

## As estratégias eleitorais petistas nas eleições presidenciais de 2002 e 2006

Ricardo Neves Streich<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo reconstituir as estratégias utilizadas pelo Partido dos Trabalhadores campanhas vencidas por Luiz Inácio Lula da Silva em 2002 e 2006. Entendemos que um dos fundamentos da disputa política é o estabelecimento de um “nós” e um “eles”. Por isso, o presente trabalho busca avaliar as campanhas a partir de dois eixos: 1) as variáveis mobilizadas para elencar Lula como o verdadeiro representante dos interesses dos brasileiros (a construção de um “nós”); 2) os recursos utilizados para apontar que seus adversários não representavam o interesse dos brasileiros (a construção de um “eles”). Por fim, vale apontar que a análise dessas estratégias eleitorais colabora para uma melhor caracterização dos governos petistas, na medida em que permite jogar luz às distinções entre dois os governos de Lula, colaborando, assim, para a pesquisa de tema tão candente na sociedade brasileira contemporânea.

Palavras-chave: Lula, Eleições 2002, Eleições 2006, populismo de esquerda

### 1. Introdução

O presente artigo é parte de pesquisa de doutorado em andamento intitulada “Entre a economia e a política: a história das estratégias de desenvolvimento no Brasil e no México (2000-2013)”. Pelo título da pesquisa nota-se a importância das eleições, já que estas são momentos – ao menos teoricamente – em que concepções de governo são expostas e debatidas. Por isso, nosso objetivo neste artigo é o de analisar a trajetória dos discursos eleitorais nos pleitos presidenciais vencidos por Luiz Inácio Lula da Silva do Partido dos Trabalhadores (PT) nos anos de 2002 e 2006.

A análise dos discursos eleitorais reside em duas variáveis: 1) os elementos mobilizados para elencar Lula como o verdadeiro representante dos interesses dos brasileiros (a construção de um “nós”); 2) os recursos utilizados para apontar que seus adversários não representavam o interesse dos brasileiros (a construção de um “eles”). Ou seja, o objetivo do presente trabalho é compreender diacronicamente as estratégias utilizadas para a construção do *enfrentamento político* nas estratégias eleitorais petistas da primeira década dos anos 2000.

Sumariamente, o artigo é composto por descrições das principais questões de cada uma das campanhas e por uma análise que busca apontar permanências e continuidades da trajetória das estratégias eleitorais, cotejando-as com bibliografia recente que se debruça

---

<sup>1</sup> Doutorando em História Econômica pela Universidade de São Paulo e bolsista FAPESP (número do processo 2017/17481-2). Contato: ricardostreich@protonmail.com

sobre os governos de Lula. Em termos de análise documental, para além dos programas de governo, optamos por selecionar alguns *spots* de propaganda eleitoral televisiva e documentos outros (textuais e audiovisuais) que julgamos importantes para a compreensão do período analisado. Com intuito de manter o paralelismo na abordagem dos pleitos, elegemos como fontes analíticas primordiais os seguintes programas eleitorais televisivos: as apresentações do começo de campanha e os programas finais de primeiro e segundo turno, além das coletâneas de “melhores momentos” de cada pleito. Estas compilações foram organizadas pelo DOXA – Laboratório de Estudos Eleitorais, de Comunicação Política e Opinião Pública – do IESP/UERJ.

## **2. Eleições de 2002: “a esperança venceu o medo”**

No alvorecer do século XXI, o Brasil não vivia uma situação econômica confortável. A *maxidesvalorização* do real promovida por Fernando Henrique Cardoso em janeiro de 1999, logo após a posse de seu segundo mandato, impôs dificuldades econômicas ao país (crescimento de 0,47% naquele ano). Nesse sentido, mesmo os índices de recuperação econômica após a desvalorização (crescimento econômico de 4,11% em 2000; 1,38% em 2001 e 3,05% em 2002) não se traduziram em uma sensação de bem-estar social (para além de questões infraestruturais – o apagão energético de 2001 - nestes anos o desemprego sempre orbitou em torno dos 10%, com pico de 13,92% em 2001) (cf. BANCO MUNDIAL, 2019).

Neste contexto, a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva do Partido dos Trabalhadores (PT) começou a ganhar força. O receio da vitória petista afetou negativamente diversos indicadores econômicos. É possível afirmar que às vésperas da eleição presidencial em 2002, o Brasil foi alvo de um verdadeiro “terrorismo de mercado”<sup>2</sup>. A estratégia visava a estimular o caos financeiro a partir de discursos de medo e incerteza em um eventual governo do PT. Para isso, a desconfiança em torno de Lula foi fundamentada a partir de duas variáveis: a inexperiência administrativa – crítica muitas vezes de tom elitista, segundo a qual um “iletrado” não seria capaz de governar o Brasil – e o temor do radicalismo (eternizado na expressão “eu tenho medo” de Regina Duarte)<sup>3</sup>.

Foi nesse contexto que Lula saiu candidato pela coligação “Lula Presidente” composta

---

<sup>2</sup> Entre janeiro e outubro de 2002, o IBOVESPA caiu 31,8% e o dólar subiu 56,24%. A principal expressão do caráter orquestrado deste “terrorismo de mercado” foi o “lulômetro”. A fórmula criada por Daniel Tenengauzer, economista do Goldman Sachs, buscava prever o valor do dólar após o pleito de 2002. Havia na fórmula uma relação diretamente proporcional entre o valor da moeda americana e o desempenho de Lula nas pesquisas (Cf. O GLOBO, 2014). O estímulo à instabilidade também partia da classe política brasileira. O então presidente Fernando Henrique Cardoso, por exemplo, chegou a declarar que o Brasil poderia “virar uma Argentina” caso seu sucessor fosse “incompetente” (Cf. FOLHA DE SÃO PAULO, 2002).

<sup>3</sup> Em 2002, o Jornal Nacional (JN) iniciou a tradição de entrevistas com os principais candidatos à presidência da república. Na ocasião, os entrevistadores buscaram indagar Lula sobre suas contradições, especialmente no que dizia respeito às posições radicais do passado do PT (por exemplo, dívida de externa), às dificuldades do arco de alianças e à sua inexperiência administrativa (Cf. JN, 2002).

por Partido dos Trabalhadores (PT), Partido Liberal (PL), Partido da Mobilização Nacional (PMN), Partido Comunista do Brasil (PCdoB) e Partido Comunista Brasileiro (PCB). O arco de alianças entre partidos mais conservadores (PL e PMN) – comparados aos aliados tradicionais do PT – e os dois partidos comunistas já era uma pista das concepções que guiavam a candidatura de Lula. A tentativa de conciliar interesses de setores mais conservadores e de progressistas foi expressa na escolha do vice: o empresário e ex-senador José de Alencar (PL), tradicional empresário mineiro do setor têxtil.

A presença de Alencar foi bastante explorada na propaganda televisiva, já que sua presença – na condição de político e empresário – se contrapunha às duas principais críticas sofridas por Lula: a inexperiência administrativa e o radicalismo. A figura de Lula também foi construída de modo a responder a estas mesmas críticas. Lula foi apresentado como um homem ponderado que se preparou e montou uma equipe qualificada para enfrentar os desafios de governar o Brasil a partir de uma agenda propositiva para enfrentar os desafios impostos pela conjuntura econômica<sup>4</sup>.

