

Luis Felipe Miguel

*Em busca da harmonia perdida
mito e discurso político (uma análise a partir da
campanha eleitoral brasileira de 1994)*

Tese apresentada ao Curso de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Ciências Sociais.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Evelina Dagnino

Campinas
IFCH - Unicamp
1997

UNIDADE BC
N.º CHAMADA:
4/Unicamp
m 588 e
V. Es.
TOMBO BC/ 30292
PROC. 281197
C D
PREÇO R\$ 11,00
C. A. 21/05/97
N.º CPO

CM-00097946-3

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA
BIBLIOTECA DO IFCH - UNICAMP

M 588 e

Miguel, Luis Felipe

Em busca da harmonia perdida : mito e discurso político
(uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994)
/ Luis Felipe Miguel . - - Campinas, SP : [s.n.], 1997.

Orientador: Evelina Dagnino.

Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas,
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.

1. Eleições - Brasil. ✕ 2. Mito. ✕ 3. Discurso político. ✕
I. Dagnino, Evelina. II. Universidade Estadual de Campinas.
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.

LUIS FELIPE MIGUEL

EM BUSCA DA HARMONIA PERDIDA: MITO E DISCURSO POLÍTICO
(UMA ANÁLISE A PARTIR DA CAMPANHA ELEITORAL BRASILEIRA
DE 1994)

Tese de Doutorado apresentada ao Curso
de Ciências Sociais do Instituto de
Filosofia e Ciências Humanas da
Universidade Estadual de Campinas, sob a
orientação da Profª Drª Evelina Dagnino.

Este exemplar corresponde à redação final
da tese defendida e aprovada pela
Comissão Julgadora em 12 de março de
1997.

Banca:

Eveli - Dagnino

Profª Drª Evelina Dagnino

Bela Feldman Bianco

Profª Drª Bela Feldman-Bianco

Rachel Meneguello

Profª Drª Rachel Meneguello

Venício Artur de Lima

Prof. Dr. Venício Artur de Lima

Márcio Goldman

Prof. Dr. Márcio Goldman

Campinas, março de 1997.

Índice

Resumo, i
Abstract, iii
Agradecimentos, iv
Introdução, 1
1 - Mitô (I): conceitos, 18
2 - Discurso e ética política, 61
3 - A conjuntura eleitoral, 108
5 - Mito (II): autoridade e experiência, 163
6 - Mito (III): transparência, 194
7 - Mito (IV): unidade, 226
Conclusão, 258
Bibliografia, 270

Resumo

A expressão "mito político" é usada, em geral, de maneira displicente, como um elemento de retórica mal-definido. A presente tese tem por objetivo sustentar a relevância do conceito de "mito político", uma vez estabelecido de forma rigorosa e operacional, para a análise dos discursos políticos. O ponto de partida é a análise de três abordagens distintas do mito: a de Roland Barthes, sobre as mitologias contemporâneas, em que o traço essencial é a *mistificação*, com a transformação da história em natureza; a de Mircea Eliade, para quem os mitos nas sociedades primitivas são *narrativas de origem* que buscam, por sua reatualização periódica, interromper o fluxo do tempo histórico; e a de Georges Sorel, que via no mito político um elemento irracional e *mobilizador* por excelência. A partir daí, é possível esboçar um conceito mais rigoroso de mito político, que seria a *forma política da rejeição à política*. Uma rejeição socialmente difusa ao conflito no seio da sociedade (conflito que a política exprime), que o discurso mítico explora ao apresentar a imagem de uma harmonia reencontrada.

Os elementos míticos são veiculados nos discursos políticos - já que o discurso é o meio fundamental do fazer político. Não é possível ignorar, portanto, a alteração que os novos meios de comunicação de massa impõem a este discurso. A fala política veiculada pela televisão - para citar o veículo hegemônico - torna-se mais imagética, mais fragmentada, mais difusa e com um maior tom de intimidade. A adaptação às exigências da mídia altera todo o discurso político, inclusive os elementos míticos porventura existentes. Em vez do mito-narrativa, como nas sociedades primitivas, há o *flash* mítico, a imagem instantânea que dialoga com o "imaginário social" preexistente.

Esta discussão sobre o mito no discurso político é ancorada num *corpus* claramente recortado: o conjunto dos programas eleitorais apresentados na televisão durante a campanha para a presidência da República em 1994. Embora apenas um candidato - Enéas Carneiro, do Prona - se aproximasse de um mito político "clássico" (o Salvador da Pátria), foi possível identificar no *corpus* uma quantidade relevante de elementos míticos, associados a temáticas como a unidade, a competência, autoridade e a transparência.

Enfim, a tese apresenta uma preocupação ligada à ética política. Diante da centralidade do discurso na prática política, essa ética terá necessariamente que ser uma

ética do discurso. Ele precisa apresentar de forma clara e honesta as intenções do emissor, a fim de que a adesão do público - mecanismo essencial da democracia representativa - não seja manipulada. Ao indicar uma imagem da sociedade que não corresponde àquela que o político procurará construir caso obtenha os instrumentos de poder para tanto, o mito se opõe a essa ética.

Abstract

The expression "political myth" is used, in general, in a careless way, as a not clearly defined element of rhetoric. The objective of this dissertation is to sustain the relevance of the concept of "political myth", once established as an accurate and operational tool in the analysis of the political discourse. The starting point is the analysis of three different approaches to myth: Roland Barthes' conception about contemporary mythologies, with the essential trace being *mystification*, which transforms history into nature; Mircea Eliade's belief that myths in primitive societies are *narratives of origin* that by the periodical actualization attempt to stop the stream of historical time; and the one introduced by Georges Sorel, that portrays the political myth as an irrational and *mobilizing* element par excellence. Hereafter, it is possible to draft a stricter concept of political myth, which would be *the political form of rejection of politics*. There is a diffuse rejection to conflict within society (conflict that politics expresses), which mythic discourse explores by presenting the image of re-found harmony.

Discourse is the primordial means of engaging in politics and this is why mythic elements are conveyed by political speeches. It is not possible to ignore, therefore, the change imposed by the new mass media on this discourse. The political speeches vehiculated by TV - the hegemonic medium - have become more image-centered, fragmented, diffuse as well as intimate. Adaptation to the exigencies of the media changes political discourse as a whole, including the mythic elements it might contain. Instead of the narrative-myths, like primitive societies, modern society has witnessed the emergence of a situation in which mythic flash and instant image establish a dialogue with preexisting "social imaginary".

This analysis of the political myth is based on a well delimited *corpus*: the set of electoral programmes broadcast in TV in the course of the 1994 Brazilian presidential campaign. Although only one candidate - Enéas Carneiro, from Prona - comes close to a "classical" political myth (the Saviour of the Nation), it was possible to identify in the *corpus* a number of mythic elements, related to themes such unity, competence, authority and transparency.

At last, the dissertation raises some concerns about political ethics. Given the pivotal role played by discourse in the political practice, this ethics must be an ethics of the discourse. It must show in a clear and honest manner the intentions of the emitter, in order to avoid the manipulation of the public's adhesion (basic mechanism of representative democracy). The myth is opposed of this kind of ethics because it highlights and image of society that does not correspond to the society the politician will try to build if he obtains a power position.

Agradecimentos

Durante os anos em que estive mergulhado neste projeto, contei - felizmente - com vários apoios. Em primeiro lugar, do CNPq, que forneceu a bolsa de estudos, permitindo-me a dedicação exclusiva à elaboração da tese. Em minha dissertação de mestrado, faço referência à "incerteza que não é característica apenas dos regimes democráticos, como afirmou Adam Przeworski, mas também dos bolsistas do CNPq". Fico contente em dizer que, durante o doutorado, essa incerteza foi bastante minorada. A maior pontualidade no pagamento das bolsas e o retorno da vinculação de seu valor aos vencimentos dos docentes das universidades federais garantiram mais tranqüilidade a seus beneficiários, eu entre eles.

Não foi menos importante o suporte de todos aqueles que discutiram comigo, em parte ou no todo, o projeto, deram idéias, sugeriram bibliografia, emprestaram livros, sanaram dúvidas, resolveram problemas, quebraram galhos ou "simplesmente" deram aquela força. Sei que cometerei injustiças, mas não posso deixar de citar minha orientadora, prof^a Evelina Dagnino; outros membros da banca de qualificação, professoras Bela Feldman-Bianco e Rachel Meneguello; prof. Venício A. de Lima e demais integrantes do grupo de "Mídia e Política" da Universidade de Brasília; prof^a Vavy Pacheco Borges; Lourdinha, da secretaria do IFCH (que resolveu as complicações burocráticas); Eglê Malheiros e Salim Miguel (que me apóiam há mais tempo do que sou capaz de lembrar...); Cláudia Peixoto e Benoni Belli (tantos almoços e jantares); Taiana Brancher e Jaime César Coelho (tantos e-mails e

telefonemas); Iraci Borszcz e Fernando Crócomo (que compartilharam Campinas); Sônia, Thais e Felipe (pelas partidas de *Civilization*, pelas conversas, pela música do pato); Marga, Vivarta e Atiaia (nos planos superiores e inferiores); Iara, Paulo Sérgio e Jorge Luiz (que cuidou da coleção de *Asterix*); Antônio Carlos, Cati, Marlon e Yuri (aquela visita ainda sai). E também os participantes das listas de discussão "Habermas" (habermas@jefferson.village.virginia.edu) e "Bourdieu" (bourdieu@jefferson.village.virginia.edu) no mundo todo.

Quero agradecer, em especial, a meus leitores prévios - Bela, Benoni, Eglê, Evelina, Rachel e Venício. Sem suas críticas e comentários (que nem sempre pude ou soube observar), este trabalho seria mais falho, mais fraco e mais confuso.

E, muito especialmente, a Regina. Sem sua leitura atenta, suas sugestões precisas, seu incentivo e seu carinho, este trabalho não seria.

Introdução

Tornou-se moda, já faz algum tempo, falar da decadência da esfera política, ocasionada seja pela perda de legitimidade dos mecanismos de representação, seja pela "globalização" que impõe constrangimentos crescentes à ação dos Estados nacionais. Um exame mais atento, porém, revela que a política permanece como um espaço vital nas sociedades humanas. Na periferia do mundo desenvolvido, continuam ocorrendo até mesmo atividades políticas tão "antigas" e "ultrapassadas" quanto revoluções ou guerras civis. Nos países centrais, as eleições, rituais periódicos de renovação do poder, ainda mobilizam esforços e recursos, inclusive dos grandes conglomerados que, acredita-se, ditam as novas regras da ordem mundial por cima das soberanias nacionais. Isso parece revelar, no mínimo, que, para funcionar, a "lógica da globalização" precisa instalar em certos postos-chave indivíduos e grupos que a aceitem como "lógica".

Além disso, a massa apática de indivíduos que não se reconhecem nas instituições representativas nem sempre é tão apática assim. Parte significativa das pessoas encontra motivação suficiente para realizar alguma atividade política, com menor ou maior entusiasmo, mesmo que seja apenas manifestando sua preferência por este ou aquele candidato. Esse é um aspecto crucial, embora insuficientemente estudado, do jogo político: a mecânica que leva as pessoas comuns (cidadãos, eleitores) à adesão a partidos, movimentos ou personalidades. Essa adesão se manifesta em diferentes graus de ativismo, da militância cotidiana ao simples voto numa eleição. Pode ser apaixonada ou

desconfiada, perene ou passageira. Falar-se-ia em "mobilização", mas o termo, com sua ressonância militar, sugere uma atitude militante, uma disposição de luta. Adesão, não. A adesão é expressa de diferentes formas, até mesmo através da desmobilização.

Dois elementos básicos intervêm nesta escolha de um movimento ou líder político entre tantos possíveis. De um lado está todo o conjunto das condições sociais e culturais do "aderente" em potencial: sua situação de classe, os valores socialmente interiorizados, os elementos de um imaginário coletivo do qual ele participa. Não é um conjunto necessariamente homogêneo ou coerente. Os agentes participam simultaneamente de diversos subsistemas sociais, desempenham em seu dia-a-dia diferentes papéis, que podem trazer exigências contraditórias para a arena política. Múltiplas determinações - de classe, de gênero, étnica, religiosa e tantas outras - influem na construção do sujeito.

Tantas exigências contraditórias levaram um autor como Ernesto Laclau, por exemplo, a decretar a morte do sujeito uno da teoria social clássica, fragmentado em incontáveis "posições de sujeito", virtualmente independentes¹*. Tal fragmentação é contemporânea às conquistas trabalhistas, que ampliaram o tempo livre e as possibilidades de consumo da maioria da população. Antes, o trabalhador - com carga horária de 16 a 18 horas, vivendo no limite de sua reprodução - estava esmagado por seu papel nas relações de produção, sem condição de "ser" mais nada. Agora, diz Laclau, a identidade forjada no trabalho não é necessariamente determinante

¹ Laclau, "Os novos movimentos sociais e a pluralidade do social", p. 43.

* As referências bibliográficas serão fornecidas resumidamente nas notas de rodapé. Para referências completas, consultar a bibliografia. Todos os grifos são dos originais, salvo indicação em contrário. As citações em línguas estrangeiras foram traduzidas pelo autor.

em relação às outras. Isso geraria a metamorfose do indivíduo em muitas "posições de sujeito".

Trata-se de um exagero. Existem laços que ligam as "posições de sujeito" entre si, como mostrou repetidamente Pierre Bourdieu ao relacionar diversos padrões de consumo e de atitude à origem social dos indivíduos². Além disso, segundo propôs Abner Cohen, o indivíduo fragmentado em diversos papéis sociais forma uma "identidade dilacerada" que, em vez de se comprazer na "pluralidade do social", busca ativamente a recomposição do *eu*³.

No campo político, em especial, há pelo menos um momento em que o sujeito deve se manifestar enquanto *uno*: o voto, que é único e indivisível⁴. Forçosamente, o indivíduo deverá escolher uma, e apenas uma, dentre as opções eleitorais apresentadas⁵. Mesmo que esporádico e efêmero, esse momento do voto é essencial. Em função dele se organiza toda a política democrática.

O conjunto das condições sociais e culturais do "aderente", isto é, do cidadão-eleitor, é, desta forma, o primeiro elemento básico da escolha política. O segundo elemento é toda a oferta do mercado político - candidatos,

² Bourdieu, *La distinction*, passim.

³ Cohen, *O homem bidimensional*, pp. 73-9.

⁴ Isso não é verdade apenas para sistemas eleitorais exóticos, como o *single transferable vote* irlandês, que não interessam aqui. Outra curiosa exceção é a eleição para o Senado brasileiro, em que cada cidadão tem o direito de escolher candidatos para todas as três vagas de sua unidade da federação, votando alternadamente em um ou dois nomes, conforme ocorra a renovação de um ou dois terços da câmara alta.

⁵ A noção de fragmentação do sujeito, embora mais sofisticada e aplicável muito mais extensamente, é comparável às "contrapressões" de que falava Lazarsfeld, referindo-se a indivíduos que possuíam uma característica - nível de renda, por exemplo, ou filiação religiosa - associada ao voto republicano e outra associada ao voto democrata. Ver Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, *The people's choice*, pp. 56-60. Trata-se do estudo em Erie County, Ohio, sobre as eleições presidenciais estadunidenses de 1940.

lideranças, partidos, programas. Para atrair o público, os políticos devem expor algo que, por enquanto, pode ser chamado de suas "mensagens". Diante de sujeitos multifacetados e de uma sociedade dividida por diversos tipos de clivagens, a primeira tarefa do político é exatamente eleger uma dimensão da realidade social sobre a qual apoiar a mensagem e estruturar o discurso⁶. Também aos emissores de discursos políticos pode se impor uma estratégia fragmentária, que procure atingir múltiplas dimensões sociais.

Essas mensagens dos políticos encerram programas mínimos e máximos, projetos utópicos, promessas de curto prazo. Mas podem incluir também, em paralelo ou no interior dessas mesmas construções discursivas, núcleos imagéticos ou simbólicos fortemente irracionais. Tais elementos formam os *mitos políticos*. Seu traço fundamental é a promoção de uma relação emocionalizada entre o público e os conteúdos da mensagem política.

A sociologia eleitoral, a partir dos estudos clássicos de Lazarsfeld nos anos 40, tende a encarar como preponderante o primeiro destes dois elementos; mais exatamente, o *meio social*. Ele seria o grande motivador do voto e, por extensão, da adesão política. As pessoas seguiriam um comportamento mimético, adotando opiniões e atitudes de familiares, colegas de trabalho, vizinhos, amigos e co-diocesanos. A tendência desses estudos é reduzir o efeito da campanha eleitoral à ativação de inclinações latentes e ao seu reforço. Seria como uma criança que coloca uma moeda sob uma folha de papel e em seguida passa sobre ela um lápis de cera: sem sua ação, não surgiria nenhuma imagem, mas, ao mesmo tempo, ela não pode produzir outra imagem que não a já gravada na face da moeda⁷. Ou seja, *sem a campanha a*

⁶ David Laitin, com exagero, fará desta a tarefa *essencial* da disputa política. Laitin, *Hegemony and culture*, passim.

⁷ A metáfora está in Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, *The people's choice*, p. 75.

opinião não emergiria, mas *a única opinião* que a campanha é capaz de produzir é a preexistente.

No entanto, ainda que os resultados de tais estudos sejam aceitos sem ressalvas⁸, é necessário observar que ao menos os líderes do grupo social fizeram suas escolhas a partir de um contato com os discursos políticos (a teoria do *two-step flow of communication*⁹). Se a tendência do grupo social por um dado movimento político é "tradicional" e atravessa gerações, mesmo assim houve algum momento em que essa inclinação se cristalizou - sem dúvida, por influência do discurso político, que, aliás, permanece atuando como fator de reforço da adesão.

Ainda que se imagine que as condições sociais objetivas *levam* à adesão a determinado tipo de movimento político, a identificação do líder ou movimento que elas exigem dependeria das mensagens políticas por ele expostas. Afinal, para usar o exemplo mais óbvio, a classe operária só pode identificar o "seu partido" caso este assim se proclame. Portanto, as condições sócio-culturais do indivíduo e a oferta do mercado político formam os elementos fundamentais da adesão política, sem que seja factível hierarquizá-los. Mais ainda, influenciam-se reciprocamente: a "cultura política", para usar uma expressão imprecisa mas sugestiva, condiciona ao menos em parte a apresentação das propostas políticas. E estas ajudam a modificar a cultura política.

Desde já, a partir da enunciação destes dois elementos, é possível vislumbrar duas estratégias de abordagem do tema. A primeira focaliza

⁸ Para uma visão crítica, ver Lang e Lang, "Los 'mass-media' y las elecciones".

⁹ Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, *The people's choice*, p. 151. Mais tarde, a teoria foi ampliada para além do campo político: o *two-step flow* seria o padrão geral de influência da mídia sobre o comportamento do público. Ver Katz e Lazarsfeld, *Personal influence*, esp. pp. 309-20.

principalmente o público, buscando decifrar o mecanismo da adesão a uma ou outra mensagem. A atenção está voltada para a recepção. É o caminho da sociologia eleitoral. A segunda abordagem, que esta tese irá abraçar, parte dos emissores das mensagens políticas. Procurar-se-á ver, então, como os políticos agem na expectativa de alcançarem a adesão do público. Será dada ênfase à relação emocionalizada acima descrita como *mito político*.

Existem motivos para crer que essa relação é mais eficiente e mais eficaz¹⁰ do que uma identificação programática racional. Qualquer aprendiz de publicitário sabe onde reside a principal diferença entre a moderna propaganda comercial e os antigos reclames. Mais do que qualquer inovação tecnológica ou alteração nas características da mídia¹¹, houve uma mudança de enfoque. Enquanto os velhos reclames enalteciam as pretensas qualidades do produto, isto é, procuravam estimular racionalmente o comprador potencial, os anúncios modernos buscam associar o produto a valores abstratos que, presume-se, são ambicionados pelo público: juventude, riqueza, sucesso, disponibilidade sexual, tudo o que cabe na vagueza da palavra *status*. Esta é, desde já, uma característica do mito, conforme salienta Roland Barthes - a substituição da persuasão pela sugestão¹².

Assim, o primeiro objetivo desta tese será entender o papel do mito dentro das mensagens políticas, rastreando-o em suas diferentes manifestações. Vale lembrar que o discurso mítico existe dentro de um meio

¹⁰ Para os teóricos das organizações, numa distinção que julgo útil, a "eficácia" é a capacidade de atingir o fim proposto. A "eficiência" é a capacidade de atingir o maior benefício com o menor custo (material, humano, simbólico ou outro). Pirro foi um general eficaz, mas não eficiente.

¹¹ A expressão "os *media*" seria, a meu ver, mais correta - mantém um plural que corresponde melhor às características dos meios de comunicação. Mas é o anglicismo "a mídia" que está dicionarizado e incorporado ao uso corrente.

¹² Barthes, *Mitologias*, p. 66.

ambiente cultural (ou "imaginário coletivo"), ao qual se dirige ao mesmo tempo em que tem sua eficiência e sua eficácia condicionadas por ele. Todo e qualquer discurso político é partícipe de uma "cultura política", um contexto do qual ele se nutre e que lhe dá significado.

Mas o discurso mítico (como todo discurso político) também age sobre esse meio ambiente. Em primeiro lugar seletivamente, retirando dele os elementos que julga proveitosos. E também modificando-o, em menor ou maior medida, graças à sua simples presença. Em outras palavras: o imaginário coletivo impõe limites à eficiência do mito, ao mesmo tempo em que é o manancial em que ele bebe. Como dizia Marc Bloch, já nos anos 20:

Para que uma instituição destinada a atender a fins precisos indicados por uma vontade individual possa impor-se a todo um povo, é necessário ainda que ela seja sustentada pelas tendências profundas da consciência coletiva; e talvez, reciprocamente, para que uma crença um pouco vaga possa concretizar-se num rito regular, não seja indiferente que algumas vontades conscientes ajudem-na a tomar forma¹³.

A presença, tão relevante, de tais componentes míticos no discurso político possui conseqüências para a prática democrática. O ideal da democracia representativa prevê cidadãos conscientes e informados, decidindo racionalmente em concordância com seus interesses (e com o bem comum), dentro de um cardápio de propostas apresentadas o mais nitidamente possível¹⁴. Ora, *nenhuma* dessas premissas se verifica na realidade¹⁵. Os indivíduos *não* são esclarecidos ou atentos, e seria paradoxal imaginar um regime democrático que obrigasse seus cidadãos a se informarem. Os indivíduos tampouco agem de acordo com seus interesses "racionais", ou

¹³ Bloch, *Os reis taumaturgos*, p. 87.

¹⁴ Um ideal mais substantivo de democracia prevê também um *feedback* que proporcione ao cidadão algum grau de iniciativa na constituição deste "cardápio" de propostas políticas.

¹⁵ Ver, a esse respeito, Berelson, Lazarsfeld e McPhee, *Voting*, pp. 308-11.

melhor, não há um critério unívoco de utilidade, como querem a ficção do *homo œconomicus*, as teorias da escolha racional e, de forma mais ampla, a filosofia utilitarista. Hábitos, valores simbólicos e ligações emocionais pesam às vezes mais do que os interesses materiais objetivos.

Esses "defeitos" são debitados, por assim dizer, na conta dos indivíduos. Se o regime democrático pretende servir a pessoas tal como elas são, deverá aceitar a desinformação, a apatia e a confusão de seus cidadãos. Já a ausência do elenco de alternativas políticas claramente anunciadas é culpa do sistema político. É ele que produz manipulação em vez de propostas, que fere o ideal democrático do ponto de vista da oferta. A combinação seria terrível: eleitores desinteressados e incapazes de identificarem seus próprios interesses, políticos irresponsáveis e mistificadores¹⁶.

Esse retrato está na origem de análises e prognósticos sombrios sobre a democracia, seja no rebaixamento da política a mero espetáculo, seja na denúncia da incapacidade da obtenção de uma liderança capaz por métodos democráticos. Essa denúncia pode ser vislumbrada na preocupação de Giovanni Sartori, que se refere à decadência da "função seletiva" das eleições:

Se a lei dos números é hoje um fato, ela deve, mais ainda que muitos outros fatos, ser contrabalançada pela pressão do valor. [...] Pois uma democracia que sucumbe à inevitabilidade de uma liderança sem valor, de uma má seleção, é uma

¹⁶ Na verdade, os "defeitos" dos indivíduos e dos sistemas políticos formam uma cadeia de realimentação mútua, com o desinteresse dos eleitores permitindo o triunfo dos políticos irresponsáveis e este triunfo reforçando o desencanto do eleitorado. As diversas propostas de "democracia participativa" buscam romper essa cadeia, pressupondo que a participação direta na administração local repercutiria na gestão da sociedade como um todo, uma vez que desestimularia a apatia e a desinformação. Os autores que defendem teses próximas a esta formam um grupo heterogêneo, que inclui, entre muitos outros, C. B. Macpherson (*A democracia liberal*, esp. pp. 97-116), Carole Pateman (*Participação e teoria política*), a proposta corporativista de Paul Hirst (*A democracia representativa e seus limites*, esp. pp. 7-46), as utopias de reorganização social de André Gorz (*Adeus ao proletariado. Les chemins du paradis, Métamorphoses du travail*) e mesmo a reflexão mais recente de Robert Dahl (*Um prefácio à democracia econômica*).

democracia que o próprio *demos*, a longo prazo, sente que não vale a pena preservar¹⁷.

