condição de “hipócritas”, em virtude de terem feito alianças com lideranças tradicionais que perpetuavam a lógica do atraso na região (o PFL de Antonio Carlos Magalhães) e se portarem como representantes da modernidade na política. A presidenta-candidata reafirma ainda o seu compromisso de “aprofundar as mudanças” promovidas pelo lulismo.

A narrativa sobre o passado, a desqualificação dos opositores como representantes dos interesses das elites e o discurso do medo/segurança foram as estratégias centrais mobilizadas para confrontar o legado do lulismo com o legado peessedebista. Havia ainda um segmento do eleitorado que necessitava ser conquistado e que de certo modo se sentia atraído pelo discurso de Aécio sobre o aumento da inflação e a necessidade de “gastar menos com o Estado, para gastar mais com as pessoas”. Essa parcela da população poderia ser descrita como aqueles indivíduos que “acham que a vida melhorou, mas foi por esforço próprio”.

³⁷⁵ HGPE, Dilma Rousseff, 14/10/2014.

³⁷⁶ HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014.

Pesquisa realizada pelo Instituto Datapopular³⁷⁷ ainda no início de 2014 revelou que

[...] 67% dos brasileiros acreditam que a vida melhorou desde o último ano. Dos que acharam que a vida melhorou, 52% dos entrevistados avaliam que a melhora foi resultado do próprio esforço. Outros 31% colocam Deus e a Fé como responsáveis pela melhora, enquanto 13% citam a família. *O governo é responsável pela melhoria das condições de vida para apenas 2% dos entrevistados*, de acordo com o levantamento. A sorte (1%) e o patrão (1%) também são citados pelos entrevistados. (PORTAL IG, 2014, grifo nosso).

É relevante observar que mesmo com a publicidade governamental, partidária e eleitoral, o governo Dilma enfrentava dificuldades de fazer prevalecer a sua narrativa sobre o impacto de suas ações e políticas para a melhoria das condições de vida. A campanha petista atribuiu tal dificuldade à cobertura negativa que a mídia fez do governo Dilma. No HGPE, foi o ex-presidente Lula quem assumiu a função de criticar a mídia, em especial a imprensa, pela disseminação do ambiente de pessimismo que contagiou a população na reta final do primeiro mandato de Dilma. O líder petista usa seu espaço no HGPE também para defender a presidenta e suas realizações da cobertura realizada pela imprensa.

Lula: Meus amigos e minhas amigas, eu tenho certeza que você já tá (sic) surpreso com tanta coisa que a Dilma fez e você não sabia. Garanto que você vai ficar ainda mais. Esta campanha vai servir exatamente pra (sic) isso. *Pra (sic) você ver como certa imprensa gosta mais de fazer política do que informar bem. Como só consegue falar mal e é capaz de esconder obras fundamentais que estão transformando o Brasil.* É por isso que a gente diz que na minha primeira campanha a esperança venceu o medo. E nesta da Dilma, a verdade vai vencer a mentira. Dilma enfrentou uma tremenda crise mundial. Segurou o touro à unha e fez muita coisa. Muita mesmo. Avançou com os programas que eu deixei e fez muita coisa nova. Ela só conseguiu isso porque foi um governo de continuidade. Porque continuou e melhorou muita coisa que começamos juntos quando eu era presidente e ela era ministra. Dilma continuou a mudar o Brasil enfrentando as piores dificuldades que um presidente teve nos últimos tempos e *uma das piores campanhas negativas de certa imprensa que se transformou no principal partido de oposição.* Ela enfrentou e venceu tudo isso sem chiar, sem se queixar e sem se fazer de vítima. Por isso, ela está mais forte, mais madura e mais experiente. Por isso, eu lhe peço: não deixe a mudança parar. Não deixe o Brasil parar de mudar (informação verbal, grifo nosso).³⁷⁸

Tal percepção da cobertura midiática também foi endossada por João Santana. Para o marqueteiro da campanha,

Havia também, antes da campanha, *um bloqueio imenso à divulgação dos bons resultados do governo.* Então quando a campanha começou a mostrar, com razoável qualidade, o que vinha sendo feito, passaram a dizer que tudo era mentira, que era

³⁷⁷ Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2014-04-24/maioria-dos-brasileiros-acha-que-a-vida-melhorou-mas-foi-por-esforco-proprio.html>>. Acesso em: 7 mai. 2016.

³⁷⁸ HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014.

“mundo cor-de-rosa do marketing”. Foi uma reação emocional a *uma comunicação vigorosa que se impôs à voz hegemônica conservadora que ditava, sozinha, as versões políticas e governamentais para a nação*. [...]. Tentaram negar o vigoroso processo de ascensão social e que continuou no governo Dilma. E nós provamos o contrário. Tentaram negar que, não obstante a crise econômica interna e externa, o Brasil era um dos países que mais gerava emprego. [...]. Transformaram uma obra complexa e espetacular como a transposição do São Francisco em um falso fracasso. [...]. Tentaram boicotar e deturpar o Mais Médicos. Tentaram retirar o verdadeiro sentido do Bolsa Família e dos programas sociais. Quando nós começamos a desmontar essa teia, fomos acusados de mentirosos (MAKFLOUF DE CARVALHO, 2015, p. 223-224, grifo nosso).

A crítica de Santana à cobertura midiática traz ainda uma rica descrição do processo de construção da imagem de gestão no HGPE. O que o relato do marqueteiro evidencia é a eficácia da comunicação jornalística e cotidiana, face à comunicação publicitária e esporádica, em fazer valer sua visão sobre as condições sociais, políticas e econômicas do país. Somente quando a publicidade passa ao *status* de permanente, ainda que seja por tempo determinado, como durante as eleições, é que se torna possível fazer um contraponto à narrativa estruturada pela mídia. No caso da campanha de Dilma Rousseff, é possível afirmar que a imagem de gestão construída ao longo da disputa eleitoral foi eficaz. O que é comprovado pelas pesquisas de avaliação do governo que indicaram crescimento nos índices de aprovação. Numa série de pesquisas realizadas pelo Instituto Datafolha entre 19 de setembro e 24 de outubro, a aprovação do governo Dilma é crescente: 37% (19/09), 39% (01/10), 40% (16/10) 42% (22/10) e 44% (24/10).

Compreendendo que a cobertura midiática havia prejudicado uma percepção positiva do governo, a campanha petista buscou interlocução com o eleitor que considerava haver melhorado de vida em função de esforços próprios através de uma discursividade que articulou o binômio oportunidades e meritocracia.

O argumento central da campanha petista afirmava que era verdade que o eleitor havia “batalhado muito” para conseguir melhorar de vida, mas isso só foi possível porque havia um governo que atuava no sentido de garantir essas oportunidades. Essa ideia foi explorada com ênfase nos discursos de Lula e Dilma.

Lula: Meus amigos e minhas amigas, *que o brasileiro sempre foi um batalhador, todo mundo sabe. O que faltava era um governo que lhe desse a chance de realizar seus sonhos. Foi o que fizemos e continuamos fazendo*. Abrimos como nunca as portas da educação. Abrimos as portas que estavam fechadas há 500 anos. E aí surgiu um novo Brasil: onde casa própria, emprego, renda, carne na mesa, carro, viagem de avião e muito mais deixaram de ser um privilégio de poucos e se tornaram um direito de todos. *O fato é que, hoje, a vida dos brasileiros é muito melhor do que no tempo que era governado por aqueles que governavam para*

*poucos. E tem tudo pra continuar melhorando. É só seguir no caminho certo (informação verbal, grifo nosso).*³⁷⁹

Dilma: Ninguém mais do que você sabe o quanto foi preciso batalhar pra (sic) dar uma vida melhor para sua família. *Esta vitória não é de ninguém. É sua. Mas uma coisa é certa. Ninguém é uma ilha. Ninguém cresce nesta vida sozinho. Você cresceu porque o Brasil mudou, criou e ampliou oportunidades.* O Brasil combateu a pobreza, criou milhões de empregos, valorizou o salário mínimo e investiu em qualificação. *Para a vida mudar foi preciso governar olhando para as pessoas e não apenas para os números como faziam no passado.* Deixo aqui minha palavra, nós que lutamos tanto para garantir salários e empregos não vamos permitir que nada neste mundo, nem crise da inflação, nem pessimismo, nem falsas promessas tire de você o que você já conquistou. *O Brasil mudou pra (sic) você crescer.* É assim que vai continuar sendo enquanto eu tiver sua confiança para governar este país (informação verbal, grifo nosso).³⁸⁰

As inserções de Lula e Dilma cumprem a função de valorizar o lulismo como um tempo em que os gestores pensaram nas pessoas, se comprometeram em fazer algo pela economia do país que pudesse contribuir para a vida da população. O lulismo é caracterizado como um tempo em que se governou para a maioria e se criou amplas oportunidades, fazendo “crescer juntos o Brasil e o povo”.

O discurso das oportunidades se constituiu conveniente para uma estratégia de persuasão junto à classe média, segmento cujas pesquisas indicavam estar mais suscetível aos efeitos da cobertura midiática. Num trecho do HGPE, no segundo turno, a presidentacandidata narra um diálogo que havia tido com uma eleitora no qual esta última questiona Dilma Rousseff em virtude de seu governo “privilegiar os pobres em detrimento da classe média”,

Dilma: Uma coisa bonita na vida é a gente querer sempre mais. Eu sinto isso de uma maneira muito positiva quando converso com as pessoas. Entendo, até, quando algumas não percebem, com toda clareza, tudo o que mudou e está mudando, para melhor nas suas vidas. Há poucos dias, por exemplo, eu ouvi de uma mãe de família: *‘Dilma eu gosto muito de você, mas acho que seu governo fez muito mais pelos pobres do que por nós, da classe média’.* Aí, eu perguntei se ela tinha filhos na faculdade, e ela me disse que sim. Que tinha dois que estudavam pelo ProUni. Perguntei se ela, e o marido, estavam empregados. Ela disse que estavam. Se tinham conseguido, nos últimos anos, reformar a casinha, comprar eletrodomésticos. Ela disse que sim, com dificuldade, mas que sim. Perguntei se tinha carro. E ela me disse que tinham comprado, há pouco tempo, um carrinho usado, e estavam pagando. Perguntei: *‘Você não acha que tem participação do meu governo nisso tudo?’* E continuei: mesmo com toda crise mundial, nosso governo tem garantido o emprego de milhões de famílias como a sua. Tem ampliado o acesso à universidade, e, por isso, seus filhos estão lá. Tem oferecido milhões de vagas no Pronatec. Melhorou o acesso ao crédito. Ela começou a concordar com parte do que eu dizia. Mas me disse, e eu concordei com ela, que é preciso melhorar ainda mais a saúde e a segurança. E que os brasileiros precisam de empregos de mais qualidade. Eu relato esse diálogo para dizer que eu sinto, como todos vocês, que a vida do brasileiro pode e deve melhorar ainda mais. E que *a forma melhor de ter esperança é lembrar*

³⁷⁹ HGPE, Dilma Rousseff, 23/08/2014.

³⁸⁰ HGPE, Dilma Rousseff, 23/10/2014.

aonde a gente estava, e onde a gente chegou, e onde a gente pode chegar. Mais que nunca, é preciso não perder o rumo (informação verbal, grifo nosso).³⁸¹

O trecho transcrito acima evidencia que “as oportunidades” enunciadas pela campanha petista ultrapassam a dimensão da cidadania e acesso às políticas públicas. A aquisição de bens materiais seria uma forma de inferir as oportunidades promovidas pelo governo de Dilma Rousseff. Essa associação das oportunidades com o consumo já havia sido analisada por Miguel (2006) em artigo dedicado a analisar o discurso da campanha de Lula em 2002. Segundo o autor, o discurso de “oportunidades para todos” foi ganhando cada vez mais espaço ao longo das campanhas petistas desde 2002.

A “queixa” da eleitora — *“Dilma eu gosto muito de você, mas acho que seu governo fez muito mais pelos pobres do que por nós, da classe média”* — seria um indicativo dessa competitividade que depreende que promover direitos para um segmento social significaria imediatamente renegá-los a outro. Tal comentário ainda dá evidências de que há um discurso disseminado socialmente de que a estratégia conciliatória do lulismo, Brasil – um país de todos/as — estava ficando comprometida. Na iminência de um conflito distributivo dos recursos governamentais, o discurso das oportunidades tornava-se ainda mais necessário. Nesse sentido, o emprego assume centralidade nos discursos da presidenta-candidata, pois ele é o passaporte para que os indivíduos continuem a poder “buscar no mercado sua realização”. De acordo com Amaral e Ribeiro (2015), as baixas taxas de desemprego foram significativas para que a população relativizasse a responsabilidade do governo sobre a situação econômica do país.