Em termos gerais, a campanha partiu do seguinte diagnóstico: a fragilidade econômica do Brasil na virada do século XXI decorria da vulnerabilidade externa alimentada pelo “círculo vicioso entre déficit externo, juros elevados, instabilidade cambial e aumento da dívida pública, criado pelo atual governo [FHC].” (PT, 2002a, p.38). A necessidade constante de dólares, então, alimentava os juros altos, de modo que a estabilidade econômica fora alcançada ao custo de enfraquecer a capacidade de investimento do Estado. Este cenário beneficiava uma diminuta parcela da população brasileira, de acordo com o programa de governo “Um Brasil Para Todos” da coligação “Lula Presidente”:

---

<sup>4</sup> A primeira peça da campanha televisiva já indicava todas estas características. O primeiro programa começa com uma imagem panorâmica de um ambiente cheio de pessoas conversando em diversas mesas. A formalidade das roupas sugere se tratar de um escritório. Em uma mesa central, estão Aloizio Mercadante, José Alencar, José Dirceu conversando. Lula chega à mesa e, enquanto todos os presentes se levantam e batem palmas (a sala está cheia o que denota uma ideia de trabalho intenso), começa a falar: “cada um deu o melhor de si para que pudéssemos ter hoje nas mãos um programa de governo à altura do Brasil que todos nós queremos construir” (PT, 2002c, 4’). Após sete segundos de palmas, inicia-se a apresentação da equipe de Lula. Um narrador entra e anuncia: “na área de crescimento econômico, geração de emprego e renda”, “1) José Dirceu – advogado formado pela PUC, deputado federal, fundador e presidente nacional do PT; 2) Guido Mantega – economista com doutorado pela USP, doutor em sociologia do desenvolvimento com especialização na Inglaterra, professor de economia da FGV; 3) João Sayad, economista, secretário municipal de finanças de São Paulo, PHD em economia pela *Yale University*, ex-ministro-chefe da Secretaria de Planejamento da Presidência da República; 4) Aloizio Mercadante, economista e professor universitário, mestre em economia pela UNICAMP, eleito economista do ano de 2002 pela Ordem dos Economistas do Estado de São Paulo” (PT, 2002c, 4’55”). Posteriormente, o narrador entra com a apresentação das propostas: “estabelecer novo contrato social entre governo, empresários e trabalhadores, visando à retomada do crescimento econômico, geração de renda e melhor distribuição de renda. Aumento das exportações, redução da taxa de juros, reforma tributária justa e que desonere a produção, incentivo à construção de casas populares, estímulo ao turismo, à agroindústria, à agricultura familiar e à reforma agrária, garantir crédito para microempresas e para pessoas que trabalham por conta própria, apoio aos projetos sociais e a todos os programas de geração de emprego” (PT, 2002c, 6’29”). Assim, queremos apontar é que a apresentação de Lula, do programa de governo e da equipe buscava justamente responder às críticas citadas. Por um lado, o trabalho em equipe – salientado na narrativa audiovisual – e a ênfase no currículo dos membros da equipe tratavam de minimizar as acusações de inexperiência. Por outro lado, a concretude das propostas buscava materializar a perspectiva de que Lula estava “preparado” e “saberia o que fazer” na condição de presidente da república.

Só um novo contrato social que favoreça o nascimento de uma cultura política de defesa das liberdades civis, dos direitos humanos e da construção de um país mais justo econômica e socialmente permitirá aprofundar a democratização da sociedade, combatendo o autoritarismo, a desigualdade e o clientelismo. Na busca de um novo contrato, a mobilização cívica e os grandes acordos nacionais devem incluir e beneficiar os setores historicamente marginalizados e sem voz na sociedade brasileira. Só assim será possível garantir, de fato, a extensão da cidadania a todos os brasileiros. É indispensável, por isso, promover um gigantesco esforço de desprivatização do Estado, colocando-o a serviço do conjunto dos cidadãos, em especial dos setores socialmente marginalizados. Desprivatizar o Estado implica também um compromisso radical com a defesa da coisa pública. A administração deixará de estar a serviço de interesses privados, sobretudo dos grandes grupos econômicos, como até agora ocorreu (PT, 2002a, p.2).

Na conjuntura do alvorecer do século XXI, os grupos que “privatizavam” o Estado eram justamente os que se beneficiavam dos juros altos e do círculo vicioso apontado anteriormente. O projeto sustentado por esse grupo significava, então, o reforço da lógica coronelista e da condição dos “setores historicamente/socialmente marginalizados”. Neste sentido, a citação ilustra bem a ambiguidade do discurso eleitoral petista. Se por um lado o diagnóstico era bastante duro — oposição entre “democratização” e “autoritarismo, desigualdade e clientelismo” —, a solução seria negociada (“novo contrato social”).

O objetivo desta solução negociada era o de estabelecer um “modelo alternativo de desenvolvimento econômico” (PT, 2002a, p.2). Por isso, a preocupação primeira foi a de estabelecer a fronteira entre o “nós” (os setores passíveis de articulação e negociação) e um “eles” (os setores adversários que não faziam parte da articulação). A análise do conteúdo desse “modelo alternativo de desenvolvimento” fornece pistas muito claras sobre a articulação do “nós” e do “eles”.

A concepção de desenvolvimento petista pode ser resumida no tópico “mobilização pela produção e pelo emprego” (PT, 2002a, p.12), seção do referido programa de governo. Tratava-se do enfrentamento do “círculo vicioso” neoliberal, através do estímulo do Estado. O Estado deveria ser fortalecido para cumprir seu papel de planejar a vida econômica do país e articular compromissos de curto, médio e longo prazo. Isto demandava a diminuição da vulnerabilidade externa característica do modelo econômico neoliberal. Assim:

Especificadas as linhas estratégicas do novo modelo, cabe apontar os aspectos gerais da dinâmica de crescimento proposta. O motor básico do sistema é a ampliação do emprego e da renda *per capita*, e conseqüentemente da massa salarial que conformará o assim chamado mercado interno de massas. O crescimento sustentado a médio e longo prazo resultará da ampliação dos investimentos na infraestrutura econômica e social e nos setores capazes de reduzir a vulnerabilidade externa, junto com políticas de distribuição de renda (PT, 2002a, p.34).

O foco no “mercado interno” pressupunha uma diferenciação entre o “capital

produtivo”<sup>5</sup> e o “capital especulativo”, como sugeria a presença de José Alencar na chapa presidencial. O planejamento do Estado deveria atuar a favor do primeiro em detrimento do segundo ao criar condições de baixar as taxas de juros. Afinal, o crescimento e a emergência de um “mercado interno de massas” eram condições *sine qua non* para a eliminação da miséria e – como citado anteriormente – a “democratização da sociedade”.

Esta perspectiva da “democratização da sociedade” implicava também o enfrentamento político dos adversários que defendiam o modelo econômico em voga à época. Em termos audiovisuais, um dos *spots* mais significativos foi o “Xô, corrupção”. A peça, veiculada em maio de 2002, fez parte da pré-campanha do PT. O vídeo inicia com um som que remete a filmes de terror, para em seguida focar em um buraco na parede. Deste buraco saem ratos que roem uma bandeira do Brasil, especialmente a palavra “progresso”. Os ratos voltam à sua toca e o narrador anuncia com voz grave: “ou a gente acaba com eles, ou eles acabam com o Brasil. ‘Xô, corrupção’: uma campanha do PT e do povo brasileiro” (PT, 2002b).

O *spot* é agressivo ao demarcar uma posição clara. O combate à praga da corrupção – forma mais elementar de privatização do bem público – seria a única maneira de salvar o Brasil. O PT – na condição de veiculador da campanha – se colocava, então, como a solução para a chaga, na condição de *representante do povo brasileiro*, afinal as posições do partido foram construídas a partir da oposição entre “democratização” e “autoritarismo, desigualdade e clientelismo” presente no programa de governo.

