

A Ruptura Entre PT e PSDB: uma análise da evolução dos discursos no horário eleitoral entre 1994 e 2014¹

Angelo Carnieletto MÜLLER²
Jacques Alkalay WAINBERG³

Resumo:

A eleição de 2014 repetiu pela sexta vez consecutiva o confronto direto entre PT e PSDB pela presidência da República no Brasil. A campanha foi marcada pela militância nas redes sociais, que ofereceu o processo eleitoral como pauta do dia e possibilitou, de um lado a democratização da discussão política, e de outro, a exacerbação das diferenças ideológicas na forma de discurso do ódio. Analisando os programas dos dois partidos através do horário eleitoral na televisão, foi possível observar a evolução dos discursos ao longo da disputa que levaram ao desenvolvimento de um processo de ruptura político-social.

Palavras-chave: Mídia; propaganda política; Ideologia; Clivagem social; Discurso do ódio.

Introdução

A partir do final do regime militar, com o retorno das eleições diretas para Presidente da República, a disputa pelo governo federal no Brasil passou a ocorrer tradicionalmente entre dois partidos: De um lado, o Partido dos Trabalhadores (PT), e do outro, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Foram seis eleições, nos últimos 26 anos, sendo duas vencidas pelo PSDB e quatro pelo PT. Este artigo propõe colocarmos a eleição de 2014 sob a perspectiva de uma ruptura, evidenciada pelos discursos que circularam nas redes sociais, especialmente aqueles de conteúdo incitador do ódio que caracterizaram boa parte da campanha. De acordo com nossa hipótese, a ruptura resulta de uma longa tradição de disputa entre os dois partidos. Ela teria sido alimentada pelos discursos de seus representantes ao longo dos anos, que resultaram no afastamento ideológico dos seus eleitores, e que podem ser observados na programação do horário eleitoral gratuito.

Para realizar o estudo procuramos inicialmente definir nosso entendimento sobre ideologia, sua relação com a mídia e seu papel nos conflitos políticos; revisar a questão do surgimento de novas tecnologias de comunicação e seu uso na política; para por fim, contextualizar os confrontos entre PT e PSDB analisando os discursos apresentados em

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação e Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-RS. email: angelo.muller@acad.pucrs.br

³ Orientador do trabalho: Professor do PPGCOM da PUC-RS. email: jacqalwa@pucrs.br

programas do horário eleitoral gratuito veiculados na televisão procurando elementos que pudessem apontar para o antagonismo, ideológico ou não, entre os dois partidos.

Ideologia

As discussões sobre ideologia política, seus conceitos, aplicações e propriedades, são normalmente bastante extensas e possibilitam interpretações subjetivas de seu conteúdo. Jost, Federico & Napier (2009), por exemplo, propõem que uma determinada ideologia poderia refletir tanto tentativas genuínas de entender, interpretar, e organizar as informações sobre o mundo político; como apontar uma tendência a racionalizar a forma como as coisas são ou como se gostaria que fossem. Já Kathleen Knight (2006), parte da multiplicidade de interpretações que o termo sofreu durante o século XX, para sugerir que alguns de seus elementos permaneceram centrais, como coerência, estabilidade e contraste.

A coerência existente entre determinado sistema de valores é condicional para a ideologia, de acordo com John Guerring (1997). Embora a palavra não apresente um significado concreto e fechado, os termos que com ela se confundem costumam enfatizar graus de apreço, acordo e adequação. Por outro lado, o fato de existir coerência acaba implicando no contraste (Knight, 2006; Guerring, 1997) entre a ideologia em questão e àquelas que circulam ao seu redor. A defesa ao longo do tempo dos valores e propostas de determinada ideologia é o que confere, por sua vez, sua estabilidade. Isso equivale a dizer que os partidos e seus representantes, para promover a sobrevivência no tempo da ideologia a qual defendem, precisam concordar em torno de uma identificação que garanta sua unicidade, e não mudar de posição significativamente em relação às suas crenças fundamentais.

[...] Frequentes e repetidas mudanças de perspectiva política, em outras palavras, são normalmente consideradas boas evidências da falta de comprometimento ideológico. Sob tais circunstâncias isso pode ser interpretado como o grupo ou o indivíduo estar respondendo a demandas não ideológicas (interesses, conveniência, coerção) ou simplesmente não possuir mesmo crenças desenvolvidas e valores políticos (GUERRING, 1997, p.975).

A partir daí, já podemos abordar a política a partir de uma dimensão linear em termos de esquerda e direita. A noção tradicional do eixo esquerda-direita surge durante a Assembleia Constituinte Francesa, no final do sec. XVIII, quando os apoiadores da monarquia se posicionavam à direita no plenário e os revolucionários à esquerda. De lá para cá, se tornou comum o uso de direita e esquerda para substituir os conceitos de conservador e liberal. De acordo com Jost, Federico & Napier (2009), este uso aponta para um padrão na divisão ideológica em termos de mudança versus estabilidade.