O trecho citado sintetiza elementos recorrentes do pensamento conservador: a oposição entre a opinião da maioria (a "lei dos números") e a elite (o "valor"), a irracionalidade de um povo que é capaz de perceber que "não vale a pena preservar" uma democracia com lideranças tão mal escolhidas, mas que é incapaz de selecionar melhor. Mesmo sem compartilhar do viés elitista de Sartori, porém, é necessário reconhecer que os países democráticos vêm alcançar êxito na política um número desproporcional de charlatães, corruptos e incompetentes. Não que resida aí uma superioridade das ditaduras: elas também promovem ao poder seu quinhão de bajuladores, desonestos e ineptos.

O problema que alimenta esta tese, o do *mito político*, tem a ver com a inadequação da oferta real de propostas políticas à clara exposição de programas imaginada pelo ideal democrático. Sua preocupação central, portanto, se liga à questão da democracia. Se a principal expressão da soberania popular, no regime democrático representativo, é o poder de escolher seus governantes - e nessa escolha está embutida a opção por um projeto de sociedade - o mascaramento das propostas políticas é algo que compromete todo o processo.

Fique claro, desde já, que o mito político não é a única forma desse mascaramento. A primeira delas é, pura e simplesmente, a mentira. É o político que omite aquilo que pretende fazer no poder ou, ainda, afirma o contrário do que efetivamente fará. Para lembrar apenas de exemplos retirados das duas últimas eleições presidenciais brasileiras: em 1989, Fernando Collor arvorou-se em defensor da caderneta de poupança contra o confisco que seu

¹⁷ Sartori, *A teoria da democracia revisitada*, v. 1, p. 195.

adversário supostamente pretendia praticar. Sua primeira medida, ao assumir o governo, foi bloquear não só as cadernetas como as contas correntes. Em 1994, Fernando Henrique Cardoso garantia que eram "calúnias" as informações de que iria alterar a previdência social. Mas logo no começo do mandato encaminhou projeto de reforma constitucional que mexia profundamente no sistema previdenciário, inclusive extinguindo a aposentadoria por tempo de serviço.

Assim, o eleitor de Collor ou de Fernando Henrique - aquele que mantinha na caderneta de poupança o dinheiro para comprar a casa própria ou que contava os anos para a aposentadoria - votou contra seus interesses mais imediatos. O debate político eventualmente poderia convencê-lo a abrir mão desses interesses em nome de outros, mais elevados; no caso, porém, ele foi simplesmente defraudado. Esse logro, tão corriqueiro no jogo político, desvirtua profundamente o regime representativo.

A discussão contida nos parágrafos acima ressent-se da ausência de uma definição mais precisa de "mito político"; também falta elucidar o papel do político enquanto intermediário entre o cidadão-eleitor e um dado projeto de sociedade. Tudo isso é assunto que será tratado adiante. Mas sua presença neste capítulo introdutório se justifica como uma apresentação à preocupação central da tese, vinculada precisamente ao tema da democracia. Uma preocupação que se liga à convicção do autor, de que a democracia não é apenas "a pior forma de governo, salvo todas as demais", conforme a *blague* de Churchill, mas, positivamente, o melhor regime político. Portanto, nenhum esforço é vão para aprimorar sua prática, tão imperfeita, e torná-la mais próxima do ideal democrático.

O "realismo" daqueles que abandonam esse ideal em nome da tese mais factível da concorrência inter-oligárquica abrem mão, na verdade, do

conteúdo substantivo da democracia: a soberania popular. Essa soberania significa a capacidade de todos os integrantes de uma coletividade determinarem - através de procedimentos que sempre envolverão aspectos conflituosos - o tipo de sociedade em que desejam viver. É o "realismo", também, que leva um autor conservador a afirmar tranqüilamente que a super-representação dos setores dominantes e privilegiados no parlamento é uma necessidade, já que uma composição menos enviesada "estimularia a adoção de medidas que terminariam por afetar os interesses não barganháveis das classes empresariais e dos proprietários", que, assim, "passariam a considerar que essa democracia não lhes interessa"¹⁸. Por vias tortas, ele atinge aqui um ponto crítico, que as "democracias realmente existentes" ainda não resolveram a contento. Mas que também não se resolve, é claro, pela abdicação pura e simples diante de um poder econômico prevalecente.

A prática da democracia, como se vê, está no centro desta tese. Outras três questões a alimentam. Em primeiro lugar, uma *premissa*: a centralidade do discurso no agir político. É o discurso que organiza e veicula os projetos, os programas, as utopias e também os mitos. Discurso, aqui, designa um texto semiótico amplo, que inclui também as formas extra-lingüísticas de veiculação da mensagem política, cuja importância cresceu exponencialmente com o advento do cinema e, sobretudo, da televisão.

Em segundo lugar, uma *derivação*: a partir da definição do mito político, da constatação do papel central do discurso e da observação dos

¹⁸ Rodrigues, "As eleições de 1994", pp. 74-5. As observações estão no contexto de uma apreciação das eleições brasileiras de 1994, louvando-se o fato de que o Congresso ganhou uma representação vinculada às classes populares grande o suficiente para legitimá-lo, mas não tão grande a ponto de afetar os tais "interesses não barganháveis" das elites. Para uma aguda visão crítica sobre as limitações que o ordenamento capitalista impõe às democracias políticas, em especial na América latina, ver Borón, "A sociedade civil depois do dilúvio neoliberal", pp. 63-76.

empecilhos à prática democrática, será possível avançar para a discussão da ética na política. Uma ética que, por ser política, passa necessariamente pelas modalidades de enunciação do discurso e pelos mecanismos de adesão dos eleitores-cidadãos aos movimentos ou líderes políticos - uma *ética da representação política*. Cumpre recortar bem o tema, limitando-o ao debate, já bastante fecundo, da relação entre moral e política e evitando cair no saco sem fundo da busca dos "fundamentos últimos" da ética.

Finalmente, como uma *ressalva*, a ênfase no discurso e nos mecanismos de identificação entre público e políticos não deve eludir o fato de que o jogo político *não é assim*, ou não é apenas assim. Estão presentes, no interior do próprio jogo político, práticas que virtualmente prescindem de qualquer mensagem, mesmo que falseada, mentirosa ou mítica. É o caso das políticas de clientela ou, de maneira menos estruturada, da compra pura e simples de votos.

São relações mercantilizadas, no limite entre as esferas pública e privada, em que a identificação não é mediada pela mensagem, e sim um reflexo do favor - favor que o poderoso faz ao humilde, na forma de um emprego, uma partida de tijolos ou uma dentadura, e que é retribuído com outro favor, o voto. Elas negam viabilidade a qualquer projeto de construção de um futuro comum; e essa é precisamente a única mensagem que carregam. Falar numa ética da representação, em relação a tais práticas, é um contra-senso, pois elas recusam a idéia de representação.

Pode-se argumentar que, na verdade, há aí um discurso velado, uma visão de sociedade hierárquica, presente sobretudo nas relações estruturadas de clientela. Ou então que o benefício trazido no período eleitoral seja um sinal, para o eleitor, das boas intenções do candidato, transformando o que seria um simples negócio de compra e venda numa relação genuína, mesmo

que peculiar, de representação. É possível que, em alguns casos, essas afirmações sejam verdadeiras. Porém, muito mais constatável é a substituição da relação política pela mercantil - ou pelo "favor", que Roberto Schwarz, em outro contexto, chamou de "nossa mediação quase universal"¹⁹. A representação política implica delegação de poder, e só se delega o que se acredita possuir. A "cultura política da dádiva", em que "ou bem se manda ou bem se pede", como disse Teresa Sales²⁰, não combina com essa delegação. Assim, são bolsões em que a luta política se faz, maciçamente, através de práticas que pertencem antes ao campo das trocas mercantis (ou de favor) que ao da representação política.

A política que será investigada nesta tese é uma política em tempos de mídia. O contato entre o político e seu público é cada vez mais intermediado pelos meios de comunicação eletrônicos. Uma única emissão televisiva atinge muitas vezes mais pessoas do que toda uma jornada de comícios ou o trabalho cotidiano da militância inteira. Ao discurso em praça pública e ao panfleto, sucede-se o videoclipe. Não é que os novos meios sejam incapazes de transmitir as velhas mensagens; é que as novas formas, que só eles tornam possíveis, mostram-se muito mais sedutoras. Esse dado precisa ser levado em conta, uma vez que a mídia modificou em profundidade a política, não apenas na percepção do público - o que é a constatação óbvia - como no *habitus* dos políticos.

Sem querer se resumir a um estudo de caso, esta tese será ancorada na prática política, num conjunto de discursos claramente recortado. Esse *corpus*, que permitirá um confronto com a disputa política concreta, é a

¹⁹ Schwarz, "As idéias fora do lugar", in *Ao vencedor as batatas*, p. 16. Sobre a "representação como troca de favores" na periferia de São Paulo, ver Caldeira, "Para que serve o voto?", p. 102.

²⁰ Sales, "Raízes da desigualdade social na cultura política brasileira", p. 27.

totalidade dos discursos apresentados no horário de propaganda eleitoral da televisão, por todos os candidatos, no decorrer da campanha para a eleição presidencial brasileira de outubro de 1994.

A opção foi motivada pela absoluta *não-excepcionalidade* do evento. É claro que determinadas circunstâncias tornam única a campanha eleitoral brasileira de 1994: o fato de serem as primeiras eleições gerais em muitos anos, o *impeachment* do presidente escolhido no pleito anterior, o impacto do plano de estabilização da economia, o candidato com trajetória de esquerda ungido pela direita etc. Mas todas as eleições são, em alguma medida, únicas. A conjuntura precisa em que ocorrem jamais se repete - e o modo agonístico com que os processos eleitorais tendem a ser vividos amplifica cada detalhe dessa conjuntura. Até nessa unicidade corriqueira, a campanha eleitoral de 1994 foi como qualquer outra. Não se vivia, por exemplo, uma situação revolucionária. Flagrar o discurso mítico numa situação de "política normal" é objetivo da tese.

A escolha da campanha televisiva garantiu a disponibilidade de um conjunto completo de discursos, facilmente acessível graças ao videocassete caseiro. São discursos pronunciados num contexto de disputa eleitoral, isto é, exigindo de forma premente a adesão do espectador, partindo de um leque significativo de posições no espectro político e realizados com vistas à sua difusão por um meio específico, a televisão. Desse *corpus*, foi feita uma análise compreensiva, com o instrumental "tradicional" da pesquisa sociológica. Descartou-se a utilização de métodos quantitativos de análise do discurso, tão ao gosto da lingüística, em que há um nítido descompasso entre o esforço colossal de formalização exigido e os pífios resultados alcançados, que muitas vezes mal ultrapassam o truísmo: mobilizam uma montanha teórica para parir um rato interpretativo.

Pode-se comparar o objetivo desta tese - e a relação de seu *corpus* com a discussão sobre o caráter do mito - às imagens coloridas em "três dimensões", popularizadas pela série de livros *Olho mágico*, que esteve recentemente em moda. Nos dois casos, está-se de frente a uma imagem opaca, mas fixando a vista *além* dela. Ao olhar as eleições presidenciais brasileiras de 1994, a meta é sempre surpreender a presença (ou ausência) do mito político. Ausência também, e cumpre explicar o porquê. Pensado antes do início da campanha eleitoral, este projeto tinha a eleição de Fernando Collor por parâmetro. Tinha a expectativa, aliás compartilhada por muitos observadores, de que os arrebatamentos retóricos e manipulativos do pretense "caçador de marajás" ressurgiriam cinco anos depois. Vários fatos, em especial o *impeachment* do presidente, atropelaram essa previsão (felizmente, é preciso dizer). Creio que esse aparente contratempo contribuiu para refinar o olhar sobre a campanha, obrigou-me a pensar se ainda haveria algo de mítico fora de suas manifestações mais evidentes. Ajudou-me a desvendar, enfim, em que consiste o mito político.

No primeiro capítulo, trato do conceito de "mito político", buscando uma síntese que leve em conta tanto seus aspectos explicativos, conforme a visão do mito na história das religiões, quanto mistificadores e mobilizadores. Desde as intuições de Georges Sorel, no início do século, o conceito de mito político se tornou pouca coisa mais preciso ou refinado; antes, é usado de forma frouxa, adaptável às circunstâncias, mais como elemento de retórica do que de análise: "mito" é uma afronta dirigida ao discurso do adversário. Esse primeiro capítulo, portanto, é uma tentativa de dar mais nitidez e operacionalidade ao conceito.

Em seguida, no segundo capítulo, é tematizado o papel central do discurso na ação política, com suas conseqüências para a ética política. A

formulação do discurso político sofre a influência crescente da mídia e das técnicas publicitárias. Nesse capítulo examino, também, em que medida a influência sobre a *forma* vem alterando o *conteúdo* do discurso.

No terceiro capítulo, exponho a conjuntura política das eleições brasileiras de 1994, incluindo o caráter e o formato dos programas do horário eleitoral na televisão. Merecem destaque as alterações na legislação sobre a propaganda política, que a modificaram em profundidade. Esse capítulo serve de preâmbulo para os seguintes, onde são analisados os discursos da campanha eleitoral na TV. O delineamento da conjuntura política é necessariamente limitado aos pontos de maior relevância para a tese. Também o exame dos programas eleitorais não será uma resenha de todo o discurso político veiculado ao longo da campanha, concentrando-se nos temas mais importantes de acordo com o enfoque da presente tese.

Nunca é demais salientar que os candidatos *não* se resumiram ao mito político: os candidatos não foram meros "suportes" de discursos míticos. Eles incorporavam diferentes projetos para a sociedade brasileira, que expressaram com nitidez variável; defendiam valores, propostas, utopias. O mito nunca foi mais do que uma parcela, maior ou menor, de seus discursos. Por força, o recorte da tese irá destacar esta parcela e obscurecer o restante. Mas isso não deve significar que o discurso mítico monopolizou a campanha eleitoral de 1994.

Desta forma, o quarto capítulo está centrado nos temas da "autoridade" e da "experiência", recorrentes na campanha eleitoral, sobretudo nos programas de Orestes Quércia e Enéas Carneiro (este, só a questão da autoridade). No quinto capítulo, trato da "vivência" e da "transparência", carros-chefe do discurso de Lula. E no sexto capítulo estudo o tema da "unidade", essencial nos mitos políticos, que permeou sobretudo a campanha

do candidato vitorioso, Fernando Henrique Cardoso. Cabe frisar que o corte *não* é pelos candidatos, mas pelas temáticas.

Finalmente, na conclusão, partindo dos elementos míticos verificados nos capítulos anteriores, reelaboro e aprofundo as hipóteses sugeridas ao longo da tese, notadamente sobre o caráter do mito no discurso político eleitoral, o papel desempenhado pelos meios de comunicação de massa e sua relevância para a construção de uma ética política.

1 - Mito (I): conceitos

1.1 - O mito na linguagem corrente. — Diferença entre o mito político e o mito primitivo. — Mito e mistificação: a publicidade. — A teoria de Roland Barthes. — O mito como transformação da história em natureza.

1.2 - O mito como narrativa de origem: a definição de Mircea Eliade. — Mitos políticos de origem. — O futuro fabuloso. — Mito e coesão social.

1.3 - Georges Sorel. — Mito político versus razão. — Mito político e mobilização política. — Sorel e Barthes. — Temas do discurso mítico: a Idade de Ouro, o Salvador.

1.4 - Razão e sentimento na política. — O prognóstico de Cassirer sobre a transformação da política em "ciência positiva". — O mito como manipulação.

1.5 - Nostalgia da unidade e repulsa ao conflito. — O mito como rejeição à política. — As condições de recepção dos mitos.

1.6 - Conceito de projeto político. — Liderança carismática e projeto político. — Utopia e política. — A crítica liberal à utopia. — Mito e utopia. — Mito e valores políticos.

1.7 - Resumo do capítulo.

1.1

Na linguagem corrente, a palavra "mito", desprovida de qualquer complexidade, designa uma idéia falsa ou, então, a imagem simplificada e ilusória de uma realidade. Seu campo semântico é o da "mentira". Um autor como Alfred Sauvy irá definir, bem sinteticamente: os mitos são "idéias comumente recebidas, que desaparecem ao serem examinadas"¹. E aplica seu conceito analisando os maiores "mitos de nosso tempo", ou seja, a idéia de que os preços dos produtos industrializados nunca baixam ou de que os automóveis ocupam espaço excessivo nas calçadas.

¹ Sauvy, *Mythologie de notre temps*, p. 10.

É evidente que uma definição tão simplista não é suficiente para embasar um conceito de mito político. Nas disputas políticas, é raro haver uma idéia que possa simplesmente "desaparecer" ao ser examinada. A política combina, sem que se possa deslindá-los por inteiro, julgamentos factuais e juízos de valor. A interpretação da realidade está sempre em jogo nos debates políticos. Avaliar os fatos e as tendências, dar-lhes sentido, é um dos objetivos pelos quais lutam partidos opostos. Murray Edelman, com algum excesso, afirma que explicar os problemas sociais é mais importante (na política) do que resolvê-los².

Assim, não é tão fácil fazer "desaparecer" uma idéia, mesmo que do nosso ponto de vista ela seja de todo falsa. A oscilação dos preços dos produtos industrializados apresenta mais de uma tendência e permite interpretações conflitantes. A opinião de que os veículos ocupam muito ou pouco espaço nas calçadas implica um critério subjetivo, já que não é possível determinar de forma "científica" qual a área justa a ser destinada aos automóveis. Ou, para usar um exemplo mais relevante, haverá ou não um "mito da reforma agrária", segundo se creia ou não que ela resolverá os problemas de abastecimento de alimentos no Brasil.

Contraposta à noção corrente do mito como idéia falsa ou ilusão, há a categoria do mito na antropologia e na história das religiões, altamente elaborada (e polêmica). Da perspectiva inicial, que via no mito a expressão das idéias falsas em que acreditava a mente primitiva, permaneceu a concepção do mito como uma forma de pensamento oposta ao lógico e científico. Mas a ênfase é deslocada para o papel de mediação entre o sagrado

² Edelman, *Pièces et règles du jeu politique*, p. 47.

e o profano, o tema privilegiado de que se ocupa (o mito como narrativa das origens) e seu uso como elemento de coesão social.

Também aqui não há um conceito que possa simplesmente ser deslocado para o campo político. Os discursos políticos estão em choque entre si, ao contrário das narrativas míticas nas sociedades primitivas, vividas pela comunidade inteira. Dificilmente eles serão vistos como tendo alguma relação com a esfera do sagrado, a não ser que a palavra seja tomada como uma metáfora bastante frouxa. Em vez de narrarem as origens, os discursos políticos muitas vezes narram o futuro.

Se não apresentam um modelo pronto, de onde decalcar a caracterização do mito na política, tanto a noção da "idéia falsa" quanto a discussão movida no âmbito da história das religiões apresentam pontos de interesse para a construção de um conceito significativo de mito político. A síntese que se busca aqui deverá levá-los em consideração, assim como as tentativas de definição do mito especificamente político, levadas a cabo por Georges Sorel e alguns poucos outros autores. Conforme escreve Raoul Girardet, "cada uma dessas formulações parece efetivamente corresponder a alguns dos principais aspectos do mito político, tal como este se inscreve na história de nosso tempo. Contudo, nenhuma parece suscetível de esgotá-lo, nem mesmo de abarcar seu conteúdo"³.

Dentro da perspectiva do mito como "idéia falsa", a trilha mais fecunda é aquela que o toma como uma espécie de mistificação - uma burla, mais do que apenas um equívoco. A palavra traz à lembrança, em primeiro lugar, a publicidade comercial, que tem a mistificação por princípio. A instigação ao consumo ostentatório, o fetiche da inovação tecnológica (com a

³ Girardet, *Mitos e mitologias políticas*, p. 13.

obsolescência programada dos bens de consumo pretensamente duráveis), a exaltação de certos padrões de juventude e beleza: em torno destes núcleos, o discurso publicitário constrói seus "mitos". E os constrói de forma científica, integrando aportes da psicologia, da sociologia e da semiótica, além das técnicas mais avançadas de pesquisa de opinião.

Assim, desde o momento em que se equipara o mito contemporâneo à mistificação, as mensagens publicitárias ganham a posição de produtoras de mitos por excelência. Os elementos míticos identificáveis no discurso político seriam, de acordo com esta perspectiva, vinculados à moldura publicitária deste discurso. Ao mesmo tempo, porém, a propaganda comercial possui relevância política nada desprezível. O habitante do mundo contemporâneo é bombardeado por ela sem cessar: não há outro discurso tão onipresente. Ela desempenha, portanto, um papel fundamental na moldagem de uma mentalidade coletiva⁴.

A percepção do mito como uma forma de mistificação está presente na teoria de Roland Barthes, que buscou rastrear a presença de "mitos" modernos na imprensa, nas artes e, é claro, nas propagandas comerciais francesas dos anos 50. A característica central do mito, seu "princípio", segundo ele observa, é a transformação da história em natureza. Como se verá adiante, há uma inversão do conceito antropológico, que mostra o mito remetendo a natureza à vida dos homens (ou de deuses ou heróis antropomórficos), através da narrativa de origem. O caráter explicativo da narrativa primitiva dá lugar a

⁴ No âmbito de uma crítica abrangente das sociedades capitalistas desenvolvidas, André Gorz chega a designar a publicidade como o mecanismo essencial de manutenção do que chama de "razão econômica", a racionalidade hegemônica no mundo contemporâneo. Criando sem cessar novas "necessidades", a propaganda comercial cumpre papel fundamental na perpetuação do ciclo trabalho assalariado/consumo passivo exigido pelo sistema. A análise de Gorz é complexa demais para ser resumida aqui; especificamente sobre o papel da publicidade comercial, ver *Métamorphoses du travail*, pp. 63-4.

seu avesso. O mito-mistificação procura impedir o acesso às explicações possíveis.

Enquanto mistificação, o mito é uma linguagem a ser desvendada - aqui no sentido de "desmascarada", mais do que apenas "entendida". O desmascaramento não é possível quando não se compreende que, como aponta Barthes, o mito é um "sistema semiológico segundo", que faz uma cadeia semiológica completa preexistente transformar-se no primeiro termo (significante) de uma nova cadeia. Segundo Barthes,

no mito existem dois sistemas semiológicos, um deles deslocado em relação ao outro: um sistema lingüístico, a língua (ou os modos de representação que lhe são assimilados), a que chamarei *linguagem-objeto*, porque é a linguagem de que o mito se serve para construir o seu próprio sistema; e o próprio mito, a que chamarei *metalinguagem*, porque é uma segunda língua, *na qual se fala da primeira*⁵.

A duplicidade, que o leitor ignora ao captar no mito uma "totalidade inextricável"⁶, é o mecanismo mesmo do mascaramento. Ou melhor, da desfiguração, já que "*o mito não esconde nada*: tem como função deformar, não fazer desaparecer"⁷.

Um exemplo, extraído do próprio Barthes, ajuda a compreender essa formulação. Ele se refere à foto da capa de uma edição da *Paris-Match*, em que um soldado negro, vestindo o uniforme francês, saúda a bandeira tricolor. Este é o primeiro sistema semiológico, o *significante* do mito. Seu significado remete à "harmonia" vigente no seio do império colonial francês, uma vez que o jovem africano não só está integrado ao exército nacional como venera a bandeira que, afinal, é de todos. A imagem, de fato, não *esconde* a presença

⁵ Barthes, *Mitologias*, p. 137.

⁶ Id., p. 149.

⁷ Id., p. 143.

do colonialismo francês, mas a *deforma*, fazendo passar por conformidade e parceria o que é tensão e opressão.

O mito extrai sua força do fato de não se apresentar como símbolo, mas como fato. O soldado na ilustração de *Paris-Match* "não é símbolo do Império francês, tem presença a mais para isso, apresenta-se como imagem rica, vivida, espontânea, inocente, *indiscutível*"⁸. Embora o exemplo, extraído da imprensa, seja de um discurso eminentemente político, não é difícil perceber o mesmo tipo de articulação na publicidade comercial, articulação que se faz entre o produto e o *status* que ele insinua proporcionar.