Vale apontar, contudo, o fato de que, na peça em questão, o adversário não foi *anunciado explicitamente*. Por um lado, isto se explica por este *spot* ter sido veiculado durante o período de pré-campanha, no contexto das prévias (o próprio Lula teve que enfrentar pela primeira vez uma, dentro de seu partido). Por outro, é fundamental apontar que a vagueza foi uma característica estruturante dos ataques realizados pela campanha de Lula. No contexto de pré-campanha, o “Xô, corrupção” demarcava que quaisquer eventuais adversários de Lula seriam os representantes dos setores das elites que privatizavam o

---

<sup>5</sup> No dia 10 de setembro de 2002, foi veiculado um *spot* no qual Lula de dentro de uma fábrica de carros falava diretamente ao telespectador: “Tenho conversado com muitos empresários e com sindicatos de trabalhadores e todos estão convencidos de que a única solução é o Brasil voltar a crescer. A verdade é que estamos no mesmo barco e temos que dar as mãos e remar na mesma direção. Um bom exemplo disso foi quando em novembro do ano passado, as quedas nas vendas obrigaram a Volkswagen a demitir 3 mil funcionários. E o líder sindical Luís Marinho foi à Alemanha conversar com a direção mundial da empresa. Numa reunião histórica, foi feito um acordo e das 3 mil demissões, 2.400 não precisaram acontecer. E mais: por esse acordo, a empresa se obrigou a modernizar a fábrica de São Bernardo, produzir novos produtos e a não demitir ninguém por 5 anos. Esse é um bom exemplo de que quando empresários e trabalhadores se entendem, o resultado é melhor para todos. É por isso que a minha proposta de fazer um grande pacto social entre governo, empresários e trabalhadores é cada vez mais aceita, cada vez mais compreendida por todos. É assim que pretendo governar o Brasil, temos que encontrar novas soluções para os nossos velhos problemas. Temos que mudar o atual modelo econômico. Temos que investir na produção, reduzir impostos, aumentar as exportações e reduzir os juros. Só assim, nossa economia vai voltar a crescer e gerar os empregos que o povo brasileiro tanto precisa” (DOXA, 2015, 7’18”). A passagem é interessante por duas razões: 1) a ênfase na negociação entre trabalhadores e empresários; 2) o capital produtivo citado pelo programa de governo não é necessariamente nacional.

Estado e corrompiam o país. Esta construção narrativa, como exploraremos melhor adiante, diz mais a respeito sobre a construção do “nós” do que do “eles”.

Cerca de um mês após a veiculação do *spot* “Xô, corrupção” foi publicada, já no contexto do “terrorismo de mercado”, a “Carta ao povo brasileiro” (LULA DA SILVA, 2002a). A Carta assinada por Lula foi, sem dúvida, um documento emblemático, até hoje utilizado pelos críticos à esquerda do PT para acusar o partido de ter “traído” sua origem operária ao firmar um compromisso com a burguesia brasileira (Cf. ARCARY, 2011). Tratava-se de um documento no qual Lula se pronunciava a favor de uma reforma gradual e pactuada, sem rupturas, especialmente no que diz respeito à condução da política econômica. Assim,

Para resolvê-la [a crise econômica], o PT *está disposto a dialogar com todos os segmentos da sociedade e com o próprio governo* [de FHC], de modo a evitar que a crise se agrave e traga mais aflição ao povo brasileiro. Superando a nossa vulnerabilidade externa, poderemos reduzir de forma sustentada a taxa de juros. Poderemos recuperar a capacidade de investimento público tão importante para alavancar o crescimento econômico. Esse é o melhor caminho *para que os contratos sejam honrados* e o país recupere a liberdade de sua política econômica orientada para o desenvolvimento sustentável. [...]. *Vamos preservar o superávit primário o quanto for necessário para impedir que a dívida interna aumente e destrua a confiança na capacidade do governo de honrar os seus compromissos* (LULA DA SILVA, 2002a, p.4-5, grifo meu).

A citação demonstra a preocupação de Lula com a estabilidade econômica e com a negociação de soluções para a superação da crise. Um olhar apressado poderia imaginar se tratar de mera “manobra” para lidar com o “terrorismo de mercado” atuante no Brasil à época. Contudo, como já indicamos, a preocupação com uma transformação gradual e negociada na sociedade brasileira pode ser encontrada em diversas passagens da campanha e do programa de governo<sup>6</sup>. Neste sentido, encontramos, então, uma situação interessante.

Evidentemente, Lula possuía apoio das maiores centrais sindicais do país naquele momento. Contudo, a construção narrativa da candidatura de Lula não se limitou a condição de representante dos interesses dos trabalhadores justamente por tentar articular com outros setores, em função da perspectiva gradual e negociada. Desta forma, os acenos aos empresários e ao mercado financeiro necessitavam ser acompanhados de sinalizações aos trabalhadores, apoiadores históricos do partido. Por isso, um mês depois da “Carta ao povo brasileiro”, Lula assinou outra carta aberta. Esta, menos conhecida e rememorada, se chamava “Compromisso com a soberania, o emprego e a segurança do povo brasileiro” (LULA DA SILVA, 2002b) e se caracterizou por um enfrentamento mais explícito.

---

<sup>6</sup> Um exemplo é a passagem do programa de governo: “como já foi enfatizado, o novo modelo de estabilidade econômica que o nosso governo quer construir tem no crescimento sua força motriz. Para tanto, o nosso governo será incansável na arte de ouvir, propor e negociar permanentemente com todos os segmentos da sociedade brasileira, de modo a impulsionar a recuperação da autoestima e da confiança que o País tanto precisa”. (PT, 2002a, p. 38-39)

O documento parece se dirigir explicitamente à militância quando afirma: “*O PT nunca se omitiu e não se omitirá agora diante da crise. Governamos com reconhecido sucesso e responsabilidade 50 milhões de brasileiros. Nossa coligação estará sempre disposta a defender o Brasil e a evitar o pior*” (LULA DA SILVA, 2002b, p. 4, grifo meu). E busca justificar que a perspectiva “defensiva” (“conciliação”) não inviabilizava a “ofensiva” (“enfrentamento”) em uma analogia com o futebol:

Mas não podemos nos contentar apenas em evitar o pior. Não podemos ter uma postura defensiva, recuada, agachada diante da crise. O Brasil não pode acovardar-se. Até porque a atitude recuada não resolve nada, ela na verdade só alimenta a crise. O único modo consistente e duradouro de evitar a crise é vencê-la. E isso se faz combatendo as suas causas. Enquanto a economia brasileira estiver estagnada e os juros continuarem nas alturas, enquanto a especulação for mais atrativa do que a produção, os papéis valerem mais do que os empregos, seremos sempre vulneráveis. A maneira de superar a crise é fazer o Brasil voltar a crescer. Sim, eu sei que os obstáculos existem e são poderosos, mas isso não significa que o Brasil deve render-se à crise. Basta de passividade e de fatalismo. O país tem margem de manobra. *Temos que ser ao mesmo tempo responsáveis e criativos. Não estamos condenados à vulnerabilidade, à insegurança e à miséria. Podemos nos defender com eficácia sem deixar de avançar. A seleção brasileira demonstrou nos gramados da Ásia que é possível ser defensivo e ofensivo ao mesmo tempo. Ou alguém acha que teríamos sido campeões do mundo se ficássemos apenas evitando os gols dos adversários?* (LULA DA SILVA, 2002b, p. 4, grifo meu).

O mero cotejamento das duas cartas poderia fazer crer que a tensão “enfrentamento x conciliação” característica da campanha de Lula em 2002 seria mera consequência das dificuldades de responder às críticas de “inexperiência” e “radicalismo” (construção do Lulinha, “paz e amor”) e ao mesmo tempo manter militância e simpatizantes animados. Entretanto, uma campanha eleitoral necessita de uma imagem “coesa”, ou seja, esta ambiguidade do enfrentamento não se traduziu em um tom vacilante quando se toma a campanha como um todo.