A dimensão esquerda-direita está baseada em uma lista de concepções sobre a vida e o ser humano (Schumpeter, 1961; Converse, 1964), ou, como sugerem Jost, Federico & Napier (2009), em “motivos ou necessidades epistêmicas, existenciais e relacionais inter-relacionadas” (2009:311). Assim, a incerteza e a ameaça surgem como conceitos que fundamentam, ao menos em parte, as teorizações sobre liberalismo e conservadorismo, ou sobre esquerda e direita.

[...]Especificamente, ansiedade sobre a morte, instabilidade do sistema, medo da ameaça e da perda, dogmatismo, intolerância ou ambiguidade, e necessidades pessoais pela ordem, estrutura e encerramento foram positivamente associadas ao conservadorismo. Enquanto abertura a novas experiências, complexidade cognitiva, tolerância da incerteza e (em pequena extensão) auto estima são positivamente associados com o liberalismo. Pesquisas subsequentes mostraram que liberais exibem forte preferências por mudanças sociais e igualdade (bem como progresso e flexibilidade sobre tradição e estabilidade, respectivamente) quando comparados com conservadores. [...] (JOST, FEDERICO & NAPIER, 2009, p.311).

Atualmente, a análise dos posicionamentos políticos precisa considerar também a existência de uma terceira via. A proposta leva em consideração a hipótese da inadequação dos pressupostos de direita e esquerda para lidar com a complexidade da sociedade. Essa interpretação se apoiava no desinteresse sobre política verificado nas sociedades ocidentais durante a virada do século em razão do descontentamento com as suas lideranças (Giddens, 2005). Hoje, verifica-se uma maior participação da sociedade na política – é o caso das manifestações de junho de 2013 e do início de 2015 no Brasil – mas a hipótese da terceira via sobrevive, justamente, porque baseia-se mais na crise institucional da democracia, do que no seu processo de democratização, como lembra Anthony Giddens (2005):

A crise da democracia vem de ela não ser suficientemente democrática. Embora... a proporção de pessoas que expressam confiança nos políticos tenha despencado nas últimas três décadas, a fé na democracia como tal não o fez [...] (GUIDDENS, 1988, p.81).

Para compreender o conflito ideológico entre PT e PSDB, primeiramente é necessário posicioná-los ao longo da linha esquerda-direita. Ambos, no ato das suas formações e como está registrado em suas diretrizes, possuíam um viés socialista e se encontravam dentro de uma dimensão à esquerda. Em 1988, quando foi fundado o PSDB, a diferença entre os dois partidos era da ordem apenas do quão afastados eles estavam do centro. Os conflitos ideológicos não tinham proporção significativa. Foi com o passar do tempo, que se desenvolveu essa diferenciação verificada nos dias de hoje. Muito embora, quando se toma por base os planos de governo sugeridos pelos dois partidos durante as

disputas eleitorais, o que se verifica é uma aproximação (Neftali, 2014) ao invés de um afastamento ideológico.

Os conflitos ideológicos são determinados, de acordo com Giovanni Sartori (1961), pela relação que existe entre diferentes sistemas de crenças. Para Sartori (1961), estes sistemas apresentam elementos que podem ser comuns ou distintos, e a intensidade é o que dá a medida do afastamento ideológico: quando os elementos distintos são acreditados de maneira flexível e aberta, normalmente o que resulta do choque entre dois sistemas de crenças são ajustamentos comportamentais. Já quando os elementos distintos são fixos, fechados e imutáveis, o que resulta são dois sistemas de crença completamente incompatíveis e exclusivos. Os discursos da militância de PT e PSDB nas eleições de 2014 apontaram para esta relação de incompatibilidade e exclusão. A guerra ideológica ficou registrada nas redes sociais.

[...] De um lado, se os elementos distintivos não são apenas fechados, mas apaixonadamente mantidos, nós podemos ter a “guerra ideológica”, a relação de incompatibilidade e o conflito fora de controle. [...] (SARTORI, 1969, p.409).

Para Willard Mullins (1972), a ideologia age através do seu “poder de comunicar cognições, avaliações, ideais e propostas entre membros de grupos” (1972:509). Esta é a mesma crítica que se faz aos meios de comunicação de massa em relação à possibilidade de manipulação dos leitores, ouvintes e telespectadores, especialmente através da publicidade. Operando dessa maneira, ideologia e meios de comunicação massivos poupam ao receptor o trabalho do escrutínio da verdade e são capazes de produzir vontades em seu público (Schumpeter, 1961).