O soldado negro perde, na capa da revista, a sua história, que é também a história do colonialismo francês na África. Sua presença na fotografia, purificada pela semântica do mito, aparece como *natural*. Eis aí a história transformada em natureza, prestidigitação básica do mito tal como entendido por Barthes, isto é, como mistificação. Ao eliminar a história, o mito *despolitiza* seu objeto⁹. Não pode deixar de chamar a atenção o contraste entre a função política do mito e a forma despolitizada com que ele se apresenta ostensivamente.

1.2

A idéia do mito como algo falso, uma mistificação ou uma mentira, pertence à pré-história da antropologia, quando se coletavam as lendas dos povos selvagens, que - como uma vez mais provavam tais contos - estavam na infância da humanidade. Hoje, a história das religiões enfatiza o caráter fundador do mito em relação à estrutura das sociedades primitivas e seu aspecto de narrativa explicativa. O conceito de mito é complexo e imerso em

⁸ Id., p. 140.

⁹ "O mito é uma fala despolitizada". Id., p. 163.

polêmica; aqui, não se apresentarão mais do que uns poucos pontos que têm interesse direto para a discussão sobre o mito político.

Entendido como narrativa explicativa, o mito é o relato de como algo surgiu (animal, planta, objeto, costume ou instituição social). De acordo com Mircea Eliade,

o mito conta uma história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do "princípio". [...] É sempre, portanto, a narrativa de uma "criação": ele relata de que modo algo foi produzido e começou a ser. O mito fala apenas do que *realmente* ocorreu, do que se manifestou plenamente¹⁰.

O "realmente" da última frase é tomado ao pé da letra, dentro do sistema de Eliade. No bojo de um neoplatonismo ao mesmo tempo radical e heterodoxo, o pensador romeno faz do "sagrado" (que corresponde ao "mundo das formas" de Platão) a verdadeira realidade, a vida plena, só entrevista em transe passageiros que permitem ao homem transcender o profano ("hierofanias")¹¹. A compreensão do mito como uma narrativa de origem, porém, prescinde desta moldura idealista.

A imagem de um "princípio" fabuloso é bastante nítida em certos mitos políticos, notadamente aqueles relativos às "grandes datas" nacionais (ou, em menor escala, partidárias). Basta citar a mítica dos *founding fathers* nos Estados Unidos ou da Revolução de Outubro na antiga União Soviética. Em ambos os casos, o momento heróico não apenas marca o início de um novo tempo, mas dota a nação de instrumentos que serão capazes de guiá-la com previdência para todo o sempre - sejam eles a intocável *Constituição* norte-americana ou as tábuas sagradas do leninismo. Ritos políticos reatualizam de tempos em tempos o grande evento, mais uma vez seguindo o esquema mito/rito identificado pelos etnólogos nos povos primitivos.

¹⁰ Eliade, *Mito e realidade*, p. 11.

¹¹ Ver Dubuisson, *Mythologies du XX^e siècle*, pp. 253-5.

Os próprios republicanos brasileiros de 1889 mostraram sensibilidade à importância da disseminação de mitos de origem, fator de estabilidade para um regime político. A aura mítica que envolve a figura de Tiradentes foi deliberadamente construída a partir desse período, quando o mártir mineiro foi convocado para suprir a falta de *élan* heróico dos proclamadores do 15 de novembro¹².

Mas Eliade observa que "a partir de um certo momento, a origem não se encontra mais apenas num passado mítico, mas também num futuro fabuloso": é a "'mobilidade' da 'origem'"¹³. Parece fazer eco à frase de Marx: "A revolução social do século dezenove não pode tirar sua poesia do passado, e sim do futuro"¹⁴. O discurso político, embora se utilize do passado e o redesenhe permanentemente, se projeta com muito mais frequência em direção ao futuro. Mesmo quando fala sobre o passado, para resgatar uma tradição ou reverenciar a memória de um grande homem, está de olhos voltados para o porvir. A tradição é invocada na esperança de sua continuidade (ou daquilo que se apresenta como sendo sua continuidade), a evocação do grande homem é um argumento de autoridade em favor desta ou daquela proposta.

O discurso político, afinal, sempre expõe uma representação do futuro. Ao propor a alteração ou a permanência de práticas e instituições sociais, ele projeta a imagem da sociedade que advirá. A reflexão sobre o passado (e o presente) é necessária, mas na medida em que cria um sentido apropriado a justificar essa projeção.

¹² Ver, a esse respeito, Carvalho, *A formação das almas*, pp. 55-73.

¹³ Eliade, op. cit., p. 52.

¹⁴ Marx, *O 18 Brumário de Luís Bonaparte*, p. 205.

O futuro de que fala o discurso político é, de fato, muitas vezes, fabuloso. Régis Debray diz que "ninguém consegue colocar um pé na frente do outro sem delirar a respeito do ponto de chegada. O movimento operário teve de fantasiar a Revolução Mundial e a sociedade sem classes para inventar as férias pagas, os delegados sindicais e a semana de 40 horas"¹⁵. A generalização é excessiva. Muitas lutas políticas são travadas em nome de objetivos bem pouco delirantes - e lutas significativas, que mobilizam esperanças durante décadas e mesmo atravessam gerações. Por exemplo, em defesa de eleições formalmente democráticas, como revela a experiência recente de tantos países submetidos a regimes ditatoriais, ou pela independência nacional, como mostra uma simples olhadela na história contemporânea. Isso não desqualifica o fato de que há mesmo um freqüente descompasso entre o futuro anunciado e aquele que se pode alcançar, um desacordo que merece a classificação de mítico.

Uma diferença separa o mito político ancorado no passado (como os *founding fathers* norte-americanos ou a Revolução de Outubro) daquele voltado para o futuro (como a sociedade comunista). O primeiro, muito mais do que o segundo, cumpre em geral uma função de coesão social. Eis aí, aliás, outra característica que o aproxima do mito das sociedades primitivas.

Este é, no dizer de Malinowski, não uma ficção, mas "uma realidade viva, que se acredita que ocorreu uma vez nos tempos primevos e que continua desde então a influenciar os destinos do mundo e dos homens"¹⁶. É

¹⁵ Debray, *O Estado sedutor*, p. 121.

¹⁶ Malinowski, "Myth in the primitive psychology", in *Magic, science and religion and other essays*, p. 100. O funcionalismo de Malinowski, sobretudo sua "teoria das necessidades", é hoje condenado pela maioria dos antropólogos; nesta disciplina, o debate sobre o mito conta com uma sofisticação teórica que ultrapassa em muito a obra do pesquisador polonês. Evito deliberadamente abordar este debate e não me sinto com competência para fazê-lo. Uso a obra de Malinowski,

real e é vivo porque está presente na organização da sociedade primitiva; mais ainda, é sua planta baixa. "A história da origem literalmente contém o código legal da comunidade", afirma Malinowski, acrescentando:

Assim, de um lado, a realidade do mito repousa em sua função social; de outro lado, uma vez que nós começamos a estudar a função social do mito, e portanto a reconstruir seu sentido completo, nós somos gradualmente levados a reconstruir a teoria completa da organização social nativa¹⁷.

O antropólogo polonês resume a função do mito como sendo "fortalecer a tradição, dotando-a de valor e prestígio maiores, remontando-a à realidade mais alta, melhor, mais sobrenatural, dos eventos iniciais"¹⁸. Em suma, um papel de controle social. Georges Balandier diz, de forma ainda mais clara, que o mito comporta, "mesmo nas sociedades de tradição oral e mesmo antes da colonização, *uma parte de ideologia*. Tem função justificadora, com a qual sabem jogar muito bem os guardiães da tradição, os detentores e beneficiários da autoridade"¹⁹.

O paralelo com os mitos políticos extraídos da história é bastante nítido. E cabe melhor ainda para posições como a de Murray Edelman, que encara o processo eleitoral como um ritual, basicamente inócuo, destinado a reafirmar os laços sociais. A eficácia das eleições dependeria da crença genuína (e falsa, diga-se de passagem), mantida pelos envolvidos, de estarem decidindo pelo voto os rumos da coletividade²⁰. Sob essa perspectiva, o grande mito político contemporâneo seria o governo democrático.

sabendo das restrições com que é encarada pelos especialistas, porque ela é - sem nenhum trocadilho - *funcional* para o desenvolvimento de minha argumentação sobre o mito político.

¹⁷ Id., pp. 116-7.

¹⁸ Id., p. 146.

¹⁹ Balandier, "Mitos políticos de colonização e descolonização", in *As dinâmicas sociais*, p. 203.

²⁰ Edelman, *The symbolic uses of politics*, p. 3.

A visão de Edelman, para quem a política se resume a um espetáculo, está baseada numa extrapolação a partir do sistema político norte-americano - em que, como dizia Gore Vidal, democratas e republicanos formam um partido único com duas alas de direita - e num mal-disfarçado desprezo pelo cidadão comum, tão facilmente ludibriado. Ela será criticada em profundidade no próximo capítulo; por ora, basta observar que o processo eleitoral *não* é inócuo e que a opção majoritária por um ou outro candidato possui repercussões muitas vezes decisivas no dia-a-dia do indivíduo e na vida da comunidade.

É claro que o processo eleitoral também é um instrumento de coesão social. Mais do que um símbolo - aqui é possível recuperar Barthes - a eleição seria uma *evidência* da igualdade de todos os cidadãos, pois todos os votos valem o mesmo. No entanto, tal igualdade é, quando muito, incompleta, já que a disparidade de recursos e de capacidade de influência é gritante. Ela desempenha, aqui, o papel de um mito político.

Mas privilegiar a função ritual dos mecanismos democráticos é falar apenas metade da verdade. Mesmo com suas imperfeições, a mecânica democrática permite ao povo influir nas decisões políticas. Sua influência corre o risco de ser desvirtuada pela pressão mais poderosa das oligarquias, está certo; ainda assim, a crença do cidadão comum, de que - por exemplo - ao votar está ajudando a dirigir sua coletividade para um ou outro rumo, não é inteiramente desprovida de razão. Da mesma forma, a igualdade dos eleitores tanto é um mito quanto a efetivação imperfeita, no plano político, de uma premissa correta, que é a igualdade essencial de todos os seres humanos.

1.3

Nem uma importação da noção do mito na história das religiões, nem sua equiparação à mistificação são suficientes para fixar uma definição do mito tal como age na esfera da política. As pistas sugeridas pela análise do discurso de tipo publicitário e pelo paralelo com o mito das sociedades primitivas não alcançam um conceito completo, nem permitem compreender a especificidade do mito político.

No início deste século surgiu a primeira grande tentativa de construção de um conceito de mito político, na obra do francês Georges Sorel. Marxista heterodoxo, fortemente influenciado pela ética de Proudhon e pela filosofia de Bergson (em menor medida, também por Nietzsche e Renan), Sorel cumpriu uma trajetória política peculiar. Engenheiro de pontes até a meia-idade, ele pediu demissão do emprego em 1891, aos 45 anos, para se dedicar a estudos de filosofia social. Ligado ao sindicalismo revolucionário de extrema esquerda, flertou por algum tempo com a extrema direita monarquista, aproximando-se da Action Française de Maurras. Admirava, ao mesmo tempo, Mussolini (que afirmava, talvez faltando com a sinceridade, ter o *Réflexions sur la violence* por livro de cabeceira) e Lênin (que, ao contrário, o desprezava)²¹.

Influente em sua época, Sorel hoje é pouco lido e menos ainda compreendido. Em geral, uma ou duas anedotas sobre sua incoerência política bastam para despachá-lo, sem qualquer referência às idéias que produziu. É assim que François Furet, por exemplo, vê em Sorel um exemplo acabado do ódio ao parlamentarismo burguês, capaz de se inclinar tanto para o fascismo quanto para o comunismo - uma sugestão pouco consistente, mas que ainda

²¹ Segundo Lênin. Sorel era um "espírito atrapalhado", "capaz de pensar unicamente o absurdo". Cit. in Angel, *Essais sur Georges Sorel*, p. 314.

pode ser discutida. Erra sem remissão, no entanto, ao passar uma imagem unidimensional do teórico francês, comprometendo-o com "o desprezo do direito como um disfarce formal da dominação burguesa, [e] a apologia da força como parteira da história"²².

Furet, como tantos outros, se deixa levar pelo título da obra mais famosa de Sorel - e deixa de perceber aspectos cruciais de seu pensamento. Entre as peculiaridades do marxista francês está justamente a preocupação com os aspectos jurídicos do socialismo; e a violência, que exalta em seu livro, é cuidadosamente distinguida da força bruta e da barbárie. Sorel, ao contrário da quase totalidade da esquerda francesa, odiava o jacobinismo, Robespierre e o Terror revolucionário. O mito da greve geral, dizia, tornava "a manutenção do socialismo compatível com o mínimo de brutalidade possível"²³. Portanto, ao contrário do que diz Furet, não há em seu pensamento nem desprezo pelo direito, nem apologia da força. Há, isso sim, uma visão original e mesmo um tanto cética da luta política, centrada na categoria do mito.

O mito de que trata Sorel é o mito revolucionário, que acreditava necessário para o êxito do movimento operário. Os exemplos que cita são o que chama de "revolução catastrófica" de Marx e a greve geral proletária, advogada por ele mesmo. A noção de "catástrofe", que corresponde mais ou menos à "crise final" do capitalismo, é em sua leitura a própria essência do marxismo²⁴. Esses mitos políticos, estabelece Sorel, são "conjuntos de imagens capazes de evocar *em bloco e somente pela intuição*, antes de

²² Furet, *Le passé d'une illusion*, p. 206.

²³ Sorel, *Réflexions sur la violence*, p. 186.

²⁴ Angel, *Essais sur Georges Sorel*, pp. 240-1.

qualquer análise refletida, a massa dos sentimentos" desejada para a luta política²⁵. Dois pontos chamam a atenção nesta definição.

Em primeiro lugar, os mitos são *imagens* não suscetíveis de serem apreendidas pela razão. Esta é, desde já, uma característica que afasta o mito soreliano da mistificação publicitária identificada por Barthes. A mistificação apresenta-se à razão, procurando iludi-la, fazendo com que aceite como evidência natural o que é construção ideológica. O mito conceptualizado por Sorel não apenas não se dirige à razão como - o que fica claro com a leitura de *Réflexions sur la violence* - a rejeita. A interferência da razão é uma ameaça ao mito e, conforme se verá, o primeiro passo para sua degradação em utopia. "O entendimento freia a ação", já dizia Nietzsche²⁶, de quem Sorel era leitor. E, mais forte ainda do que essa idéia nietzscheana, há a influência da filosofia de Bergson, para quem alguns aspectos da realidade, que a razão não consegue alcançar, só serão atingidos através do recurso à intuição.

Sorel rejeita explicitamente a razão ao esboçar o mito da greve geral proletária. Mais uma vez seguindo Bergson, ele considerava que o futuro não é objeto de conhecimento (apenas o passado é, *a posteriori*, ordenado numa disposição racional) e que os aspectos fundamentais da realidade só podem ser apreendidos de forma intuitiva²⁷. Os mitos, afirmava Sorel, "são necessários para expor, de um modo exato, as conclusões de uma filosofia

²⁵ Sorel, *Réflexions sur la violence*, p. 115.

²⁶ Cit. in McLuhan, *Understanding media*, p. 92.

²⁷ Arato, "A antinomia do marxismo clássico", pp. 141-2. A asserção de Larry Portis, para quem Sorel não foi em absoluto um irracionalista, mas antes um racionalista sensível às manifestações do irracional na psique humana, não é inteiramente sustentável. Ver Portis, "Présentation", in Sorel, *Présentation et textes choisis*, pp. 66-7. Sorel mesmo denunciava a "ilusão do racionalismo" (ver *Les illusions du progrès*, p. 50).

social que não quer enganar a si mesma e não quer adotar por ciência o que não é"²⁸.

Na maior parte dos discursos políticos míticos, ao contrário do que quer Sorel, a rejeição à razão é velada. Em todo caso, é importante marcar a distinção entre a combinação de apelos racionais e afetivos, característica de toda a política, e a recusa terminante à interferência da razão, como no mito. É a mesma diferença que existe entre a defesa de valores últimos, que em grande parte não é suscetível de debate refletido, e a fé irracional em "verdades" que não podem ser contestadas. Por exemplo, a diferença entre colocar o fim da exploração do homem pelo homem como objetivo maior da luta política (o valor guia) e, por outro lado, a crença na inexorabilidade da instauração de uma sociedade sem classes (o mito).

O outro ponto importante da definição soreliana é o caráter de *força motriz* apresentado pelo mito político. Ele é uma arma na luta política; seu sentido é mobilizar, empurrar para a ação. De certa forma, esta característica - de levar à prática - está presente também nas diferentes narrativas de origem e nas mistificações que incluem tanto a moda e a publicidade comercial quanto os livros escolares e as descobertas científicas. Sorel apenas realça sua centralidade absoluta no caso dos mitos políticos.

A pergunta que ele faz é se é possível passar dos princípios à ação sem a intermediação do mito²⁹. A resposta, clara em sua obra, é um retumbante *não*. Para Sorel, o mito é a força impulsionadora básica de qualquer grande movimento histórico. Ele extrai seus exemplos do cristianismo primitivo³⁰,

²⁸ Cit. in Díaz Guerra, *El pensamiento social de Georges Sorel*, p. 23.

²⁹ Cit. in Thierry Paquot, "Sorel, retour, détour", présentation à Sorel, *La décomposition du marxisme*, p. 30.

³⁰ Sorel, *Réflexions sur la violence*, p. 118.

sem hesitar em compará-lo ao movimento operário (uma aproximação, em geral, ao gosto dos adversários do socialismo, que viam nele uma espécie de religião laica, mas tabu para os próprios socialistas).

Assim, o mito é, de acordo com Sorel, a força motriz por excelência no campo político. Seu esforço teórico possui algo de contraditório (uma contradição inerente a toda teoria irracionalista), como observou Croce: a revelação do mecanismo do mito sabota sua eficácia. Uma vez que se sabe que a idéia de greve geral é apenas uma formulação mítica destinada a produzir adesão política, ela deixa de possuir poder mobilizador. Gramsci refuta a afirmação de Croce, lembrando que o mito estudado por Sorel não era "uma coisa que estivesse no papel, uma construção arbitrária do intelecto soreliano, [e portanto] ele não podia ser dissipado por algumas paginazinhas doutrinárias, conhecidas por restritos grupos de intelectuais"³¹. O que não invalida o argumento de Croce, pois, na medida em que se tornasse conhecida, a teoria de Sorel representaria a anulação da eficácia (do mito) que pretendia provar.

Na verdade, apesar de toda a exaltação da "ação", Sorel sempre se colocou claramente na posição do intelectual, sem se confundir com o líder partidário. Seu compromisso é com a elucidação dos processos que levam à revolução, não com sua implementação. Basta lembrar de como ele lamenta "esta duplicidade que a situação de agitador popular impôs, mais de uma vez, a Marx"³². Toda a leitura que o pensador francês faz da obra de Marx passa pela percepção de que a teleologia marxista, apresentada com a roupagem de leis históricas cientificamente deduzidas, nada mais é do que um artifício

³¹ Gramsci, *Concepção dialética da história*, p. 277.

³² Sorel, "Préface", pp. xxvi-xxvii.

destinado à eficácia política. E ele, Sorel, ao revelar o segredo, se mostra despreocupado em relação a esta eficácia.

O mito, portanto, precisa aparecer como verdade - científica, revelada ou mesmo amparada no senso comum. Para o público, a verdade que o mito exprime é incontestável: está acima da razão e dos fatos. O emissor do discurso mítico tanto pode compartilhar desta crença quanto simplesmente usá-la.

Outros autores, que seguiram em linhas gerais o quadro conceitual de Sorel, tenderam a produzir dois deslocamentos importantes. Em primeiro lugar, o mito deixa de ser pensado no âmbito de uma revolução proletária, para se tornar um elemento presente em discursos políticos de diferentes matizes e teores.

Para Sorel, o mito é revolucionário e proletário; para Barthes, pelo contrário, a revolução, fala de todo política, exclui o mito, que permanece encerrado na esfera do discurso burguês³³. Como observa Roger Bastide, revela-se nesta contradição uma diferença muito importante entre o mito das sociedades primitivas e o mito político contemporâneo, inscrito numa sociedade histórica, cuja história é uma história de luta de classes: "Um e outro [Sorel e Barthes] têm razão ao mesmo tempo. Pois a sociedade se fragmentou em grupos rivais e cada grupo pode infletir o pensamento mítico de acordo com suas próprias necessidades"³⁴.

Convém não confundir esta observação com a posição de Harold Lasswell, que denomina "mito" todo e qualquer discurso político (ou ao menos suas "premissas fundamentais"), para depois encaixar as categorias

³³ Barthes, *Mitologias*, p. 166.

³⁴ Bastide, "Mythes et utopies", p. 11.

"ideologia" e "utopia", à maneira de Mannheim - a ideologia sendo a justificação da autoridade e a utopia, a rejeição da ideologia - como subtipos do "mito"³⁵. Com sua abrangência tão estendida, o conceito de mito deixa de ter qualquer relevância, a menos que se esteja afirmando que todo discurso político é mítico no sentido mais forte da palavra, julgamento que Lasswell recusa³⁶. Não se trata, portanto, de reduzir toda e qualquer fala política ao mito, o que seria incorreto, mas de entender que o mito pode surgir no contexto de um discurso revolucionário tanto quanto de um discurso conservador ou retrógrado.

O segundo deslocamento significativo em relação à teoria de Sorel é a redução do peso do mito político: não apenas um grande investimento histórico, envolvendo toda uma classe social (ou ao menos sua vanguarda) a longo prazo, mas algo menor, presente até em discursos políticos efêmeros ou de pequeno alcance. A partir daí, há um esforço de mapeamento de elementos míticos recorrentes, utilizados por movimentos políticos de diferentes orientações, em diferentes momentos históricos³⁷.

Um destes temas é o Salvador, alguém capaz de reverter a situação vigente, tida como má, e instaurar uma nova era de paz e prosperidade. Ou melhor: não instaurar, mas conduzir o grupo - via de regra, a nação - ao futuro glorioso que de antemão já lhe estava reservado. Há uma confluência, aqui, com os quiliasmos políticos, aquele princípio fabuloso situado no futuro de que falava Mircea Eliade. Um exemplo: os militares brasileiros após 1964,

³⁵ Lasswell, "A linguagem do poder", p. 16.

³⁶ "Não se deve interpretar o termo 'mito' como se necessariamente imputássemos caráter fictício, falso ou irracional aos símbolos [invocados nos discursos políticos], embora tal imputação seja muitas vezes correta". Id., p. 12.

³⁷ Um bom exemplo deste tipo de mapeamento é o livro de Girardet, *Mitos e mitologias políticas*.

que, através da ditadura, impulsionariam o país rumo ao "destino de grandeza" que a própria geografia já traçara³⁸.

Outro: a classe operária, "portadora da História", que levaria o mundo à sociedade comunista. Com todas as diferenças que os separam - o socialismo marxista, mesmo na sua vulgata, é uma doutrina muitas vezes mais sutil, profunda e elaborada do que a geopolítica - os dois exemplos mostram uma combinação semelhante entre a invocação de um destino e o chamamento à ação. Os ensinamentos da geopolítica mostram que o Brasil está *destinado* a ser uma grande potência, por sua posição no mundo, mas para que isto aconteça é imprescindível o fortalecimento da vontade nacional através de um regime autoritário. A humanidade *marcha* inexoravelmente para a sociedade sem classes, como provam as leis dialéticas da história, mas esse futuro depende da organização do proletariado revolucionário. Nos dois casos, oscila-se entre determinismo e voluntarismo e, apesar da contradição aparente, um reforça o outro.

É claro que o Salvador, muitas vezes, surge na forma de um líder individual, não de uma classe social (como a operária) ou uma corporação (como a militar)³⁹. Na história política recente do Brasil, o caso mais evidente é o do ex-presidente Fernando Collor. Ele fez uma campanha eleitoral de acentuado caráter messiânico, diante de um país ainda traumatizado pela morte de outro esperado redentor (Tancredo Neves), assustado com uma crise econômica gigantesca, alimentada pela incompetência do governo central, e frustrado com uma transição democrática tímida e incapaz de atacar a dívida

³⁸ É a visão de todos os "geopolíticos". Para um exemplo, ver Mattos, *Brasil: geopolítica e destino*, pp. 72-3. Estudei o caráter autoritário da pseudo-ciência geopolítica em trabalho anterior; ver Miguel, *A sombra dos generais*, pp. 25-8.