O julgamento sobre o desempenho do governo esteve dissociado, no entanto, da avaliação sobre a situação econômica do país nos 12 meses anteriores à pesquisa: 46% dos eleitores avaliavam o governo como ótimo/bom, mas apenas um quarto considerava que a economia havia melhorado no último ano. Essa dissociação entre as avaliações retrospectivas do governo e da economia foi, portanto, decisiva para a reeleição de Dilma. À primeira vista, grande parte do eleitorado não responsabilizava o governo pelos problemas econômicos, então amplamente divulgados pelos meios de comunicação. Talvez uma das explicações resida no fato de que a deterioração econômica não afetava o indicador mais sensível para a grande maioria do eleitorado: as taxas de desemprego, então inferiores a 5%. Por outro lado, as estratégias de comunicação do governo e da candidata podem ter se mostrado eficientes na construção de um discurso que situava no cenário internacional as raízes das dificuldades, mostrando que o governo fazia o que era possível dentro de um contexto externo recessivo (p. 118).

A análise dos enquadramentos produzidos em torno do legado do lulismo, demarcando as ampliações realizadas por Dilma Rousseff, revela como a polarização

³⁸¹ HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014.

presente de oportunidades *versus* passado de escassez foi importante para a compor a imagem de gestão positiva do governo Dilma. Imagem esta que possibilitou a confiabilidade na promessa de futuro (ainda) melhor promovida pela campanha petista. Na seção a seguir, analiso a construção da imagem de Dilma Rousseff como a liderança política com mais habilidade para fazer o país atravessar a ponte para o futuro.

7.4 Reeleição e (re)conhecimento: a construção da imagem de Dilma Rousseff no HGPE nas eleições 2014

Dilma, coração valente/ **Força brasileira, garra desta gente/ Você nunca desviou o olhar do sofrimento do povo/** Por isso eu te quero outra vez / Por isso eu te quero de novo/ **Mulher de mãos limpas**, tô (sic) com você/ Mulher de mãos livres, tô (sic) com você/ **Mulher de mãos firmes**, vamos viver uma nova esperança/ Com muito mais futuro e muito mais mudanças/ Dilma, coração valente/ Nada nos segura pra seguir em frente/ O que tá bom vai continuar/ O que não tá a gente vai melhorar/ Coração Valente! (*Jingle* – Campanha Dilma Rousseff 2014).

Os versos acima transcritos fazem parte do *jingle* intitulado “Coração Valente”, produzido para a campanha eleitoral de Dilma Rousseff em 2014. Tomo essa música como síntese dos quadros de sentido acionados para construir a imagem pública da candidata à reeleição. Como argumentado anteriormente, a discursividade da campanha petista se estruturou sob dois argumentos: a) possuía o melhor projeto político de futuro e b) possuía a liderança política mais qualificada para conduzir o país em tempos de crise. Três elementos compuseram a imagem pública de Dilma em 2014: a) a (re)apresentação da presidenta como uma gestora sensível e qualificada; b) o “coração valente” enfatizando a trajetória biográfica de lutas da candidata; e c) a “mulher de mãos limpas” reafirmando o combate à corrupção como marca da atuação política.

A representação de Dilma Rousseff como uma gestora sensível e qualificada já havia sido acionada nas eleições 2010. No contexto eleitoral de 2014, essa marca discursiva assumia um *status* de comprovação, em virtude das realizações governamentais do primeiro mandato da presidenta-candidata. No HGPE, a imagem é delineada através de falas da própria candidata, do candidato a vice Michel Temer, do ex-presidente Lula, dos apresentadores e locutor *off*.

A gestora qualificada é exemplificada através da contribuição de Dilma Rousseff ao legado lulista. Ao longo de todos os programas são acionados verbos que caracterizam a participação do mandato da presidenta na ampliação do legado herdado de Lula: mudou,

umentou, construiu, ampliou. A síntese está na vinheta utilizada em meio as narrativas sobre as realizações do governo: “Dilma criou, avançou, e a mudança só começou”.

Já no programa inaugural do HGPE, 19 de agosto, o locutor *off* destaca ações que evidenciam o aprofundamento de políticas herdadas e a construção de novas políticas.

Locutor off: Dilma nunca desiste, por isso conseguiu fazer tanto em tão pouco tempo. No seu governo, 22 milhões de brasileiros saíram da miséria e 5 milhões e meio conseguiram um emprego.

Dilma também *ampliou os programas que herdou de Lula e criou ela própria programas inovadores*: o Pronatec, o Ciência sem Fronteiras, o Mais Médicos, entre outros. [...] Agora, Dilma está realizando um dos maiores conjuntos de obras de infraestrutura do mundo, o maior da nossa história, são portos, aeroportos, hidrelétricas, pontes, rodovias, ferrovias, projeto do Rio São Francisco, metrô, VLTs e BRTs, e muito mais (informação verbal, grifo nosso).³⁸²

Esse trecho do programa busca destacar as particularidades do governo de Dilma, especificando como a presidenta está conduzindo a gestão. Fica evidente a ênfase na dimensão do crescimento vinculado à infraestrutura, ou seja, são as grandes obras que dão o tom da marca de governo. A própria Dilma arremata o argumento ao afirmar que “[...] o Brasil vai passar por uma mudança muito forte, devido a todos esses investimentos, tanto no social como também na infraestrutura. Porque tem um tempo de maturação e tudo isso vai aparecer concretamente, melhorando do país e dos brasileiros” (informação verbal).³⁸³

Lula endossa a qualificação de Dilma como gestora. Argumenta que mesmo diante de desafios como a crise internacional, a capacidade de gestão da presidenta ficou patente. Afinal, se ela havia conseguido realizar tanto em tempos de crise, o que fará (faria) em tempos melhores.

Lula: [...] Mesmo (sic) com o mundo vivendo uma grave crise econômica a Dilma garantiu que isso não ia prejudicar os mais pobres, os trabalhadores, a classe média e os aposentados brasileiros. Em quatro anos, ela tirou 22 milhões de pessoas da miséria, gerou 5,6 milhões de empregos com carteira assinada. Enquanto no resto do mundo, dezenas de milhões ficaram desempregados. Uma mulher que em menos de 4 anos fez todas essas coisas, imagina o que ela vai fazer com quatro anos a mais (informação verbal).³⁸⁴

O legado de Dilma se configuraria, portanto, pela sua capacidade de consolidar as ações herdadas de Lula e ampliá-las.

Locutor off: Hoje, em todas as partes do Brasil, há mais empregos e desenvolvimento. Há mais crianças nas escolas e mais jovens nas universidades. E há muita obra de infraestrutura já pronta ou em andamento. Essa mudança, iniciada

³⁸² HGPE, Dilma Rousseff, 19/08/2014.

³⁸³ HGPE, Dilma Rousseff, 16/09/2014.

³⁸⁴ HGPE, Dilma Rousseff, 24/10/2014.

por Lula e ampliada por Dilma, vem transformando para melhor todas as regiões do país [...] (informação verbal).³⁸⁵

Num dos últimos programas do primeiro turno é apresentada uma síntese desse legado construído pela presidenta-candidata em seu primeiro mandato.

Locutor off: Em menos de quatro anos de governo, Dilma tirou 22 milhões de pessoas da miséria. O Brasil saiu do mapa da fome das Nações Unidas. 5 milhões e 600 mil brasileiros conquistaram um emprego com carteira assinada e o desemprego atingiu os níveis mais baixos da história. Dilma fez mais: ela criou o Pronatec, o maior programa de qualificação profissional da nossa história; o Ciência Sem Fronteiras, que levou milhares de jovens para estudar no exterior; e o Mais Médicos, que já beneficia 50 milhões de brasileiros. Dilma também fez do Minha Casa, Minha Vida o maior projeto habitacional que o Brasil já teve. E vem realizando o maior conjunto de obras da nossa história recente. Tudo isso vai continuar e será ampliado por Dilma. Serão mais três milhões de moradias do Minha Casa, Minha Vida. Mais 12 milhões de matrículas no Pronatec. Mais obras de mobilidade nas nossas principais cidades. E muito mais (informação verbal).³⁸⁶

A narrativa acima segue o mesmo argumento apresentado por Lula. Ambos compõem a estratégia de produção de uma imagem de gestão positiva. O quadro de sentido que se busca consolidar era de que Dilma seria a candidata mais qualificada e experiente para conseguir realizar a mudança desejada para o futuro.

Esse discurso se constitui no mote para a justificativa da necessidade de um segundo mandato de Dilma. A presidenta fala que as ações têm “um tempo de maturação”, que no primeiro mandato se planta para colher no segundo, “[...] você plantou, o que você vai colher no segundo mandato. E tem mais coisas pra plantar” (informação verbal).³⁸⁷

Lula, por sua vez, reforça o argumento de que Dilma está fazendo uma grande gestão, a despeito de todo cenário internacional adverso. Na fala o presidente evidencia novamente uma informação que já foi apresentada pelo locutor *off* e pela própria Dilma: mesmo na crise o Brasil gerou mais empregos e não cortou salários. A ideia apresentada é de que o pior já passou e que a presidenta está com ainda mais disposição para dar continuidade ao que iniciou. Nesse ponto, Lula argumenta de maneira pedagógica, tomando o seu caso como exemplo, a função da reeleição no contexto político brasileiro.

Lula: O meu segundo mandato foi melhor do que o primeiro. Com Dilma tenho certeza que vai ser assim também. No meu segundo mandato, eu tive mais segurança, mais experiência e mais apoio para acelerar projetos que estavam em andamento e pra (sic) lançar muita coisa nova. A Dilma tá (sic) vencendo a pior crise da economia mundial, sem diminuir o emprego, sem cortar salário, nem interromper projetos e lançou muita coisa nova. Agora a Dilma tá (sic) com muito gás, muita energia e muita ideia de futuro para tocar o Brasil pra frente. Eu pergunto

³⁸⁵ HGPE, Dilma Rousseff, 14/10/2014.

³⁸⁶ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

³⁸⁷ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

a você: - já imaginou o prejuízo que o país teria sofrido se eu não tivesse um segundo mandato? Se outro qualquer tivesse chegado querendo inventar a roda e parado quase tudo? Eu sei que naquela época, teve gente que votou de novo em mim sem estar 100% satisfeito, mas tenho convicção que ninguém se arrependeu por ter me dado o voto de novo. Ao contrário, porque fiz um segundo governo muito melhor que o primeiro. Por isso que quero falar especialmente pra você, que está em dúvida se deve votar ou não na Dilma, eu lhe peço: - vote sem nenhum receio. Fique certo que você não vai se arrepender (informação verbal).³⁸⁸

Como em outras participações de Lula no HGPE, o trecho acima escorre para um tom emotivo; há um apelo para que o seu legado não seja “jogado fora”. O ex-presidente usa seu capital político e empatia com o eleitor para afiançar o segundo mandato de Dilma. Aqui fica evidente a condição de liderança representativa do ciclo político da qual Lula goza. Apesar da construção de uma imagem autônoma da presidenta, o ex-presidente continua a ser o agente que encarna o capital político capaz de mobilizar o apoio do eleitor: “*Você, que está em dúvida se deve votar ou não na Dilma, eu lhe peço: - vote sem nenhum receio. Fique certo que você não vai se arrepender*”. Como em 2010, a imagem de Lula é utilizada com vistas a legitimar e avalizar a candidatura de Dilma.

Lula continua sendo, portanto, não somente o fundador simbólico, mas também o detentor do capital político e eleitoral. Dilma representa os avanços do lulismo. O HGPE serve como veículo para apresentar essa informação e disseminar o reconhecimento da população sobre a contribuição da presidenta. Entretanto, a identificação com a base eleitoral do lulismo ainda se faz através dos discursos de Lula. Panke e Castro (2015), ao analisar a participação de Lula na campanha eleitoral de 2014, encontraram dados que reforçam a interpretação sobre o peso definidor do ex-presidente como afiançador da candidata.

O ex-presidente aparece em 21 dos programas, ora discursando em estúdio, ora em comícios em favor da campanha petista. As aparições vão desde 30 segundos em dois dos programas, até um minuto e meio em programas do começo da campanha. Em geral, *Lula aparece para enaltecer qualidades de Dilma, comparar características dela e dele, mas também para criticar adversários e realizar discursos com alta carga emocional* (p. 11, grifo nosso).

O “olhar sensível” na definição das políticas públicas é uma marca simbólica do lulismo, pois este seria um ciclo político em que se governou “olhando para as pessoas, não para os números”.

Dilma: Todas as nossas políticas têm o objetivo de gerar mais empregos, reduzir a desigualdade social e criar mais empregos. E *criar mais oportunidades para que as pessoas cresçam na vida* (informação verbal, grifo nosso).³⁸⁹

³⁸⁸ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

³⁸⁹ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

Apresentadora: Tudo isso só Dilma garante. Porque para ela, assim como para Lula, *o Brasil só cresce quando toda a sua população cresce junto* (informação verbal, grifo nosso).³⁹⁰

Uma síntese da continuidade do “olhar sensível” na gestão foi apresentada num *jingle*, o qual enfatiza a sequencialidade das ações dos governos Lula e Dilma.