Os procedimentos para fabricar os problemas que apaixonam a opinião e a vontade popular sobre estes problemas são similares exatamente aos que se empregam na propaganda comercial. Neles encontramos os mesmos esforços para chegar a um contato com o subconsciente. Encontramos a mesma técnica de criar associações favoráveis e desfavoráveis, que são mais eficazes quanto menos racionais sejam. [...] (SCHUMPETER, 1961, p.336).

Mas este não é um privilégio da ideologia ou dos meios de comunicação massivos. É isso o que nos aponta Philip Converse (1964) quando sustenta que elementos como a “estrutura social” ligam o comportamento “a certos canais bastante independentes de cognições específicas e percepções dos próprios atores” (1964:231) - e sabemos que desde Karl Marx (2007) a estrutura social tem servido como um dos elementos de identificação político-ideológica irrefutáveis.

Da mesma forma, Jost, Federico e Napier (2009), também apontam para a ideia de que líderes de partidos são capazes de instigar a polarização política e estimular o conflito

dentro do eleitorado. Giovanni Sartori (1969), vê na ideologia um papel “decisivo” na mobilização e manipulação das massas, e “uma variável importante na explicação de conflito, consenso e coesão” (1969:409). O que nos chama a atenção na afirmação de Mullins (1972), é que quando uma cognição ou uma avaliação é transmitida, ou seja, quando um sentido ou uma relação entre informações, é endereçada a um receptor ou grupo, ela já não fornece elementos que possam embasar um processo de raciocínio, mas sim um raciocínio processado. Isso não significa que ela esteja eliminando a possibilidade de conferência por parte do receptor, mas possibilita que, diante da não conferência, um argumento, seja ele válido ou não, passe a fazer parte do arsenal do receptor.

[...]Os leitores de periódicos, os rádio escutas, os membros de um partido, ainda quando não estejam reunidos fisicamente, tem uma enorme facilidade para transformarem-se em uma multidão psicológica e para chegar a esta situação de frenesi em que uma intencionalidade de argumentação não faz mais do que despertar os espíritos animais. (SCHUMPETER, 1961, p.330-331).

Eleições 2.0

Principalmente a partir dos anos 2000, a presença de um novo fenômeno na comunicação começou a modificar diversos paradigmas da vida em sociedade em geral e, particularmente, da participação política. A internet e a Web 2.0 colocaram em prática a interação nas formas de produção, participação e compartilhamento de informação, estendendo o poder do usuário sobre os canais informativos. Tal fenômeno não apenas apresenta uma aproximação ainda mais fiel à ideia de Marshall McLuhan (1964) sobre a aldeia global, mas também dá nova vida ao determinismo tecnológico baseado em trabalhos como o de Harold Innis (1951), em “O Viés da Comunicação”, em que o autor atribui ao domínio da técnica sobre um novo meio e ao peso deste meio, uma relação direta com a profundidade e a extensão do poder.

A ideia de que a internet passaria a exercer um papel cada vez mais fundamental no comportamento individual e dos grupos, inclusive na participação política, ganhou força durante o final do século XX. Henry Jenkins (2006) observou o desenvolvimento e popularização do ambiente midiático a partir das novas formas de interação entre produtores e consumidores, e apontou para o nascimento de uma “cultura popular”, caracterizada pelo domínio e uso de mídias como o celular e, especialmente, o computador e seus programas de produção, edição, distribuição e acesso à informação. Essa cultura popular, influenciada por elementos tradicionais, somente se manifestaria a partir do uso de novas tecnologias de comunicação.

A extensão do poder da sociedade a partir do domínio de novas mídias, todavia, pressupõe a sua utilização democratizada e em grande escala. Em termos de participação política, é possível verificar este pressuposto em alguns marcos históricos, onde há um deslocamento do eixo de poder, antes exclusivo dos meios de comunicação tradicionais, em direção à sociedade usuária das novas mídias. O primeiro deles ocorreu na Espanha em 2004, quando às vésperas da eleição presidencial, os desdobramentos do atentado terrorista ao metrô de Madrid mobilizaram a população através de mensagens via SMS contra o então presidente, José Maria Aznár e seu Partido Popular, resultando na vitória de José Luiz Rodríguez Zapatero, do Partido Socialista Operário Espanhol⁴.

No mesmo ano, a internet teve suas primeiras formas de participação massiva durante a corrida presidencial norte americana. O domínio de programas como o Photoshop e editores de vídeos e a publicação deste material na rede, havia se transformado em conhecimento comum para uma parcela da população até pouco tempo tida como consumidora nos processos de informação tradicionais e não mobilizada politicamente. Um dos exemplos desta produção de conteúdo foi a sátira produzida contra George W. Bush, onde imagens editadas de noticiários e do *reality show* “O Aprendiz”, mostravam o candidato Republicano sendo demitido por Donald Trump por incompetência ao administrar o país. O uso destes novos conhecimentos, principalmente pelos jovens, e a posterior popularização das redes sociais, possibilitou o aparecimento de novos espaços de entendimento e participação política, com um impacto bastante relevante e que acabariam influenciando para sempre o modo como as campanhas passariam a endereçar mensagens a seus eleitores, além de moldando a forma como o público passaria a reagir aos discursos políticos (Jenkins, 2006).