Em termos audiovisuais, o último programa do primeiro turno foi bastante simbólico de como essa tensão se articulou e se resolveu. O vídeo começa com uma apresentadora convidando o telespectador a realizar uma “viagem no tempo”. Ao som de “Lula lá” – jingle da campanha de 1989 – aparecem imagens de multidões, de bandeiras, de comícios da primeira eleição presidencial após 25 anos de ditadura. Em seguida, o locutor – ainda com as imagens e a música de 1989 ao fundo – diz: “era o sonho de um Brasil livre, justo e soberano. Mais alegre e mais feliz que contagiava a todos. E o ‘Lula lá’ soava como um grito de esperança de um novo Brasil atravessado na garganta do povo brasileiro”. (PT, 2002d, 8’34”).

O jogo de montagem entre as imagens de 1989 e o texto do locutor se configura, então, em uma operação de ressignificação da memória. Esta ressignificação consistia em transformar o momento mais radical da história do partido em um moderado “grito de

esperança”. Desta forma, a ambiguidade da montagem contemplava velhos e novos apoiadores. De um lado, as imagens de arquivo contemplavam a militância e simpatizantes mais antigos, os quais podiam enxergar 2002 como uma continuidade direta de 1989. Por outro lado, o texto e a operação de “moderar 1989” podiam alcançar os aderentes mais recentes que não se sentiam contemplados pelo antigo radicalismo do partido.

Esta tensão entre “conciliação” e “enfrentamento” se resolveu narrativamente no final do último programa do primeiro turno. Nesta última parte, aparece uma cena em que muitas mulheres (de diversas etnias) vestidas de branco caminham juntas. Algumas estão grávidas e com as mãos na barriga fazem um gesto de quem protege o bebê, outras cuidam de crianças pequenas no colo. Ao fundo, uma música de batida constante que evoca uma ideia de “progresso” de “seguir em frente”. Finalmente, entra a voz de Chico Buarque que diz: “você não pode escolher se o seu filho será menino ou menina. Não pode escolher a sua altura e nem a cor dos seus olhos. Muito menos o que ele vai ser quando crescer. Mas uma coisa você pode escolher: que tipo de país você quer pra ele”. A tomada corta para o cantor que – todo vestido de branco com um broche vermelho do PT – diz: “se você não muda, o Brasil também não muda” (PT, 2002d, 12’01”).

Observe-se que a fala final de Chico Buarque não se direciona a um grupo social específico. Isso ocorre, pois a construção de “esperança” e de “futuro” almejava alcançar o maior número de pessoas possível. É por isso que analisar “conciliação” e “enfrentamento” de maneira dicotômica não é a melhor forma de abordar o problema. Defendemos que a resolução da referida tensão se deu na ideia de “construir o futuro” que buscava, antes de tudo, alcançar o setor do eleitorado que historicamente não votava no PT como o “subproletariado” – na tipologia de André Singer (2009) – e não apenas “pactuar com a burguesia”.

Por fim, a estratégia de mobilizar a “esperança” deu certo e Lula saiu vitorioso das eleições com uma margem relativamente larga (1º Turno: Lula, 46,44%; Serra, 23,19%.; 2º Turno: 61, 27% pra Lula; Serra: 38,73%). Entre o desempenho econômico e escândalos de corrupção, o desenrolar do primeiro mandato colocou outras questões para o pleito de 2006, conforme veremos a seguir.

### **3. Eleições de 2006: “Lula de novo com a força do povo”**

Os quatro anos do primeiro governo Lula foram caracterizados por uma fórmula que buscou dar continuidade à articulação das variáveis “conciliação” e “enfrentamento” mobilizadas em 2002. Nesse sentido, a combinação de condução ortodoxa da macroeconomia (“conciliação”) e políticas sociais (“enfrentamento”) pareceu funcionar, conforme os indicadores de crescimento da economia (média de 3,7% ao ano), do número de indigentes (redução de 41,8%) e de pobres (redução de 24,6%) (Cf. CEPALSTAT, 2019).



Nesse cenário, Lula foi candidato à reeleição pela coligação “A Força do Povo” composta pelo Partido dos Trabalhadores (PT), Partido Republicano Brasileiro (PRB) e Partido Comunista do Brasil (PCdoB). Recebeu também apoio informal do Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB), Partido Liberal (PL) e do Partido Socialista Brasileiro (PSB).

O programa de governo – “Lula de novo com a força do povo” – ao contrário do que tradicionalmente fez o PT não foi dividido em pontos. Ele possui duas grandes partes, cada uma dividida em seções. A primeira é composta pela diferenciação ante os adversários e pela exposição de princípios norteadores do primeiro mandato e que seriam ampliados e reafirmados em um segundo mandato. A segunda parte do programa, por sua vez, trata das propostas para trinta e oito áreas do governo. A diversidade de propostas – nas quais, ao contrário de 2002, estão inclusos temas “polêmicos” como racismo, machismo e homofobia – buscavam ser a materialização dos princípios que apareceram na primeira parte do programa.

Do ponto de vista dos adversários, os indicadores econômico-sociais e a condução macroeconômica conservadora inviabilizavam as críticas de “incompetência/inexperiência” e “radicalismo” que orientaram os adversários de Lula em 2002. O foco das críticas, então, passou a ser a corrupção, em função do chamado “escândalo do mensalão” (acusação de que o governo petista pagava uma “mesada” para deputados votarem favoravelmente a seus projetos)<sup>7</sup>. Enquanto a oposição tentou transformar a eleição em um plebiscito sobre a participação de Lula na eclosão de escândalos de corrupção, o PT buscou desviar o foco do debate<sup>8</sup>.

Em termos narrativos, a operacionalização deste deslocamento consistiu na recuperação de uma ideia presente no programa de governo de 2002, segundo a qual a “privatização” do Estado também era uma forma de corrupção. Desta forma, o tom da campanha de Lula foi o de um enfrentamento muito mais incisivo, se comparado à campanha de 2002, ao cobrar coerência dos que defendiam a “ética”, mas que tinham privatizado o Estado brasileiro, tal qual está escrito no começo do programa de governo:

---

<sup>7</sup> Um indicativo da importância da corrupção no debate eleitoral daquele momento é que na entrevista do Jornal Nacional (JN, 2006) foram gastos 10 dos 12 minutos com questões relacionadas ao assunto.

<sup>8</sup> Esta perspectiva pode ser vista em diversos momentos da campanha. Tome-se por exemplo a fala ao final do primeiro *spot* de propaganda do primeiro turno, no qual Lula afirma: “Não se engane, a crise ética que se abateu sobre o país é a crise de todo o sistema político e não apenas de um partido ou de determinadas pessoas. Os que comentaram erros, precisam ser punidos. Mas só uma reforma política poderá evitar que certos problemas se repitam. Na campanha vamos poder aprofundar estes e outros temas. Por hoje, quero apenas que vocês reflitam se o melhor para o Brasil é avançar rapidamente ou recomeçar do zero, como querem alguns candidatos” (PT, 2006b, 3’48”). O primeiro debate do segundo turno – Lula se ausentou dos debates do primeiro turno, alegando que sofria muitas calúnias – ocorrido na TV Bandeirantes também foi significativo neste sentido. Em diversas ocasiões, Geraldo Alckmin indagava Lula sobre corrupção e Lula respondia solicitando que o debate versasse sobre temas político e enunciando as realizações de seu governo, além de citar questões polêmicas não investigadas em São Paulo ou no período de FHC. (BANDEIRANTES, 2006)

Como sempre ocorreu em nossa história, grupos que há séculos dominam este país – e controlaram até bem pouco tempo o Governo central – desencadearam ofensiva sem precedentes para preservar privilégios e voltar às posições perdidas. Carente de coragem para expor seu verdadeiro programa, a oposição neoliberal tenta construir um programa com ênfase na “ética”, no “crescimento” ou no “choque de gestão”. Falta-lhe, no entanto, autoridade moral e credibilidade política para dar consistência a esse discurso. *Como podem falar em “ética” os autores da privatária que entregou grande parte das empresas estatais em processos marcados por graves denúncias de irregularidades? Que autoridade têm aqueles que engavetaram denúncias na Justiça ou deixaram de investigá-las nas dezenas de CPI’s abafadas na Câmara, Senado e Assembleia Legislativa de São Paulo? Que credibilidade têm para falar em “crescimento” os que mergulharam o país na estagnação, submeteram-se aos interesses do capital financeiro e foram incapazes de propor um modelo de crescimento com inclusão social? Que “choque de gestão” é esse, finalmente, que sucateou o Estado brasileiro e que semeou o caos no sistema de segurança pública em São Paulo nos últimos meses?* (PT, 2006a, p. 7-8, grifo no original).