³⁹ Às vezes, o herói é ao mesmo tempo indivíduo-salvador e personificação do grupo-salvador. Talvez os cultos à personalidade possam ser interpretados desta maneira.

social. Collor também é exemplo do político "salvador" que não apelou para nenhuma visão escatológica. A mensagem mais palpável de seu "Brasil novo" era a resolução dos problemas nacionais mais prementes, graças à coragem, determinação e clarividência do líder.

1.4

O mito político, tal como definido até aqui, é uma poderosa força motriz para a ação política, tendo como característica básica sua recusa à razão. Ele se opõe, portanto, à visão da política como feita de opções racionalmente motivadas, fruto da interação de cidadãos conscientes de seus próprios interesses com políticos que expõem com nitidez seus programas de ação - a visão "ideal" do funcionamento da democracia, exposta na introdução. Pode ficar a impressão, portanto, de que é mito toda irrupção do irracional na vida política. Isso não é verdade.

A política não é, nem pode vir a ser, um espaço feito só de razão. Elementos irracionais estão presentes em todo o campo político. O jogo político não trata só - ou mesmo prioritariamente - de questões "técnicas" ou de interesses que podem ou não ser acomodados, mas põe em questão disputas de valores. O mito é uma manifestação intensa do irracional na vida política, mas não seu local exclusivo, pois aspectos de irracionalidade permeiam todas as atividades políticas - e a vida social em geral, aliás.

Sem a emotividade que sempre carrega, a política perderia a maior parte de seu fascínio e atração. Ernst Cassirer, para quem o mito deve ser combatido como fator de degradação da política, faz um prognóstico ousado, com o qual não é possível concordar. Segundo ele, a política estaria a caminho de se transformar numa "ciência positiva" e "as gerações posteriores, olhando para trás muitos de nossos sistemas políticos, terão a mesma

impressão que um astrônomo moderno quando estuda um livro de astrologia, ou um químico moderno quando estuda um tratado de alquimia"⁴⁰.

Não apenas pela carga de emotividade que sempre transporta, mas também por ser o palco privilegiado dos conflitos da sociedade, a política jamais poderá ser essa técnica neutra vislumbrada pelo pensador alemão. As questões políticas, como observa Hanna F. Pitkin, são uma combinação inextricável de meios e fins, envolvendo tanto julgamentos factuais ("racionais") quanto juízos de valor ("irracionais")⁴¹. É por isso que, segundo diz Bourdieu, o campo da política oscila "sempre entre dois critérios de validação, a ciência e o plebiscito"⁴². Eliminar qualquer um desses elementos é empobrecer nossa visão da política e obnubilar a compreensão de seus mecanismos.

As disputas sobre juízos de valor não são passíveis de solução pela "lógica". Embora o consenso sobre alguns pontos possa ser construído (um consenso instável, no entanto, que precisa ser sempre renovado), novos focos de discussão surgem a cada vez. Estão em disputa, afinal, os fins da sociedade. O discurso tecnocrático, que despreza essa discussão em nome de alguma técnica de gestão, apenas mascara o fato de que, na realidade, defende determinados fins e busca desqualificar as alternativas.

Também a motivação para a ação política necessita da emoção; sem ela, dificilmente haveria o engajamento. Abel, personagem do romance *Avalovara*, de Osman Lins, expressa com precisão este fato:

- O meu modo de ver a opressão exige um comentário. Há o tempo em que aspiramos a ser um aferidor equânime das coisas. Queremos, justos, evitar os erros da paixão. Desejariamos, para julgar os fatos, todas as informações. Chega-se a

⁴⁰ Cassirer, *El mito del Estado*, p. 349.

⁴¹ Pitkin, *The concept of representation*, p. 212.

⁴² Bourdieu, "A representação política", in *O poder simbólico*, p. 185.

que, com isto? Como não vi mais cedo que realmente eu não era um juiz? Não quero mais julgar e pouco me importa ter todos os dados na mão. [...] Não compreendo e recuso-me a entender os que são meus inimigos. Para mim, nunca têm razão: eu não os justifico⁴³.

Quando Pierre Bourdieu, por exemplo, afirma que a luta contra o racismo é "puro farisaísmo se não se luta simultaneamente pelo acesso igual às condições sociais - em matéria de habitação, de educação, de emprego etc. - que tornam o anti-racismo possível"⁴⁴, está adotando uma posição que termina por inviabilizar uma ação política anti-racista. O anti-racismo retira sua força do fato de se apresentar como um imperativo ético, de repudiar a discriminação racial em qualquer circunstância. Se o racismo é *objetivado*, como quer o sociólogo francês, isto é, se a questão é "desemocionalizada", a luta contra o preconceito perde apelo e capacidade de mobilização.

Eliminar a paixão da política é a ambição dos que querem eliminar a política - substituí-la pela técnica, pela "administração das coisas"⁴⁵. Já a depreciação do papel da razão é promovida cotidianamente nos discursos políticos que se recusam a apresentar propostas de mudança ou de manutenção das práticas e instituições sociais, que prescindem de um *projeto*, colocando em seu lugar uma massa de imagens.

Um argumento em favor do discurso político mítico, em nome de sua eficácia, parte necessariamente de uma visão elitista - a elite detém uma racionalidade superior e promove o mito, sabendo a que fins ele levará, ao contrário da massa que adere ao mito, inconsciente destes fins. Esta é, por vezes, a posição de Gramsci. O mito, diz o pensador italiano, no contexto de

⁴³ Lins, *Avalovara*, p. 367.

⁴⁴ Bourdieu, *Réponses*, p. 172.

⁴⁵ Que é precisamente a pretensão positivista. Cf. Comte, "Plan des travaux scientifiques nécessaires pour réorganiser la société", in *Système de politique positive*, t. 4, p. 102 (do "Appendice général").

uma discussão sobre o Príncipe de Maquiavel, é "uma ideologia política que se apresenta não como fria utopia, nem como raciocínio doutrinário, mas como uma criação da fantasia concreta que atua sobre um povo disperso e pulverizado para despertar e organizar a sua vontade coletiva"⁴⁶. Ou seja, o povo aparece como elemento passivo, que o moderno príncipe modela através do mito.

O próprio Sorel exprime em algumas passagens, com clareza ainda maior, essa posição. Ele diz "reconhecer facilmente que os verdadeiros desenvolvimentos da Revolução em nada se assemelham aos quadros encantadores que tinham entusiasmado seus primeiros adeptos; mas, sem tais quadros, a Revolução teria podido vencer?" E em seguida desdenha a adequação entre o futuro projetado pelo discurso político e aquele que efetivamente se pode alcançar, pois os mitos "não são almanaques astrológicos"⁴⁷. A Revolução, valor em si mesma, possui o direito de manejar com liberdade as esperanças de seus partidários. Aqui, o caráter mobilizador que Sorel enfatiza no mito político mostra sua faceta manipulativa.

Mais do que qualquer outrô movimento político, o fascismo - em suas diferentes manifestações - soube aproveitar as potencialidades manipulativas do mito. "A massa era, para o fascismo", escreve Emilio Gentile a respeito do caso italiano, "um material humano que podia ser plasmado através da sugestão do *mito* e da força coesiva da *organização*"⁴⁸. A idéia central é esta, a "massa" como objeto e não sujeito da história, um objeto que o mito pode moldar.

⁴⁶ Gramsci, *Maquiavel, a política e o Estado moderno*, p. 4. É claro que é possível encontrar, nos *Cadernos do cárcere*, sugestões em sentido oposto, isto é, anti-elitistas.

⁴⁷ Sorel, *Réflexions sur la violence*, pp. 118-9.

⁴⁸ Gentile, "Itália fascista", p. 31.

Os exemplos fornecidos até aqui, de Gramsci e Sorel ao fascismo, mostram o recurso manipulador ao discurso mítico em movimentos com *ethos* revolucionários. Mas ele surge com igual ou até maior freqüência em contextos conservadores. Para os que crêem que, como diz Raymond Aron, o problema básico da política "é *justificar* simultaneamente a autoridade e a obediência"⁴⁹, o mito torna-se uma alternativa tentadora. Os apelos à religião ou - hoje mais comuns - aos cultos cívicos nacionais servem de exemplo. É recorrente no pensamento conservador, aliás, a idéia de que o desvelamento do político tornaria impossível a coesão (isto é, o controle) social. O recurso ao mito seria, então, essencial para garantir a submissão das massas, submissão que é vista como condição *sine qua non* para o funcionamento da sociedade.

1.5

Falou-se, acima, dos mitos políticos da Idade de Ouro e do Salvador. O reverso deste último é a idéia da Conspiração (outro tema presente em qualquer enumeração de mitos políticos "clássicos"), que sataniza o grupo real ou imaginário que, por não se identificar com o todo social, tenta submetê-lo ou subvertê-lo - judeus, comunistas, maçons, jesuítas, imigrantes. A imagem de um Salvador, a esperança de uma Idade de Ouro e a denúncia de uma Conspiração andam freqüentemente juntas; articuladas, fornecem uma representação completa do jogo político, em que estão indicados o Bem, o Mal e o resultado da luta.

É o terceiro tema, o do complô, que revela com mais clareza o substrato dos diversos mitos políticos. A denúncia é feita contra elementos estranhos infiltrados na sociedade, que defendem interesses alheios aos dela e

⁴⁹ Cit. in Freund, *L'essence du politique*, p. 106; grifo meu.

que são, numa palavra, fator de desintegração. Manifesta-se aqui a nostalgia da unidade, fruto de uma visão orgânica do corpo social. Uma unidade perdida, que as sociedades complexas tornam cada vez mais inalcançável e que a política democrática, na qual os conflitos são aceitos como legítimos e tendem a se tornar públicos, parece afastar ainda mais.

Todo projeto político busca uma unidade capaz de levá-lo adiante, de implantá-lo. Para que ganhe viabilidade, ele precisa reunir uma multiplicidade de individualidades, interesses e ambições num projeto comum. Deve incorporar o particular num geral e, de maneira reversa, tornar o geral integrante dos particulares. Assim fazendo, ele muitas vezes redefine os interesses particulares, já que eles não são dados estanques, mas produtos do cruzamento entre as situações vividas, a consciência que se tem delas e as identidades compartilhadas⁵⁰. Essa é a tarefa criadora da política. Uma política que assim é capaz de, como diz Lefort,

trazer a relação social para a comunicação e a expressão recíproca dos agentes, acolher por princípio a diferença um [do] outro, fazer entender que ela só é redutível no imaginário e, no mesmo movimento [...] denunciar a mentira dos governantes que fazem da união de seus súditos ou da dos cidadãos o signo da boa sociedade⁵¹.

A tentação freqüente é negar essa multiplicidade em nome de uma unidade fictícia, substituir a construção da unidade (que pressupõe a diferença) pelo apelo a uma unidade preexistente. É o processo que leva o discurso político a hipostasiar entidades como "nação" e "povo". E, como tais entes não podem expor de forma imediata a vontade que se supõe que tenham, é o político que vai enunciá-la. Deixa de apresentar um projeto - que, como

⁵⁰ Ver, a esse respeito, o excelente estudo de Claus Offe e Helmut Wiesenthal, "Duas lógicas da ação coletiva", in Offe, *Problemas estruturais do Estado capitalista*, esp. pp. 70-89.

⁵¹ Lefort, "O nome de Um", p. 144.

tal, é *uma* alternativa entre várias possibilidades - para encarnar a pretensa aspiração do todo social.

A célebre passagem do *Leviatã* sobre a unidade do representante *criando* a unidade dos representados ajuda a compreender melhor a questão. Para Hobbes, uma multidão pode ser tomada como uma única pessoa quando possui *um* representante. "Com efeito", escreve ele, "é a unidade do representante, não a unidade dos representados o que faz a pessoa una". E conclui que "não se pode compreender de outro modo a unidade na multidão"⁵². Ou seja (e aqui é necessário trair um pouco Hobbes, à luz do problema em discussão, inserindo-o no contexto de uma delegação democrática de poderes), é o reconhecimento dos representados que permite ao representante falar em nome do grupo, encarado a partir de então como portador de uma vontade - tornado uma "pessoa artificial", na terminologia do *Leviatã*. Esse reconhecimento, entretanto, está sempre em questão, devendo ser rediscutido e reconstruído permanentemente.

Muitas vezes, porém, o discurso político inverte os termos do problema. Em vez de procurar criar a unidade, através do projeto, quer fazer de si próprio a emanação de um corpo único que preexistiria no social. Contribuí para tanto a tendência generalizada, que as sociedades têm, de verem a si mesmas como unas. Conforme anota Claude Lefort, interpretando uma passagem de Marx,

uma sociedade não pode referir-se a si mesma, existir como sociedade humana, a não ser sob a condição de forjar para si mesma a representação de sua unidade - unidade que, na realidade, simultaneamente se atesta na relação de dependência recíproca de seus membros e se esconde na separação de suas atividades. Mesmo quando a divisão social não está fixada na divisão universal das classes (a da burguesia e do proletariado), a existência de "relações sociais limitadas" implica na

⁵² Hobbes, *Leviatã*, p. 135; ênfases suprimidas. V. tb., a esse respeito, Bourdieu, "A delegação e o fetichismo do político", in *Coisas ditas*, p. 190.

projeção de uma comunidade imaginária sob cuja capa as distinções "reais" se determinam como "naturais", o particular se disfarça sob os traços do universal, o histórico se apaga sob a a-temporalidade da essência. A relação social é selada por uma representação que marca nela mesma o lugar de um poder, visto que a comunidade imaginária reina sobre os indivíduos ou grupos separados e lhes impõe normas de conduta; neste sentido, o universal que se abate sobre os homens inscreve o dominado em sua condição de dominado e fornece ao dominante a segurança da sua como dominante⁵³.

Desde já fica claro que aí reside uma fonte básica do mito político. E não apenas, como diz André Reszler, nos mitos de fundação, conservadores, que ele opõe ao mito revolucionário soreliano e que valorizam "a *unidade* reencontrada do corpo social, tanto quanto a universalidade perfeita das leis editadas pelo herói-fundador da cidade"⁵⁴. Também o mito político voltado à mudança pode recorrer à idéia da unidade preexistente, como mostram eloqüentemente os movimentos anticolonialistas⁵⁵. E a unidade pode estar aguardando no futuro, como - por exemplo - na sociedade comunista.

Há sempre uma tensão latente entre a unidade, que qualquer projeto político procura e anuncia, e o reconhecimento da legitimidade do conflito na sociedade, que é, nas palavras de Claude Lefort, o "gesto inaugural" da democracia⁵⁶. Mas a exaltação da unidade como o valor por excelência, o feitiço do "Um", para usar outra vez uma expressão de Lefort, depõe contra a própria política, ao negar legitimidade à dissensão e à diferença.

⁵³ Lefort, "Esboço de uma gênese da ideologia nas sociedades modernas", in *As formas da história*, pp. 304-5. Entre as identidades que dissimulam as divisões sociais originárias, destacam-se o povo e a nação; sobre a questão, ver Chauí, *Conformismo e resistência*, p. 119.

⁵⁴ Reszler, *Mythes politiques modernes*, p. 214.

⁵⁵ Ver Chaliand, *Mitos revolucionários do Terceiro Mundo*, passim.

⁵⁶ Cit. in Luiz Roberto Salinas Fortes, "Nota introdutória" a Lefort, *As formas da história*, p. 11. Sartori julga incorreto o uso do termo "conflito", carregado de ressonâncias bélicas; para ele, o valor necessário ao pluralismo é a "diversidade", a "dissensão" ou o "dissenso". Por trás desse reparo terminológico, porém, há uma alteração de sentido. Falar em *conflito de interesses*, por exemplo, é muito diferente de falar em *diversidade de interesses*. Ver Sartori, *A teoria da democracia revisitada*, vol. 1, pp. 131-2.

Essa negação do dissenso é um fato generalizado nas sociedades contemporâneas, que extrapola os limites da política. Basta ver a valoração desigual dada ao *conflito* e à *concorrência* ou *competição*. A concorrência é um valor chave, não apenas por corresponder à ideologia oficial de gestão da economia nos países capitalistas, mas por encerrar toda uma "filosofia de vida". Trata-se de "vencer na vida", sendo "o melhor" em sua atividade. O crédito desfrutado pelos ídolos do esporte atesta bem o prestígio social da competição.

Já o conflito é visto, via de regra, como algo negativo e até ameaçador. Quando há um conflito, é necessário intervir para suprimi-lo. A sociedade estimula a competição, enquanto estigmatiza o conflito. Na primeira, todos têm o mesmo objetivo, embora cada qual queira atingi-lo antes ou melhor que os outros. O mercado (tal como idealizado por seus ideólogos) e o esporte são exemplos perfeitos. O conflito, ao contrário, implica a desavença quanto a desígnios.

Para René Girard, a vontade de extirpar o conflito desagregador de dentro da comunidade está na origem de todos os mitos (primitivos). Dela surge a necessidade do sacrifício ritual, que cria a unidade ao dirigir para uma vítima externa a violência potencial que opõe os membros da comunidade. A presença da vítima expiatória garante "a passagem da violência recíproca e destruidora à unanimidade fundadora"⁵⁷. Essa "lógica do bode expiatório", por assim dizer, permanece agindo nos mitos políticos contemporâneos estruturados sobre a idéia da Conspiração⁵⁸.

⁵⁷ Girard, *A violência e o sagrado*, p. 111.

⁵⁸ O próprio Girard traça um paralelo, tomando como exemplo o anti-semitismo na Idade Média; ver Girard, *Des choses cachées depuis la fondation du monde*, p. 182.

Sentimentos gêmeos, a nostalgia da unidade e a aversão ao conflito nos permitem apreender a característica mais importante do mito político: ele é *a forma política da rejeição à política*. O campo político é feito de dissenso, de conflito, de desunião; é percebido também como feito de deslealdade. Ele exhibe de forma permanente a falta de unidade dentro da sociedade. O regime democrático é particularmente frágil a este tipo de crítica, uma vez que seu principal ritual de coesão social - a eleição - é também o ponto culminante do processo que expõe com maior nitidez a desunião, que é a campanha eleitoral, momento em que são destacadas com mais força as diferenças que separam partidos e candidatos.

O mito utiliza essa rejeição aos procedimentos políticos como arma dentro das próprias disputas políticas⁵⁹. O fantasma da conspiração aglutina a comunidade contra um inimigo externo (mesmo que interno, isto é, infiltrado: de qualquer jeito, é um estranho *de facto*). A fantasia da Idade de Ouro é a de um tempo em que todo conflito está extinto; em que, como dizem Marx e Engels a respeito da futura sociedade comunista, a "comunidade aparente" dá lugar a uma comunidade real e cessa o divórcio entre o interesse individual e o interesse coletivo⁶⁰. A harmonia absoluta, de tudo e de todos, é a característica mais marcante do Paraíso cristão, o indício da beatitude e a principal promessa de todos os profetas milenaristas⁶¹. Uma imagem que transcende o cristianismo, como observa Mircea Eliade: "A síndrome

⁵⁹ É por isso que não há motivo de espanto se um eleitorado altamente descrente da política e dos políticos - como o brasileiro, segundo uma pesquisa de 1989 - é capaz de mostrar, ao mesmo tempo, fé e entusiasmo por um candidato como Collor. Ver Sallum Jr., Graeff e Lima, "Eleições presidenciais e crise do sistema partidário", p. 71.

⁶⁰ Marx e Engels, *L'idéologie allemande*, p. 94. Tb. Engels, "Discours d'Elberfeld", p. 36.

⁶¹ Oito séculos de milenarismo cristão e pós-cristão - de Joachim de Flore aos esotéricos *new age* - são estudados no belo livro de Delumeau, *Mille ans de bonheur*.

escatológica por excelência, o sinal de que o Tempo e a História chegaram ao fim é o do cordeiro ao lado do leão e da criança brincando com a víbora. Os conflitos, ou seja, os contrários, são abolidos"⁶².

O Salvador também é aquele capaz de encarnar a vontade do todo social - que se identifica, quase que sobrenaturalmente, com este todo - contra os interesses egoístas, particularistas, dos adversários. O anseio por harmonia, por unidade, está presente em todos os mitos políticos. Uma harmonia que significa o fim da política, pois ela (a política) só existe a partir do momento em que há discrepância quanto ao ordenamento da vida em sociedade.

O problema é que a alternativa não é entre política e não-política (já que o dissenso e o conflito não são causados por esta ou aquela "má" opção, mas decorrência da complexidade e diferenciação crescentes da sociedade) e sim entre política democrática e política não democrática. As ditaduras parecem eliminar a política, promovendo, em seu lugar, um sistema de "ordem unida" que se exhibe como encarnação dos mais altos valores cívicos e da unidade pátria - embora muitas vezes politizem em alto grau as relações sociais⁶³.

Mais do que a "palavra despolitizada" a que se referia Barthes, portanto, o mito político é um discurso anti-político que se quer politicamente eficaz. Ele comporta aqui mais um paralelo com o mito primitivo - que é apenas isso, um paralelo, não uma homologia ou uma filiação. O mito nas

⁶² Eliade, *Mefistófeles e o andrógino*, p. 126. Embora a descrição de Eliade seja extraída da *Bíblia* (Is, 11, 5-8), ele enfatiza a presença desse mito nas mais diferentes sociedades, inclusive as que têm uma concepção cíclica do tempo. Para um apanhado da temática do Milênio no Antigo Testamento (e também no Apocalipse), ver Delumeau, op. cit., pp. 17-24.

⁶³ É assim que um merceeiro alemão podia dizer, em pleno regime nazista, que se sentia mais "livre" do que antes, por não ter que se ocupar com eleições. Cit. in Cassirer, *El mito del Estado*, p. 341.

sociedades arcaicas, como diz Mircea Eliade, é uma forma de *rejeição à história*, pois

qualquer ato significativo, praticado pelo homem arcaico, qualquer ato real, isto é, qualquer repetição de um gesto arquetípico, suspende a duração, apaga o tempo profano, e participa no tempo mítico.

Essa suspensão do tempo profano responde a uma profunda necessidade do homem primitivo [...] O homem das culturas arcaicas tolera a "história" com dificuldade, tentando periodicamente aboli-la⁶⁴.

E o homem e a mulher contemporâneos, seria possível acrescentar, toleram com dificuldade a política, seduzindo-se pelo canto de sereia daqueles que propõem - aberta ou veladamente - aboli-la.

O mito político que se estuda aqui - convém reafirmar - é aquele que é utilizado em discursos políticos de tipo "eleitoral" ou "mobilizador", dirigidos a um amplo público cuja adesão se procura. Não é o mito presente em escritos de teóricos políticos, cuja preocupação com a ressonância imediata de suas palavras é bem menor⁶⁵. Ou seja: não a presença de elementos míticos em *O capital* ou *A ideologia alemã*, mas sim num informe de Stálin ao Politburo ou num discurso de campanha de George Marchais, sem ignorar a relação que deve existir entre uns e outros. Esses últimos, além da constatação trivial de

⁶⁴ Eliade, *Mito do eterno retorno*, p 39. Daniel Dubuisson, que faz uma crítica violenta da obra de Eliade (crítica, aliás, que seria mais devastadora se não fosse tão iracunda), descarta essa formulação sobre o caráter do mito primitivo, alegando que os homens das sociedades arcaicas só poderiam rejeitar a história se a conhecessem e fossem capazes de avaliar "bastante exatamente seus defeitos e as conseqüências nefastas para seu 'modo de ser'". O argumento é precário, pois os homens *vivem* a história mesmo sem teorizá-la e podem rejeitá-la à vontade, sem conseguir detê-la (do que Eliade se mostra consciente). Mais relevante é a relação, mostrada por Dubuisson, entre a valoração negativa da história, que Eliade assumidamente compartilha com os homens arcaicos, e o anti-semitismo do pensador romeno, que acusava os hebreus de terem, pela primeira vez, *historicizado* o mito (com o *Antigo testamento*). Eliade foi, na juventude, um destacado membro da Guarda de Ferro romena, grupo fascista violentamente anti-semita, responsável por *pogroms* nos anos 20. A crítica a Eliade ocupa toda a terceira parte de *Mythologies du XX^e siècle*, pp. 215-303; para a refutação do conceito de mito como recusa à história, p. 267; sobre o anti-semitismo embutido em sua visão da mitologia, pp. 271-2.

⁶⁵ Um bom estudo deste tipo, abordando especialmente os socialistas utópicos e os anarquistas, é o de Reszler, *Mythes politiques modernes*.

que são em geral bem mais esquemáticos, estão muito mais preocupados com as condições de sua recepção.