A eficácia destas redes sociais no campo político é amplamente verificada e estudada na campanha vencedora de Barack Obama para a presidência dos Estados Unidos em 2008 (Kreiss, 2012). As declarações do candidato Democrata através de sua conta na rede social Twitter, foram seguidas e compartilhadas entre os usuários e repercutiram significativamente na captação de novos simpatizantes, até mesmo entre os Republicanos⁵; eleitores que se tornaram fundamentais para a construção do momento eleitoral e a consequente vitória sobre o candidato Republicano John McCain.

No Brasil, durante a campanha pela presidência da república em 2010, aconteceu o primeiro debate presidencial com transmissão exclusiva pela internet. E enquanto portais de

⁴ Fonte: “72h. De 11m al 14m”. Documentário de Mar Abellán (Espanha, 2005).

⁵ Fonte: “By the People: The election of Barack Obama”. HBO – Amy Rice, Alicia Sams (EUA, 2009).

notícias, páginas institucionais e blogs já vinham sendo utilizados como canais de manifestação política, o fenômeno das redes sociais, muito populares no país, ensaiava formas de engajamento e disseminação de informação que seriam utilizadas a plena potência nas manifestações de 2013 e nas eleições de 2014.

Mas a internet não trouxe apenas contribuições positivas para o ambiente político. Se por um lado, a rede passou a oferecer poucas barreiras e liberdade sem precedentes para que se acessasse ideias inovadoras ou revolucionárias, por outro lado a necessidade de se fazer ouvir, especialmente entre aqueles que estavam alijados do processo comunicativo, criou uma nova classe de emissores, reunindo tanto interessados na construção de conhecimento, como pessoas com propósitos não tão nobres.

[...] Os que são silenciados pelas mídias corporativas têm sido os primeiros a transformar o computador em uma gráfica. Essa oportunidade tem beneficiado outros, sejam revolucionários, reacionários ou racistas. [...] (JENKINS, 2008, p.290).

Assim, a liberdade da internet colocou em contato diferentes grupos de interesses. Primeiro através dos *Blogs*, e mais tarde, das redes sociais. A diferença essencial entre os dois é que a informação contida num *Blog* normalmente é acessada específica e intencionalmente, enquanto *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* etc., oferecem conteúdo sem essa necessidade de haver uma demanda prévia. Por essa razão, o que é propagado pelas redes sociais, seja a erudição, a informação ou o ódio, tende a atingir o público indiscriminadamente, não importando o seu conteúdo, tampouco sua origem.

A primeira disputa: 1994

Em 1994 tinha início a sequência ininterrupta de disputas entre PT e PSDB pela presidência da República no Brasil. Naquele ano, Fernando Henrique Cardoso (FHC), o idealizador do Plano Real, era o candidato do PSDB aliado ao Partido da Frente Liberal (PFL), representado pelo candidato a vice, Marco Maciel. Enquanto o PT reforçava seu posicionamento à esquerda, coligando-se com PPS, PSB, PCdoB e PV⁶, e mais uma vez apresentando Lula como candidato, sob o ponto de vista ideológico, conforme vimos em Guerring (1997) e Knight (2006), a socialdemocracia defendida pelo PSDB se fragilizava ao aliar-se ao conservadorismo do PFL. E enquanto o PT se afirmava mantendo-se coerente

⁶ Partido Popular Socialista, Partido Socialista Brasileiro, Partido Comunista do Brasil e Partido Verde.

à sua ideologia, o PSDB dava os primeiros passos em direção a uma identificação com a direita.

Os discursos do horário eleitoral gratuito apresentaram os dois partidos como representantes dos interesses de uma parcela da população desfavorecida economicamente. PT e PSDB focam nas questões sociais, como a fome, o combate à pobreza e a educação. Ambos se preocupam com o rumo da agricultura. Enquanto o PT tem uma visão pessimista do Brasil e critica diretamente Fernando Henrique em todos os programas analisados, o PSDB apresenta uma visão nacionalista, sem fazer nenhuma referência direta ao candidato do PT. Nas referências à FHC, o discurso do PT utiliza expressões como a falta de “respeito aos cabelos brancos” dos aposentados; o “país das injustiças governado pelos aliados de Fernando Henrique Cardoso”; ou “O governo do qual Fernando Henrique era ministro da fazenda mandou comida estragada para os pobres”. Em um programa, o narrador chega a comparar Fernando Henrique ao personagem Ali Babá: “Dizem que Ali Babá não era um mau sujeito, estudioso... o problema é que andava com os quarenta ladrões”. Já o PSDB ataca Lula de maneira indireta, normalmente comparando os dois candidatos através de características que supostamente existiriam em FHC e inexistiriam em Lula. Referências à diferença de educação dos dois candidatos está, por exemplo na expressão “foi professor”; ou ainda, à inexperiência de Lula como gestor, quando o discurso de que FHC é “experiente” por ter sido Ministro das Relações Exteriores e Ministro da Fazenda de Itamar Franco; e em relação à retórica de Lula, revolucionária e ainda conflitante, o discurso dos programas do PSDB diz que FHC é “equilibrado”. Fernando Henrique Cardoso atingiu 54% dos votos válidos para vencer os 27% do candidato do PT no primeiro turno⁷.