A disputa pelo sentido do termo “corrupção” proposta por Lula fundamentou a diferenciação ante seu principal adversário, Geraldo Alckmin (PSDB, ex-governador de São Paulo). De acordo com a perspectiva petista, Lula unia o Brasil e governava para todos ao incluir os setores historicamente/socialmente marginalizados no rol de políticas públicas. Alckmin, por sua vez, era o representante do passado privatista e economicamente estagnado que beneficiava apenas a uma elite<sup>9</sup>. Neste sentido, a estratégia eleitoral petista consistiu em uma inversão do sentido plebiscitário defendido pela oposição conforme indicava o próprio plano de governo:

As eleições de outubro de 2006 serão um confronto entre passado e futuro. De um lado, o bloco conservador que governou o Brasil na década de noventa e nos primeiros anos deste século. De outro, as forças progressistas comprometidas com um projeto nacional de desenvolvimento popular, democrático e soberano que passaram a governar o Brasil desde janeiro de 2003, com a posse de Luiz Inácio Lula da Silva na Presidência da República. Assim, as eleições de 2006 – mais do que quaisquer outras no passado - estarão marcadas por um enfrentamento político-ideológico que opõe um bloco social comprometido com profundas mudanças na sociedade brasileira àqueles que sempre utilizaram o poder do Estado em benefício dos interesses de uma minoria. (PT, 2006a, p.7)

O plebiscito entre “passado” e “futuro” tem implícito a distinção entre um “eles” e um “nós”. O “eles” seria a parcela da sociedade defensora do modelo neoliberal privatista e estagnador (passado), que beneficiava apenas a uma elite. O “nós”, por outro lado, seria o

---

9 Observe-se a fala de Lula em propaganda veiculada no dia 12 de outubro de 2006: “agora quero, acima de tudo, falar do futuro, de novas propostas. E mostrar a profunda diferença que existe entre eu e meu adversário. Temos um projeto de nação completamente diferente. Enquanto eles sempre trabalharam para uma pequena elite, nós governamos para todos os brasileiros. *Enquanto eles fazem uma campanha de ódio, dividindo o Brasil, nós estamos unindo a nação em um projeto de futuro, onde há lugar para todos.* Enquanto eles privatizaram, desarticularam a economia, encolheram salário, diminuíram o emprego e submeteram o país aos interesses estrangeiros, nós acabamos com a inflação, estabilizamos a economia, aumentamos o salário, ampliamos o emprego, nos libertamos do FMI e, especialmente, diminuímos a pobreza e a desigualdade social. Enquanto eles ocultaram escândalos e barraram CPI’s, nós estamos combatendo corrupção em todas as frentes, mesmo que para isso a gente tenha que cortar na própria carne” (DOXA, 2017,10’28”, grifo meu).

povo brasileiro, beneficiado pelas políticas sociais do governo petista (futuro), cujo representante era Lula.

Em termos audiovisuais, a construção do “nós” significou o aprofundamento das transformações da identidade visual petista, iniciada em 2002, quando as imagens de militância foram dando lugar a imagens que remetiam à unidade do povo brasileiro<sup>10</sup>. Tome-se como exemplo a abertura dos programas, na qual uma câmera aérea percorre um fio verde e amarelo que vai conduzindo o telespectador a várias imagens que remetem ao Brasil (florestas, cidades símbolos, como o Rio de Janeiro). Além disso, aparecem imagens de obras grandiosas – especialmente a produção de petróleo – as quais remetem à grandiosidade do governo Lula. Entre as cidades e as grandes obras, surgem imagens que mostram a interação de Lula com pessoas simples e humildes, constituindo-se assim a proximidade do representante junto ao seu povo brasileiro. Tudo isso ocorre ao som do jingle: “é Lula de novo, com a força do povo” (Cf. PT, 2002b, 0’01”).

Em termos de diagnóstico, a campanha reiterou que Lula enfrentou<sup>11</sup> e venceu os desafios legados pelo neoliberalismo. Neste sentido, a consolidação e solidificação das conquistas só seria possível com a ampliação das políticas sociais. Uma síntese do diagnóstico que guiou a campanha pode ser encontrada logo no primeiro programa eleitoral televisivo, quando se dirigindo ao telespectador Lula diz:

Minhas amigas e meus amigos, hoje é um dia especial para mim. Depois de 44 meses na presidência, posso olhar nos olhos de cada um de vocês e pedir outro voto de confiança. Peço seu voto com a consciência tranquila, com a certeza de que o Brasil está bem melhor do que encontramos e que temos todas as condições de avançar muito mais. Vivemos hoje a melhor combinação das últimas décadas de resultado na economia e no social. Provamos que é possível crescer e, ao mesmo tempo, distribuir renda. É fundamental, portanto, que isso não pare. A inflação está controlada. A estabilidade, garantida. Os juros caem e a taxa de crescimento aumenta. A comida está mais barata. O crédito, mais fácil. E os salários estão melhorando. Nos últimos três anos, mais de 3 milhões saíram da linha da miséria. E outras sete milhões subiram da pobreza para a classe média. Em termos quantitativos, alguns países cresceram mais do que a gente, porém nenhum cresceu com esta qualidade. Agora, podemos ampliar as reformas e crescer com mais intensidade, sem risco de inflação. Cuidar ainda mais dos pobres, aumentar o apoio à classe média e dobrar o esforço na educação, na saúde e na segurança (PT, 2002b, 3’,48”).

---

10 O conjunto de apresentadores – uma mulher negra, um homem indígena e um homem branco – também possui um papel importante na construção deste “nós”, na medida que simbolizam as “três raças” que “fundaram” o Brasil e ampliam as possibilidades de identificação do telespectador/eleitor com o conteúdo apresentando na propaganda eleitoral.

11 “O Governo Lula recebeu uma dupla herança negativa. Conjunturalmente, em 2002, o país sofria os efeitos das políticas implementadas pela coligação PSDB-PFL, que frearam o crescimento, concentraram renda e riqueza, debilitaram o Estado, generalizaram a corrupção, afetaram o equilíbrio regional, fragilizaram a segurança energética, comprometeram a soberania nacional e deixaram o país à beira de uma nova crise macroeconômica. Estruturalmente, o país vivia as consequências de décadas de um crescimento concentrador de renda e de poder, constantemente mergulhado em crises inflacionárias ou de endividamento, incapaz de criar bases sólidas para financiar um desenvolvimento duradouro, que combinasse crescimento, democracia e bem-estar social” (PT, 2006, p.5).