Enquanto elemento de um discurso voltado para a eficácia e para a eficiência, o mito político possui uma dupla origem. Ele é fruto, menos ou mais refletido, de uma estratégia política. O emissor do discurso o escolhe confiando em sua utilidade. Mas não é correto reduzi-lo à "demagogia", e não apenas porque não é necessário (embora seja possível) que seu veiculador o vivencie como "mistificação". O mito é também um produto coletivo; cabe estudar as condições de sua apropriação individual (ou por um grupo). O discurso mítico está inserido num meio social no qual já existe

uma certa situação de disponibilidade, um certo estado prévio de receptividade. O que significa, entre outras coisas, que em sua estrutura, em sua forma como em seu conteúdo, a mensagem a ser transmitida deve, para ter alguma possibilidade de eficácia, corresponder a um certo código já inscrito nas normas do imaginário⁶⁶.

Portanto, a compreensão do fenômeno do mito político exige, do lado da recepção, o estudo das condições dessa receptividade: aquilo que Bronislaw Baczko classifica de "problema-chave" para o estudioso dos imaginários sociais e que é, precisamente, a historicidade dos mitos políticos⁶⁷. Condições que, sem dúvida nenhuma, são culturais - e que, como de resto todo esse fenômeno complexo que pode ser chamado de "imaginário coletivo", sofre, nas sociedades contemporâneas, o impacto crescente dos meios de comunicação de massa.

1.6

Quando se fala em mito, uma idéia próxima logo surge: utopia. Na linguagem comum, mito e utopia são palavras vizinhas, quase intercambiáveis, ambas

⁶⁶ Girardet, *Mitos e mitologias políticas*, p. 51.

⁶⁷ Baczko polemiza contra a leitura psicanalítica dos mitos políticos, que os insere num "repertório mitológico trans-histórico". Baczko, *Les imaginaires sociaux*, p. 116.

ligadas a algo quimérico, irrealizável e, no fim das contas, falso. Distinguir mito político e utopia política é, no entanto, uma tarefa necessária. A diferença está ligada às formas como um e outra se articulam aos *projetos políticos*, conceito-chave desta tese que convém, agora, elucidar.

A relação do político com os cidadãos-eleitores pode ser descrita como a busca da adesão e, sempre que possível, da lealdade (adesão contínua) para consigo e a mensagem que veicula. É esse o mandato (não no sentido jurídico-eleitoral estrito do termo) que permite a ele pronunciar-se como político, isto é, em nome das aspirações de uma parcela dos cidadãos. Segundo a inspirada definição de José Arthur Giannotti:

A figura do político é constituída pela aura de suas aplicações possíveis, como instrumento para a realização de determinados projetos. É nesse ponto que incidem as diferenças ideológicas e a representatividade de classe dos indivíduos. É com estes instrumentos que os eleitores se identificam⁶⁸.

É uma visão semelhante à de Murray Edelman. O autor norte-americano, porém, preso à visão da política como mero espetáculo (isto é, ação desprovida de conseqüências), reduz as diferenças políticas a marcações simbólicas:

Os dirigentes políticos se tornam sinais da competência, do infortúnio, dos futuros prometidos, do nacionalismo ou de outros vícios ou virtudes, e eles contribuem assim para introduzir sentido num mundo político confuso. Dando tal ou qual significação a tal ou qual dirigente, os espectadores definem sua própria posição política⁶⁹.

As semelhanças evidentes entre as duas citações não escondem um deslocamento importante. Giannotti, ao contrário de Edelman, vê no político mais do que uma referência de valor simbólico: ele encarna opções de políticas concretas. Essa percepção do papel do político é fundamental para a

⁶⁸ Giannotti, "Tráfico de esperanças", pp. 26-7. A definição de Giannotti é parcialmente congruente com o conceito de "capital político" desenvolvido por Pierre Bourdieu.

⁶⁹ Edelman, *Pièces et règles du jeu politique*, p. 79; tb. p. 20.

discussão sobre o projeto. Se ele é apenas uma peça destinada a oferecer satisfação psicológica e dotar de sentido um jogo desprovido de qualquer influência sobre a realidade, discutir projetos políticos é inútil.

A visão do político como o instrumento de políticas possíveis pressupõe a identificação do eleitor com um projeto. Portanto, presume que o político tem como tarefa enunciar seus projetos. Em que eles consistem? Os projetos são um amálgama de propostas e promessas de longo e curto prazo, de valores, de representações do mundo social. Eles *articulam todos esses elementos*, prolongando-os numa *visão global de futuro comum*.

Uma promessa eleitoral de curto prazo, como a pavimentação de uma rua, pode fazer parte de um projeto. Propostas de transformações estruturais, que mexeriam em profundidade com a sociedade, ou a recusa a tais transformações, também estão incluídas. Da mesma forma, faz parte do projeto a defesa de determinados valores - a segurança ou a solidariedade, o desenvolvimento ou a igualdade - como sendo os valores prioritários a serem perseguidos na esfera política. E seu ponto de partida é uma determinada representação do mundo social, que se luta para tornar hegemônica⁷⁰. Sua expressão é o *programa*, que, conforme escreve Cornelius Castoriadis, "é uma concretização provisória dos objetivos do projeto"⁷¹. Idealmente, o político colocar-se-ia no mercado eleitoral através desses projetos, que deveriam ser anunciados de forma abrangente, clara e detalhada, para que angariassem o maior número de adesões e lealdades.

⁷⁰ Bourdieu, "Les intellectuels sont-ils hors jeu?", in *Questions de sociologie*, p. 62; Bourdieu, "Espaço social e gênese das classes", in *O poder simbólico*, p. 142; Edelman, *Pièces et règles du jeu politique*, p. 47.

⁷¹ Castoriadis, *A instituição imaginária da sociedade*, p. 97.

Mas, convém lembrar, na prática política real o processo jamais ocorre como descrito acima. Pierre Bourdieu afirma, com razão, que, "mandatário unido aos seus mandantes por uma espécie de contrato racional - o programa - ele [o político] é também um campeão, unido por uma relação mágica de identificação àqueles que, como se diz, 'põem nele todas as esperanças'"⁷². Aqui, estão associados "programa" e "carisma". Se a identificação com o líder se dá por ele ser o veiculador privilegiado de determinadas mensagens políticas, a relação mágica observada por Bourdieu ainda mantém, de alguma forma, a característica de adesão a um projeto. O político continua a ser o "instrumento para a realização de determinados projetos" referido por Giannotti.

Nem sempre é assim. O líder político então substitui o programa. "*Le projet, c'est moi*", poderiam dizer tantos caudilhos, salvadores da Pátria e afeiçoados ao *Führerprinzip*, numa longa lista que inclui de Mussolini a Collor. Não se apresenta uma proposta de sociedade, mas a enumeração das virtudes heróicas que tornam aquele determinado indivíduo o único indicado a conduzir a nação. Este é um caso em que o mito passa a preponderar na mensagem veiculada.

Mesmo aí, como projeção das qualidades de um líder, a mensagem política traz embutida em si uma reordenação da realidade. As virtudes do salvador não são benéficas em si, mas por sua capacidade de transformar o mundo. A partir da idealização de uma realidade reordenada e da adesão que ela conquista, o político pode tentar concretamente a transformação do mundo

⁷² Bourdieu, "A representação política", in *O poder simbólico*, p. 188. Weber, de maneira mais irônica (e cínica), diz que "uma das mais importantes forças motoras com que possa contar o partido político reside na satisfação que o homem experimenta por trabalhar com a devoção de um crente em favor do êxito de uma personalidade e não apenas em favor das abstratas mediocridades contidas num programa". Weber, "A política como vocação", in *Ciência e política*, p. 89.

social. Essa necessidade de desenhar algo novo, mas sem perder de vista os contornos do já existente, é expressa numa fórmula admirável de Gramsci: "O político é um criador, um suscitador; mas não cria do nada, nem se move no vazio túrbido dos seus desejos e sonhos. Baseia-se na realidade fatural"⁷³.

Assim - e se chega de novo, afinal, ao ponto que propiciou esta discussão - todo discurso político carrega consigo um componente utópico. O liberalismo moderno procura desqualificar a utopia, vendo nela, "pela própria natureza da idéia, uma sociedade totalitarista"⁷⁴. A utopia projetaria um ordenamento ideal que, em virtude da própria perfeição, negaria legitimidade a outras alternativas. Ora, repudiar desta maneira a utopia é tentar excluir da política o dever-ser. Como afirma Baczkko,

a invenção utópica se mostra cúmplice da invenção do *espaço democrático*. De fato, é apenas com a invenção deste espaço que a sociedade se dá a representação de ser fundada apenas sobre ela mesma, sobre sua "vontade" livremente expressa e fundadora de sua ordem. De pronto, este espaço se oferece como um espaço social a modelar, a gerar, a reinventar⁷⁵.

Sem a visão de uma sociedade nova, que não existe em lugar nenhum (e portanto é etimologicamente *u-tópica*⁷⁶), a disputa política seria reduzida à alocação de recursos, à "administração das coisas".

O componente totalitário aparece de maneira inegável na utopia - um símile da tensão entre desejo de unidade e reconhecimento da legitimidade da dissensão, presente em toda política democrática. É difícil apresentar a visão de uma sociedade aperfeiçoada, senão perfeita, e, ao mesmo tempo,

⁷³ Gramsci, *Maquiavel, a política e o Estado moderno*, p. 43.

⁷⁴ Dahrendorf, *Reflexões sobre a revolução na Europa*, p. 81. Para uma posição mais elaborada, ver Nozick, *Anarquia, Estado e utopia*, pp. 324-58.

⁷⁵ Baczkko, *Les imaginaires sociaux*, p. 144.

⁷⁶ Na verdade, como Baczkko observa, o neologismo cunhado por More tem etimologia ambígua: pode ser *ou-topos*, a região que não existe em nenhum lugar, mas também *eu-topos*, a região da felicidade. Id., p. 84.

reconhecer que ela é apenas *uma* alternativa entre muitas outras. Mas se percebe um viés totalitário sobretudo no discurso anti-utópico, que é anti-pluralista por negar legitimidade a qualquer alternativa ao já existente.

Se a utopia é entendida no sentido que André Gorz dá ao termo - "a visão do futuro sobre a qual uma civilização pauta seus projetos, funda seus objetivos ideais e suas esperanças"⁷⁷ - então ela está no coração dos projetos políticos, mesmo que seja sob a forma paradoxal de "utopia de manutenção". Isto é, mesmo que tal visão do futuro seja uma extrapolação, sem alterações, a partir do presente, como é comum nos discursos conservadores.

Ainda é necessário diferenciar o mito político da utopia. Segundo o próprio Sorel, os mitos "não são descrições de coisas, mas expressões de vontades", enquanto a utopia é "o produto de um trabalho intelectual"⁷⁸. Os mitos, "*construções de um futuro indeterminado no tempo*"⁷⁹, não se podem expressar através de programas ou propostas de ação, exatamente porque não podem ser apreendidos pela razão. É característica do mito permanecer encerrado na esfera da sensação e da intuição⁸⁰. Se a utopia pode ser lida como a meta final que orienta o projeto, o mito é sua degradação, depreciando o debate político e aviltando os mecanismos de identificação já referidos.

A utopia se integra ao projeto como seu fim último, que se deseja alcançar ainda que imperfeitamente. Para Sorel, porém, a história se faz às cegas. Assim, o mito nega validade ao projeto. O proletariado, na verdade, não precisa de um projeto, pois a burguesia, antes dele, revolucionou o mundo

⁷⁷ Gorz, *Métamorphoses du travail*, p. 22.

⁷⁸ Sorel, *Réflexions sur la violence*, p. 30.

⁷⁹ Id., p. 117.

⁸⁰ Cassirer, "La forma del concepto en el pensamiento mítico", in *Esencia y efecto del concepto de símbolo*, p. 16.

sem qualquer plano para orientá-la, agindo "ao azar das iniciativas individuais"⁸¹. Planos, propostas, a ideologia, enfim, diz o pensador francês, tem mero valor instrumental: dá "aos atores do drama a confiança de que precisam para vencer" e serve "para justificar mais tarde a revolução que aparecerá, graças a ela, como uma vitória da razão realizada na história"⁸².

Se o mito, para Sorel, é a grande força mobilizadora da política, a utopia, ao contrário, seria incapaz de levar à ação⁸³. O cardeal Newman, um dos autores que Sorel apresenta entre seus inspiradores, já observava: "Falando estritamente, não é a imaginação quem cria a ação; é a esperança ou o medo, o amor ou o ódio, os desejos, as paixões, os impulsos do egoísmo, do eu"⁸⁴. Ora, na teoria soreliana a imaginação é exatamente o princípio da utopia, enquanto o mito cuida de despertar os sentimentos.

A utopia pode converter-se em mito; basta, como anota Manuel García-Pelayo, "que o concebido como sistema de conceitos se transforme numa massa de imagens"⁸⁵. A mudança, porém, não se dá sem a inversão da função desempenhada dentro da arena política. Enquanto a utopia integra-se ao projeto como manifestação de suas mais altas ambições, o mito expressa a inocuidade de qualquer projeto. O político se torna intermediário da identificação do eleitor com um conjunto de imagens para o qual já havia uma predisposição positiva - a imagem do salvador, da ruptura gloriosa, do retorno à época de ouro etc., todas girando em torno da nostalgia da unidade e da

⁸¹ Sorel, *Matériaux d'une théorie du prolétariat*, p. 65.

⁸² Id., pp. 250-1.

⁸³ Hans-Georg Gadamer observa que "o elemento característico da utopia é que não leva precisamente ao momento da ação [...]. Não é primariamente um projeto de ação, mas uma crítica do presente". Cit. in Bernstein, *Beyond objectivism and relativism*, p. 212.

⁸⁴ Cit. in Sorel, *Réflexions sur la violence*, p. 29.

⁸⁵ García-Pelayo, *Los mitos políticos*, p. 85.

superação do conflito - e, assim, não precisa enunciar que tipo de ação política real promoverá com os instrumentos de poder concretos dos quais dispõe ou procura dispor.

Assim, ao contrário do instrumento de violência revolucionária visto por Sorel, o mito pode funcionar - como muitas vezes funciona - como ocultamento do projeto político real do emissor, servindo, dessa maneira, ao conservantismo. O mito é usado como uma "utopia instrumental", um dever-ser que não se espera que um dia venha a ser, deslocado do real e portanto incapaz de dar rumo à ação.

Por fim, mito e utopia se colocam em campos opostos quando se trata de entender a relação entre a sociedade e as mulheres e homens que a compõe. Baczkó apresenta "a grande questão política e social da modernidade: como imaginar e pensar a sociedade como auto-instituída, tendo pleno domínio de si e não repousando sobre nenhuma ordem exterior a ela?"⁸⁶ A utopia, diz o pensador polonês, ajuda a responder à questão, oferecendo visões de reordenação de um mundo desencantado, sim, mas ainda provido de sonhos⁸⁷. O mito, ao contrário, nega a questão - em vez da sociedade auto-instituída, há uma ordem cuja instauração é uma exigência imperativa, a ordem que o Salvador estabelecerá e contra a qual se ergue a Conspiração.

É claro que não é possível separar perfeitamente os componentes de um discurso político e dizer "isto é mito, isto é utopia, isto é valor simbólico, isto é proposta factível de curto prazo, isto é reforma estrutural a longo prazo". Não se trata de elementos químicos, a serem identificados e isolados no curso de uma análise laboratorial, mas de conceitos, construtos teóricos.

⁸⁶ Baczkó, *Les imaginaires sociaux*, p. 7.

⁸⁷ Id., p. 81.

Do que, aliás, estava ciente Sorel, que lamentava serem raros os "mitos perfeitamente puros de qualquer mescla utópica"⁸⁸. O discurso político é um todo dinâmico e complexo. Seus "componentes" só podem ser identificados como uma ou outra coisa *dentro* deste todo ou em relação a ele.

O importante é perceber que todo discurso político - e, portanto, toda ação política, na medida em que o discurso é uma forma fundamental, ou mesmo a forma por excelência, da ação política - se estrutura necessariamente em torno de um projeto, ainda que obscuro, latente ou contraditório. Isto porque todo discurso político deve, de alguma forma, responder à pergunta "o que eu faria, se tivesse poderes para tanto". Quanto mais clara (e honesta) for a resposta, mais lúcida pode ser a decisão dos cidadãos e eleitores. Entre os elementos que contribuem para obscurecer a resposta, isto é, o projeto, está o mito.

Já está mais do que evidente, a esta altura, que o mito político recebe uma apreciação negativa do ponto de vista da ética política. Ele busca bloquear os mecanismos de identificação e representação que são essenciais à luta política enquanto embate entre propostas de sociedade. Isso não quer dizer, porém, que todos os mitos são "iguais", ou "igualmente ruins". Muitos discursos políticos - quase todos, poder-se-ia dizer - carregam, em menor ou maior medida, elementos míticos, que são combinados com utopias, com propostas imediatas ou de longo prazo, com valores simbólicos. O conjunto do projeto será avaliado, portanto, em função desta composição.

Não é possível, por exemplo, equivaler o mito fascista do *Duce* e o mito, este propriamente nazista, da raça superior, por um lado, com o mito da sociedade comunista ou o mito democrático-liberal da sociedade de

⁸⁸ Sorel, *Réflexions sur la violence*, p. 29.

indivíduos livres e iguais. São todos mitos, até mesmo no sentido do desejo de unidade e de superação do conflito, seja pela encarnação da unidade no chefe ou pela eleição de um bode expiatório, seja pela idealização de uma sociedade sem desavenças, no futuro (após a extinção do Estado) ou no presente (negadas as bases do conflito pela presunção da igualdade de todos). Mas enquanto uns se associam muitas vezes aos valores da igualdade e da liberdade, outros militam invariavelmente no campo contrário.

É assim que o holocausto do povo judeu é uma conseqüência lógica, uma derivação do mito hitlerista da raça ariana. Poderia não ter ocorrido, pelo menos não da forma que ocorreu; mas estava contido, em semente, em toda a pregação nazista, desde antes da conquista do poder. O *gulag*, ao contrário, não está incluído no mito do fim do Estado, nem no discurso comunista: é uma degeneração, uma aberração ou, quando muito, uma virtualidade não necessária.

1.7

Este capítulo procurou desenvolver uma definição de mito político que fosse *relevante, rigorosa e operacional*. Os pontos de partidas foram três concepções paralelas de mito. Em primeiro lugar, o mito-manipulação (ou mistificação), que Barthes identifica nas sociedades contemporâneas e cujo modelo exemplar seria a publicidade comercial. Ele é, diz o semiólogo francês, uma "fala despolitizada", que transforma a história em natureza.

Depois, o mito como narrativa das origens, que é a visão do historiador das religiões Mircea Eliade. Ele enfatiza o caráter *explicativo* do mito, explicação que repousa no relato de um "princípio fabuloso". Mais ainda, Eliade vai observar que, para o homem primitivo, o mito é um instrumento de recusa da história. A atualização periódica do mito, através do

rito, seria uma forma de esconjurar o fluxo linear e progressivo do tempo, fundamento da história. Enfim, a tentativa de Georges Sorel para definição do mito político. Este seria um apelo imagético e intuitivo à ação. O mito não admitiria ser apreendido pela razão. É, segundo Sorel, uma força irracional, que age no imaginário e que, exatamente por isso, possui grande eficiência mobilizadora.

Essas três concepções de mito têm um ponto em comum. Todas definem (ao menos em parte) seu objeto por uma *negação*. Negação da história - por sua transformação em natureza, como em Barthes, ou pela reafirmação de um tempo cíclico, como em Eliade. E negação da razão, em Sorel, contraposta às virtudes mobilizadoras da intuição. Uma quarta concepção se junta a estas: a reflexão original de René Girard, que vê no mito uma manifestação do temor à violência desagregadora da comunidade. O que se nega, aqui, é o conflito interno à sociedade.

A característica mais marcante da vida política é o conflito. E este temor ao conflito, que Girard identifica nas comunidades primitivas, reaparece sob a forma da rejeição da política, tão freqüente nas sociedades complexas. O mito político - e este é seu traço definidor - é a *expressão política da rejeição à política*. Essa rejeição se manifesta no anseio pela harmonia e unidade do corpo social, uma harmonia perdida nas brumas do passado ou, então, que aguarda num futuro menos ou mais distante.

O mito pertence, é claro, à esfera do irracional político. Mas não a monopoliza. Mesmo que prescindida do mito, a política não é feita apenas de cálculo racional. Ela envolve, necessariamente, a disputa em torno de valores, bem como a paixão dos agentes que dela participam. Por outro lado, o mito representa apenas uma parte do discurso político. Este discurso incorpora projetos, utopias, apelos emocionais, razões e racionalizações, promessas. O

mito é um elemento imbricado a muitos outros - e o esforço para defini-lo é também o esforço de torná-lo mais claro em meio ao todo complexo que são os discursos políticos.

2 - Discurso e ética política

2.1 - O conceito de política. — Diferentes abordagens possíveis. — A centralidade do discurso. — Política e violência.

2.2 - A política como espetáculo. — Crítica a esta perspectiva. — A efetividade da participação política.

2.3 - Ética e política. Convicção e responsabilidade. — Ética política e representação. — A ética do discurso. — As três pretensões de validade do discurso de Habermas.

2.4 - A mídia e a política. — A influência decisiva da televisão. — O predomínio da imagem. — A sensação de intimidade. — A exigência de velocidade. — A indiferenciação dos públicos.

2.5 - Comunicação política e publicidade comercial. — As sondagens de opinião pública. — Mito e narrativa: o mito e a mídia.

2.6 - O dialogismo. A teoria de M. Bakhtin. — O caráter dialógico dos discurso de campanha.

2.7 - Resumo do capítulo.

2.1

Em torno do conceito central de *mito*, outros termos balizam esta tese - ética, discurso, utopia, projeto, mobilização. Todos eles, porém, se firmam sobre um campo preciso, que é o campo do político. O adjetivo *político* qualifica todos e cada um desses termos. Não se trata de toda ética, ou de qualquer ética, mas da ética *política*, do discurso *político*, do mito *político* e assim por diante. Torna-se necessário, portanto, recortar o campo do político. Não há uma base consensual para a fixação do conceito de política, exceto a noção de que ele deve incluir, de alguma maneira, a idéia de *disputa pelo poder*. Três estratégias para a definição do conceito se abrem a partir dessa premissa:

i) A redução do conceito a esse elemento mínimo, que implica, na verdade, a ampliação máxima de sua abrangência. É o que faz Abner Cohen, definindo "política" como os "processos envolvidos na distribuição, exercício e manutenção do poder"¹. Mas, pelo menos desde Foucault, não se pode ignorar a presença de relações de poder em toda a teia de relações humanas. Definir a política da maneira como faz Cohen significa esvaziá-la de qualquer conteúdo distintivo - ou, ao menos, renunciar à pretensão de fixar um campo político definido. A política passa a absorver todo o social, conforme o chavão "tudo é política"².

ii) A segunda opção é estreitar a abrangência do conceito, limitando-o às dimensões estritas da política institucional (partidos, governos, parlamentos, eleições; também a diplomacia como *política externa*). Essa política, reduzida às esferas estatal e paraestatal, é a política vista como tal pelo senso comum e que está estampada nas páginas assim intituladas dos jornais. De forma um pouco mais ampla, a estratégia restritiva poderá abranger no conceito o *campo político*, no sentido de Pierre Bourdieu: "o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de 'consumidores', devem escolher"³. Esse enfoque restritivo não permite apreender a *politização* de fenômenos sociais que escapam da política institucional ou do campo político propriamente dito. Não permite entender, em suma, que se faz política fora da política institucional.

¹ Cohen, *O homem bidimensional*, pp. 11-2.

² Cohen, aliás, está ciente deste problema; cf. id., p. 12.

³ Bourdieu, "A representação política", in *O poder simbólico*, p. 164. É importante frisar que o conceito de campo político remete a Bourdieu, mas isso não implica que ele efetue a redução da política ao campo político.

iii) Entre um extremo e outro, há a opção de procurar um critério, ou conjunto de critérios, que explicita o específico da política e permita determinar o grau de politização das diversas relações sociais. É o caminho mais difícil, mas também o mais auspicioso.

Para esta tese, a busca de tal critério não é algo essencial, já que seu objeto se enquadra no campo incontroverso da política institucional. Mas é interessante notar que quase todos os critérios propostos incluem de alguma forma, ao lado de parâmetros como participação no espaço público ou o projeto de um futuro comum, o *discurso*. A principal exceção é Carl Schmitt, que entende a política como o terreno em que predomina a distinção entre amigo e inimigo, em contraposição à estética, onde impera a diferença entre belo e feio, ou à ética, que opõe o bom ao mau⁴. Mesmo assim, a fixação da fronteira que separa *nós* e *outros*, amigos e inimigos, é produzida sobretudo por meios discursivos. Estabelecer e reiterar este limite é, aliás, uma tarefa da qual os discursos políticos não se descuidam.