Eleição de 1998

O primeiro governo de FHC teve como uma de suas principais marcas as políticas de direita associadas à “diminuição” do Estado. As quebras do monopólio estatal nas áreas dos combustíveis e telecomunicações e a privatização de empresas como a Vale do Rio Doce fizeram parte da estratégia do PSDB e foram fortemente criticadas pela candidatura do PT durante a campanha de 1998⁸. Com isso, apesar do lançamento de programas sociais, das reformas no ensino fundamental e na previdência, e da ampliação do seguro

⁷ Fonte: TSE: <www.tse.gov.br/sieeseireweb/seire.jsp?modulo=RE&anoConexao=1994>

⁸Em 1998, uma alteração na norma eleitoral passou a permitir a reeleição dos ocupantes de cargos do executivo em todo o país.

desemprego (Draibe, 2003), o primeiro mandato de FHC foi vinculado à imagem de um governo de direita. Ao mesmo tempo, a aliança que enfrentou a reeleição congregava os principais partidos de esquerda no Brasil, PT, PDT, PCdoB, PCB e PSB. A união destas siglas em torno de uma nova candidatura de Lula “fechava o grupo” e legitimava o campo ideológico da esquerda, atraindo para si a propriedade sobre os discursos que envolvessem temas como a responsabilidade do Estado, a divisão dos lucros e a injustiça social.

No horário político, o discurso do PT contra Fernando Henrique Cardoso passa a apostar no humor e na ironia. Na área social, o partido critica duramente os planos do governo tucano dizendo que seria possível fazer mais. Já o PSDB se refere aos programas pelo viés do avanço que representam e pela possibilidade de ampliação em caso de uma reeleição de Fernando Henrique. Na questão agrícola, o PT direciona o discurso para a distribuição de terras e critica os planos do governo para o financiamento agrícola. O PSDB, aponta a safra recorde daquele ano e fala em ser possível produzir ainda mais. Na questão econômica, entra em cena a crise financeira e o PT critica as estratégias do governo tucano de buscar apoio no Fundo Monetário Internacional e elevar a taxa de juros para conter a inflação. Os ataques diretos à FHC, trazem expressões como a “monstruosidade” de um pacote financeiro que o governo estaria elaborando para conter a inflação. Já o PSDB sustenta nos seus discursos que é graças ao Plano Real que o Brasil estava sendo capaz de enfrentar o período econômico turbulento que o mundo atravessava naquele momento. Mesmo assim, a confiança nas propostas de governo tucanas foi novamente vencedora no primeiro turno, atingindo 53% dos votos válidos contra 31% de Lula⁹.

Eleição de 2002

Em 2002, o PT apresenta a “Carta ao Povo brasileiro” onde, sem deixar de criticar os oito anos de governo do PSDB, esclarecia um novo posicionamento petista, que levava em consideração a estabilidade econômica em consonância com as realizações na área social. A mudança com estabilidade representa a proposta do PT. A figura de Lula representa essa transformação: o candidato aparece sorridente, tranquilo e extremamente confiante. Pelo PSDB, o candidato é José Serra, ex-Ministro do Planejamento e da Saúde do governo FHC, que apostava na continuidade dos programas de governo tucanos e trazia algumas propostas de mudanças, especialmente na educação e na segurança.

⁹ Fonte: TSE <www.tse.gov.br/sieeseireweb/seire.jsp?modulo=RE&anoConexao=1998>.