Houve um tempo em que o povo não tinha vez/ mas isso acabou quando Lula chegou lá/ Dilma veio depois e por usa vez / também fez a nossa vida melhorar.
Lula reduziu a fome. Dilma a miséria / E tudo começou a clarear / O Bolsa Família chegou e Dilma ampliou / E a gente saiu do lugar.
Não deixe a mudança parar / não deixe parar de mudar / Não deixe a mudança parar; não deixe parar de mudar.
Eu tô (sic) com Dilma.

Marcada por uma linguagem infantil, ao passo que a música é cantada emerge na tela um desenho animado. Inicialmente aparece uma porta trancada com um cadeado; em seguida surge a chave que abre a porta e revela uma luz. De dentro da porta aparece a imagem de Dilma com a faixa presidencial, no Palácio do Planalto, acenando para pessoas que comemoram. Depois disso aparece um prato sendo preenchido com comida. Uma família sertaneja em migração, os traços de pobreza extrema (descalços, estrada de terra batida) são substituídos por traços de cidadania (luz elétrica, todos calçados). Ao final, uma articulação de quadros que sugerem as mudanças sociais no Brasil que beneficiaram a população. No centro, um quadro com o nome da candidata.

Figura 31 – Imagens Jingle “Eu tô com Dilma” (cont.)



³⁹⁰ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.



Fonte: HGPE, DILMA ROUSSEFF, 18/09/2014 (Arquivo Pessoal).

Dilma é reconhecida desde a campanha de 2010 como uma gestora que realiza “um planejamento meticuloso, sempre enxergando o conjunto das coisas”. Em 2014, a sua dimensão gerencial foi enfatizada pelo sentido e orientação que a motivava. A presidenta, sendo a representante maior do povo e da nação, mais do que uma gestora qualificada necessitava, em alguma medida, demonstrar sua empatia e identificação com a população.

Para tanto o HGPE apresenta depoimentos da própria candidata que afirmam como um dos principais incentivos à ação política a satisfação de perceber como a (sua) atuação governamental opera concretamente na melhoria de vida das pessoas.

Dilma Rousseff: Duas coisas pra mim são comoventes: a formatura do Pronatec, quando um dos formandos representa a turma, e a outra é a casa, do Minha casa, Minha vida, que eu vou entregar a chave, tem a mãe com a menininha dizendo pra mim “eu vou ter um quarto com uma cama só minha”, que era um valor pra menininha imenso. É a hora que você fala assim: - vale a pena. *Vale a pena ser presidente, passar por todos os desafios. Porque aí você tem um retorno concreto, que não é... não é teórico, não é imaginário, não. É a pessoa física, olho no olho, que ocê (sic) vê que melhorou de vida* (informação verbal, grifo nosso).³⁹¹

Dilma: Quando eu vejo uma obra deste tamanho não é o seu grande porte o que mais me impressiona, nem o que mais me alegra.

Dilma (loc. off): É, sim, *o tamanho do benefício que ela vai causar na vida das pessoas.* Esta obra vai trazer logo, logo luz elétrica para milhões de brasileiros em todo país. *Isso é o que mais importa* (informação verbal, grifo nosso).³⁹²

Tal caracterização também é reforçada por apoiadores como Chico Buarque: “Eu voto na Dilma porque a respeito, a admiro e porque confio nela. Eu confio sobretudo na sua sensibilidade, no seu compromisso com os mais pobres. Eu voto nela porque com ela eu tenho a certeza de que os programas de inclusão social serão mantidos, aprimorados, aprofundados” (informação verbal).³⁹³

³⁹¹ HGPE, Dilma Rousseff, 19/08/2014.

³⁹² HGPE, Dilma Rousseff, 21/08/2014.

³⁹³ Chico Buarque no HGPE de Dilma Rousseff em 18/10/2014.

A qualificação de si como uma gestora sensível à transformação da vida das pessoas também se traveste, ainda, em alguns programas eleitorais, de uma crítica ao opositor, que representaria um projeto avesso às conquistas sociais do lulismo.

Apresentador: O Brasil atingiu um marco histórico na última terça-feira. A FAO, o órgão da ONU que trata da nutrição no mundo, tirou o nosso país do mapa da fome.

Dilma: *Durante séculos, o Brasil fingiu que a fome e a miséria não existiam. Elas estavam aí, a vista de todos, mas eram invisíveis para os governos que só se preocupavam em agradar os poderosos.* Foi o presidente Lula quem colocou a fome e a miséria na agenda política do país. Ele criou o Bolsa Família e arrisco a dizer que, desde a criação do salário mínimo, em 1940, nenhuma outra medida mudou a vida de tanta gente no Brasil. Com a implantação do Brasil sem Miséria em 2011 ampliamos e aceleramos as ações de combate à fome e à pobreza extrema. E o resultado está aí: 22 milhões de pessoas que saíram da miséria só no meu governo. *O que mais me alegra nisso tudo é que, hoje, o Brasil tem a primeira geração de crianças que está nascendo e crescendo livre da miséria e da fome.* Sei que ainda há muito a fazer para termos o Brasil com que todos nós sonhamos, mas o fato é que estamos no caminho certo (informação verbal, grifo nosso).³⁹⁴

Dilma: [...] *é muito difícil não se indignar quando meu adversário fala em medidas impopulares.* Hora, se são impopulares é porque são contra o povo. *E eu tenho um lado muito claro. O lado do povo* (informação verbal, grifo nosso).³⁹⁵

Ao lado da gestora sensível e qualificada emerge também a imagem da “Dilma, coração valente”. Retirando seus elementos centrais da trajetória biográfica da presidentacandidata, tal imagem busca reforçar as capacidades de persistência, resiliência e coragem que fariam dela a melhor liderança política para conduzir o Brasil em meio aos desafios que se apresentam.

Michel Temer: Estive com a presidenta Dilma em todos os momentos do seu governo. Isto me deu a oportunidade de conhecer uma grande líder e uma grande mulher. *Nunca a vi fraquejar.* Nunca vi trair seus compromissos profundos com o povo brasileiro. *A presidente é deste tipo de pessoa que não apenas sabe enfrentar e vencer desafios, como cresce com as dificuldades.* Foi por estas e por outras razões que o Brasil enfrentou e está vencendo a grave crise econômica internacional (informação verbal, grifo nosso).³⁹⁶

Locutor (off): O Brasil conhece esta mulher. Sabe da sua seriedade, da sua firmeza, da sua honestidade. O Brasil sabe da competência como ela atravessou a maior crise da economia internacional. E impediu que esta crise afetasse gravemente o nosso país. O Brasil sabe que ela está cada vez mais experiente, e tem muito ainda por fazer, por todos nós. Vai em frente Dilma, este trabalho não pode parar (informação verbal, grifo nosso).³⁹⁷

Já no primeiro programa do HGPE, a Dilma, coração valente é apresentada aos eleitores. A noção de uma mulher batalhadora é acionada no discurso da própria presidenta quando esta entra em cena. Há uma clara valorização da luta para a superação das

³⁹⁴ HGPE, Dilma Rousseff, 18/09/2014.

³⁹⁵ HGPE, Dilma Rousseff, 13/10/2014.

³⁹⁶ HGPE, Dilma Rousseff, 23/08/2014.

³⁹⁷ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

dificuldades: “Você não pode se abater por uma dificuldade. Todo dia você tem que matar um leão, e de uma certa forma subir e descer o Everest. Todo dia!” (informação verbal).³⁹⁸ O “peso” da função de presidenta é sintetizado na metáfora da escalada ao Monte Everest.

No programa de 23 de agosto, Dilma dimensiona a magnitude da responsabilidade de gerir o país. A candidata petista se apresenta como uma mulher forte e lutadora, que enfrenta os desafios impostos à função.

Dilma (loc. off): Presidente tem que estar sempre bem-disposto. *Você não pode fraquejar, porque muita coisa depende de você.* Estar ali, acompanhando, cobrando, tomando decisões importantes pro (sic) e pra (sic) vidas das pessoas. É bem comum eu trabalhar até mais tarde. Levar documentos pra (sic) ler e analisar no (Sic) Alvorada. Tem também muita viagem, muito compromisso pelo Brasil todo.

Dilma: Dá pra (sic) dizer que *é uma rotina pesada*, mas brasileiro dá duro no batente, trabalha bastante, acorda cedo e dorme tarde (informação verbal, grifo nosso).³⁹⁹

A imagem síntese do “coração valente” é uma fotografia de Dilma Rousseff que comporia uma suposta ficha do período da ditadura militar.

Figura 32 – Imagem “Coração Valente” – Campanha Dilma Rousseff em 2014



Fonte: Página Dilma, coração valente. (Facebook).

A Dilma “guerrilheira” havia sido “escondida” na campanha eleitoral de 2010. Houve inclusive um incidente em que a Folha de São Paulo divulgou uma ficha contendo “os crimes cometidos” pela então candidata na ditadura militar brasileira. Posteriormente, a ficha foi declarada falsa. Os usos da imagem, em 2010, se concentravam entre militantes do PT e outros grupos de esquerda e não tinham repercussão na campanha oficial. Em 2014, a trajetória de luta contra o regime autoritário passou a ser exaltada nas peças publicitárias oficiais da campanha.

³⁹⁸ HGPE, Dilma Rousseff, 19/08/2014.

³⁹⁹ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

Inicialmente a imagem foi mobilizada com vistas a produzir uma identificação entre a candidata petista e os jovens que foram às ruas nas manifestações em junho de 2013. De acordo com Trevisol e Perin (2015),

Observa-se, também, que o passado de Dilma Rousseff, que remete ao fato da militância política, constituiu-se como ponto interessante para a equipe de publicitários trabalharem na campanha. Esses fatores, em vez de ocultados, foram expostos a favor da candidata – colocando-a como mulher de garra e forte, que luta a favor do povo brasileiro. A definição enfatizada em todos os programas foi ‘Dilma, coração valente’. A inversão positiva do passado de Dilma Rousseff configurou-se como uma estratégia eleitoral de construção de uma imagem positiva (p. 11).

Essa estratégia ficou evidente numa inserção gravada em 07 de setembro, na qual a presidenta-candidata recebeu no Palácio da Alvorada lideranças dos movimentos de juventude. O diálogo entre Dilma e os jovens gira em torno da importância da mobilização política para a transformação do país.

Pablo Capilé (Fora do Eixo): Quando chega em junho de 2013, aquela explosão não era despolitizada. Não era uma explosão de negação da política.

Virgínia Barros (Presidenta da UNE): A juventude tem mostrado que a gente tem opinião sobre as questões do país e que a gente quer participar das decisões políticas.

Dilma: Tem um nível de crença que a gente tem na juventude, que é uma coisa que justifica você estar no mundo, sabe como é que é? Eu justifico a minha presença no mundo pelo que eu acredito. Eu achava que a revolução socialista dependia de eu militar 24 horas por dia. E se eu parasse de militar 24 horas por dia (rindo) a revolução socialista não saía. (Rindo) Você chegava, levantava de manhã e falava: eu sou um revolucionário. Eu acho que tem um pouco disso nas manifestações de junho, por isso eu acho elas tão interessantes.

Virgínia Barros (Presidenta da UNE): Sua figura inspira a juventude, quando a gente vê aquela fotografia da senhora dando depoimento pra ditadura. Aquilo é um coração valente, aquilo é o símbolo e é o coração com o qual a gente se identifica.

Dilma: Nós temos que ter capacidade de lutar. Se você tem capacidade de lutar pelo que você acredita, uma parte do caminho está feito. Depende de você, depende de você (aponta para os jovens), depende de cada um de nós mudar esse país (informação verbal).⁴⁰⁰

A fotografia mencionada pela jovem foi bastante explorada entre os militantes de esquerda. Nela os militares que estão obtendo o depoimento tapam os rostos para não serem identificados, enquanto Dilma permanece com a cabeça levantada.

⁴⁰⁰ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

Figura 33 – Fotografia Dilma Rousseff em depoimento na Ditadura Militar



Fonte: DILMA ROUSSEFF, 07/09/2014 (Arquivo Pessoal).

Servindo de testemunho histórico, a fotografia corrobora os discursos que associam à presidenta-candidata qualificações como convicção, altivez, coragem, atributos com os quais se identificariam todos aqueles “que lutam para mudar o país”.

No segundo turno, o passado de luta contra a ditadura assume a significância da militância política de esquerda. O acirramento da disputa eleitoral avivou cores ideológicas à polarização. O embate entre os projetos políticos foi traduzido como um embate entre biografias, como evidencia o discurso de Lula.