O desafio consistia, então, na consolidação e no aprofundamento das conquistas do primeiro governo. Desta forma, os adversários são tratados como representantes das “forças do atraso”:

Estão construídas condições objetivas para um maior crescimento com juros mais baixos, aumento dos investimentos e intensificação das políticas sociais, preservado o equilíbrio macroeconômico. O que está em jogo agora é aprofundar esse processo e criar uma nova dinâmica em nossa sociedade. Para tanto, nunca é exagerado reiterar, é fundamental reeleger Lula e com isso impedir que as forças do atraso reconquistem o governo, interrompendo e revertendo as mudanças iniciadas em 2003 (PT, 2006a, p.6-7).

O referido parágrafo está em uma seção da primeira parte do programa de governo intitulada “o enfrentamento do atraso”. A expressão – muito característica da tradição da esquerda brasileira – não havia sido utilizada na campanha de 2002. Por isso, seu uso em 2006 era um indicativo das transformações do tom do enfrentamento se comparamos as duas campanhas.

No audiovisual a construção do “eles” se focou nas referências às privatizações realizadas pelo PSDB nos anos de 1990. Tomemos como exemplo o *spot* veiculado no dia 17 de outubro, no qual é exibido um mapa do Brasil com diversas peças que simbolizam as diversas estatais. Com um som que remete a terror e mistério, uma mão retira cada uma das peças, enquanto um narrador diz:

Vale do Rio Doce, vendida pelos tucanos no governo FHC, Embratel, CSN e mais 79 empresas vendidas pelos tucanos no governo FHC. Eletropaulo, vendida por Alckmin em São Paulo, Congás, vendida por Alckmin em São Paulo, CPFL, vendida por Alckmin. Se eles privatizam tudo por onde passam, será que vão respeitar a Petrobrás, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal? Pense nisso. É Lula de novo, para eles não privatizarem mais nenhuma empresa do povo (DOXA, 2017, 17'15”).

As acusações de que Alckmin iria privatizar a Petrobrás, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal foram tão incisivas e reiteradas que o ex-governador de São Paulo se viu obrigado a se posicionar. Desta forma no dia 18 de outubro – um dia após a veiculação desta peça, portanto – o candidato tucano proporcionou uma das cenas mais icônicas daquela corrida eleitoral. Em palestra proferida para a Associação Nacional dos Funcionários do Banco do Brasil, ele apareceu com uma jaqueta bege a qual possuía os símbolos das estatais (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Petrobrás e Correios) que, no discurso petista, seriam privatizadas no caso de vitória tucana (Cf. G1, 2006).

Vale apontar que a intensidade dos ataques ao adversário tucano não se traduziu em qualquer apelo à radicalidade, inviabilizada, inclusive, pelas reiteradas menções ao sucesso da política econômica calcada na estabilidade. A própria identidade visual da campanha estava em consonância com esta premissa, como indica o predomínio das cores verde e amarelo em detrimento do vermelho – cor do símbolo e da bandeira petistas. Neste sentido,

até mesmo o tradicional broche do PT deu lugar à bandeira do Brasil no paletó de Lula.

Assim sendo, tal qual a campanha anterior, o que o PT defendia era a continuidade da extensão da cidadania, o fim da miséria e a redução da desigualdade. Afinal, como disse Lula em propaganda veiculada no dia 16 de outubro:

o Brasil só será uma nação quando todos, absolutamente todos os brasileiros tiverem o direito de fazer três refeições por dia. Foi pensando nisso que criamos o 'Fome Zero', através dele, estamos desenvolvendo 21 ações e programas que incluem desde a construção de cisternas nas regiões mais secas do país até o reforço da merenda escolar para nossas crianças. O carro-chefe de todas estas ações é o Bolsa-família. Ele abriu as portas de uma vida mais digna para 44 milhões de brasileiros. Só agora meus adversários perceberam a importância deste programa. Eles que durante tanto tempo ficaram falando que o Bolsa-família era uma esmola, agora se deram conta de que o Bolsa-família é uma conquista de todos os brasileiros que sonham com um Brasil mais justo (DOXA, 2017, 19'01").

Por fim, a estratégia de um enfrentamento mais explícito e incisivo deu certo. A eleição foi vencida por Lula com uma vitória acachapante. É digno de nota o fato de que Geraldo Alckmin teve menos votos no segundo do que no primeiro turno [1º Turno: Lula (48,61%); Alckmin (41,64%); 2º Turno: Lula (60,83%); Alckmin (39,17%)]. Ademais, é interessante assinalar que nesta eleição se forjou a geografia da divisão eleitoral que perdura no Brasil até hoje. Enquanto Lula foi vencedor na maior parte dos estados do norte (perdeu apenas em Roraima, Rondônia e Acre), na maior parte dos estados do sudeste (perdeu apenas em São Paulo) e em todos os do nordeste, Alckmin foi vitorioso em todo centro-oeste e no sul, além de São Paulo.

Escapa dos objetivos de nosso trabalho assinalar as razões deste realinhamento eleitoral (SINGER, 2009). Contudo, é impossível problematizá-lo sem ter em mente a disputa de narrativas entre aqueles que queriam transformar o pleito presidencial em um plebiscito sobre a culpa de Lula no "mensalão" e a estratégia petista de inverter a discussão e partir para o enfrentamento explícito em nome do "povo brasileiro" que fora beneficiado pelas políticas sociais no primeiro mandato.

#### **4. À guisa de conclusão: permanências e rupturas na construção do populismo lulista**

Uma recorrência nas análises da história do Partido dos Trabalhadores é compreensão das posições políticas do partido a partir do binômio "enfrentamento x conciliação". O problema destas abordagens é que elas – explicitamente ou não – partem de uma noção ideal do "enfrentamento". Esta noção, então, costuma ser confrontada com a prática petista, a qual nunca alcança os níveis de "enfrentamento" desejado pelos analistas. Ou seja, eles buscam compreender a trajetória política e discursiva do PT a partir das *ausências*, da *negatividade*, pelo que ela *não foi* ou – nos casos mais saudosistas – pelo que ela *deixou de ser* (Cf. IASI, 2006; CHAGAS, 2014; SANTOS, 2017).

Observe-se que no conjunto anterior de abordagens, por exemplo, não faz diferença as estratégias utilizadas para construir a “conciliação”, pois o *que* os atores políticos dizem e *como* eles articulam suas propostas e programas não importa, afinal o veto à “conciliação” por parte dos analistas está dado de antemão. Nosso trabalho correu em outro sentido, uma vez que propomos a analisar a trajetória discursiva petista em sua *positividade*, ou seja, pelo que ela foi. Por isso, entendemos que “enfrentamento” e “conciliação” são duas faces do mesmo projeto. Assim, cremos ser mais proveitoso analisar a *articulação* – ou seja, partir do *que* e do *como* os atores políticos falam – existente entre ambas as categorias do que verificar o quanto de “enfrentamento” “faltou” no discurso petista.

Outra preocupação de nosso trabalho foi a de analisar as especificidades de cada mandato/campanha de Lula em seu governo. Focar a reflexão nas permanências e rupturas entre as campanhas de 2002 e 2006 permite escapar de um equívoco que tem permeado parte da produção das ciências sociais brasileiras nos últimos anos. Neste sentido, muitos intérpretes – tanto simpatizantes quanto críticos dos governos petistas – têm tomado todo o período governado por Lula e Dilma como algo homogêneo<sup>12</sup>.

No jogo de permanências e rupturas, a principal permanência discursiva entre as duas campanhas analisadas no presente trabalho, sem dúvida, diz respeito à concepção sobre a importância do Estado como elemento indutor da economia. Isto não significou, como demonstraram as campanhas e as práticas de Lula na condição de presidente da república, um abandono das premissas de ortodoxia fiscal estabelecidas por seu antecessor, Fernando Henrique Cardoso. A diferença em relação a Cardoso é que o modelo petista buscou estimular e consolidar um “mercado interno de massas” a partir da superação da vulnerabilidade externa (dificuldade em reter dólares no mercado internacional, a qual fundamentava as altas taxas de juros nos anos 1990).