O discurso também está presente, por exemplo, quando Claude Lefort observa que a política "sempre implicou uma relação definida entre os homens, relação esta regida pela exigência de responder a questões que põem em jogo a sorte comum"⁵. Ora, esse projeto futuro, projeto de um futuro comum, é expresso e debatido através do discurso; não pode prescindir dele. Os discursos políticos - pronunciamentos de lideranças ou slogans de manifestações de rua, plataformas partidárias ou pichações em muros - veiculam os projetos dos diferentes grupos, antecipam cenários e, mais do que isso, encerram em si mesmos boa parte da luta política.

⁴ Schmitt, *O conceito do político*, p. 51.

⁵ Lefort, "Hannah Arendt e a questão do político", in *Pensando o político*, p. 67.

Hannah Arendt é quem vai enfatizar esse último aspecto. Segundo ela, "quase todas as ações políticas, na medida em que permanecem fora da esfera da violência, são realmente realizadas por meio de palavras"⁶. Mais ainda, ela vai opor política e violência como antitéticas, já que a política ocorre por excelência no reino dos discursos e a violência é "a única espécie de ação humana que por definição é muda; não é mediada por palavras nem funciona através delas"⁷. É uma antítese que não parece de todo justificável. Embora a violência em si seja de fato muda, a violência política necessita de um discurso anterior, que a promova, justifique e desencadeie. E a ameaça, velada ou assumida, de uso da violência é componente de grande parte dos discursos políticos.

Mas, na política democrática, onde a violência física surge como exceção e não como regra, essa posição central do discurso é ainda mais visível. Não é à toa que a sede do poder legislativo leva o nome de *parlamento*⁸. Tampouco é por acaso que um dos motivos recorrentes nos discursos retrógrados e antidemocráticos seja a inutilidade da tagarelice política, sobretudo parlamentar, à qual se opõe a "ação".

Os mecanismos de identificação entre cidadão-eleitor e político - dito de outra forma, entre representado e representante - passam necessariamente pelos discursos. Eles veiculam os projetos que os políticos buscam encarnar, as políticas possíveis das quais seriam os instrumentos. Lênin, um grande estrategista político, já sabia disso, ao indicar, como tarefa na Rússia pré-

⁶ Arendt, *A condição humana*, p. 35.

⁷ Arendt, "Religião e política", in *A dignidade da política*, p. 63.

⁸ Os golpes militares na América latina, atos de violência política, também levaram o significativo nome de *pronunciamentos*.

revolucionária, a criação de um jornal que organizaria o partido, e não o contrário⁹.

A ênfase no papel do discurso e nas potencialidades criadoras da política - em oposição à visão crua de *Realpolitik* de autores conservadores como Carl Schmitt e Julien Freund, que realçam apenas os aspectos de violência e de controle¹⁰ - está sempre a um passo de cair no idealismo, deslocando o caráter de enfrentamento inerente à disputa política. Hannah Arendt, conforme visto, dá esse passo ao classificar a violência como "pré-política"¹¹, erro que Habermas e Lefort vão apontar.

"A política não pode ser idêntica, como supõe H. Arendt, à práxis daqueles que conversam entre si, a fim de agirem em comum"¹², escreve Habermas. Em texto mais recente, onde explicita sua visão do jogo político, ele critica o que chama de "estreitamento ético dos discursos políticos". A política inclui discursos de autocompreensão, admite Habermas, em que os participantes discutem "acerca do tipo de sociedade em que querem viver". Mas abriga também conflitos de interesse "sem perspectiva de consenso, [que] necessitam de um equilíbrio ou de um compromisso que não é possível alcançar-se mediante discursos éticos"¹³. O "estreitamento ético" seria o erro de Hannah Arendt, como de qualquer outra leitura idealista da atividade política.

⁹ Lênin, *Que fazer?*, pp. 119-38.

¹⁰ Freund, discípulo de Schmitt, verá na relação de comando e obediência, com a violência, aberta ou sugerida, que obrigatoriamente introduz, a própria *essência* da política, insensível à variação histórica. Freund, *L'essence du politique*, p. 1.

¹¹ Arendt, *A condição humana*, p. 40.

¹² Habermas, "O conceito de poder de Hannah Arendt", in *Habermas: sociologia*, p. 115. A visão do político de Habermas, ao menos em seus escritos mais antigos, parece influenciada sobretudo por Carl Schmitt; basta ver as notas de *Mudança estrutural da esfera pública*.

¹³ Habermas. "Três modelos normativos de democracia", p. 44.

Já Lefort, criticando a idealização da *polis* grega pela pensadora alemã, comenta:

Seria admissível indagar ainda como, por trás da fachada da igualdade política, eram efetivamente tomadas as decisões, e por quais meios alguns homens conseguiam exercer uma autoridade duradoura sobre tal ou qual parte do povo. Última questão que H. Arendt jamais levanta, convencida, por um lado, de que a persuasão era exclusivamente exercida pela fala e, por outro lado, o que não é menos ingênuo, de que a troca de falas é em si igualitária - que é possível que não veicule uma desigualdade de poderes¹⁴.

Arendt se atém - "quase casualmente", conforme observa Richard Bernstein¹⁵ - apenas ao aspecto de *debate* da política, quando ela é também, para usar a categorização tríplice de Anatol Rapoport, *luta* (a característica privilegiada por autores como Freund e Schmitt, mas também pelo marxismo clássico) e *jogo* (o ângulo preferido dos procedimentalistas). Na luta, o objetivo é a *destruição* do inimigo; no jogo, a *vitória* sobre o adversário, obedecido um conjunto de regras; no debate, o *convencimento* - e portanto a adesão - do interlocutor, bem como da eventual platéia¹⁶. Na política, os três aspectos se justapõem.

A rigor, o discurso permeia toda a atividade política, mesmo aquela que adquire as características de luta ou de jogo. Como anota com razão Murray Edelman, o elemento crítico nas manobras políticas "é a criação de sentido: a construção de crenças sobre o significado de eventos, de problemas, de crises, de mudanças políticas e de líderes"¹⁷. E se a política é em tão grande medida discurso - "uma luta para saber quem tem o direito de

¹⁴ Lefort, "Hannah Arendt e a questão do político", in *Pensando o político*, p. 73.

¹⁵ Bernstein, *Beyond objectivism and relativism*, p. 207.

¹⁶ Rapoport, *Lutas, jogos e debates*, pp. 9-16.

¹⁷ Edelman, "Political language and political reality", p. 10. Uma versão ligeiramente modificada deste artigo tornou-se o sexto capítulo de *Constructing the political spectacle* (trad. fr. *Pièces et règles du jeu politique*). Sobre o tema, ver *Pièces et règles du jeu politique*, p. 195.

falar publicamente e em nome de quem"¹⁸ - uma ética política terá que ser também, ao menos em parte, uma ética do discurso.

2.2

Antes de tentar esboçar o perfil de uma ética política, porém, é preciso voltar a outra questão. A política foi definida, aqui, como simultaneamente luta, jogo e debate. Ficou faltando um aspecto, que para alguns autores é o traço essencial de toda a política: o *espetáculo*.

Difícilmente se poderá negar que a política *inclui* espetáculo. É um aspecto que está presente "desde sempre". A oratória, na ágora, representa talvez a pré-história do espetáculo político; como também a exibição pública através de dádivas à coletividade, o "evergetismo" (*évergétisme*) das épocas helenística e romana, estudado por Paul Veyne¹⁹. Ainda melhor exemplo é a ostentação nas monarquias absolutas européias (e, por que não, entre os faraós egípcios e os reis astecas). No pensamento do século XVII, como diz Jean-Marie Apostolidès, "o espetáculo é uma necessidade intrinsecamente associada ao exercício do poder: o monarca deve deslumbrar o povo"²⁰. Mais tarde, a espetacularização associou-se à estetização da política, promovida por movimentos e partidos fascistas.

No entanto, a redução da política a mero espetáculo é em geral realizada como parte de uma crítica à política democrática contemporânea, na qual conflitos, tomadas de posição e mesmo decisões seriam encenações

¹⁸ Champagne, *Faire l'opinion*, p. 252. Ou, segundo Foucault, "o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo para que, por que se luta, o poder que se procura dominar". Foucault, *L'ordre du discours*, p. 12.

¹⁹ Ele define o evergetismo como sendo "a dádiva à coletividade, o mecenato voltado à cidade", que os notáveis deveriam oferecer "por uma espécie de moral de classe". Veyne, *Le pain et le cirque*, p. 9.

²⁰ Apostolidès, *O rei-máquina*, p. 10.

direcionadas a uma platéia de basbaques, isto é, de eleitores. O ponto de partida, aqui, é uma visão da democracia representativa inspirada na teoria competitiva, esboçada em primeiro lugar por Joseph Schumpeter²¹, segundo a qual não há participação popular na condução do governo, mas apenas o direito de escolher entre diversas elites concorrentes.

É uma descrição correta do funcionamento da maior parte das "democracias realmente existentes" na maior parte do tempo, mas se esquece de dizer que a mera competição oligárquica não é a realização "possível" do ideal democrático, mas sua traição. E os teóricos da política-espetáculo vão além, retirando da opção entre os competidores *qualquer* efetividade. Assim, a eleição é reduzida a um ritual de coesão social: o ato de votar é a demonstração da "aceitação pelos votantes do sistema político e do seu papel no interior desse sistema"²²; ou, ainda, da "impotência intrínseca dos espectadores políticos"²³.

O mais fino destes teóricos, Murray Edelman, alicerça sua noção da democracia como mito/rito integrador na distinção muito marcada que faz entre a política voltada à platéia, o espetáculo propriamente dito, e a política enquanto disputa de interesses - que é uma forma mais elaborada da divisão entre "palco" e "bastidores". A primeira (a política-espetáculo) é dirigida a um público julgado incapaz de compreender as conseqüências dos atos políticos e que responde exclusivamente a apelos emocionais²⁴. A segunda, política-interesse, é privilégio de pequenos grupos atuantes, conscientes dos objetivos pelos quais pelejam.

²¹ Schumpeter, *Capitalismo, socialismo e democracia*, p. 336.

²² Rivière, *As liturgias políticas*, p. 169.

²³ Edelman, *Pièces et règles du jeu politique*, p. 184.

²⁴ Ver Edelman, *The symbolic uses of politics*, p. ex. pp. 7, 13 e 172.

Mesmo admitindo os comportamentos perfeitamente irracional (do público) e perfeitamente racional (dos grupos atuantes), seria necessário assinalar a profunda ligação entre as duas políticas, o espetáculo e a disputa de interesses. Não são esferas estanques. Tampouco há a primazia absoluta de uma sobre a outra, como afirma Georges Balandier, com exagero retórico, ao anunciar o "regime permanente que se impõe aos regimes políticos diversos, revogáveis, sucessivos", a "teatrocracia" (*théâtrocratie*)²⁵.

O espetáculo existe em função da disputa de interesses. O político entra no palco porque espera galgar posições de autoridade que sejam favoráveis aos interesses que defende. Se o seu ponto de partida é o espetáculo, se a sua motivação inicial é o poder e suas luzes, dá na mesma: assim que alcançar aquela posição, será envolvido na disputa de interesses. Por outro lado, o público não é indiferente ao que ocorre nos bastidores, nem estes são impermeáveis à sua curiosidade. Muitas vezes, uma "revelação" dos bastidores é o momento mais espetacular da política-enquanto-espetáculo.

Assim, é possível - e mesmo imprescindível - compreender a presença de elementos espetaculosos na ação política, bem como a existência de uma função ritual em práticas políticas como, nos regimes democráticos, a eleição. *Reduzir* a política ao espetáculo, porém, ou fazer dele seu traço *fundamental* é enviesar a visão da política. Quando estes autores afirmam que a política é uma forma de espetáculo (ou, numa linguagem mais crua, uma forma de teatro), estão querendo dizer que ela é inócua. *Espetáculo* significa aqui algo vistoso, mas que possui relevância prática imediata próxima ao zero. Esta é a ilação incorreta em relação à política.

²⁵ Balandier, *Le pouvoir sur scènes*, p. 13.

A política se aproxima, mais uma vez, da publicidade comercial. Ambas possuem aspectos de espetáculo, mas têm outras ressonâncias: moldam práticas, visões de mundo relevantes para a vivência das pessoas, levam à ação. Enfim, moldam uma práxis (e um futuro) a partir das representações que fazem compartilhar²⁶. Essa não é uma característica necessária do espetáculo de tipo teatral ou artístico. Pode ocorrer mas, então, fala-se exatamente do caráter *político* que ele assume.

No caso específico dos mecanismos eleitorais democráticos, convém reafirmar sua efetividade. A votação *não* é apenas um rito de coesão ou a coroação do espetáculo político por excelência, que é a campanha eleitoral. É um dos momentos em que a disputa de interesses (dos "bastidores") é obrigada a se remeter à coletividade. E a decisão tomada por esta coletividade não é inócua, ou seja, a concessão da maioria a um ou outro partido possui efeitos para seu cotidiano e para seu futuro. Nas eleições alemãs de 1932, para usar um exemplo extremo, votar pelos nazistas, pelos comunistas ou pelos sociais-democratas significava tomar parte em uma decisão repleta de conseqüências. Na maior parte dos pleitos, as opções não são tão drásticas; ainda assim, a convicção corrente de que escolher um ou outro candidato possui repercussões na vida diária não é ilusória.

Nada disso deve obscurecer o fato de existirem distorções e manipulações no processo eleitoral, bem como a presença, muitas vezes dominante, de pressões não-eleitoralmente mediadas sobre as decisões políticas (é claro que as eleições determinam a colocação, em posições de poder, de pessoas menos ou mais vulneráveis a tais pressões). De maneira geral, a mera competição inter-elites está muito aquém das promessas - e

²⁶ Sobre esse caráter da publicidade comercial, remeto mais uma vez às obras de André Gorz, notadamente *Métamorphoses du travail*.

mesmo das possibilidades - da democracia. Ignorar os efeitos reais dos mecanismos eleitorais, porém, não contribui em nada para pensar estratégias de correção e aprofundamento dos instrumentos democráticos.

2.3

É necessária uma ética do discurso exatamente porque a política não é mero espetáculo. Se o fosse, essa discussão seria vã. Na encenação teatral, os discursos são "falsos" por definição: não se exige que obedçam à verdade fatural ou às convicções daqueles que os enunciam. A questão não é de ética, mas simplesmente de técnica.

A relação entre ética e política é um tema polêmico. De imediato, é indispensável distinguir a ética política da ética da administração pública, que está ligada sobretudo à probidade. Essa foi a redução promovida, no Brasil, pelo movimento nacional "pela ética na política" que desencadeou o *impeachment* do presidente Fernando Collor. Também se fez notar, em seguida, no escândalo dos "anões" da Comissão de Orçamento do Congresso Nacional.

Nos dois casos, o que se denunciou foi a dilapidação do dinheiro público, a prevaricação de altos funcionários, a formação de redes de corrupção envolvendo o executivo e o legislativo. Embora uma ética política tenha necessariamente que incluir um compromisso de lisura no trato da coisa pública, ela não se resume a isto. Marilena Chaui, por exemplo, apresenta dois padrões de "uma medida de ética pública para a política". Em primeiro lugar, a exclusão do recurso à violência - importante por apresentar a violência como algo cuja eliminação da política precisa ser construída, e não está dada *a priori*, como para Hannah Arendt. Em segundo lugar, a autora cita "a capacidade de apreender a liberdade como um campo aberto de possíveis e

que um dos possíveis se torna necessário apenas porque a ação política conseguiu torná-lo real"²⁷.

Os três elementos citados até aqui - a separação entre coisa pública e posse privada dos governantes, a exclusão da violência e o reconhecimento da pluralidade de projetos - são essenciais a uma ética política, fundadores da própria democracia. Mas a questão que se coloca a partir da discussão do mito político fica limitada a algo que poderia ser chamado de *ética da representação política*.

Já ficou claro, na introdução, que a prática política concreta promove uma inversão do princípio ideal da representação: em vez do representante receber uma delegação dos representados, há a adesão dos cidadãos-eleitores ao político²⁸. É possível, aqui, um paralelo com a distinção que Barthes faz entre o modelo lingüístico da dialética língua/fala e a maior parte dos outros sistemas semiológicos, incluídos aí - por exemplo - a moda, o automóvel e o mobiliário. No modelo lingüístico, a língua (sistema) é o pressuposto da fala (combinação), ao mesmo tempo em que a fala reelabora permanentemente a língua. A língua impõe constrangimentos, é certo, mas ainda permite ampla liberdade de expressão ao falante. E o conjunto dos falantes modifica a língua, embora de forma involuntária e quase imperceptível. Nos outros sistemas semiológicos, a "língua" não é elaborada pela "massa falante", mas por grupos restritos. São eles que criam as roupas, os móveis, os modelos de automóveis. Ao usuário resta apenas a opção de escolher dentro de um leque reduzido de mensagens já prontas, postas à sua disposição²⁹.

²⁷ Chauí, "Público, privado, despotismo", pp. 354-5.

²⁸ Ver, a esse respeito, Bourdieu, "A delegação e o feticismo do político", in *Coisas ditas*, p. 188.

²⁹ Barthes, *Elementos de semiologia*, pp. 32-3.

A política, idealmente, seguiria o padrão lingüístico, com todos contribuindo para a formação da vontade geral e intervindo na formulação de programas políticos. Na prática cotidiana, contudo, o cidadão comum é muito mais "usuário" do que "falante". A apresentação de propostas torna-se privilégio de um grupo restrito de detentores de capital político. A todos os outros, isto é, àqueles a quem é negada tal competência, a atividade política se restringe à adesão a uma das alternativas colocadas na arena. Uma ética da representação terá como foco os mecanismos de identificação que presidem essa adesão. E, uma vez que a adesão é mediada pelo discurso, essa ética passará necessariamente pelas modalidades de emissão do discurso político.

Seu aspecto fundamental, portanto, é o imperativo da publicidade - no sentido de "tornar acessível ao público" - do projeto que o político incorpora e busca viabilizar. Trata-se de uma *ética da transparência*. Contrários à transparência são o ocultamento e a mentira, artificios comuns à disputa política e à administração pública. Também o discurso mítico confere opacidade à representação, deslocando a disputa política do plano dos projetos.

É evidente que jamais haverá uma visibilidade absoluta nas relações inter-humanas. Rousseau, que mais do que ninguém foi um entusiasta da transparência, já observava que entre as idéias e os sentimentos de um homem e outro homem se interpõe, sempre, a linguagem³⁰. Ou, como observa Gorz, aqui ecoando Rousseau,

a linguagem é um filtro que me obriga sempre a dizer *mais e menos* do que aquilo que sinto. Sua aprendizagem é uma violência original feita ao vivido: ela me

³⁰ Ver, sobre o tema, Starobinski, *Jean-Jacques Rousseau: a transparência e o obstáculo*, passim. Baczko assinala que "a permanência deste sonho é uma prova *a contrario* de que nenhuma sociedade, nenhum grupo social, nenhum poder é exatamente transparente para si mesmo". Baczko, *Les imaginaires sociaux*, p. 8.

obriga a calar os vívidos para os quais não há palavras, a dizer conteúdos que não correspondem à minha experiência, a ter intenções que não são as minhas³¹.

Assim, já de início, o discurso, que torna a política possível, faz impossível a transparência completa no agir político.

Não é só a opacidade inerente à linguagem que interfere no discurso político. George Orwell, num artigo famoso, observou que a retórica política se tornara, "em larga medida, a defesa do indefensável". Fatos como - a lista é de Orwell - a dominação britânica na Índia, os expurgos na Rússia soviética ou o lançamento das bombas atômicas sobre o Japão seriam, em alguma medida, defensáveis, "mas só com argumentos que são demasiado brutais para que a maioria das pessoas os encarasse e que não combinam com as aspirações professadas pelos partidos políticos". Assim, a linguagem política mergulha na "pura imprecisão obscura (*sheer cloudy vagueness*)"³².

O escritor britânico reivindica a uniformização da linguagem política, capaz de dotá-la de clareza. Mesmo na versão mais sofisticada de um autor recente, Giovanni Sartori³³, a proposta é ingênua. Algumas palavras são bens altamente valorizados numa disputa política, e cada um que se dispõe a se associar a elas torce-lhes o sentido. Por isso que não há ditador, ao menos desde o final da Segunda Guerra Mundial, que não se proclame o maior dos democratas ou que o PFL se vê ciclicamente às voltas com a idéia de mudar de nome, incluindo o vocábulo "social" em sua nova designação. A hipocrisia é uma homenagem que o vício presta à virtude, como já assinalava, com sabedoria, La Rochefoucauld.

³¹ Gorz, *Métamorphoses du travail*, p. 216. Grifos meus.

³² Orwell, "Politics and the English language", in *A collection of essays*, pp. 172-3.

³³ Ver Sartori, *A teoria da democracia revisitada*, v. 1, pp. 113-4, e v. 2, pp. 7-30.

Mas a fixação de um sentido unívoco a uma palavra como, por exemplo, "democracia" não é uma tarefa neutra. Pelo contrário, o estabelecimento deste sentido seria o resultado de uma acirrada batalha política, travada exatamente por aqueles que buscam atrair simpatias para suas posições graças ao charme difuso e ao prestígio social do adjetivo "democrático". Assim, a disputa em torno de palavras e um grau razoável de imprecisão no seu uso são inevitáveis: essa disputa é constitutiva do próprio discurso político.

Esses vocábulos ganham contornos mais definidos apenas quando inseridos dentro de um *projeto* político. Na ausência da enunciação do projeto, no entanto, as palavras permanecem ocas. Tornam-se, na verdade, fachadas que procuram esconder a falta de uma mensagem que se queira dirigir à sociedade. Surge aqui o proverbial "falatório vazio" dos políticos, ridicularizado com freqüência pelos humoristas.

Além dos problemas relacionados à impossibilidade da transparência perfeita, a própria natureza da política torna temerário falar em ética. A política é um território de conflitos de interesses - conflitos acerbos envolvendo os mais profundos interesses. No jogo político, enganar e trapacear são atos vistos não apenas como admissíveis, mas até mesmo, em certa medida, necessários. A astúcia, como diria Maquiavel, ou "habilidade", num jargão mais pudico, é a virtude política por excelência. Por isso, parece até razoável que se diga, como faz Norberto Bobbio, que moral e política "formam dois códigos de normas de comportamento diferentes, fundados em critérios de avaliação diferentes: os valores e o sucesso"³⁴. Aliás, é o que já dizia Carl Schmitt, ao observar que a ética é o terreno da distinção entre o

³⁴ Bobbio, *As ideologias e o poder em crise*, p. 120. Ver tb. Bobbio, "Ética e política", p. 139.

bom e o mau, enquanto a política está baseada na separação, bem diferente, entre o amigo e o inimigo.

A razoabilidade do argumento é apenas aparente. O mesmo que Bobbio diz da política poder-se-ia dizer do mundo dos negócios, da guerra ou do futebol. Em todos esses campos, o que se disputa é o êxito, não valores morais. Mas em todos eles - comércio, finanças, esportes e mesmo a guerra - existem normas até certo ponto consensuais. Muitas vezes elas não são cumpridas, é verdade, mas esse não cumprimento é encarado como uma transgressão condenável.

Mecanismos específicos têm por objetivo zelar pelo cumprimento destas normas e punir os transgressores. Muitas vezes são inoperantes: mas *existem*. Cortes internacionais punem criminosos de guerras, tribunais de justiça desportiva julgam atletas desonestos, violentos ou que utilizem *doping*. Em quase todos os países, códigos de defesa do consumidor e regulamentações do mercado financeiro e da bolsa de valores coíbem, ao menos no papel, a atuação de comerciantes e financistas ímprobos.

No terreno da política, a situação é diferente. Todos - ou quase todos - os meios são considerados legítimos para se alcançar o fim proposto. Esses meios incluíam, antes de mais nada, a violência. Era ela que preocupava os antigos estudiosos da relação entre ética e política. Hoje, quando a presença da violência política aberta tem sido reduzida pela disseminação dos procedimentos formais democráticos, o "realismo" dos que julgam incompatíveis ética e política justifica sobretudo a astúcia³⁵. Em outras palavras, à parte o recurso à violência e os delitos *econômicos* ligados à política (da corrupção eleitoral à malversação dos fundos públicos), "vale

³⁵ Ver Bovero, "Ética e política entre maquiavelismo e kantismo", p. 166.

tudo", ou quase, na disputa política. Nem na lei (que seria, aliás, de difícil aplicação), nem na consciência geral existe algum código que exija procedimentos éticos na formulação dos discursos políticos.