Lula (Discurso em evento): Que o Aécio seja candidato dos banqueiros, ótimo. Mas a Dilma é a candidata do povo brasileiro. Nós aprendemos a andar de cabeça erguida e não vai ser nenhum banqueiro, brasileiro ou estrangeiro, que vai dizer quem é bom pra (sic) gente votar, que vai dizer em quem o Brasil tem que votar. Eles têm que saber que o povo brasileiro não é gado que anda tangido. Nós somos seres humanos que pensamos, enxergamos, falamos e tomamos decisão. Quem é essa Dilma? *Essa moça que foi presa aos 20 anos, porque queria a democracia nesse país.* Aonde estava o Aécio quando a Dilma estava presa lutando pela democracia? O comportamento dele não é o comportamento de um candidato, de alguém que tem responsabilidade. É o comportamento de um filhinho de papai! (informação verbal, grifo nosso).⁴⁰¹

A imagem Coração Valente ganhou ainda expressividade num *jingle* produzido por artistas que apoiavam a campanha petista. Veiculada nos últimos programas do segundo turno, quando a presidenta-candidata já aparecia à frente nas pesquisas, a música reproduz o embate de biografias. De um lado, aciona as representações da mulher de luta e corajosa para caracterizar Dilma, e, de outro, o conservadorismo e “ódio”, representados na proposta da redução da maioria penal, para identificar Aécio Neves.

O povo presente com o coração valente. O novo Brasil, o novo amanhecer. O que a gente quer, Dilma presidente. É o melhor pro Brasil, pra mim e pra você. O que a gente quer, Dilma novamente. Corações valentes, somos milhões, novas ideias,

⁴⁰¹ HGPE, Dilma Rousseff, 20/10/2014.

novas missões. Caminhamos por mapas que não pisaremos mais. Erradicamos a fome e a miséria ficou pra trás. Aeroportos clandestinos, presídios, vamos pensar, redução da maioria para nos exterminar. Não adianta chorar, *o amor venceu o ódio e o povo é quem vai brilhar*. Mulher, mulher, o que a gente quer, Dilma novamente. Mulher que vai cuidar da gente. *Alma guerreira coração valente*. Por isso nossa estrela vai brilhar. E o Brasil vai ganhar.

A representação de Dilma como uma “mulher de luta e coragem”, mobilizada em 2010, é atualizada em 2014 através da imagem “Dilma, coração valente”, a qual representa a presidenta-candidata como uma mulher que enfrentou muitas lutas ao longo de sua vida, mas que nunca teria se desvinculado das lutas pela defesa do Brasil. Com uma trilha sonora orquestral, num tom emocional que sugere desenvolvimento, o trecho abaixo é narrado pela candidata em voz *off*, ao passo que emergem na tela imagens de Dilma abraçando eleitores, num carro com Lula e multidão ao redor. O texto é apresentado como um testemunho de compromisso da candidata com a nação.

Dilma Rousseff (loc. off): Lutei contra a ditadura, venci a tortura, venci o câncer. O meu amor à vida, os meus ideais, minhas paixões, a minha obsessão pelo sonho e o meu vício de esperança me ajudaram a vencer todas as dificuldades. Agora, o que me leva adiante é minha paixão pelo Brasil e pelo povo brasileiro. Dou minha alma ao Brasil (informação verbal).⁴⁰²

A imagem de *coração valente* tem relação direta com a outra representação mobilizada para definir a imagem pública de Dilma, em 2014: *mulher de mãos limpas*. Como afirmam Trevisol e Perin (2015),

[...] por essa imagem valente ela poderá enfrentar os problemas históricos do Brasil como a corrupção. A produção dessa imagem pretende aliviar a relação entre a Presidente e a corrupção, em outras palavras, que pode haver corrupção no sistema político, mas que a presidente não compactua (p. 8).

No programa eleitoral de 23 de agosto, a *mulher de mãos limpas* será evidenciada para reforçar no imaginário a percepção de Dilma Rousseff como uma mulher corajosa e comprometida com a transformação da gestão pública. O compromisso com os valores republicanos e com o interesse público são apresentados no HGPE como uma característica pessoal de Dilma, tanto que isso se expressaria, inclusive, na relação com o neto. O respeito à separação entre público e privado fariam parte dos ensinamentos da avó-presidenta.

Dilma Rousseff: Quando meu neto está aqui, a rotina fica mais normal. Fica mais o cotidiano de uma avó com a filha e a criança. Ele gosta de correr aqui, de subir a escadaria, subir e descer a escadaria umas 300 vezes, o que detona qualquer avó. Ele tem verdadeira paixão por essas duas bolinhas. Então, *tem que dizer pra (sic) ele,*

⁴⁰² HGPE, Dilma Rousseff, 24/10/2014.

*explicar pra (Sic) ele, que isso não é da avó. Isso aqui é patrimônio do povo brasileiro. Por quem ele tem uma verdadeira, ele tem uma mistura de respeito e um certo receio. E tem hora que ele acha que o povo brasileiro compete com ele (informação verbal).*⁴⁰³

Há, inicialmente, no HGPE, como se pode ver, uma valorização da liderança pessoal de Dilma Rousseff como uma pessoa que ao longo de sua vida profissional na gestão pública não esteve, em momento algum, implicada em atos ilícitos. Entretanto, com o desdobramento da disputa eleitoral, o tema da corrupção se constituiu no “calcanhar de Aquiles” de Dilma Rousseff nas eleições 2014. Segundo Panke e Castro (2015), a corrupção tema foi um significativamente presente no HGPE em 2014, ao contrário de 2010 em que o tema foi pouco mencionado.

[...] Corrupção foi [uma das] mais utilizada por Dilma Rousseff no HGPE de televisão, com 6,7% do tempo total. O tema apareceu em 11 programas, sendo quatro delas esparsas no meio da campanha, e as outras sete concentradas nos últimos sete programas [do primeiro turno], o que também permite considerar a hipótese de ser uma estratégia da campanha da petista falar sobre o assunto naquele momento. Isso porque o tema foi bastante abordado por outras campanhas, quase sempre em ataques ao governo, o que pode ter gerado uma necessidade de abordar o assunto sob outro viés. As menções ao tema variam entre 27 segundos e quase oito minutos por programa, e abordam ações já realizadas pelo governo para combater a corrupção, e promessas de novas estratégias para punir crimes relacionados à corrupção, como enriquecimento ilícito (p. 12).

Como evidenciado, a imagem de gestora da presidenta esteve diretamente associada ao combate à corrupção, em especial no episódio ocorrido no primeiro ano do mandato, designado pela mídia de “faxina ética”. A emergência do escândalo de corrupção na Petrobrás produziu ruídos da imagem de Dilma Rousseff. Como ela não saberia dos malfeitos? Afinal, foi Presidente do Conselho de Administração da Petrobrás, ao longo do mandato de Lula, e nos últimos quatro anos esteve na condição de Presidenta da República.

A recorrência da temática corrupção nas recentes eleições presidenciais, assim como na cobertura midiática sobre a política, me leva a concordar com Grün (2011), que afirma existir um “campo do escândalo”. Nas palavras do autor,

[este campo] que não produz somente um escândalo, mas que é uma verdadeira fábrica de escândalos, que engendra permanentemente a forma escândalo como criador de agendas, meio de expressão e ação social e também como artefato de alavancagem de indivíduos e grupos em diversos espaços sociais (p. 156).

Grün (2011) destaca que quanto maior o desdobramento de um escândalo mais haverá disputa entre os agentes que querem ser beneficiários de sua descoberta e do capital

⁴⁰³ HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

simbólico resultante de sua investigação. Nesse sentido, “[...] é fácil notar que os membros do Ministério Público competem com jornalistas e políticos na paternidade e no “protagonismo” associado aos eventos” (p. 157).

O escândalo que resultou na Operação Lava Jato iniciou por uma investigação relacionada ao doleiro Alberto Yousseff. Ao se aprofundar as averiguações, foram descobertos pagamentos para Paulo Roberto Costa, ex-diretor da Petrobrás. Ao ser incluso nas investigações da Polícia Federal, o ex-diretor da estatal afirmou a existência, ao longo dos mandatos de Lula e no início do governo Dilma (2011-2012), de um esquema de pagamento de propina por empresas que realizavam contratos com a estatal. Tais pagamentos eram repassados pelo doleiro Yousseff a partidos e políticos.

A repercussão da Lava Jato nas eleições foi promovida pelas candidaturas de oposição. Tanto Aécio Neves quanto Marina Silva fizeram duras críticas à Dilma Rousseff pelos impactos e prejuízos que o esquema de propina estava proporcionando à Petrobras. Os ataques dos adversários buscavam desmontar a imagem de liderança ética que havia se consolidado para a presidenta, assim como associá-la à marca de corrupção que estava impregnada no Partido dos Trabalhadores (PT). Tal estratégia oposicionista tinha por público os eleitores identificados com o antipetismo, sobretudo em sua faceta crítica dos esquemas de corrupção.

As primeiras nuances do antipetismo emergiram em meio à campanha para reeleição de Lula, em 2006, e foram capitalizadas, em especial, por Heloísa Helena (PSOL). Naquele momento, a campanha psolista angariou os votos de uma parcela da classe média que estava “desencantada” com o PT por conta do escândalo do mensalão. A candidata Heloísa Helena assumiu, em determinados momentos, um discurso agressivo, cuja crítica fundante enfatizava que o PT havia sucumbido ao *modus operandi* do sistema político brasileiro: a corrupção.

Em 2010, as tentativas de vincular Dilma aos “malfeitos” de Erenice Guerra, Ministra-Chefe da Casa Civil e ex-assessora da candidata, surtiram efeito no primeiro turno, mas foram suprimidas no segundo turno em razão do apelo à continuidade. Em 2014, o antipetismo estava fortalecido pelas manifestações de junho de 2013. Como apontado anteriormente, os dados coletados pelos institutos de pesquisa sinalizavam que parte dos manifestantes se identificavam ideologicamente com o centro e a direita⁴⁰⁴. No contexto eleitoral de 2014, estava consolidado um eleitor antipetista que tinha como discurso público o

⁴⁰⁴ Ver Singer (2013)

repúdio à corrupção, fruto do “aparelhamento do Estado em benefício do Partido dos Trabalhadores”.

Na função de presidenta da República, Dilma Rousseff assumia uma condição de “teto de vidro”, ou seja, alguém a quem se poderia atribuir a responsabilidade pelos malfeitos ou omissões da gestão. A priori a posição da candidata petista na disputa eleitoral sugeriria vulnerabilidade, entretanto, “[...] uma vez entrados no tabuleiro político, esses fenômenos [escândalos] ganham características multidimensionais cujo controle é praticamente impossível” (GRÜN, 2011, p. 158).

Foi compreendendo que no contexto da disputa política as narrativas estão em disputa, que a campanha de Dilma traçou as estratégias de enfrentamento às acusações. As ações da campanha petista se estruturaram numa perspectiva de contra-ataque em duas frentes: a) crítica ao projeto peessedebista, evidenciando a ausência de ações no âmbito do combate à corrupção e sugerindo conivência com os malfeitos; e b) ataque pessoal ao candidato Aécio Neves, questionando suas ações quando gestor e colocando em xeque sua legitimidade para discutir o enfrentamento à corrupção.

No primeiro turno, prevaleceu a estratégia de criticar os projetos dos opositores e apresentar as ações concretas realizadas por Dilma Rousseff no combate à corrupção, reatualizando a imagem de gestão. O compromisso com o aprimoramento dos processos de fiscalização na gestão pública seria uma marca da trajetória de Dilma, que se associou ao projeto político do lulismo.

Dilma: Um tema me causa muita revolta e imensa repulsa: a corrupção. Eu sei que isso sentem também todos os brasileiros e brasileiras sérios e honestos. *Ao longo da minha vida, ninguém nunca me viu envolvida em qualquer ação desonesta. Sempre tive tolerância zero com a corrupção. E é assim que tenho agido no meu governo.* Desde o primeiro dia, assumi a postura de não varrer nada para baixo do tapete. Muito pelo contrário. *Ampliei um esforço que já vínhamos fazendo desde o governo Lula, fortalecendo a Polícia Federal e todos os órgãos de controle e fiscalização. Respeitamos a autonomia da Procuradoria das República, sempre nomeando, como procurador-geral, o primeiro nome da lista enviada pelo Ministério Público.* Demos status de ministério à Controladoria-Geral da União. Criamos o Portal da transparência e a Comissão de Combate à Lavagem de Dinheiro. Aprovamos a Lei da Ficha Limpa e a Lei de Acesso à Informação. Ou seja, *estamos combatendo a corrupção não com palavras vazias, como tantos outros, mas com medidas concretas.* Em um ambiente eleitoral como o que estamos vivendo agora, alguns candidatos tentam passar a ideia de que acabar com a corrupção depende apenas da vontade de um super-homem ou de uma supermulher que estejam acima do bem e do mal. A experiência prova que isso nunca dá certo, em nenhum país do mundo (informação verbal, grifo nosso).⁴⁰⁵

⁴⁰⁵ HGPE, Dilma Rousseff, 09/09/2014.

O combate à corrupção como legado do lulismo é apresentado através de dados numéricos de investimentos na área, o número de operações, entre outros.

Locutor off: Nos governos Lula e Dilma, a polícia Federal realizou 2236 operações e prendeu 2.381 servidores públicos. O COAF, o Conselho de Controle de Atividades Financeiras, bloqueou, entre 2011 e 2013, 1 bilhão e 48 milhões de reais relacionados à lavagem de dinheiro. E, graças à ação da Controladoria-Geral da União, 4797 servidores federais foram expulsos por algum tipo de irregularidade (informação verbal).⁴⁰⁶

Nas palavras da candidata, o projeto político do lulismo tem atuado para romper com uma cultura política do “jeitinho” e da impunidade que haveria entre nós.