No horário eleitoral gratuito, o PT apresenta seu o candidato e sua equipe de governo. As críticas ao candidato do PSDB aparecem agora apenas de maneira indireta, e se resumem a raros momentos, como quando se fala no “ultrapassado modelo econômico”, ou no país passar a ser “o país da produção e não o país da exploração”. Os nomes de FHC e José Serra nem mesmo são citados nos programas analisados. A ideia de confrontação ainda perdura, mesmo com a diminuição das críticas. O referencial extremista está na fala de Lula, quando diz que o Brasil “não será o país dos exploradores, dos agiotas e dos sonegadores que sugam a economia do nosso país”. Já o programa do PSDB segue a estratégia de não fazer referência direta ao candidato do PT. A maior parte do tempo é gasto apresentando a biografia de José Serra, vinculando-o à classe trabalhadora. Apenas em alguns momentos, há um apontamento para a candidatura de Lula em expressões como “enquanto os outros candidatos falam em mudança” e “tem candidato que fala economês”. A ironia destas expressões aponta para a mudança do perfil da candidatura de Lula, que agora estava relacionada com antigos inimigos como bancos e empresários, mas também faz referência à uma suposta falta de propriedade, conhecimento e profundidade no discurso sobre economia do candidato do PT. Um ponto do discurso que relaciona o PSDB mais à direita do que nas outras campanhas é a proposta para a segurança pública de endurecimento do papel do Estado e a responsabilidade dividida entre governos estadual e federal. O resultado da eleição deixou claro que o país queria mudanças mais profundas do que as conquistadas com o governo FHC. No primeiro turno, o PSDB obteve a pior votação desde 1989 e Serra atingiu apenas 23% dos votos válidos contra 46% de Lula. Embalado pela certeza na vitória, Lula superou em quase 20 milhões a votação de Serra no segundo turno, perdendo para o candidato tucano apenas no Estado de Alagoas¹⁰.

Eleição de 2006

Na campanha de 2006, o Brasil vivia a sombra escândalo do Mensalão. As investigações revigoraram a oposição e o PSDB lançou como candidato o ex-Governador do Estado de São Paulo, Geraldo Alkmin para concorrer à presidência. O país vivia um período de crescimento econômico e, durante o primeiro mandato, Lula havia ampliado e criado novas políticas sociais.

No horário eleitoral do PSDB começavam a aparecer as referências diretas ao adversário, na forma de críticas ao governo PT vinculadas especialmente ao Mensalão. As

¹⁰ Fonte: TSE <www.tse.gov.br/sieeseireweb/seire.jsp?modulo=RE&anoConexao=2002>.

críticas também recaem sobre programas de governo como à lentidão nas obras de infraestrutura. Em um dos programas, o narrador diz que Lula “abandonou os mineiros”, ao não repassar verbas federais. O minuto final é totalmente dedicado à investigação do escândalo do Mensalão, apresentando manchetes de jornais que ligam os envolvidos diretamente ao então presidente da República. Pelo PT, novamente, não há referências diretas ao candidato do PSDB. Porém iniciam-se as comparações entre o Brasil governado pelos tucanos e o governado por Lula a todo o momento. Frases como “um presidente pode ficar conhecido por grandes obras”, “pelo trabalho social” e “pelo desempenho do seu governo na área econômica” atuam como resposta ao vínculo com o Mensalão. O primeiro turno encerrou com Lula obtendo 46,6 milhões de votos contra 39,9 milhões de Alckmin e o segundo turno apresentou um surpreendente recuo na votação do candidato do PSDB. A vitória de Lula veio com a maior vantagem da história desde 1989, mais de 20 milhões de votos. Mesmo com esses números, a divisão no eleitorado entre PT e PSDB começaria a ser percebida territorialmente. Se em 2002, Serra havia vencido apenas em Alagoas, em 2006 o PSDB de Alckmin foi superior em sete Estados: Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (Região Sul); São Paulo, Mato Grosso do Sul e Mato Grosso (Região Sudeste); e Roraima (Região Norte)¹¹.

Eleição de 2010

Na eleição de 2010 o PT lança a ex-ministra chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, para substituir Lula na presidência da República. Os atributos como gestora do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e a larga experiência no setor energético apontavam para o talento administrativo da candidata petista. Apostando na força retórica da mulher, mãe e gestora, Dilma enfrentava a José Serra, o líder das pesquisas no início do ano, impulsionado ainda pelo processo contra os envolvidos no escândalo do Mensalão.

Os discursos da candidatura do PSDB no horário eleitoral traziam ainda mais referências diretas aos adversários petistas. Os ataques estavam nas críticas ao Programa de Aceleração do Crescimento, na alegada ausência de biografia de Dilma Rousseff em comparação à de Serra, além de fazer constantes referências ao envolvimento dos petistas nos escândalos e em “armações”, como uma violação de arquivos da receita federal para a criação de um dossiê contra os tucanos. O narrador do programa atribui a culpa indiretamente ao PT: “a quem interessaria mais essa armação contra José Serra”? Já a

¹¹ Fonte: TSE <<http://www.tse.gov.br/sieeseireweb/seire.jsp?modulo=RE&anoConexao=2006>>.

programação de TV da candidatura de Dilma mais uma vez não apresenta referências diretas ao adversário José Serra nos programas analisados. A aposta da candidatura de Dilma é na continuidade das ações do governo Lula. A imagem da candidata é ligada à do presidente e os oito anos de governo do PT continuam sendo constantemente comparados aos oito anos de governo tucano”. A eleição foi mais uma vez para o segundo turno. Dilma venceu por 55,7 milhões (56%) contra 43,7 milhões (43,9%) de Serra. A diferença de votos entre as duas legendas caiu para 12 milhões, e o número de Estados da Federação com vitória do PSDB aumentou para 11 somando, aos sete de 2006, Acre, Rondônia, Goiás e Espírito Santo¹².