Ainda em termos de fundamento, outra continuidade importante foi a busca pela ampliação a cidadania aos brasileiros histórica e socialmente marginalizados. A extensão da cidadania não foi concebida como consequência automática do desenvolvimento econômico e/ou da redução da desigualdade econômica. Por isso, além de trabalharem com uma concepção de “finalidade social” da economia (ao contrário do neoliberalismo, modelo que transforma o crescimento econômico em um fim em si mesmo), os programas de governo

---

<sup>12</sup> A “narrativa do golpe” hegemônica na esquerda brasileira hoje tem como pressuposto uma homogeneidade dos interesses dos atores que derrubaram Dilma Rousseff. Nesse sentido, não é difícil imaginar que se os “golpeadores” são homogêneos, os “golpeados” também o são, daí que as diferenças entre os governos petistas sejam secundarizadas nas análises. Nesse sentido, dentre os simpáticos ao petismo destacamos a obra de Renato Rabelo e Adalberto Monteiro (2017). Já no campo crítico ao petismo, destacamos os trabalhos de Alysson Mascaro (2018) e de Fábio Luis Barbosa dos Santos (2018). Evidentemente há diversas exceções, tais quais André Singer (2012) – que defende nos que o lulismo é uma inflexão ao reformismo fraco a partir de 2006 – e Laura Carvalho (2018), ainda que sua análise não tenha a pretensão de abarcar o político, a economista defende que a ênfase no mercado interno representa uma transformação importante do segundo mandato de Lula.

das duas campanhas de Lula destacavam que somente a ação política – do Estado e da sociedade civil – poderia transformar em realidade o princípio da igualdade.

Em termos de descontinuidades, as *formas narrativas* da construção do “povo” foram os elementos que mais se modificaram entre 2002 e 2006. Isso ocorreu por conta da dinâmica de cada campanha. Em 2002, o significante privilegiado na corrida eleitoral era o da “superação da crise econômica”. A fim de responder a esta demanda, Lula optou por tentar abarcar em seu discurso a parcela pobre do eleitorado que tradicionalmente não votava no PT. Contudo, a base tradicional do partido não poderia ficar órfã. Daí a necessidade de harmonizar as categorias de “conciliação” e “enfrentamento”, tensão esta, conforme demonstramos, resolvida na fórmula de “construir a esperança”.

Já em 2006, o desempenho econômico do país impedia que o debate se desse nos mesmos termos que a eleição anterior. Assim, a oposição tentou transformar a eleição em um plebiscito sobre a participação de Lula nos escândalos de corrupção que eclodiram no ano anterior. A resposta petista foi a de tentar inverter o significante “corrupção”, ao defender que as privatizações e o modelo de gestão neoliberal de seu adversário também eram formas de corrupção. O enfrentamento mais incisivo (que contemplava o eleitorado cativo do PT) foi acompanhado da ideia que Lula “efetivamente fez” algo para o povo (que contemplava os eleitores conquistados em 2002). E como nunca ninguém havia feito, só ele poderia ser o representante legítimo do povo<sup>13</sup>.

A construção de uma ideia de “povo brasileiro” do qual Lula era o representante trouxe consigo – implicitamente em 2002, explicitamente em 2006 – a noção de um “outro”, justamente o adversário que *não* representava o “povo brasileiro”. Uma abordagem diacrônica permite, então, *qualificar* como se deu as estratégias de articulação realizadas na

---

<sup>13</sup> Os jingles das campanhas ilustram bem essas diferenças. Tome-se como exemplo, o jingle do primeiro turno de 2002 “Eu quero Lula” (com a tônica no “lá” para aludir ao “Lula lá” de 1989) que buscava salientar a possibilidade da mudança. Observe-se as expressões “torcer a favor” (convite ao eleitorado que não votava no PT à aposta) e as reiteradas – e vagas – menções à esperança e a um futuro “diferente”: “Não dá pra apagar o sol || Não dá pra parar o tempo || Não dá pra apagar estrelas, que brilham no firmamento || Não dá pra parar um rio, quando ele corre pro mar || Não dá pra calar um Brasil, quando ele quer cantar || Lula lá, brilha uma estrela || Bote essa estrela no peito || Não tenha medo ou pudor || Agora eu quero você, te ver torcendo a favor || A favor do que é direito, da decência que restou || A favor do povo pobre mas nobre, trabalhador || É o desejo dessa gente, querer um Brasil mais decente || Ter direito à esperança, e uma vida diferente || É só você querer, que amanhã assim será || Bote fé e diga Lula, bote fé e diga Lula || Eu quero Lula” (PT, 2002e, 0’01”). Já o jingle do primeiro turno de 2006 (“Lula de novo”) busca reiterar as principais ideias da campanha: a de “aprofundar a mudança” e a de que Lula “governa para todos” e “com justiça” (tornando seus adversários injustos e representantes da elite). Construiu-se, assim, uma relação muito mais direta com o povo, afinal o “presidente tem a cara da gente”. Ademais, observe-se que os primeiros versos são uma resposta aos ataques sofridos por Lula no final de seu primeiro mandato: “Não adianta tentarem me calar || Nunca ninguém vai abafar a minha voz || Quando o povo quer, ninguém domina || O mundo se ilumina, nós por ele e ele por nós || O Brasil quer seguir em frente || Com o primeiro homem do povo presidente || Ele sabe governar com o coração || E governa pra todos com justiça e união || É o primeiro presidente que tem a alma do povo || Que tem a cara da gente || São milhões de Lulas povoando este Brasil || Homens e mulheres noite e dia a lutar || Por um país justo e independente || Onde o presidente é povo || E o povo é presidente || Por um país justo e independente || Onde o presidente é povo || E o povo é presidente || Nós estamos aqui de novo... || [Coro]: Cantando! || Um sonho novo... || [Coro]: Pra sonhar! || Nós estamos aqui de novo... || [Coro]: Lutando! || A esperança não se cansa... || [Coro]: De gritar: || [Coro]: É Lula de novo, com a força do povo!” (PT, 2006c).

construção deste “nós” e do “eles”.

Neste sentido, defendemos que a campanha de 2002 – em função de sua estratégia de “construir a esperança” – constituiu uma inflexão na trajetória que o “enfrentamento” ocupou no discurso petista desde sua fundação em 1980. Isto não significou, evidentemente, o abandono de todo e qualquer “enfrentamento” característico da identidade do partido desde a sua fundação. A novidade em 2002 é que, em função da opção em angariar o eleitorado que não votava no PT, o “enfrentamento” se tornou “vago”, “reticente” e “implícito”. Esta “vagueza” e “reticência” podem ser auferidas em um aspecto muito concreto – conforme demonstramos – no discurso da campanha: *a ausência de uma narrativa sistemática sobre o adversário, sobre o “outro”*. Foi esta construção discursiva que possibilitou a vigência do “pacto conservador” (SINGER, 2012) que marcou o primeiro mandato de Lula.

Em 2006 a campanha operacionalizou uma mudança significativa. O “enfrentamento reticente” deu lugar a ataques bastante direcionados e agressivos. Nesta campanha foi construída *uma narrativa sistemática* sobre os adversários de Lula, segundo a qual eles eram os *representantes* do modelo econômico neoliberal que beneficiava apenas a elite da população. Assim, na narrativa petista o pleito foi transformado em um plebiscito entre o “passado” e o “futuro”. Entendemos que esta mudança de postura foi uma resposta à tentativa dos adversários em transformar a eleição em um plebiscito acerca da idoneidade de Lula, especialmente na questão do “mensalão”. Daí nossa afirmação de que Lula foi “empurrado” para uma postura mais incisiva e agressiva nos embates eleitorais. Isto nos levou a qualificar a estratégia da campanha de 2006 como um “enfrentamento reativo”. Esse “enfrentamento reativo” que apareceu na campanha foi correspondido – durante o exercício do segundo mandato – pela ampliação das políticas sociais e, por isso, é uma das bases do fenômeno que André Singer (2012) denomina de “lulismo”.