Dilma: Adotamos critérios republicanos para indicar quem fiscaliza as ações do governo. Assim, estamos sepultando, de vez, as figuras nefastas do fiscal amigo, do policial camarada e do investigador de conveniência que desde sempre predominaram no Brasil. Estamos estabelecendo uma diferença radical com os governos do passado. Assumimos, na prática, o compromisso com a independência e a liberdade de ação dos que têm a missão de nos fiscalizar (informação verbal).⁴⁰⁷

O lulismo agiria, ainda, com vistas a promover um padrão “civilizatório” de combate à corrupção no Brasil.

Apresentador: [...] passo decisivo no combate à impunidade no Brasil será a nova lei anticorrupção, que está prestes a ser regulamentado. *Trata-se de uma das leis mais avançadas do mundo, comparável às existentes nos Estados Unidos e na Europa.* Com ela, pela primeira vez no Brasil, não só o funcionário público corrupto, mas também a empresa que corrompe, serão punidos. A lei prevê que a empresa que corromper o funcionário terá de devolver ao estado o dinheiro desviado e pagar multas que podem chegar a 60 milhões de reais. Além disso, a empresa ficará proibida de fazer qualquer negócio com a administração pública por até 5 anos. Essa é mais uma prova de que nunca se combateu tanto a corrupção no Brasil (informação verbal).⁴⁰⁸

A crítica ao projeto dos opositores surge também como uma explicação didática ao eleitor sobre o porquê de tantas notícias sobre corrupção no noticiário. A explicação é: aparecem muitos casos de corrupção, porque “nunca antes na história do país” se investigou e promoveu tanto a transparência na gestão pública.

Dilma: Eu quero que vocês reflitam sobre uma questão bem delicada. Os juízos que a gente faz sobre a corrupção nascem, às vezes, de percepções distorcidas. Por exemplo: *quanto mais a corrupção aparece, mais parece que ela cresce. E quando se oculta, se abafa, se engaveta, se cria a ilusão de que ela não existe.* Na verdade, é o contrário. *Nos regimes fechados, e nos governos corruptos, onde não existe controle interno nem externo da corrupção, prevalece a falsa ideia de que não existe nada de errado. Ora, se nada se investiga, é claro que nada se descobre.* Hoje

⁴⁰⁶ HGPE, Dilma Rousseff, 09/09/2014.

⁴⁰⁷ HGPE, Dilma Rousseff, 09/09/2014.

⁴⁰⁸ HGPE, Dilma Rousseff, 09/09/2014.

no Brasil, vivemos novos tempos no combate à corrupção. Por isso, é preciso ir além do mal-estar que todos sentimos de ver o malfeito descoberto. Devemos, sim, nos sentir recompensados pelo fato de estarmos fazendo, finalmente, o que tem de ser feito, colocando tudo em pratos limpos. Sem medo e sem passar a mão na cabeça de ninguém. *Fora desse compromisso, só resta a hipocrisia, o cinismo ou o silêncio conivente.* Estou convencida de que não é isso que os brasileiros querem. A gente não tem de ter medo de ir fundo, porque a verdade liberta, enquanto a mentira cria falsa ilusão de que tudo está bem. Mas também precisamos ficar atentos porque a demagogia cria a falsa impressão de que tudo piora. Precisamos ter a coragem de enfrentar as dores do nascimento de um novo Brasil. É isso que estamos fazendo, doa a quem doer. *É assim que vou continuar trabalhando, porque tenho as mãos limpas e exijo de todos o mesmo respeito com o dinheiro público* (informação verbal, grifo nosso).⁴⁰⁹

Dilma: Candidato, a minha indignação em relação a tudo que acontece, inclusive no caso da Petrobras, é a mesma de todos os brasileiros. A minha determinação, candidato, de punir todos os investigados que sejam culpados, os corruptos e os corruptores, é total. *Quero lembrar que duas leis aprovadas pelo meu governo ano passado dão base para esse processo de investigação da Petrobras. A primeira, a lei 2830 que garante a independência do delegado.* Por que? Antes, no passado, por exemplo na pasta rosa, o delegado mandava investigar e mandavam ele para um exílio dourado. *A outra que regulamentou justamente a delação premiada. A 12.850.* Além disso candidato, eu me pergunto, aonde estão todos os envolvidos com o caso SIVAM, todos soltos. Aonde estão todos os envolvidos na compra dos votos durante a reeleição. Todos soltos. Onde estão os envolvidos na pasta rosa. Todos soltos. Aonde estão aqueles envolvidos no mensalão tucano mineiro. Todos soltos. Aonde estão os envolvidos na compra de trens de São Paulo. Todos soltos. O que eu não quero é isso. *Eu quero todos aqueles culpados presos, candidato. É essa a minha indignação que o senhor não enxerga* (informação verbal, grifo nosso).⁴¹⁰

A valorização da liderança pessoal de Dilma ocorre também por meio da apresentação de propostas para o combate à corrupção. A estratégia é qualificar a presidenta-candidata não somente por ser a gestora que “combateu a corrupção como nenhum outro, baseada no meu compromisso com a ética na vida pública”, mas também como a liderança política que de fato estava preocupada em propor soluções para esse problema. A valorização de si é também um ataque aos opositores, os quais profeririam “bravatas ou palavras vazias” sobre o tema.

Para “transformar o compromisso de combate à corrupção em realidade”, a candidata petista apresentou no HGPE 5 propostas que seriam apresentadas ao Congresso Nacional.

Apresentador: São cinco propostas que, no seu conjunto, criam uma verdadeira política de Estado capaz de unir Poder Judiciário, Ministério Público e órgãos de controle e fiscalização do governo federal em torno de um combate sem tréguas aos corruptos e aos corruptores. Vamos ver?

Locutor off: Proposta 1: aprovar uma lei que transforme em crime e puna com rigor os agentes públicos que enriquecem sem justificativa ou não demonstrem a origem dos seus ganhos. Proposta 2: modificar a legislação eleitoral para transformar em

⁴⁰⁹ HGPE, Dilma Rousseff, 09/09/2014.

⁴¹⁰ HGPE, Dilma Rousseff, 14/010/2014.

crime a prática de caixa 2. Proposta 3: criar uma nova espécie de ação judicial que permita o confisco dos bens adquiridos de forma ilícita ou sem comprovação. Proposta 4: Alterar a legislação para agilizar o julgamento de processos envolvendo o desvio de recursos públicos. Proposta 5: Criar uma nova estrutura no poder Judiciário que dê maior agilidade e eficiência às investigações e processos movidos contra aqueles que possuem foro privilegiado (informação verbal).⁴¹¹

Uma peça veiculada no último programa do primeiro turno sintetizou o compromisso de Dilma Rousseff em “endurecer ainda mais o combate à corrupção” no segundo mandato. Numa cena de tomada única, o apresentador entra em sala vazia com apenas uma cadeira. Ao sentar-se, o apresentador começa a destacar as ações de Dilma para “apertar ainda mais o cerco com novas propostas para acabar de vez com a impunidade”. À medida que vai narrando as propostas, a sala vai diminuindo até deixar o apresentador apertado. Ao final ele afirma: “O corrupto pode continuar tentando... Mas não vai ter como escapar” (informação verbal).⁴¹²

Figura 34 – Imagens HGPE Dilma Rousseff – Tema Combate à corrupção



Fonte: HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014. (Arquivo Pessoal)

No segundo turno, o embate entre os projetos políticos se traveste também de embate entre biografias. Se por um lado Dilma Rousseff anunciava suas ações de combate à corrupção, ela desqualificava o adversário, por outro.

⁴¹¹ HGPE, Dilma Rousseff, 27/09/2014.

⁴¹² HGPE, Dilma Rousseff, 02/10/2014.

Dilma: Eu gostaria de saber candidato. *Como é que o senhor explica ter construído um aeroporto, que na época custava 13,9 milhões, e que agora custa 18 milhões, a preços de hoje. E que esse aeroporto foi construído no terreno de sua família. Num (sic) terreno do seu tio e a chave fica em poder dele. Isso não foi denunciado por mim. Foi denunciado pela Folha de São Paulo. Também gostaria de saber sobre a pavimentação e sinalização feita no aeroporto de Montezuma em que, também, coincidentemente, é uma obra do governo de Minas, e surpreendentemente tem uma agropecuária lá do senhor e de suas irmãs. Eu não acho candidato, isso nada moral. Nem ético* (informação verbal, grifo nosso).⁴¹³

Dilma: Hoje no Brasil é proibido o nepotismo. E o nepotismo se caracteriza por o emprego de familiares no governo. *E o senhor tem uma irmã, um tio, três primos e três primas no governo. O senhor pode olhar no governo federal que o senhor não vai achar um parente meu* (informação verbal, grifo nosso).⁴¹⁴

Os trechos acima destacados foram mobilizados em debates realizados no segundo turno da eleição e reproduzidos no HGPE. Os ataques pessoais a Aécio Neves tinham por intuito deslegitimá-lo em sua aspiração de representante da parcela do eleitorado antipetista preocupado com o combate à corrupção. A estratégia se constituía numa tentativa de associar ao candidato peessedebista à pecha de hipócrita, algo relativamente semelhante ao que teria sido feito contra Serra, na campanha de 2010, em relação ao tema do aborto.

Quando questionado sobre as estratégias agressivas, em virtude dos ataques pessoais aos adversários, João Santana afirmou que a campanha não havia sido agressiva, pois combinou desconstrução dos opositores com proposição do mundo futuro para os eleitores. O marqueteiro enfatizou essa combinação era inovadora, que não traria as características tipicamente conhecidas como campanhas situacionistas à reeleição, e que por esse motivo não havia sido bem compreendida pelos analistas políticos (CARVALHO, 2015).

O que a análise até aqui desenvolvida sugere é que a representação simbólica da continuidade no HGPE, nas eleições 2014, seguiu as mesmas trilhas de 2010: valorização do legado e construção da imagem da liderança.

No tocante à valorização do legado, a campanha petista se empenhou em apresentar a contribuição do governo Dilma Rousseff na ampliação das conquistas sociais, econômicas e políticas do lulismo. Foi necessário produzir uma imagem de gestão positiva que vinculasse Dilma Rousseff ao passado de bonança, de um lado, e permitisse apresentá-la como liderança experiente e capaz de produzir um mundo futuro melhor, de outro.

Nesse sentido, os discursos de Lula foram importantes no sentido de desmobilizar a desconfiança e incerteza quanto à gestão de Dilma Rousseff. A participação do ex-

⁴¹³ HGPE, Dilma Rousseff, 14/10/2014.

⁴¹⁴ HGPE, Dilma Rousseff, 14/10/2014.

presidente nos programas eleitorais buscou endossar a imagem de gestão que estava sendo construída no HGPE, sugerindo assim a legitimidade “natural” do segundo mandato.

Nas eleições 2014, a participação de Lula ocorre por meio de falas localizadas em partes específicas dos programas eleitorais, distintamente de 2010, em que ele aparecia diversas vezes ao longo de um mesmo programa. Sua participação em 2014 seguiu as seguintes características: a) endossar as realizações de Dilma; b) reatualizar a polarização com vistas a persuadir que a reeleição de Dilma é a garantia de que mesmo diante de um cenário de crise as realizações dos anos petistas serão mantidas. Como afirmam Panke e Castro (2015), uma hipótese que indicasse a diminuição da participação de Lula na campanha à reeleição não pôde ser comprovada.

A hipótese inicial de que haveria uma redução do tempo dedicado ao apadrinhamento político da candidata Dilma Rousseff pelo ex-presidente Lula, em virtude da projeção obtida com os quatro anos de mandato presidencial, se mostrou equivocada. Isso porque *houve um aumento de 3,81% para 5,6% no espaço ocupado pelo petista no programa da candidata* (p. 13, grifo nosso).

Tal participação de Lula, mesmo na campanha à reeleição de Dilma, é sugestiva de algumas reflexões: a) o ex-presidente é o representante simbolicamente do legado do lulismo, na condição de liderança fundadora do ciclo político; e b) a ampliação de um discurso e orientação política antipetista acirrou de tal modo a disputa eleitoral que foi necessário mobilizar todo capital político acumulado pelas lideranças do ciclo político. É notório destacar que ambas as reflexões não são excludentes, como aponta o fato de que a participação de Lula (quantitativa e qualitativamente) foi sendo ampliada proporcionalmente ao acirramento da disputa eleitoral.