Eleição de 2014

Em 2014, Dilma Rousseff disputou a reeleição enfrentando, além do PSDB, que desta vez trazia Aécio Neves como candidato, uma chapa encabeçada pelo ex-governador do Estado de Pernambuco, Eduardo Campos, do Partido Socialista Brasileiro (PSB). Campos tinha como vice a terceira colocada na corrida presidencial de 2010, Marina Silva¹³. A menos de dois meses da eleição, um acidente aéreo vitimou fatalmente o candidato do PSB e Marina assumiu a candidatura. A partir do acidente, as pesquisas passaram a apontar Marina Silva no segundo turno contra Dilma Rousseff e esse cenário somente se modificaria nos últimos cinco dias que antecederam a votação. O resultado das urnas levou Dilma com 43,2 milhões de votos (41,5%) e Aécio Neves com 34,8 milhões (33,5%) para o segundo turno, contra 22,1 milhões de votos (21,3%) para Marina Silva.

No horário eleitoral, desta vez os programas de Dilma relacionam a imprensa como um dos inimigos do projeto petista - no que tudo indica ser uma referência à Revista Veja. Há um depoimento de Lula dizendo que parte da imprensa “gosta mais de fazer política do que de informar bem”, que “Dilma enfrentou uma das maiores campanhas negativas de certa imprensa, que se tornou o maior partido de oposição”. Assim que se definiu o segundo turno, o foco é direcionado para o PSDB e as comparações entre os governos FHC, Lula e Dilma, desta vez, são realizadas através de referências diretas, citando Aécio Neves e Fernando Henrique Cardoso. Em alguns programas, cerca de três, dos dez minutos totais, são dedicados ao confronto e às comparações entre os dois partidos no governo. As falas da candidata trazem frases como: “não faço ataques ao candidato adversário, mas é fato que ele representa o modelo que quebrou o país três vezes... Minha candidatura representa uma

¹² Fonte: TSE <www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2010/estatisticas>.

¹³ A candidata concorreu em 2010 pelo Partido Verde (PV) e atingiu quase 20% dos votos válidos.

luta contra esse passado que esse adversário tanto defende”. Dilma diz que o Brasil “que o meu adversário representa varria tudo para baixo do tapete”. O narrador do programa faz uma digressão de uma fala de Fernando Henrique Cardoso e aponta: “ para FHC, os 43 milhões de eleitores que votaram em Dilma são ignorantes”. Já a programação do PSDB também passa a comparar os governos, mas apelando para o ponto de vista de uma suposta ética e moral que não é encontrada nos governos do PT, mas que existia no governo FHC. A retórica do discurso é a da mudança. Aécio diz que “os brasileiros estão sedentos por alguém que possa liberta-los do jugo desse governo que não respeita a democracia, não respeita reputações, não respeita seus adversários”. O tempo de confronto direto entre as duas candidaturas é menor, cerca de um minuto e meio, em cada programa analisado. Dilma venceu por 4,4 milhões de votos, em uma contagem final de 54,5 milhões (51,6%) para a candidata do PT contra 51 milhões (48,3%) do candidato do PSDB¹⁴.

Conclusão

Passado 2014, é possível dizer que, pelo menos em certo grau, restou no Brasil uma sociedade onde as arestas ideológicas se tornaram mais pronunciadas e o país ainda mais dividido entre PT e PSDB. E que este processo encontra sustentação na evolução dos discursos dos dois partidos no horário eleitoral gratuito. Em 1994, apesar de ser evidente o elemento de competitividade entre os dois partidos, o afastamento ideológico entre PT e PSDB não podia ser claramente verificado. Na campanha de 1998, na medida que se verifica uma manutenção e um reforço da ideologia socialista na candidatura liderada pelo Partido dos Trabalhadores - especialmente através de sua coligação -, o que responde pela conduta partidária do PSDB são os quatro anos de governo. Sem trazer os resultados esperados, e adaptando a economia brasileira ao mercado mundial, a socialdemocracia enfraquece como proposta ideológica e os tucanos são relegados quase que à ilegitimidade da defesa de qualquer valor social. O antagonismo entre os dois partidos ganha uma nova dimensão, e o ato de votar passa a significar, além da escolha de um candidato, a rejeição do seu adversário e dos valores agregados a ele.