Em alguns momentos, a ultrapassagem de certas fronteiras entre o público e o privado causa revolta ao menos em parte do eleitorado - como mostrou o "caso Mirian Cordeiro", na campanha presidencial brasileira de 1989. Na época, o candidato Fernando Collor apresentou em seu programa de TV uma antiga namorada de Lula, seu adversário no segundo turno. Mirian Cordeiro fez pesadíssimas acusações, no plano pessoal, contra o candidato petista. É difícil, para não dizer impossível, mensurar o impacto de seu depoimento no eleitorado, isto é, se o resultado líquido, para Collor, foi de ganho ou de perda de votos. O fato é que Lula perdeu o segundo turno das eleições. O que quer dizer que a maioria dos eleitores, mesmo que tenha considerado a manobra de Collor uma transgressão ética (o que já é discutível), não a julgou grave o bastante para desqualificá-lo como candidato³⁶.

Outras vezes, o descompasso entre fala (promessa) e ação do político gera revolta. O *caracazo* de março de 1989, que deixou centenas de mortos na capital venezuelana, foi uma reação ao programa de ajuste econômico do presidente recém-empossado, Carlos Andrés Perez, diametralmente oposto à plataforma que ele defendera em campanha. Outro exemplo, menos drástico: os quebra-quebras em várias cidades brasileiras poucos dias após as eleições

³⁶ Um episódio mais unívoco, porém, demonstra a existência de determinadas barreiras ao discurso político, cuja transposição causa mal-estar generalizado. No primeiro turno das eleições municipais de 1996, em São Paulo, o ministro Sérgio Motta atacou de forma grosseira e preconceituosa a candidata do PT, Luiza Erundina. Em meio a uma avalanche de reações contrárias, o presidente da República julgou necessário vir a público para desautorizar seu subordinado - e o próprio Motta teve que se desculpar ("FH critica declarações de ministro", *Jornal do Brasil*, 3/10/96, p. 10).

de 15 de novembro de 1986, quando o presidente José Sarney decretou o chamado Plano Cruzado II, revogando as medidas econômicas que haviam garantido a vitória aos candidatos da situação. Em geral, porém, o desacordo entre o que o político diz e o que o político faz é considerado normal: uma característica da política, sem dúvida desagradável, mas imutável, contra a qual não adianta se insurgir.

O erro essencial, como salienta Hannah Arendt, está na distinção entre "fins" e "meios", no campo político: "Enquanto acreditarmos que, na esfera da política, lidamos com meios e fins, não poderemos impedir que alguém recorra a todos os meios para alcançar fins premeditados"³⁷. A política não pode ser concebida senão como um *continuum* de ação nunca terminável, que os agentes singulares não conseguem controlar.

A distinção entre fins e meios está na base de todos os sistemas teóricos que opõem moral e política: ética da convicção *versus* ética da responsabilidade, imperativo categórico *versus* imperativo hipotético, moral revelada *versus* moral do bem público. A opção é sempre entre a prioridade ao princípio moral ou ao resultado da ação. Deriva daí a conclusão de que a ação baseada em preceitos morais é inadequada à política, quando menos porque os adversários com propósitos perversos ficariam em condição vantajosa por utilizarem meios imorais.

A dicotomia de Weber sofre, muitas vezes, uma utilização capciosa, passando por justificativa para aqueles que agem de forma cínica na arena política. Esquecem, em geral, que o sociólogo alemão não imaginava que a ética da responsabilidade pudesse existir sem uma ética da convicção associada, uma espécie de barreira interior que impediria que qualquer ação,

³⁷ Arendt, *A condição humana*, p. 241.

mesmo entre as mais atroz, fosse justificada por suas eventuais conseqüências futuras. As duas éticas "se completam e, em conjunto, formam o homem autêntico, isto é, um homem que pode aspirar à 'vocação política'"³⁸.

O aspecto correto das distinções acima listadas - entre ética da convicção e ética da responsabilidade, imperativo categórico e imperativo hipotético etc. - é a idéia de que não é possível impor uma norma ética extramundana (no sentido de revelada ou religiosa) à política, que cuida da organização deste mundo. No caso da "ética da representação", a norma máxima que preside a ação é o ideal democrático. Não há distinção possível entre fim e meio, uma vez que prática democrática e conquista da democracia se confundem. A democracia, como disse Seymour Lipset, não é "apenas, nem mesmo primordialmente, um meio através do qual diferentes grupos podem atingir suas finalidades ou procurar a boa sociedade; ela é a própria boa sociedade em operação"³⁹.

O padrão ético da transparência se impõe como necessário a partir do momento em que se aceita a democracia como o valor político principal. A transparência não incorpora, portanto, um valor em si mesmo: ela remete a um valor superior que é a democracia. *A transparência no discurso*, isto é, a enunciação indisfarçada do projeto de sociedade que aspira à adesão do público, *é essencial para o funcionamento da democracia*. A mentira e o ocultamento das propostas políticas tornam desprovida de sentido a idéia de representação, básica a qualquer democracia contemporânea. Com isso, no caso da norma de transparência fica suspensa a complexa questão dos fundamentos últimos da ética.

³⁸ Weber, *Ciência e política*, p. 122.

³⁹ Lipset, *Political man*, p. 439.

A teoria do agir comunicativo de Jürgen Habermas oferece uma resposta estimulante à contradição, apontada acima, entre as éticas da convicção e da responsabilidade. O filósofo alemão mantém um dos termos da contradição, nas figuras do agir estratégico e da razão instrumental, que perseguem apenas o êxito face aos objetivos propostos. Mas substitui o outro pela noção, muito mais rica, da ação orientada para o entendimento mútuo, que não se guia por princípios absolutos, mas para a construção do consenso social em torno de normas de procedimento.

É especialmente relevante, no contexto desta tese, a idéia de uma *ética da discussão* proposta por Habermas. Ela é, a um só tempo, uma ética *na* discussão - que deve ocorrer sem repressão e desigualdade⁴⁰ - e uma ética *pela* discussão, já que as normas morais só se universalizam através do consenso construído dialogicamente⁴¹.

Numa situação de fala, diz Habermas, devem ser preenchidas três pretensões de validade: verdade (adequação ao mundo objetivo), correção (adequação às normas do mundo social compartilhado) e sinceridade (adequação ao mundo subjetivo próprio). O falante assume *garantias* que resgatará, no caso das duas primeiras pretensões, discursivamente, isto é, aduzindo razões; no caso da pretensão de sinceridade, a garantia é a consistência de seu comportamento⁴². À primeira vista, as pretensões de validade normativa e, sobretudo, de sinceridade são as únicas problemáticas no

⁴⁰ Habermas, *Consciência moral e agir comunicativo*, p. 111. O tradutor Guido de Almeida prefere verter o vocábulo *Diskurs* como "discurso" e justifica sua opção numa nota prévia. No entanto, apesar dos argumentos do tradutor, "discurso" indica prioritariamente um ato monológico, contrariando o caráter interativo requerido pela teoria de Habermas. A tradução por "discussão" (*discussion*), adotada na edição francesa, parece mais adequada.

⁴¹ Id., p. 86. Ver tb. Rouanet, "Dilemas da moral iluminista", p. 159.

⁴² Habermas, *Consciência moral e agir comunicativo*, p. 79. Para breves definições das pretensões de validade, ver Habermas, *The theory of communicative action*, vol. 1, pp. 307-8, e vol. 2, p. 120.

caso das disputas políticas. Mas, como Hannah Arendt se esforçou em demonstrar, a negação da verdade fatural (histórica) também está presente no discurso político. Não apenas através de mecanismos de reescritura sistemática da história, como nos regimes totalitários, mas também, nas democracias, pela transformação das "verdades inoportunas" em meras opiniões⁴³ - em geral, com o objetivo de preservar uma determinada autoimagem nacional.

No caso da sinceridade, é importante frisar que Habermas não propõe como garantia a apresentação de razões, uma vez que as convicções íntimas do falante são inacessíveis ao ouvinte. A pretensão de sinceridade acaba reduzida a uma pretensão de coerência: coerência entre o falar e o agir, *independente das verdadeiras convicções* do falante. Isto é ainda mais relevante no campo da política, onde o falante possui função agregativa e representativa. Ou seja, ele não fala apenas por si, mas deve manifestar o consenso produzido entre aqueles que o apóiam e/ou aqueles que busca representar.

De todas as três pretensões de validade, portanto, a pretensão de sinceridade é a mais problemática, já que originalmente não se refere ao mundo (físico e social) compartilhado por falante e ouvinte, mas a um mundo subjetivo e exclusivo. A garantia dada pela consistência no comportamento coloca, outra vez, problemas especiais no caso do discurso político. Esse discurso visa a obtenção de posições de poder, nas quais as condições de comportamento do falante são substancialmente modificadas. Assim, a aferição da sinceridade pela observação do comportamento passado é complicada. Torna-se competência quase exclusiva de especialistas (em

⁴³ Arendt, "Verdade e política", in *Entre o passado e o futuro*, pp. 293-4.

primeiro lugar, os "comentaristas políticos"), que amealham uma forma específica de capital político. O cidadão comum é novamente despojado: após ter perdido a competência para elaborar os discursos políticos, perde a competência para interpretá-los.

Mas Habermas exclui a política do campo almejado por sua ação comunicativa, o "mundo-da-vida", confinando-a ao mundo sistêmico governado pela razão instrumental. Presumivelmente, para Habermas, a politização de qualquer atividade social representa uma faceta da colonização do mundo-da-vida pela razão instrumental, através do *poder*, que é um de seus agentes, ao lado do dinheiro⁴⁴.

É mais profícua a perspectiva de André Gorz, que trabalha com uma distinção semelhante à de Habermas, com a esfera das atividades autônomas e a esfera das atividades heterodeterminadas correspondendo, em linhas gerais, ao mundo-da-vida e ao mundo sistêmico, respectivamente⁴⁵. Habermas diagnostica a decadência da esfera pública burguesa, emblematizada pela alteração no significado da "publicidade estatal". De uma exigência de transparência para a esfera pública - publicidade como o procedimento de *tornar públicos* os atos de Estado - ela ganhou o sentido de *propaganda* e, portanto, de controle⁴⁶. Já Gorz vê na política, que se desenrola na esfera pública, o espaço de luta em que se define a fronteira do autônomo e do heterônomo. O político, diz ele,

⁴⁴ Embora tenha havido evolução no pensamento de Habermas. Em texto recente (uma conferência de 1991, incorporada em livro no ano seguinte) ele ressalta o papel da "solidariedade social" como uma força de integração social politicamente atuante, que pode ser "capaz de afirmar-se também contra os outros dois poderes - o dinheiro e o poder administrativo". Habermas, "Três modelos normativos de democracia", p. 48.

⁴⁵ Conforme o próprio Gorz admitiu. Ver Gorz, *Métamorphoses du travail*, p. 44.

⁴⁶ Habermas, *Mudança estrutural da esfera pública*, pp. 241 e 257.

é o local da tensão e da mediação sempre conflituada entre a ampliação da esfera da autonomia, cuja exigência emerge do movimento através da sociedade civil, e as necessidades, geridas pelo Estado, que resultam do funcionamento da sociedade enquanto sistema material. O político é o lugar específico onde a sociedade toma consciência de sua produção como um processo de conjunto, tenta materializar os resultados desse processo e controlar suas imposições⁴⁷.

De fato, a política de Habermas é feita de controle, nunca de interação, despida de qualquer virtualidade emancipatória. Gorz, ao contrário, incorpora na política um elemento fundamental de *mediação* entre o Estado e o privado. O espaço político de Gorz também é aviltado por mecanismos de controle, mas não é entregue passivamente a eles. Permanece como local de disputa e de tensão, onde se enfrentam estratégias de controle, de resistência e de emancipação.

O modelo habermasiano também é acusado - com bons motivos, por Michael Löwy - de ser depositário de ilusões liberais

no que se refere às virtudes miraculosas da "discussão pública e racional dos interesses", da produção consensual de "normas ético jurídicas" etc. Como se os conflitos de interesses e de valores entre classes sociais, ou a "guerra dos deuses" na sociedade atual, entre posições morais, religiosas ou políticas antagônicas, pudessem ser resolvidos por um simples paradigma de comunicação intersubjetiva, de livre comunicação racional. E como se a atividade comunicativa pudesse ser inteiramente separada da atividade instrumental (a produção econômica, o poder político etc.)⁴⁸.

O filósofo alemão reproduz, ao idealizar sua ação comunicativa, os erros que criticava na visão de Hannah Arendt sobre a política⁴⁹.

Portanto, o recurso ao paradigma do agir comunicativo deve colocá-lo sob ressalva - seu valor é mais heurístico do que descritivo. No conjunto, é uma construção utópica, que se materializa apenas de maneira impura e

⁴⁷ Gorz, *Adeus ao proletariado*, p. 139.

⁴⁸ Löwy, "A escola de Frankfurt e a modernidade", p. 126.

⁴⁹ Para um paralelo entre a ação comunicativa de Habermas e o espaço público de Arendt, ver Bernstein, *Beyond objectivism and relativism*, p. 44.

limitada no real. O próprio Habermas, aliás, demonstra estar consciente disso⁵⁰. Mas o paradigma é útil ao se pensar a ética política exatamente por seu conteúdo normativo.

2.4

Escrevendo ainda nos anos 20, os sociólogos estadunidenses Helen e Robert Lynd creditavam o declínio na participação eleitoral à incapacidade da política para rivalizar com formas emergentes de entretenimento, como o cinema, o rádio e as competições esportivas⁵¹. Formulada desta maneira, parece uma asserção um tanto simplista e precipitada. Mas contém uma intuição correta sobre como os aspectos espetaculosos da política teriam que se adaptar aos novos meios, sob pena de perderem toda a eficácia.

Os meios de comunicação de massa modificaram - e, na verdade, continuam modificando - a percepção da realidade política. A rigor, transfiguram a percepção de *toda* a realidade, conforme uma miríade de estudos vêm demonstrando. Dois aspectos merecem ser destacados. Há, em primeiro lugar, a quantidade de informações a que as pessoas passaram a ter acesso. Mas - e esse é o segundo ponto - essas informações são de qualidade diferente. Elas estão baseadas, sobretudo, na força da imagem.

A fotografia, o cinema e, enfim, a televisão bombardeiam o homem e a mulher contemporâneos com uma quantidade de imagens antes impensável. Exceto quando são expressamente apresentadas como ficção (em filmes ou novelas), elas tendem a ser consumidas como fragmentos *indiscutíveis e*

⁵⁰ Habermas, *Consciência moral e agir comunicativo*, pp. 128-9.

⁵¹ Cit. in Lipset, *Political man*, p. 207.

imediatos do real. Esse é um poder que a palavra não tem, já que, nela, a mediação humana não se deixa escamotear⁵².

Toda imagem passa por um processo similar de mediação, que o espectador em geral ignora. Régis Debray pode dizer que "sabemos, presentemente, e é um alívio, que todas as imagens são embustes"⁵³ - mas o "nós" de sua frase se refere a uma camada bastante pequena de intelectuais preocupados com a questão. Para o comum dos cidadãos, a regra é o desconhecimento da mediação embutida na imagem.

O *enquadramento* da câmera e a *edição* (a escolha das imagens que serão veiculadas) são os procedimentos determinantes, coadjuvados por métodos cada vez mais sofisticados de trucagem e retocagem. Além disso, as imagens quase sempre estão emolduradas por um discurso lingüístico que, embora se legitime pela referência a elas, avalistas da veracidade do que se fala, induz a interpretação do espectador - um discurso que realiza a indispensável ancoragem dêitica (referências de tempo, espaço e emissor, que faltam à imagem)⁵⁴, mas não se limita a ela. O consumo massivo de tais informações certamente possui conseqüências importantes em todos os espaços do comportamento social⁵⁵, incluindo, é claro, a política.

A mídia transmite sua perspectiva da política não apenas nos espaços ostensivos dedicados a ela (noticiários, editoriais, debates, charges) mas

⁵² Embora seja comum uma relação ingênua com as notícias da imprensa escrita, ela é baseada antes na confiança em relação ao trabalho jornalístico. O leitor sabe que a página impressa aceita qualquer tipo de distorção e mentira, mas acredita que o jornalista não as registraria - o que nem sempre é verdade.

⁵³ Debray, *Vida e morte da imagem*, p. 264.

⁵⁴ Ver Vestergaard e Schrøder, *A linguagem da propaganda*, pp. 30-1.

⁵⁵ Até mesmo em seus recessos mais íntimos. Por exemplo, a disseminação de um padrão de beleza feminina pelas imagens, via de regra retocadas, da pornografia leve (revistas "masculinas") está alterando o comportamento sexual tanto de homens quanto de mulheres. Wolf, *O mito da beleza*, esp. pp. 173-236.

também na programação de entretenimento (novelas, programas de auditório), seja conformando uma visão geral sobre o que é ou deve ser a política, seja apresentando posições menos ou mais cifradas sobre as questões políticas em pauta no momento. Assim, conforme vêm salientando estudiosos das relações entre comunicação e política, o estudo da política deve passar, obrigatoriamente, pelas representações construídas pela mídia⁵⁶.

Ao mesmo tempo, as novas tecnologias de comunicação - e esse é o ponto que interessa - produziram um grande impacto no discurso político. Ou seja, uma vez que a intermediação do discurso é essencial na prática política, a mídia está modificando a própria política.

Há algumas décadas, a comunicação política era baseada quase que exclusivamente na palavra, falada ou impressa. A figura do orador no palanque, sua indumentária, seus gestos eram elementos presentes e importantes, sem dúvida, mas secundários. No material impresso, a fotografia - como, aliás, em toda a imprensa - foi pouco a pouco ganhando proeminência. Nas campanhas eleitorais, cartazes e santinhos passaram a instrumentos de divulgação do rosto do candidato, muito mais que de suas propostas.

O advento do rádio criou uma nova e poderosa forma de contato entre o político e seu público. Ele permitia que o político chegasse quase pessoalmente - através de sua voz - a recantos que mesmo os impressos alcançariam com dificuldade. Porém, via de regra, o rádio não pareceu alterar o *estilo* do discurso político. Permanecia o discurso "de comício", com um tom de palanque que o rádio talvez até exacerbasse, fazendo com que a

⁵⁶ Lima, "Televisão e poder", pp. 9-10.

possante massa retórica manipulada pelo orador suprisse a ausência de estímulo visual.

Também o cinema foi - e ainda é - um instrumento influente de propaganda política. Filmes de entretenimento com forte conteúdo propagandístico foram produzidos; para citar apenas os exemplos mais óbvios, a produção da UFA, durante o nazismo, e dos estúdios de Hollywood, até o final da guerra fria. Tais filmes continuam sendo realizados, aliás, embora talvez estejam um pouco mais sutis. Documentários e jornais cinematográficos, como os distribuídos pelo DIP no Estado Novo, também cumpriam importante função de propaganda.

Mas o cinema ainda permanecia, aí, privilegiando uma locução empostada, apresentando cenas de palanque, marcando a distância em relação ao espectador - uma distância que a própria sala de exibição e os rituais próprios da projeção de filmes já enfatizavam. O modelo do jornal cinematográfico era o comício filmado, a inauguração de obras. É a televisão que vai alterar radicalmente a forma do discurso.

A televisão acompanha o cinema ao fazer da *imagem*, antes secundária (fotos impressas, logotipos de campanha, gestos e expressões faciais no palanque), a protagonista absoluta. As "cenas externas" vão conferir dinamismo à mensagem, "imagens de arquivo" ilustrarão os conteúdos. Sobretudo, o gesto e o rosto do orador estarão mais próximos do público do que nunca.

Há uma diferença evidente: o cinema é um acontecimento extraordinário, um lugar ao qual se vai uma ou duas vezes por semana. A televisão une a presença da imagem à instantaneidade e à facilidade de acesso do rádio. Surge então a segunda e mais importante característica da TV: o sentimento de *intimidade* que ela provoca. Já se observara esse fenômeno com

a difusão do rádio, que representou "uma aproximação a um contato face a face com os dirigentes"⁵⁷. Ora, a televisão é mais do que uma aproximação. Ela permite o *próprio* contato face a face; ao contrário do rádio, apresenta um rosto para ser conhecido⁵⁸. Essa intimidade modifica o formato do discurso, como aos poucos foram percebendo a propaganda comercial e os oradores políticos. O tom de palanque, que remete à praça pública, soa impróprio. É melhor falar mais baixo, dirigir-se diretamente ao espectador, como num bate-papo. A informalidade que a televisão exige contamina até as solenidades de Estado⁵⁹, quanto mais as campanhas eleitorais.

De acordo com a conhecida teoria de Marshall MacLuhan, a televisão é um meio de comunicação *frio*, que não aceita excessos de ênfase, de *pathos* ou de gesticulação. O contrário do rádio, meio *quente*, que requer sobrelanços retóricos. Pegando um caso extremo, o teórico canadense afirma que o rádio não apenas possibilitou o surgimento de um Hitler, como o *exigiu*, ao passo que a televisão tê-lo-ia destruído⁶⁰. E enuncia sua fórmula de eficiência discursiva: não "aquecer o meio frio"⁶¹.

O simplismo das teses de MacLuhan torna fácil apresentar afirmações tão taxativas. Na verdade, a televisão amplifica os gestos grandiloquentes, retóricos ou patéticos. Isso não significa que se esteja proibido de utilizá-los, em nome da eficiência da comunicação, mas que esta ampliação precisa ser

⁵⁷ Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, *The people's choice*, p. 129.

⁵⁸ McLuhan observa que "tecnicamente, a TV tende a um *close-up* médio. O *close-up* que no cinema é usado para chocar é, na TV, algo completamente casual". McLuhan, *Understanding media*, p. 317.

⁵⁹ Ver Debray, *O Estado sedutor*, passim.

⁶⁰ Ver McLuhan, *Understanding media*, p. 299, e tb. Schwartzberg, *O Estado espetáculo*, pp. 179-80 e 215.

⁶¹ Cit. in id., p. 214.

levada em conta. Para dar apenas um exemplo, bem à mão, o telejornal "Aqui Agora", do Sistema Brasileiro de Televisão, obteve grande sucesso ao "aquecer" a televisão, importando de modo deliberado técnicas radiofônicas. No discurso político, igualmente, os arroubos retóricos ganham uma dimensão maior, escapando ao tom de proximidade com o espectador que a TV privilegia - o que pode (ou não) ser proveitoso.

O sentimento de intimidade afeta profundamente a percepção da política. Já em 1952, após a primeira "eleição televisiva" dos Estados Unidos, um jornalista era capaz de observar que "a televisão torna o candidato de hoje um ser humano bem próximo, que vai ser julgado nos mesmos termos em que um homem saúda qualquer novo conhecido"⁶². Um quarto de século mais tarde, Gerard Rafshoon, conselheiro de Jimmy Carter, confessava: "Nós percebemos que, aos olhos dos eleitores, os problemas importavam menos que a personalidade, a autoridade, a competência do candidato... As pessoas acham os problemas complicados demais. O que elas desejavam acima de tudo era um líder no qual pudessem confiar"⁶³. Estabelece-se um movimento de adaptação, em que as técnicas dos políticos e as expectativas dos espectadores se reforçam mutuamente.

O reforço imagético e o sentimento de intimidade são, por assim dizer, qualidades estruturais da televisão. Há uma terceira característica, a *velocidade*, que não é algo intrínseco ao veículo, embora a presença do tubo de imagem na sala de estar, em meio aos objetos familiares, decerto favoreça menos a concentração do que o escurinho do cinema. A exigência de velocidade é simultânea à exploração comercial da televisão, à concorrência

⁶² Jack Gould, cit. in Keeter, "The illusion of intimacy", p. 345.

⁶³ Gerald Rafshoon, cit. in Schwartzberg, op. cit., pp. 302-3.

entre as redes e, enfim, ao controle remoto. A duração que a TV permite é curta; neste sentido, o videoclipe, com seu caleidoscópio hipnótico de imagens, é a mais perfeita tradução da estética televisiva. Nada pode "aborrecer" o espectador, sob pena de perder sua atenção. "Tudo aquilo que entra nos meios - expressões, mensagens e ações - é transformado pela máquina lógica do entretenimento e deve necessariamente ser ou tornar-se interessante"⁶⁴. De novo, um duplo movimento alimenta o processo: a televisão tornada videoclipe condiciona um público cada vez menos paciente e a existência de um público assim torna imperativo adequar a programação, ainda mais, a essa estética caleidoscópica⁶⁵.

No caso do discurso político, isto significa simplesmente abandonar a pretensão a qualquer reflexão mais aprofundada. Giovanni Sartori observa que, nos Estados Unidos, o *sound bite*, isto é, a duração da fala de um entrevistado em telejornal, caiu de uma média de 45 segundos, em 1978, para 10 segundos em 1988⁶⁶. No Brasil, é possível estimar que, numa ponta, a TV Globo se aproxima deste padrão, enquanto, na outra, as redes públicas permitem falas substancialmente maiores. Trata-se do que Debray chama de "metástases da comunicação audiovisual sobre a língua pública", incluindo "frases com menos de oito palavras, sacrifício dos polissílabos ao monossílabo, prioridade aos termos afetivos [...] e dinâmicos"⁶⁷.