Em relação à produção da liderança as estratégias mobilizadas buscaram reforçar as marcas próprias de Dilma Rousseff, reforçando sua imagem autônoma e singular como gestora. Houve ainda a necessidade de acordo com Trevisol e Perin (2015), “[...] de tornar a candidata popular. Trazê-la para perto do eleitorado e desmistificar a imagem desfavorável que os eleitores desenvolveram no decorrer de seu primeiro mandato” (p. 11). Tal estratégia evidenciou que a contraimagem produzida pelos adversários, pela mídia e pelos membros do legislativo, que afirmava ser Dilma Rousseff uma liderança que “não conversa”, se consolidou entre as representações populares sobre a presidenta. O que, por sua vez, possa também indicar a necessidade de ampliação da participação de Lula como afiançador do mundo futuro junto ao eleitorado.

Os desafios políticos, expressos em termos simbólicos, da política de alianças e do estilo de liderança postos para a campanha de reeleição de Dilma Rousseff se desdobraram para o cenário pós-eleitoral. Se a campanha de 2014 havia se configurado como o maior desafio do lulismo desde sua constituição, o início do segundo mandato de Dilma se revelou um cenário de “terra arrasada” para a continuidade do ciclo político. A polarização social se manteve mobilizada, ficando no vazio de interlocução o discurso de união nacional para a saída da crise, anunciado já no discurso da vitória.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O lulismo, aqui definido como o ciclo político que circunscreve os mandatos de Lula e Dilma Rousseff na Presidência da República, vem sendo tema amplamente discutido no debate acadêmico nas ciências sociais brasileira. Em virtude das transformações postas nos cenários político, econômico e social, a experiência do Partido dos Trabalhadores (PT) se colocou como “tópico obrigatório” para a compreensão da dinâmica política brasileira pós-redemocratização. Temas como a relação Estado e Sociedade, modelos de desenvolvimento econômico, os desafios enfrentados por partidos de extração de esquerda no poder, entre outros, se revelam profícuos quando se toma o ciclo político lulista como contexto de análise.

A tese aqui apresentada buscou trilhar um caminho analítico que privilegiou os aspectos simbólicos para a análise dos elementos constituintes da experiência do lulismo. Considerando a importância da mobilização de imagens, símbolos e mitos para a produção da legitimidade política dos grupos, especialmente em sociedades midiaticizadas, a presente pesquisa se debruçou sobre as narrativas políticas veiculadas no HGPE para caracterizar o lulismo.

Narrativas políticas se constroem a partir de recursos discursivos (imagens textos e sons), suas produções constituem tarefa permanente do repertório da prática política com vistas a legitimação dos grupos no poder. As narrativas políticas aqui analisadas foram recuperadas em meio ao mosaico discursivo produzido nas campanhas eleitorais de Dilma Rousseff nos anos de 2010 e 2014. A caracterização do ciclo político, e de sua candidata, atuaram como fio condutor para a reconstrução das narrativas apresentadas no HGPE. A articulação entre as imagens do ciclo político e de suas lideranças forneceu elementos importantes para a compreensão de como os atores políticos do lulismo definiam essa temporalidade política.

A análise revelou que a narrativa simbólica do lulismo se fez através da constituição discursiva de um legado que se caracterizaria pela inauguração de um novo momento da história política do país. Esse novo tempo se evidenciaria pela execução de um projeto político que promoveu a inclusão social como “nunca antes na história do país”.

A apresentação discursiva de tal legado, por sua vez, comportou diferenciações nos aspectos ressaltados na narrativa. Isso ocorreu em função das mudanças ocorridas no cenário político-econômico, mas também em virtude da ampliação simbólica que a emergência da nova liderança (Dilma Rousseff) trouxe à imagem do ciclo político. Nesse

sentido, ressalta-se a relevância do dado conjuntural para a produção da narrativa simbólica do lulismo.

A disputa eleitoral de 2010 esteve centrada na imagem de Lula. O lulismo emerge como projeto político que transformou a realidade brasileira, sobretudo, em função da vontade política de seu líder fundador. A narrativa simbólica emerge no HGPE para delimitar a transformação social no País e para apresentar a liderança, escolhida por Lula, para dar continuidade a tal projeto político. Os quadros de sentido mobilizados na narrativa para articular a imagem da candidata e do ciclo político envolveram o binômio continuidade-mudança, como exibido no slogan da campanha “Para o Brasil seguir mudando”.

A definição da temporalidade política lulismo nas eleições 2010 foi traduzida no HGPE através das suas realizações que foram apresentadas no formato de quadros como se fossem programas televisivos: a) o Brasil está mudando e não pode parar, b) o Brasil que você precisa conhecer e c) o Brasil dos recordes. O mais significativo destes, para a constituição narrativa do lulismo, é o quadro “Brasil dos recordes”, nele há a intenção de retratar uma cisão na história política brasileira demarcada pelas gestões de Lula. As informações veiculadas neste quadro do HGPE trazem dados comparativos destacando como o lulismo “fez mais para o Brasil do que todos os governos anteriores”. Há, portanto, um encontro entre a narrativa simbólica do lulismo e a frase amplamente mobilizada por Lula: “Nunca antes na história desse país”.

Demarcadas a ruptura política e a transformação social operada pelas gestões de Lula, a narrativa simbólica do lulismo em 2010 buscou produzir a imagem da herdeira legítima do legado a ser continuado. Considerando a centralidade de Lula, para a adesão do eleitorado, a narrativa incorporou a necessidade de produção de uma simbiose entre Lula e Dilma Rousseff como forma de legitimá-la à condição de liderança continuadora.

A imagem da candidata foi construída, sobretudo, a partir das marcas simbólicas que caracterizavam o próprio ciclo político. O atributo que poderia ser interpretado como próprio de Dilma Rousseff, uma trajetória profissional de pioneirismo, é também articulado ao ciclo político. O lulismo seria, segundo a narrativa do HGPE, um projeto político pioneiro liderado pelo primeiro operário presidente, que realizou ações de inclusão como nunca antes. Desse modo, o pioneirismo de uma mulher na presidência seria um feito decorrente dessa condição própria ao ciclo político.

A eleição presidencial de 2014 ocorreu em meio a um cenário de instabilidade econômica e desgaste político do governo Dilma Rousseff. As manifestações de junho de

2013 reposicionaram os agentes no campo político e anteciparam o debate eleitoral, que ao contrário das eleições anteriores, teve como tema central a mudança.

As análises evidenciaram que o lulismo se favoreceu nos contextos de disputa em que a tônica do eleitorado era a continuidade, como em 2006 e 2010, coube entender, portanto, como o ciclo político montou uma narrativa que se adequasse aos anseios de mudança do eleitorado. Nesse sentido, a campanha de Dilma Rousseff em 2014 apresentou uma atualização da narrativa de 2010, entretanto, comportando as adequações necessárias a um cenário de desgaste político. Para tanto, as estratégias discursivas mobilizadas na narrativa envolviam duas dimensões: a) preponderantemente uma celebração do legado, reforçando o argumento da ruptura na história política do país, com ênfase ao processo de inclusão social de setores que viveram historicamente à margem; e b) a exaltação de Dilma como uma liderança que soube dar continuidade ao processo iniciado por Lula.

A narrativa eleitoral teve como mote um “novo ciclo de desenvolvimento”. Esse recurso discursivo envolvia a ideia de que o projeto de desenvolvimento implementado ao longo dos anos de lulismo era algo extenso e que comportava momentos diferentes. Desse modo, a narrativa proposta no HGPE dava a entender que havia se construído ao longo dos 12 anos, 2 mandatos de Lula e 1 mandato de Dilma, um alicerce sob o qual se ergueria um outro processo de expansão de desenvolvimento e da inclusão social no Brasil.

Apesar de indicar a mudança para uma nova fase, a ideia de “novo ciclo de desenvolvimento” não surtiu o efeito de apresentar concretamente um futuro como horizonte para o eleitorado. A narrativa empregada para sugerir o futuro tinha ainda “cara de passado” pois se sustentava na ênfase à transformação ocorrida ao longo dos anos de gestões lulistas. Mesmo o destaque dado a ações criadas no governo Dilma Rousseff não conseguiu imprimir uma marca de novidade ao discurso de campanha.

A dificuldade de atualizar a narrativa e de apresentar elementos para a mudança orientou a alteração de rota na estratégia eleitoral da campanha à reeleição de Dilma Rousseff. Se o lulismo não conseguia delinear claramente o futuro que poderia prometer ao eleitor, lhe coube evidenciar qual futuro o eleitor não deveria escolher.

A narrativa proposta, portanto, indicava que a mudança não poderia corresponder à volta do passado, tido como tempo da exclusão e da invisibilidade social. Narrar o passado delimitando-o como um momento da história em que amplas parcelas da população não possuíam direitos e oportunidades de uma vida melhor se constituiu na estratégia de descredibilização dos opositores como proponentes de futuro. Cabe destacar que a

radicalização da narrativa se desdobra num discurso do medo que reforça uma retórica da ameaça de que todos os ganhos advindos dos anos de lulismo serão simplesmente desmontados, fazendo a realidade social e econômica voltar a patamares do passado.

Dadas as condições da disputa eleitoral em 2014, a constituição da narrativa buscou insistentemente colocar o passado como um tempo que deveria ser rechaçado, pois representava a miséria, o desemprego, a exclusão, em contraponto ao lulismo como tempo de bonança e efetivação de direitos. Os testemunhos de populares sobre a transformação de suas vidas buscavam dar a legitimidade da experiência vivida, materializando, assim, “em carne e osso”, as marcas simbólicas da narrativa. É relevante destacar que a disputa do que significava, em termos de projeto político, o futuro desejado pela população ocorre em virtude da incapacidade do lulismo de apresentar uma narrativa de mudança que contemplasse os anseios do eleitorado.

Considerando a análise das campanhas eleitorais de Dilma Rousseff, em 2010 e 2014, essa tese concluiu que a narrativa simbólica do lulismo comportou a definição de temporalidades, definidas em função da existência ou não de direitos sociais e cidadania para amplas parcelas da população. É importante destacar que mesmo demarcando essas temporalidades, o lulismo *versus* o passado, a narrativa simbólica, porque construída na dinâmica da disputa política, não deixou de enfatizar que o país poderia retroceder, pois as elites políticas que representam o passado continuam no jogo político.

A representação simbólica do lulismo, como um tempo de inclusão de setores historicamente excluídos e marginalizados, foi constituída sob a égide de uma ação política que se faz profundamente dependente de uma conjuntura econômica favorável. Fundado sob uma estratégia conciliadora diante do conflito distributivo, o lulismo enfrentou severas dificuldades com o avanço da crise internacional na economia brasileira, que tornou insustentável a execução do projeto político.

Diante de um caso como o analisado, poderíamos nos perguntar: o que caracteriza o fim de um ciclo político? Retomando os achados da pesquisa aqui apresentada observa-se alguns elementos que estão envolvidos no sucesso e no debacle de um ciclo político, são eles: o dado conjuntural político-econômico e social, o chão sob o qual se erguem os projetos políticos e suas narrativas, e o dado subjetivo, demarcado pelo papel desempenhado pelas lideranças políticas na condução dos ciclos face dos desafios conjunturais que se apresentam.

Pensando no caso de ciclos políticos longevos, como o lulismo, a articulação das dimensões acima se torna relativamente delicada considerando que a continuidade política é

perpassada tanto por mudanças na conjuntura, quanto nas lideranças que conduzem os processos. Tais alterações, pelas quais passam os ciclos políticos, impactam por sua vez as narrativas produzidas para caracterizá-los e legitimar a continuidade no poder.

A eleição de 2014 foi emblemática dos impactos produzidos pelas alterações políticas e econômicas nas narrativas produzidas pelo grupo político com vistas a continuidade no poder. Na impossibilidade de apresentar uma narrativa de futuro, o lulismo enfrentou o processo de envelhecimento de seu discurso com a radicalização da sua narrativa, recuperando por um lado o discurso do medo e por outro atualizando os imaginários sociais de polarização sintetizados na visão de mundo nós (povo) *versus* eles (elite) de outro.

Um dado relevante a ser destacado neste caso, e que pode servir de referência para a análise de outras experiências análogas, refere-se ao fato de que a radicalização da narrativa se constitui num indicativo da própria limitação do ciclo político de reinventar-se. A necessidade de atualizar com tanta expressividade o passado de realizações é sugestiva da dificuldade de elaboração sobre o mundo futuro enfrentada pelo grupo político no poder.

Outro elemento interessante, já apontado por outras pesquisas e que foi reforçado pela presente análise, refere-se à estratégia dos grupos no poder de lançar mão de uma retórica da ameaça que busca mobilizar o medo do eleitorado em relação às conquistas sociais e econômicas, quando de sua incapacidade de enfrentar o tema da mudança. A estratégia da campanha de Dilma Rousseff de disputar o significado de futuro a partir de uma retórica da ameaça fez estancar, de certo modo, o anseio de mudança do eleitorado. Diante de um futuro incerto, com uma crise econômica à vista, a memória das realizações favoreceu o lulismo na sua estratégia de apresentar o projeto político e a candidata como alguém que poderia ao menos manter o que existia.