Neste sentido, concordamos com Daniel de Mendonça e Bianca Linhares (2018) quando caracterizam – após extenso diálogo com André Singer – o “lulismo” como um “populismo de esquerda”. No texto de Mendonça e Linhares (2018, p.8), quando estão apresentando as características da teoria do populismo de Ernesto Laclau, defendem que: “não necessariamente o populismo é um fenômeno de baixo para cima, como a análise de Laclau sugere, mas o contrário é também possível. Portanto, sentidos produzidos por partidos políticos ou líderes populistas podem ser incorporados pelas articulações populares”. Ou seja, trata-se de dizer que é possível ocorrer uma construção populista – de esquerda – “pelo alto”.

Por fim, é possível argumentar que todo “enfrentamento” é reativo. Evidentemente, todo “enfrentamento” responde a algum contexto e, por isso, sem dúvida é *responsivo*. Contudo, o que queremos salientar ao propor essa nomenclatura (“enfrentamento reativo”) é



que a opção pelo “enfrentamento” se deu como resposta ao caráter direto (e, por que não, pessoal?) dos ataques da oposição a Lula. A análise empírica da construção narrativa das campanhas vitoriosas de Lula permite dizer que a afirmação da virtude individual de Lula – especialmente em contraposição à campanha de 2002, cujo caráter coletivo do projeto é reiteradamente citado – permite perceber o caráter “de cima para baixo” nos sentidos construídos pelo lulismo. Sendo assim, a opção pelo “enfrentamento” em 2006 não estava prevista nas estratégias de 2002, daí a importância de ressaltar o seu caráter “reativo”. Ademais, foi esta construção “pelo alto” do “populismo de esquerda” de Lula que estabeleceu as bases de todo o debate político que se seguiu após o seu segundo mandato. Olhar a construção dessa narrativa com as lentes do historiador pode ajudar a lançar novas luzes sobre o problema. Foi neste sentido que buscamos colaborar.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCARY, Valério. **Um Reformismo Quase sem Reformas – uma crítica marxista do governo Lula em defesa da revolução brasileira**. São Paulo: Editora Sundermann, 2011.
- BANCO MUNDIAL. World Bank open data. 2019. Disponível em: <https://data.worldbank.org/>
- BANDEIRANTES. Primeiro debate do segundo turno (2006). 8 out. 2006. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wQi6vWm5D5s>
- CARVALHO, Laura. **Valsa Brasileira**. São Paulo: Todavia, 2018.
- CEPALSTAT. CEPALSTAT: Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas - Comisión Económica para América Latina y el Caribe. 2019. Disponível em: <http://estadisticas.cepal.org>
- CHAGAS, Juary. **Nem classe trabalhadora, nem socialismo: o PT das origens aos dias atuais**. São Paulo: Editora Sundermann, 2014.
- DOXA. Melhores momentos de Lula 2002. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GYV-yFPcVN0&t=>
- \_\_\_\_\_. Melhores momentos de Lula 2006. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=39ykjeb14Xw>
- G1. Alckimin no Banco do Brasil ‘veste camisa’ de estatais. 18 out. 2006. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,AA1315799-5601,00-ALCKMIN+NO+BANCO+DO+BRASIL+VESTE+CAMISA+DE+ESTATAIS.html>
- O GLOBO. Criador do Lulômetro não vê repetição de 2002. 26 mar. 2014. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/criador-do-lulometro-nao-ve-repeticao-de-2002-11987721>
- FOLHA DE SÃO PAULO. FHC diz que há risco do país virar a Argentina. 22 mai. 2002. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u32794.shtml>
- IASI, Mauro. **As Metamorfoses Da Consciência De Classe: O PT Entre A Negação E O Consentimento**. São Paulo: Expressão Popular, 2006.
- JN [JORNAL NACIONAL]. Entrevista com presidentiáveis: Lula. 21. out. 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Z0559ZjHCGM>

\_\_\_\_\_. Candidato Lula no Jornal Nacional. 10 ago. 2006. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RwkZaOYOA-c>

LULA DA SILVA, Luiz Inácio. Carta ao povo brasileiro. 22 jun. 2002a. Disponível em: <http://csbh.fpabramo.org.br/uploads/cartaaopovobrasileiro.pdf>

LULA DA SILVA, Luiz Inácio. Compromisso com a soberania, o emprego e a segurança do povo brasileiro. 23 jul. 2002b. Disponível em: <http://csbh.fpabramo.org.br/uploads/compromissocomasoberania.pdf>

MASCARO, Alysson. **Crise e golpe**. São Paulo: Boitempo, 2018.

MENDONÇA, Daniel de. Por que não seria o 'lulismo' populista? In: MENDONÇA, Daniel de; RODRIGUES, Léo Peixoto; LINHARES, Bianca. (Org.). **Ernesto Laclau e seu legado transdisciplinar**. São Paulo: Intermeios, 2017.

MENDONÇA, Daniel de; LINHARES, Bianca de Freitas. Populismo, resgate do demos e democracia: por que essa discussão importa para a teoria política? In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA, 11, 2018, Curitiba. **Anais...**

PT [PARTIDO DOS TRABALHADORES]. Programa de governo "Um Brasil Para Todos" da coligação "Lula presidente". 2002a. Disponível em: <http://csbh.fpabramo.org.br/uploads/programagoverno.pdf>

\_\_\_\_\_. Vídeo de pré-campanha "Xô, corrupção". mai.2002b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0T7fA20S9ss>

\_\_\_\_\_. Primeira propaganda eleitoral televisiva (2002). ago. 2002c. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=HU45\\_nQD-H8](https://www.youtube.com/watch?v=HU45_nQD-H8)

\_\_\_\_\_. Última propaganda eleitoral televisiva do primeiro turno. out. 2002d. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=HU45\\_nQD-H8](https://www.youtube.com/watch?v=HU45_nQD-H8)

\_\_\_\_\_. Todos os jingles de Lula 2002. 2002e. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=THI1RCrVQfo>

\_\_\_\_\_. Programa de governo "Lula de novo com a força do povo" da coligação "A força do povo". 2006a. Disponível em: [http://csbh.fpabramo.org.br/uploads/Programa\\_de\\_governo\\_2007-2010.pdf](http://csbh.fpabramo.org.br/uploads/Programa_de_governo_2007-2010.pdf)

\_\_\_\_\_. Primeira propaganda eleitoral televisiva (2006). 2006b. 15 ago. 2006. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jglzwwgMKjA>

\_\_\_\_\_. Jingle "Nós por ele, ele por nós". 2006c. [https://www.youtube.com/watch?v=fHEPKs\\_00ww](https://www.youtube.com/watch?v=fHEPKs_00ww)

RABELO, Renato; MONTEIRO, Adalberto. (Org.). **Governos Lula e Dilma: ciclo golpeado**. São Paulo: Fundação Maurício Grabois; Editora Anita Garibaldi, 2017.

SANTOS, Fábio Luís Barbosa. **Além do PT**. São Paulo: Editora Elefante, 2017.

\_\_\_\_\_. **Uma história da onda progressista sul-americana**. São Paulo Editora Elefante, 2018.

SINGER, André. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. **Novos estudos-CEBRAP**, n.85, São Paulo, 2009. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-33002009000300004](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002009000300004)

SINGER, André. **Os sentidos do lulismo**. São Paulo: Cia das letras, 2012.