

“Votar é muito mais sério que mudar de canal de televisão”: a campanha presidencial de 1989 falada em uma linguagem televisiva

Grupo de Trabalho 5:
A história no labirinto das fontes: por uma reflexão sobre as encruzilhadas do arquivo

Lucas Cavalcante Estevão ¹ 

¹ Licenciado em História, Universidade Federal do Ceará,
lucasestevao1999@gmail.com

RESUMO

A campanha presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva em 1989 conduziu para o telespectador atribuições de eleitor ao explicitar a importância do seu voto fundamentadas em problemáticas sociais cotidianas apresentadas pela Rede Povo, um espaço desenvolvido na campanha eleitoral do Partido dos Trabalhadores (PT) composto por segmentos que faziam referência aos gêneros da televisão. A análise do Horário Gratuito Político Eleitoral da candidatura de Lula orienta interpretações acerca do consumo das programações e da representação do projeto de nação postulado pelo PT. Além de proporcionar o contato com o tempo histórico, a televisão pode ser pensada como articuladora das reproduções e das memórias sociais idealizadas nas grades das emissoras. Os segmentos do quadro da campanha audiovisual de Lula dinamizam as programações televisivas como ambientes de cruzamento de espaços, narrativas e linguagens, possibilitando uma análise dos contextos de produção e posicionamentos em suas formatações de consumo. A pesquisa no presente momento articula a leitura de obras que dialogam com os campos da História Política, consumo, cidadania, televisão e da década de 1980 com o

121

trabalho de catalogação dos programas eleitorais de Lula e os documentos de resoluções político-partidários do PT, que estão sendo escrutinados a partir dos novos escopos teóricos.

Palavras-chave: televisão; eleição; consumo; cidadania; Lula.