Partindo de uma análise das narrativas políticas, pode-se compreender que a disputa de 2014 constituiu o maior desafio político do lulismo. A vitória para um segundo mandato de Dilma Rousseff não dissipou os desafios observados ao longo da campanha eleitoral, em especial a incapacidade de produzir uma narrativa de mudança para o futuro.

As decisões tomadas pela presidenta reeleita logo nos primeiros momentos do segundo mandato indicavam sinais trocados (SINGER, 2015) em relação à narrativa apresentada na campanha eleitoral.

Num contexto de polarização exacerbada que se desdobrou num clima de terceiro turno eleitoral, os desdobramentos do pós-eleição vistos em retrospectiva parecem indicar a “crônica de uma morte anunciada”. O segundo governo Dilma teve que enfrentar muitos

desafios. No campo político uma oposição articulada no Congresso Nacional e um escândalo de corrupção, descoberto pela Operação Lava Jato, que envolvia lideranças de seu partido (PT). No âmbito da economia, emergiu com força uma crise econômica, que levou o governo a tomar algumas medidas de austeridade provocando assim a insatisfação de parcela significativa da população. As manifestações de rua pedindo a saída da presidenta foram outro percalço bastante significativo no caminho do segundo governo Dilma Rousseff.

A queda da aprovação do governo, indicada nas pesquisas de opinião, e a massiva adesão às manifestações foram construindo a possibilidade do processo de *impeachment* da presidenta. Construído paulatinamente e fortalecido pelo aprofundamento da crise econômica e da crise política, o impedimento de Dilma Rousseff revelou aspectos importantes sobre os processos de governabilidade no presidencialismo de coalizão brasileiro, assim como os dilemas relativos à continuidade do projeto político capitaneado pelo Partido dos Trabalhadores (PT), ao longo dos últimos 13 anos.

A conjuntura em que se desdobrou o processo de impedimento de Dilma Rousseff se constituiu num terreno propício para uma disputa simbólica em que a narrativa política do lulismo se tornou o próprio objeto da querela. De ciclo político inclusivo cujas realizações deveriam ser aprimoradas e ampliadas pelos opositores, como em 2010, o lulismo passou a ser caracterizado como um projeto político corrupto, irresponsável e populista, em 2015.

Tal discurso desqualificador do lulismo encontrou sua síntese no argumento jurídico utilizado para fundamentar o *impeachment*: as chamadas pedaladas fiscais⁴¹⁵. Para a oposição, o projeto político colocado em curso nos 13 de anos de governos de Lula e Dilma seria perverso, à medida que ao executar um desenvolvimento não sustentado, abriu portas de cidadania para a população, que num determinado momento seriam inevitavelmente fechadas. Trocando em miúdos, ao dar um passo maior do que era possível, o próprio lulismo teria colocado em marcha a retração nos avanços sociais. Tais representações têm sido amplamente mobilizadas nos discursos oposicionistas, sobretudo do PSDB.

Em peça publicitária veiculada após o afastamento de Dilma, os peessedebistas fazem referência à “herança maldita” dos anos de lulismo. Numa lista de 14 fatos, os peessedebistas apontam os “principais prejuízos que o país recebe de herança após 13 anos”

⁴¹⁵ Por “pedaladas fiscais” ficaram conhecidas práticas do Tesouro Nacional relativas ao atraso no repasse de valores relativos à execução de políticas públicas para os bancos públicos. Tais ações foram praticadas ao longo de diversas gestões no Executivo Federal e demais esferas da administração pública. De acordo com o TCU, as chamadas pedaladas fiscais comprometiam a transparência na execução orçamentária, pois, ao não transferir os recursos, o governo apresentava, nos relatórios sobre a situação fiscal do país, despesas menores do que as de fato executava.

do PT No Executivo Federal, entre os quais destacam-se: a institucionalização da corrupção, recorde de desemprego, prejuízos nos cofres públicos, destruição de programas sociais, entre outros. É relevante perceber como um elemento fundamental da narrativa sobre o lulismo - a ressignificação do termo herança constituída na campanha de 2010 - é subvertido pelos opositores. Tal desconstrução busca destituir o lulismo da aura de um legado a ser celebrado e que todos querem ver continuar, para situá-lo na condição de um tempo que se quer ver para trás.

Sendo as narrativas políticas erguidas num terreno permeado por tensões e disputas, a conjuntura política atual segue constituindo cenário propício às reflexões sobre as narrativas do lulismo. Janio de Freitas, colunista da Folha de São Paulo, afirmou que “o futuro do PT não está no futuro, está no presente”. A afirmativa é extensiva ao lulismo, como narrativa. Os desdobramentos da batalha política a ser travada no atual contexto são cruciais para o futuro do ciclo político. As mobilizações e resistências de segmentos ligados ao lulismo contra as ações de desmonte de políticas públicas e a disputa simbólica pela narrativa sobre o governo Temer poderão fornecer elementos preciosos para refletir acerca das condições de um projeto político vinculado ao PT ou a forças aliadas de apresentar-se competitivo em 2018.

REFERÊNCIAS

- ADVERSE, Helton. *Maquiavel: política e retórica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.
- ALBUQUERQUE, Afonso de. “*Aqui você a verdade na tevê*” – A propaganda política na televisão. Niterói: Universidade Federal Fluminense. Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação (MCII), 1999.
- ALBUQUERQUE, Grazielle. O nome das coisas: o golpe ganha repercussão na mídia internacional. *Justificando*. 28 de março de 2016. Disponível em: <<http://justificando.com/2016/03/28/o-nome-das-coisas-o-golpe-ganha-repercussao-na-midia-internacional/>>. Acesso em 22 mai. 2016.
- ALDÉ, Alessandra. *A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro FGV, 2004. 216 p.
- ALMEIDA, Jorge. *Cultura política e marketing na campanha de Dilma Rousseff em 2014*. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cultura Política, Comportamento e Opinião Pública, do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 22 a 24 de abril de 2015.
- AMADO, Adriana. *Política Pop: de líderes populistas a telepresidentes*. 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ariel, 2016.
- AMARAL, Ricardo B. *A vida quer é coragem*. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.
- AMARAL, Oswaldo E. do; RIBEIRO, Pedro Floriano. Por que Dilma de novo? Uma análise exploratória do Estudo Eleitoral Brasileiro de 2014. *Rev. Sociol. Polit.*, Curitiba, v. 23, n. 56, p. 107-123, Dez. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782015000400107&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 07 mai. 2016.
- ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO. *Brasil nunca mais*. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 1985.
- ARRUDA, Nilton Marlúcio de. Eleições presidenciais em revista(s): uma análise dos discursos que pautaram os principais periódicos semanais em 2014. Trabalho apresentado ao GT2. Mídia e eleições do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 22 a 24 de abril de 2015.
- BACH, Maurizio. Carisma e racionalismo na sociologia de Max Weber. *Sociologia e Antropologia*, vol. I: 51-70, 2011.
- BACKZO, Bronislaw. A imaginação social. In: LEACH, Edmund *et al.* *Antropos-homem*. Liboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.
- BALANDIER, Georges. *O poder em cena*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. *Chuva de papéis: ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil*. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Núcleo de Antropologia Política, 1998.

_____. *Imagens e Sombras: jogos de apresentação e influência em campanha eleitoral*. In: CARVALHO, Rejane Vasconcelos A. de (org). *A produção da política em campanhas eleitorais – eleições municipais de 2000*. Campinas: Pontes, 2003. p.165-190.

_____. *Imagens ritualizadas – Apresentação de mulheres em cenários eleitorais*. Fortaleza, CE: Universidade Federal do Ceará/Funcap/CNPq-Pronex; Campinas, SP: Pontes Editores, 2008.

BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural da narrativa. In: BARTHES, R; TODOROV, Tzevetan; ET AL. *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis, Vozes, 1971.

_____. *O óbvio e o obtuso*. Portugal: Edições 70, LDA. 2014.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 8ª ed. revista. São Paulo: Brasiliense, 2012. (Obras Escolhidas v.1).

BOITO JR., Armando. O lulismo é um tipo de bonapartismo: Uma crítica às teses de André Singer. *Crítica Marxista*, n. 37, pp. 171-81, 2013.

BORBA, Felipe. Propaganda negativa nas eleições presidenciais brasileiras. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 21, nº 2, agosto, 2015.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

BRUGNAGO, F e CHAIA, V. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. *Aurora*. v.7, n. 21, pp. 99-129, out/2014 a jan/2015.

BURKE, Peter. *A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

CAGNIN, R. F. et al. A gestão macroeconômica do governo Dilma (2011 e 2012). *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, no. 97, ISSN 0101-3300, nov. 2013.

CALDEIRA, Helder. *A 1ª Presidenta*. Rio de Janeiro: Fapes, 2011

CALCAGNOTTO, Gilberto. Dilma e o problema de seguir mudando o imutável. Novas perspectivas para a reforma política no Brasil?. In: *Iberoamericana, Nueva época*, Ano 11, Nº 41 (março de 2011), p. 169-174.

CAMPELLO, Daniela. The Politics of Financial Booms and Crises: Evidence From Latin American. *Comparative Political Studies*, 2014, originally published online 8 July 2013. Disponível em: <<http://cps.sagepub.com/content/47/2/260>>. Acesso em 18 de maio de 2016.

CARRARO, A.; FRANCISCO DE ARAÚJO JUNIOR, A.; DAMÉ, O. M.; MONASTERIO, L. M. & SHIKIDA, C. D. 2007. *É a economia, companheiro: uma análise empírica da reeleição de Lula com base em dados municipais*. Ibmec MG Working Paper, Rio de Janeiro.

Disponível em: <http://www.ceae. ibmecmg.br/wp/wp41.pdf>. Acesso em: 15 de maio de 2015.

CARVALHO, Rejane Vasconcelos Accioly. *Campanhas eleitorais e comunicação midiática – ciclos de mudança e continuidade*. Fortaleza: Edições UFC, 2013.

_____. *Transição democrática brasileira e padrão midiático publicitário da política*. Campinas: Pontes/UFC, 1999.

_____. *Ciclos Políticos: reflexões teóricas e apontamentos empíricos sobre as condições de longevidade política em esferas públicas midiáticas*. Artigo apresentado no IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WA POR, Belo Horizonte – Brasil. Maio, 2011.

CARVALHO, José Murilo. *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CARVALHO, Fernanda Cavassana de. *Mídia e Eleições: as entrevistas do Jornal Nacional aos candidatos à presidência do Brasil em 2014*. In: *Aurora: revista de arte, mídia e política*, São Paulo, v.7, n.21, p. 7-25, out.2014-jan. 2015.

CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CERVELLINI, S.; GIANI, M.; PAVANELLI, P. *Economia, religião e voto: A questão do aborto na eleição presidencial de 2010*. *IV Congresso Latino Americano da WAPOR*. Belo Horizonte, Brazil, 2011.

CHAIA, Vera. *Eleições no Brasil: o ‘medo’ como estratégia política*. In: *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política*. RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). São Paulo: Hacker, 20014. p. 29 – 52.

CHAMPAGNE, Patrick. *Formar a opinião: o novo jogo político*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

CHARAUDEAU, P. *O discurso político*. São Paulo: Contexto, 2006

CORSI, Francisco Luiz. *A Conjuntura e a Política Econômica no Governo Dilma (2011-2014)*. In: CORSI, F. L.; CAMARGO, J. M.; SANTOS, A. dos. (Org.), *A Conjuntura econômica e política brasileira e argentina*. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015.

COSTA PINTO et al. *A economia política dos governos Dilma: acumulação, bloco no poder e crise*. Texto para Discussão 004 | 2016, Instituto de Economia-UFRJ, 2016. Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/images/pesquisa/publicacoes/discussao/2016/TD_IE_004_2016_COSTA_PINTO_et_al.pdf> Acesso em 21 jun. 2016.

COUTO, Claudio Gonçalves. *O governo Lula e as perspectivas de Dilma Rousseff. Iberoamericana (2001-)*. Nueva época, Ano 11, Nº 41 (março de 2011), p. 159-163.

Disponível em: < http://www.jstor.org/stable/41677311?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em 24 fev. 2016.

COUTO, Cláudio Gonçalves. 2014 - novas eleições críticas?. *Em Debate*, Belo Horizonte, v.6, n.6, p.17-24, out. 2014.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e eBooks Brasil, 2003.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. 5ª edição. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

FIGUEIREDO, M. *et al.* Estratégias de persuasão em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. In: FIGUEIREDO, R. *Marketing político e persuasão eleitoral*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

FUNDAP. Nível de atividade no governo Dilma: determinantes do baixo crescimento econômico. In: *Conjuntura econômica em foco*. BOLETIM DE ECONOMIA [28] / junho de 2014. Disponível em: http://www.fundap.sp.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/boletim_economia_28_conjuntura_nivel_de_atividade_no_governo_dilma.pdf

GADELHA, Tássia Rodrigues. #ÊTAPRESIDENTAMARAVILHOSA: uma análise da página Dilma Bolada no Facebook. Monografia do curso de comunicação - UNB. Brasília, 2013.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GOFFMAN, Erving. *Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise*. Petrópolis – RJ: Vozes, 2012.