A partir de 1998, o projeto socialista do PT, que acumula a experiência de duas derrotas no primeiro turno, se reconfigura. Na eleição de 2002, enquanto o PSDB acredita na manutenção do seu programa de governo e segue uma estratégia de referências indiretas sobre a disputa entre os dois partidos, a retórica petista deixa de focar o confronto e aposta

¹⁴ Fonte: G1 - <<http://apuracao.g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/2-turno/presidente/index.html>> acessado em 16/07/2015.

no discurso da renovação. Ideologicamente, é a vez do PT movimentar-se em direção ao centro abandonando uma representação de esquerda moderado-radical, ao indicar a manutenção de modelo econômico. Os discursos de confronto entre os dois partidos são menos frequentes, mas a ideia de divisão permanece ativa, especialmente nos discursos do PT, que atribui à candidatura do PSDB um vínculo com interesses alheios aqueles legítimos do povo brasileiro. Na eleição seguinte, em 2006, há uma troca de papéis no quesito situação e oposição. Enquanto os resultados significativos relacionados aos programas sociais, o momento econômico promissor e a propaganda institucional substituem o tom de confronto nos discursos do PT, o PSDB passa a adotar como estratégia, além da divulgação de seu programa, o ataque às falhas do governo petista, especialmente no que diz respeito à corrupção. Mas o maniqueísmo, como já havia sido proposto em 1998 pelo PT, somente é adotado pelos tucanos a partir de 2010, baseado principalmente nos escândalos que tiveram lugar durante os oito anos do governo Lula.

A adoção pelos dois partidos de uma postura de ataques em seus discursos encontra em 2014 um novo momento. Uma sociedade em rede, livre e independente da mídia tradicional, que utiliza a internet para ouvir e se fazer ouvida. As redes sociais, como Twitter e Facebook, se apresentam como novas arenas de disputa política, de reconhecida importância pelos partidos que investem e abastecem seus sítios com informações em texto, áudio, foto e vídeo, além dos próprios programas veiculados no horário eleitoral gratuito. As características desse novo ambiente social permitiram que discursos, informações e propaganda se propagassem, multiplicassem, e provocassem reações emocionais que variaram do aplauso ao ódio, e como tal, foram transportadas da tela do computador para o ambiente físico.

REFERÊNCIAS

CONVERSE, Philip. The nature of belief systems in mass publics. In: APTER, David (Ed.) **Ideology and Discontent**. [s.l.]: The Free Press of Glecone, 1964. 342p.

DRAIBE, Sônia. A política social no período FHC e o sistema de proteção social. **Tempo soc.** 2003, vol.15, n.2, pp. 63-101.

Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20702003000200004>>

Acesso em 16 jul. 2015.

GUERRING, Boston. Ideology: A Definitional Analysis. **Political Research Quarterly**. v.50, n.4, p.957-994, december 1997.

GUIDDENS, Anthony. **A Terceira Via: Reflexões sobre o impasse político atual e o futuro da socialdemocracia**. Rio de Janeiro: Record, 1999. 176p.

INNIS, Harold. **O Viés da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2011. 352p.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009. 428p.

JOST, J.; FEDERICO, C.; NAPIER, J. Political Ideology: Its Structure, Functions, and Elective Affinities. **Annu. Rev. Psychol.** 2009. 60:307-37.

KREISS, Daniel. **Taking Our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama**. New York: Oxford University Press, 2012. 245p.

Disponível em: <<http://www.questia.com/read/121458901/taking-our-country-back-the-crafting-of-networked>>

Acesso em 16 jul. 2015.

KNIGHT, Kathleen. Transformations of the Concept of Ideology in the Twentieth Century. **American Political Science Review**. v.100, n.4, pp. 619-626, november 2006.

MARX, Karl.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. Understanding Media**. São Paulo: Pensamento-Cultrix, 1996. 407p.

MULLINS, Willard. On concept of ideology in Political Science. **American Political Science Review**, v.66, n.2, pp. 498-510, june 1972.

NEFTALI, A.C.O. **Representação Programática em 16 Democracias Presidencialistas: America Latina, 2000-2010**. 2014. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre 2014.

SARTORI, Giovanni. Politics, Ideology, and Belief Systems. **American Political Science Review**. v.63, n.2, pp. 398-411, june 1969.

SCHUMPETEER, Joseph. **Capitalismo, socialismo y democracia**. Madrid: Aguilar, 1961. 512p.

72 HORAS, DEL 11M AL 14M. Documentário dirigido por Mar Abellán. Espanha. 2005. 70 minutos.

BY THE PEOPLE: THE ELECTION OF BARACK OBAMA. Filme dirigido por Amy Rice e Alicia Sams. EUA. 2009.

HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO – Youtube. **Lista** Criada em 16 de julho 2015. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/playlist?list=PLQXrkFR-ApbEecHHUjIwVqoju6Hzk8MdD>>