_____. *A representação do eu na vida cotidiana*. 19ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

GIUMBELLI, Emerson. Religião, Estado, modernidade: notas a propósito de fatos provisórios. *Estudos Avançados*, v. 18, n. 52, p. 47-62, 2004.

GRÜN, Roberto. Escândalos, tsunamis e marolas - apontamentos e despontamentos sobre um traço recorrente da atualidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Vol. 26, nº 77, outubro/2011. p. 151-173.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa*. São Paulo: Editora UNESP, 2014.

HOUAISS, A. *Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: UOL, 2012.

KAMEL, Ali. *Dicionário Lula: Um presidente exposto por suas próprias palavras*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009. 672 p.

KANG, J. A mídia e a crise da democracia: repensando a política estética. In: *Novos Estudos*, São Paulo: Cebrap, 93, jul. 2012, p. 61-79.

LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida: ensaios de sociosemiótica*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

LEMOS, Leany Barreiro. As eleições 2011 e os desafios da nova presidenta do Brasil. *Iberoamericana* (2001-). Nueva época, Ano 11, Nº 41 (março de 2011), p. 164-169. Disponível em: < http://www.jstor.org/stable/41677312?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em 24 fev. 2016.

LIMA, Elizabeth Christina de Andrade. Interseções entre cultura, mídia e política: o uso das redes sociais na campanha de Dilma Rousseff em 2010. In: *Revista de Ciências Sociais*, Fortaleza, v. 43, n. 1, jan/jun, 2012, p. 94-111

LOPES, Nayla Fernanda A. Comportamento eleitoral e novas tecnologias: a decisão do voto em um mundo conectado. *Em Debate*, Belo Horizonte, v. 4, n. 5, p. 66-75, ago. 2012.

LOURENÇO, Luiz Claudio. *A música na política eleitoral: um pouco da história jingle político no Brasil*. Trabalho apresentado no IV Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), 2011.

MACHADO, Maria das Dores Campos. Aborto e ativismo religioso nas eleições de 2010. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 7, p. 25-54, 2012.

MAKFLOUF CARVALHO, Luiz. *As armas e os varões: a formação de Dilma Rousseff*. In: WERNECK, Humberto (org.). *Vultos da República: os melhores perfis políticos da Revista Piauí*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

_____. *João Santana: um marqueteiro no poder*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2015.

MANIN, B. As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n. 29, Ano 10, out., 1995. p. 5-34.

_____. A democracia do público reconsiderada. *Novos Estudos*, n. 97, p. 114-127, 2013.

MAQUIAVEL, Nicolau. *O Príncipe*. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

MARQUES, F. P. J. A.; MONT'ALVERNE, C. Twitter, Eleições e Poder Local: Um estudo sobre os vereadores de Fortaleza. *Contemporanea* (online), UFBA, v. 11, p. 322-347, 2013.

MARQUES, Ludimila Machado. *Efeitos de legitimidade e de credibilidade no discurso propagandístico de Dilma Rousseff nas eleições presidenciais de 2010*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá. Maringá, 2013.

MARQUES, Vitor William. *A construção do escândalo político midiático na Folha de S. Paulo*. Uma análise dos seis escândalos políticos envolvendo ministros do

primeiro mandato do governo Dilma Rousseff (2011-2014). 2015. 129f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP, Bauru, 2015.

MARTINS, Thamiris Branco; LEAL, Paulo Roberto Figueira. Análise das estratégias midiáticas utilizadas pelos principais candidatos na Propaganda Partidária Gratuita de 2014. In: SOUZA, Rose M. V. de; MACEDO, Roberto G.; ROCHA, Daniela; CASTILHO, Alessanda (Orgs). *Mobilização, eleições e democracia*. Capivari, São Paulo, 2015.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 27, n. 79, p. 187-201, 2012.

MIGUEL, Luis Felipe. Mito Político. In: RUBIM, Antonio Albino C (Org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004. p. 378-408.

_____. MIGUEL, Luís Felipe. *O nascimento da política moderna*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2007.

_____. MIGUEL, Luís Felipe. Perspectivas sociais e dominação simbólica: a presença política das mulheres entre Iris Marion Young e Pierre Bourdieu. *Revista Sociologia e Política*, Curitiba, v. 18, n. 36, Junho, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782010000200004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 25 de janeiro de 2016.

_____. A palavra “aperfeiçoada”, o discurso do Partido dos trabalhadores nas eleições de 2002. In: LEMOS, André; BERGER, Christa; BARBOSA, Marialva. (Orgs.) *Narrativas midiáticas contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MIGUEL, Luís Felipe. & BIROLI, Flávia. *Feminismo e política: uma introdução*. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2014.

_____. Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. *Opinião Pública*, Campinas, v. 15, n. 1, Junho, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762009000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 30 Mai. 2014.

MIGUEL, L. F. & FEITOSA, F. 2009. O gênero do discurso parlamentar: mulheres e homens na tribuna da Câmara dos Deputados. *Dados*, Rio de Janeiro, v. 52, n. 1, p. 201-221. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/dados/v52n1/v52n1a06.pdf>>. Acesso em: 25 de janeiro de 2016.

MIRA, Gustavo Fernandes P.; OLIVEIRA, Luiz Ademir de.; LEAL, Paulo Roberto Figueira. Estratégias discursivas de oposição: o lugar de fala de Aécio Neves na campanha de 2014 e no cenário pós-eleitoral. *Comunicação & Mercado/UNIGRAN - Dourados - MS*, vol. 04, n. 11, p. 210-223, EDIÇÃO ESPECIAL.

MOGENDORFF, Janine Regina. A escola de Frankfurt e seu legado. *Verso e Reverso*, v. 26, p. 63, p. 152-159, setembro/dezembro 2012.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *Enquadramentos lúdico-dramáticos no jornalismo: mapas culturais para organizar narrativamente os conflitos políticos*. In: MIGUEL, Luis Felipe. & BIROLI, Flávia; (organizadores). *Mídia, representação e democracia*. São Paulo: HUCITEC, 2010.

_____. PAC, a marca do segundo mandato de Lula. In: Observatório da Imprensa. *Jornal Debates*, Edição 433, 2007.

NOBRE, Marcos. *Imobilismo em movimento: da redemocratização ao governo Dilma*. 1ª ed. — São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. *As ruas e a democracia – Ensaio sobre o Brasil contemporâneo*. Brasília: Fundação Astrojildo Pereira (FAP); Rio de Janeiro: Contraponto, 2013. 288p.

OLIVEIRA, Francisco de. Hegemonia às avessas. In: OLIVEIRA, Francisco de.; BRAGA, Ruy & RIZEK, Cibele (orgs.). *Hegemonia às avessas*. Economia, política e cultura na era da servidão financeira. São Paulo: Boitempo, 2010.

OLIVEIRA, Adriano. Pesquisas, estratégias eleitorais e a disputa presidencial de 2010. In: *Em Debate*, Belo Horizonte, v.2, n.5, p. 6-11, mai. 2010a.

OLIVEIRA, Lucy. *Os ataques e seus ecos: relações entre as agendas da propaganda negativa e da imprensa brasileira na campanha presidencial de 2014*. Trabalho apresentado na III Semana de Ciência Política da Universidade Federal de São Carlos. 27 a 29 de abril de 2015

ORO, Ari Pedro. A laicidade no Brasil e no Ocidente. Algumas considerações. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, v. 11, n. 2, 2011.

PALMEIRA, Moacir; HERÉDIA, Beatriz M. A. O voto como Adesão. In: *Teoria e Cultura: Revista do Mestrado de Ciências Sociais da UFJF*. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2006. p. 35-58.

PIERUCCI, Antônio Flávio. Eleição 2010: desmoralização eleitoral do moralismo religioso. *Novos Estudos-CEBRAP*, n. 89, p. 6-15, 2011.

PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz. *A construção da imagem pública política de Dilma Rousseff (PT) como “Mãe do povo” brasileiro*. Artigo apresentado no IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR, Belo Horizonte – Brasil. Maio, 2011.

PIRES, Marcos Cordeiro. Porque a The Economist está tão brava com a presidenta Dilma?. In: CORSI, Francisco Luiz. et al. (organizadores). *Economia e Sociedade: o Brasil e a América Latina na conjuntura de crise do capitalismo global*. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. 292 p.

PORTO, Mauro P. *Enquadramentos da Mídia e Política*. Trabalho apresentado ao XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS (Sessão “Estratégias de Comunicação e Política: Teoria e Pesquisa” do GT Mídia e Política: Opinião Pública e Eleições), Caxambu/MG, Brasil, 22 a 26 de outubro de 2002.

Disponível em:

<http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=4400&Itemid=217>. Acesso em 31 mai. de 2016.

POWER, Timothy J. Continuity in a Changing Brazil: the transition from Lula to Dilma. In: CASTRO, Fábio de; KOONINGS, Kees; WIESEBRON, Marianne. *Brazil Under The Workers' Party: continuity and change from Lula to Dilma*. Londres: Palgrave Macmillan, 2014. p. 10-35.

RAMOS, Jair de Souza. Toma que o aborto é teu: a politização do aborto em jornais e na web durante a campanha presidencial de 2010. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 7, p. 55-82, 2012.

REIS, Fábio Wanderley. Eleição de 2014: “país dividido” e questão social. In: *Em Debate*, Belo Horizonte, v.6, n.6, p.8-16, out. 2014.

RENNO, Lúcio & CABELLO, Andrea. As bases do Lulismo: a volta do personalismo, realinhamento ideológico ou não alinhamento?. *Rev. Brasileira de Ciências Sociais*. [Online]. 2010, vol.25, n.74, pp. 39-60.

REUTER, Yves. *A análise da narrativa*. São Paulo, Difel, 2002.

RICCI, Rudá. *Lulismo — Da era dos movimentos sociais à ascensão da nova classe média brasileira*. Brasília/ Rio de Janeiro: Fundação Astrojildo Pereira/ Contraponto, 2010. 250p.

_____. LULISMO: tres discursos y un estilo. Texto producido para el debate com Frei Betto, organizado por Cáritas Nordeste II, realizado em Recife, em 04/11/04, cuyo tema fue “*Movimentos Sociais e Governo Lula*”. Disponível em: <<http://www.rebellion.org/docs/11722.pdf>>. Acesso em 20 jun. 2014.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Espetacularização e midiaticização da política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org.). *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004.

RUBIM, A. A. C; COLLING, L. Mídia e eleições presidenciais no Brasil pós-ditadura. *Comunicação e Política*, Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, p. 169-189. 2004.

SALLUM JR. Brasília. A crise do governo Lula e o déficit de democracia no Brasil. In: BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos (org.), *A Economia Brasileira na encruzilhada*, São Paulo, Editora FGV, 2006.

SCOTTO, Gabriela. *As (difusas) fronteiras entre a política e o mercado: um estudo antropológico sobre marketing político, seus agentes, práticas e representações*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará; Núcleo de Antropologia da Política/UFRJ, 2004. 205 p.

SINGER, André. *Os sentidos do lulismo: reforma gradual e pacto conservador*. São Paulo: Companhia das Letras. 2012.

_____. Cutucando onças com varas curtas. In *Novos Estudos - Cebrap*, no. 102, São Paulo Jul. 2015. pp. 39-67.

_____. Brasil, junho de 2013: Classes e ideologias cruzadas. In *Novos estudos - CEBRAP* no. 97 São Paulo Nov. 2013. pp. 23-40.

SEBASTIAN, Juliano. *Propaganda Partidária Gratuita (PPG) no Governo Dilma: sistema político, accountability, partidarismo, legitimidade e opinião pública*. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cultura Política, Comportamento e Opinião Pública, do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 22 a 24 de abril de 2015.

TELLES, Helcimara de Souza; PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz. *Criador e criatura: petismo e lulismo nas retóricas discursivas do HGPE de Dilma Rousseff*. V CONGRESSO COMPOLÍTICA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA. Curitiba, 2013.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna – Teoria social na era dos meios de comunicação de massa*. 8ª. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.

_____. A nova visibilidade. In: *Matrizes - Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*. Ano 1, n. 2, Jan./Jun. 2008, p. 15-38.

_____. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Trad.: Pedrinho A. Guareshi. Petrópolis: Vozes, 2002.

TOURAINÉ, Alain. *O mundo das mulheres*. Tradução de Francisco Morás. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

TREVISOL, Marcio G. & PERIN, Caroline. *Discurso Ideológico e Persuasão: Análise da Campanha eleitoral de Dilma Rousseff/2014*. Trabalho apresentado no DT 8 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

VIANNA, Luiz Werneck. *A modernização sem o moderno: análises de conjuntura na Era Lula*. Brasília: Fundação Astrojildo Pereira; Coedição Rio de Janeiro: Contraponto, 2011.

WEBER, Max. *A Política como Vocação*. In: WEBER, Max. *Ciência e Política, Duas Vocações*. São Paulo: Editora Cultrix, 1996. p. 53-124.