⁶⁴ Gomes, "Propaganda política, ética e democracia", p. 59. Ver tb. Gomes, "Duas premissas para a compreensão da política espetáculo", p. 44.

⁶⁵ Embora se notem evidências de estar próximo um ponto de saturação. As próprias emissoras de televisão brasileiras têm ensaiado a diminuição do ritmo de alguns programas, em especial novelas, conforme a imprensa especializada noticiou fartamente. A montagem menos fragmentada estaria, segundo algumas análises, na raiz do sucesso de folhetins como *Pantanal* (TV Manchete, 1990), *Renascer* (TV Globo, 1994) e *O rei do gado* (TV Globo, 1996). Mas ainda não é possível identificar uma tendência plenamente constituída.

⁶⁶ Sartori, "Videopotere", in *Elementi di teoria politica*, p. 312.

⁶⁷ Debray, *Vida e morte da imagem*, p. 335.

É evidente que dentro de tão estreitos limites fica impossível discutir qualquer tema mais complexo ou avançar além de frases de efeito, via de regra ocas. Pressionados pelas redes de televisão e aconselhados por seus assessores de comunicação, os políticos se adaptam à frase curta, que encerra todo o raciocínio nela própria, isto é, à frase plenamente "editável" na TV. A tal ponto que, nas eleições presidenciais estadunidenses de 1992, os candidatos continuaram abreviando ao máximo suas declarações, embora a rede CBS tenha anunciado que garantiria *sound bites* de 30 segundos em seus noticiários⁶⁸.

Por fim - como uma campanha eletrônica do tipo da presidencial brasileira evidencia com muita clareza - o discurso político pela TV (e também pelo rádio) atinge *todos os públicos*, sem discriminação. A televisão encerra este paradoxo: cria a impressão de se dirigir a cada espectador individualmente, quando na verdade reduz todos ao estatuto de multidão⁶⁹. Embora seja possível direcionar o discurso para uma determinada platéia, não há como evitar que outros públicos também assistam a ele. Quando um candidato fala em ambiente restrito, ele pode adaptar seu discurso, que será um para o trabalhador, outro para o patrão; um no Sul ou no Sudeste, outro no Nordeste. Os programas de TV veiculados em cadeia nacional não permitem isso. Há, nesse sentido, uma total transparência, mas que na prática favorece a adoção de um discurso mais frouxo, capaz de agradar (um determinado segmento) sem alienar (os outros)⁷⁰.

⁶⁸ Trejo Delarbre, "Telecracia no es democracia", p. 112.

⁶⁹ Debray, *Vida e morte da imagem*, p. 305.

⁷⁰ E também sem aborrecê-los com uma longa discussão sobre temas que não lhes dizem respeito. O discurso se limita a sinalizar: "eu lembrei do tema", "eu conheço os problemas de tal ou qual setor".

Da mesma forma, o programa político na televisão impede a segmentação vertical do público. Ao falar com o eleitor comum, "indeciso", o candidato busca captar sua simpatia; se a platéia é de "formadores de opinião", há necessidade de um discurso mais elaborado, capaz de convencimento; com simpatizantes, o objetivo é o reforço da inclinação pelo candidato; os militantes precisam de ânimo para levar adiante a campanha e de argumentos para melhor exercer seu proselitismo. Assim, o político possui objetivos diferentes ao se dirigir a cada um desses públicos. Diante da telinha, porém, estão todos reunidos e indiferenciados.

Um exemplo, retirado das eleições presidenciais francesas de 1965, mostra essa frouxidão do discurso em grau máximo. É um trecho do debate, transmitido por rádio e TV, entre Pierre Mendès-France, representando a candidatura de François Mitterrand, e Michel Debré, apoiador do general De Gaulle. Enquanto o socialista exige definições políticas à maneira de programas, o gaullista se obstina num grau de precisão zero, apelando apenas para um símbolo presumidamente unificador, a pátria:

Mendès-France - Votando a favor de Mitterrand, sabe-se o que ele representa... Ele afirmou um certo número de intenções precisas, certos compromissos, indicou o que faria caso fosse eleito... Por outro lado, quando você vota a favor de De Gaulle, não sei de maneira alguma a favor de que política está se pronunciando!

Debré - A favor da França.

M.F. - Será a favor ou contra o acordo com a China?

D. - A favor da França, e aí é que está a diferença.

M.F. - Isso significa um acordo ou não com a Alemanha?

D. - Vota-se a favor da França⁷¹.

Em conjunto, as quatro características promovem um salto de qualidade - ou talvez, de falta de qualidade - no discurso político, que precisa ficar cada vez mais *imagético* (a palavra cede lugar à imagem), *íntimo* (a interlocução com o público é substituída pelo bate-papo com o espectador

⁷¹ Cit. in Schwartzberg, *O Estado espetáculo*, pp. 304-5.

individual), *fragmentado* (o raciocínio longo e complexo é descartado como "cansativo") e *difuso* (nenhum segmento da sociedade deve ser melindrado). Para o político formado no velho estilo discursivo, é uma adaptação penosa. Por isso, sobrevivem nos discursos políticos televisivos tantos elementos "antigos".

Ao mesmo tempo, dado que o espetáculo político não deve, sob pena de perder sua eficácia, ser visto como mero espetáculo, a completa adequação dos discursos políticos televisivos aos padrões do videoclipe seria contraproducente. O homem engravatado que fala com gravidade, empregando algumas palavras de uso pouco corrente, distingue a política do mero entretenimento televisivo: é a marca da seriedade da política.

Na "videopolítica", para usar o termo cunhado por Giovanni Sartori, é a política que se adapta às regras de produção simbólica da mídia⁷². Isto significa não apenas que o discurso político muda de características, conforme visto até agora. Indica também que há uma tendência crescente para inverter a relação entre o fato político e sua divulgação: a divulgação precede o fato, uma vez que é com vistas a ela que o fato efetivamente ocorre⁷³.

Pode parecer uma informação óbvia, mas ela é sonogada daquele espectador que vê as "notícias". Para ele, *há* a reunião ministerial, a visita do líder partidário ao sindicato, o encontro dos dois chefes de nação, a passeata das ONG's. A imprensa apenas *registra*. O fenômeno não se restringe à política; é igualmente marcante, por exemplo, nos esportes, organizados cada

⁷² Sartori, "Videopotere", in *Elementi di teoria politica*, passim. O argumento do cientista político italiano foi assim sintetizado por Heloíza Matos: "Num ambiente mediatizado, ocorre mais do que um processo de transação entre a mídia e a política. O sistema político organiza-se segundo as regras da rotina e da produção simbólica da mídia, minimizando o argumento racional ou ideológico e espetacularizando as mensagens políticas". Matos, "Agenda temática da pesquisa em comunicação política", pp. 20-1.

⁷³ Ver, a esse respeito, Rubim, "Dos poderes dos *media*", pp. 77-8.

vez mais em função de sua teletransmissão⁷⁴. A visibilidade permanente dos governantes e líderes partidários, que a mídia produz, tende a amplificar a faceta espetaculosa da política, fazendo com que os aspectos de espetáculo tenham que ser levados em conta em cada ação política.

2.5

O quadro da "videopolítica" vai levar muitos autores a entenderem que a propaganda política - ou mesmo toda a política - se tornou uma ramificação da publicidade comercial. Alguns o dizem em tom vagamente apologético, como o jornalista Otávio Frias Filho, para quem, ao lado de "modas idiotas", Fernando Collor importou "algumas percepções profundas", entre elas a de que "a política é cada vez mais um ramo da publicidade"⁷⁵. Outros criticam essa transformação, como faz Wilson Gomes, em termos habermasianos, enfocando a substituição do valor ético da verdade pelo critério da *performance*, isto é, do êxito, característico da publicidade comercial e da retórica em geral⁷⁶.

Parece-me que há bastante excesso nesta perspectiva. Permanecem diferenças entre a propaganda política e a publicidade comercial, algumas das quais já foram sugeridas acima. Os próprios especialistas em *marketing* político têm percebido a necessidade de marcar essa distinção, sob pena de perder eficácia na propaganda:

⁷⁴ Umberto Eco fornece um exemplo bizarro no campo do espetáculo político: o casamento do príncipe herdeiro do Reino Unido, em 1981. O vestido da noiva foi projetado não para ser visto pelo público presente, mas para ser filmado de cima. Mesmo os cavalos foram tratados com pílulas especiais, para que seus excrementos ganhassem "uma cor igualmente pastel, entre o bege e o amarelo, muito luminosa, de maneira a não chamar atenção [na teletransmissão] e a harmonizar-se com as cores suaves das roupas femininas". Eco, "Tevê: a transparência perdida", in *Viagem na irrealidade cotidiana*, p. 199.

⁷⁵ Frias Filho, "Vendem-se candidatos". *Folha de S. Paulo*, 4/8/94, p. 1-2.

⁷⁶ Gomes, "Estratégia retórica e ética da argumentação na propaganda política", pp. 121-6.

Os mesmos conselheiros em marketing político que há quinze anos insistiam sobre a importância do "look" e das técnicas de comunicação denunciam hoje a "super-mediatização" política. De fato, eles apenas previnem a lassidão dos políticos a respeito de técnicas que não são tão eficazes quanto estes especialistas lhes faziam crer. Eles se tornam os artesãos de uma nova moda, de qualquer maneira inelutável, a moda do "falar invulgar" [*parler rare*], do fim da "política espetáculo" e do regresso dos políticos às estratégias de comunicação, a fim de se poderem manter neste mercado⁷⁷.

O exagero da assimilação completa da comunicação política à publicidade comercial fica patente, por exemplo, quando Gomes diz que o que a propaganda política vende é a auto-imagem do eleitor: "As mensagens que os vendem [candidatos, idéias, programas etc.] centram-se cada vez mais em mecanismos conotativos cujos contratos engajam o eleitor: o eleitor 'moderno' vota em fulano, que é moderno; o eleitor 'honesto' escolhe [*sic*] tal partido etc."⁷⁸

Ou ele está dizendo *pouco* - apenas mencionando os mecanismos de identificação entre político e cidadão, que não são, muito pelo contrário, privilégio da "videopolítica" - ou *demais*, tentando forçar uma homologia com a publicidade comercial. Um eleitor socialista (ou liberal) votará em tal ou qual candidato, conforme ele seja socialista (ou liberal). Se a percepção da realidade política é construída em termos de modernidade *versus* atraso, como no exemplo de Gomes, é natural que os mecanismos de identificação passem a incluir tais pólos.

Muito diferente é reduzir as opções políticas a meros símbolos de *status*, com função de reforço da personalidade, tal como a utilização deste ou

⁷⁷ Champagne, *Faire l'opinion*, p. 33.

⁷⁸ Gomes, "Estratégia retórica e ética da argumentação na propaganda política", p. 128. Compare-se com uma descrição dos mecanismos da publicidade comercial: "A publicidade está sempre voltada para o futuro comprador. Oferece-lhe uma imagem dele próprio que se torna fascinante graças ao produto ou à oportunidade que ela está procurando vender. A imagem, então, torna-o invejoso de si mesmo, daquilo que ele poderia ser. Mas que é que o torna pretensamente invejável? A inveja dos outros". J. Berger, cit. in Vestergaard e Schröder, *A linguagem da propaganda*, p. 89.

daquele produto, seja um automóvel importado ou uma grife de *jeans*. O consumo de símbolos de *status* é, por definição, ostentatório. As opções políticas não o são, salvo, talvez, por uma minoria ativista. E, ao menos em tese, essa minoria está em melhores condições para compreender com mais profundidade o jogo político, conhecendo os conflitos de interesse que são o motor da política.

O fenômeno que está ocorrendo é, na verdade, a formação de uma hegemonia neoliberal, que se apropriou da "modernidade" e, ao mesmo tempo, transformou a oposição entre modernidade e atraso num dos eixos fundamentais do debate político. O importante é que a noção de "moderno" também é construída politicamente, é objeto de luta entre diferentes grupos (mesmo que, neste exato momento, pareça que a luta já foi vencida em definitivo por um dos lados).

Seria mais correto dizer, com Marilena Chauí, que a publicidade altera a competição pública. Ela abandona partidos, ideologias e candidatos para se fazer em torno de "imagens que disputam valores como 'credibilidade', 'confiabilidade', 'responsabilidade', 'inovação', 'prestígio'"⁷⁹. Mesmo nessa formulação menos radical, é preciso matizar. A publicidade comercial não *altera*, expressão que lhe concede uma autoridade completa sobre a competição política; antes, ela *impele à alteração*. Entre as técnicas importadas da propaganda e as armas "nativas" do embate político há uma complexa combinação, que não é indiferente, aliás, às disputas de poder dentro do *staff* de líderes e candidatos, entre publicitários e especialistas políticos tradicionais⁸⁰.

⁷⁹ Chauí, "Público, privado, despotismo", p. 386.

⁸⁰ Sobre este último ponto, ver Champagne, *Faire l'opinion*, pp. 30-3.

Tanto quanto a concepção de Gomes, a de Chaui se ressentia de uma percepção do fenômeno Collor como a vitória universal e irrevogável de uma forma de fazer campanha política - e mesmo fazer política *tout court* - que suprimiria todas as outras. As eleições de 1994 revelaram o equívoco. Até como uma reação natural de saturação, mais ainda com a revelação pública incontestável da farsa que era Collor, ocorreu um refluxo do tipo de propaganda a ele associado.

Cabe lembrar - voltando, por um momento, à discussão sobre a impossibilidade da transparência absoluta no discurso - que o político não é o orador "ingênuo", que simplesmente diz o que pensa. Ele é um profissional da persuasão, que tem por tarefa convencer os ouvintes e que irá, obrigatoriamente, aprender uma certa técnica⁸¹. Antes, a técnica era a oratória de praça pública, com sua empostação peculiar, sua gesticulação e mesmo o uso da indumentária adequada. Hoje, essa habilidade perdeu importância relativa, cedendo espaço a técnicas apropriadas aos meios eletrônicos de comunicação.

Torna-se interessante, aqui, a distinção que faz Laurent Habib entre comunicação política e *marketing* político. Enquanto a primeira visa "valorizar e promover homens e idéias, propostas ou programas que supor-se-á, por hipótese, predefinidos", o segundo procura adequar "as expectativas dos eleitores e as propostas do candidato", considerando, portanto, "o candidato e seu programa como simples produtos, criados, modificados ou adaptados em função do mercado"⁸².

⁸¹ Cranston, "Política e ética", p. 239.

⁸² Habib, "La communication électorale", p. 91.

Isto significa que a aprendizagem do uso dos modernos meios de comunicação é imprescindível para o êxito de qualquer partido ou personalidade; mas esse uso pode obedecer a diretrizes mercadológicas ou propriamente políticas (no sentido de divulgação de um projeto de sociedade). As características da mídia, no entanto, ou ao menos as expectativas geradas no público pela prática da televisão comercial, tornam mais difícil a veiculação de genuínos debates políticos e favorecem a abordagem centrada no *marketing*.

Assim, as técnicas da publicidade comercial condicionam, contaminam e - por que não dizer? - *desvirtuam* pesadamente a propaganda política. Ofício por essência manipulativo, a publicidade tende a romper a ligação entre forma e conteúdo, ou melhor, entre *aquilo que se fala e aquilo sobre que se fala*. David Harvey expressa apenas uma evidência ao observar que "a publicidade já não parte da idéia de informar ou promover no sentido comum, voltando-se cada vez mais para a manipulação dos desejos e gostos mediante imagens que podem ou não ter relação com o produto a ser vendido"⁸³.

A colonização do discurso político pelas técnicas de propaganda comercial trabalha contra o debate entre as posições partidárias e inibe a exposição de argumentos. Nessa abordagem publicitária da política, o que interessa é o estalo de momento das "duplas de criação", a "sacação", não importa o quão *nonsense* seja. Foi assim que a campanha de Jacques Chirac, enfim vitorioso para a presidência da França nas eleições de 1995, usou o bordão "Comam maçãs!", uma referência ao símbolo do candidato (uma

⁸³ Harvey, *A condição pós-moderna*, p. 259.

macieira): exemplo máximo de *slogan* não apenas despolitizado, como desprovido de *qualquer* conteúdo.

Essa é, com certeza, uma conseqüência notável do *marketing* eleitoral, que caminha no sentido da diluição dos conteúdos das mensagens, a fim de não alienar qualquer segmento do público. Por outro lado, pesquisas prévias de opinião revelam o que esse público pretensamente deseja ouvir, enquadrando o discurso político no senso comum. A função própria do político, seja do líder individual, seja do movimento coletivo, é esvaziada e, no limite, suprimida: a função criativa daquele que aglutina interesses, dá forma a aspirações, molda a partir desses elementos difusos um projeto.

A utilização maciça das sondagens, que possuem uma abordagem marcadamente mercadológica da realidade social⁸⁴, é encarada algumas vezes como uma espécie moderna de democracia direta, sobretudo porque as técnicas de amostragem, bem desenvolvidas, suscitam poucos reparos de ordem científica. Na verdade, as pesquisas promovem a adulteração do sentido da "opinião pública", transformada no simples somatório das opiniões particulares. Os pressupostos, de caráter plebiscitário, são de que as questões colocadas pelos entrevistadores interessam igualmente a todos, que todos têm iguais condições de responder e que todas as opiniões têm o mesmo peso social. Nada disso efetivamente acontece. Por isso, o sentido original de "opinião pública" é o conjunto das opiniões que *vêm a público*, isto é, que querem se fazer ouvir, através de cartas aos jornais, passeatas, abaixo-assinados, greves, pressões sobre parlamentares.

⁸⁴ Sobre as pesquisas de opinião, apoiei-me extensamente em Bourdieu, "L'opinion publique n'existe pas", in *Questions de sociologie*, pp. 222-35; *La distinction*, pp. 464-541; e "A sondagem: uma 'ciência' sem cientista", in *Coisas ditas*, pp. 221-8; e em Champagne, *Faire l'opinion* e "Les sondages, le vote et la démocratie".

Pouco após a Segunda Guerra Mundial, um autor como Serge Tchakhotine podia afirmar, entusiasmado, que o "método Gallup" iria substituir, com vantagens, as consultas eleitorais, "sempre falsificadas pelas propagandas que, agindo sobre as afetividades, fazem apelo ao estupro psíquico das massas, em benefício dos aventureiros audaciosos ou dos poderosos"⁸⁵. Mas, junto com a influência falseadora da propaganda, as sondagens eliminam o *debate* prévio entre as diferentes posições. Simples somatório de "respostas"⁸⁶, dadas em geral sem convicção e sem conhecimento de causa, elas falsificam por completo a fotografia da opinião pública que pretendem ser.

Ao prender seu comportamento às pesquisas de opinião pública, portanto, o político se prende a uma quimera e, ao mesmo tempo, abdica de suas funções de liderança. Dentro de contexto bem diferente, E. P. Thompson já observava que o demagogo, "esforçando-se sempre em dizer o que pudesse suscitar a aclamação mais viva", não é "o líder, mas o prisioneiro da parcela mais instável da multidão"⁸⁷. Tendo numa ponta as pesquisas "qualitativas" de

⁸⁵ Tchakhotine, *Le viol des foules par la propagande politique*, p. 546. Biólogo e psicólogo pavloviano, Tchakhotine foi um dos chefes da propaganda bolchevique após a vitória da revolução. Mais tarde, emigrou para a Europa ocidental, colaborando com a social-democracia alemã. Foi o idealizador da "frente de bronze", que obteve impressionantes êxitos eleitorais, no começo dos anos 30, ao voltar contra os nazistas as mesmas armas propagandísticas que usavam. A direção do partido social-democrata, porém, relutou em estender a toda a Alemanha os métodos preconizados por Tchakhotine.

⁸⁶ "Estas pesquisas não recolhem diretamente 'opiniões', mas apenas 'respostas' a questões de opinião que podem, em proporções variáveis segundo os grupos sociais e os temas abordados, corresponder ou não a opiniões efetivas". Champagne, *Faire l'opinion*, p. 111.

⁸⁷ Thompson, *A formação da classe operária inglesa*, v. 3, pp. 211-2. Ou, como observa Debray, "a unidade nunca foi critério na ordem científica (a não ser, no limite, negativo). Mas ela é constitutiva da ordem política (ou religiosa). O vício apologético consiste em fazer dela precisamente um argumento lógico em si". Debray, *Critique de la raison politique*, p. 179.

opinião (sobre o que os cidadãos querem ouvir)⁸⁸ e na outra as técnicas da manipulação publicitária, o discurso político se despe de qualquer conteúdo.

Entre as assessorias políticas, as sondagens de opinião são consideradas imprescindíveis. Entrevistas com os coordenadores de comunicação dos dois principais candidatos nas eleições presidenciais brasileiras de 1994 mostram esse fato com clareza. Para Rui Rodrigues, do *staff* de Fernando Henrique Cardoso, "sem pesquisa de opinião não dá para trabalhar. É a ferramenta mais importante"⁸⁹. Marcus Sokol, da assessoria de Lula, cita o uso intensivo de pesquisas como a demonstração de que o PT havia superado o "amadorismo" e a "improvisação" da campanha presidencial anterior⁹⁰. Evidentemente, o problema não é a utilização ou não das sondagens, mas o peso que elas recebem.

Sob outra forma - as pesquisas pré-eleitorais - as sondagens interferem profundamente na visão da política transmitida pela imprensa. As pesquisas de intenção de voto

permitem, numa campanha eleitoral, criar um verdadeiro suspense que, dia após dia, contribui para manter a atenção de leitores e de telespectadores que, na maioria, estão pouco interessados pelos debates políticos, com o que eles podem ter de complexo, de difícil, de específico e, por isso, de desinteressante para os profanos. Em suma, essas sondagens tornam possível uma apresentação atraente da luta política, sobre o modelo, mais familiar ao "grande público", da competição esportiva ou da confrontação de personalidades⁹¹.

O foco permanente no resultado das pesquisas, assim, contribui para *personalizar* a disputa política e esvaziar o debate.

⁸⁸ Sobre o uso das pesquisas qualitativas na campanha presidencial brasileira de 1994, ver "O laboratório dos candidatos". *Veja*, 3/8/94, pp. 28-33.

⁸⁹ Rodrigues e Sokol, "O *marketing* eleitoral de Fernando Henrique e Lula", p. 119.

⁹⁰ Id., p. 122.

⁹¹ Champagne, "Les sondages, le vote et la démocratie", p. 76.

Além disso, as pesquisas repercutem de forma significativa no resultado das próprias eleições. Promovem, em primeiro lugar, o chamado efeito *bandwagon* (voto nos favoritos), bem como seu inverso, o *underdog* (voto contra os favoritos), embora haja controvérsia sobre a dimensão desta influência. Talvez seja mais importante seu impacto sobre o ânimo dos militantes e as disposições dos financiadores de campanhas⁹². Não se trata de pregar a proibição da divulgação de prévias, como os legisladores volta e meia tentam fazer⁹³, mas de estar consciente de seus efeitos.

As características dos discursos eleitorais na era da "videopolítica" e do *marketing* tornam difícil falar em "mito", se se exige que ele contenha de fato uma narrativa, conforme as definições tradicionais. Como faz Pierre Ansart, então, é útil entender por mito "não necessariamente uma narrativa constituída, mas uma síntese na qual o imaginário leve a melhor sobre a elaboração doutrinária"⁹⁴. Isto é, não é o relato elaborado, que parece essencial à composição do mito nas sociedades primitivas (e mesmo, em menor medida, na concepção de Georges Sorel), mas a condensação de conteúdos em imagens alusivas. É um fenômeno que Barthes já levava em conta, em seu estudo das mitologias contemporâneas. Em vez de uma narrativa completa que deforme e naturalize o colonialismo francês, uma única fotografia - a do soldado africano saudando a bandeira tricolor - que resume seu conteúdo.

⁹² Bogart, *Silent politics*, p. 27.

⁹³ "O destino das urnas não é 'mais verdadeiro' quando é o resultado de escolhas individuais feitas na cegueira dos efeitos de agregação coletiva que são inerentes à lógica eleitoral do que quando é feito com um pouco mais de conhecimento de causa". Champagne, "Les sondages, le vote et la démocratie", p. 91. Para evitar o efeito de "corrida de cavalo" a que as prévias tendem a reduzir a campanha, o autor lança a curiosa sugestão de permitir a divulgação de resultados *apenas* na semana que precede a eleição. Assim, o debate político não seria desvirtuado e, ao mesmo tempo, os votantes poderiam fazer opções estratégicas diante do quadro eleitoral. Ver *id.*, p. 92.

⁹⁴ Ansart, *La gestion des passions politiques*, p. 75.

Isso porque, dado o caráter fragmentado e plástico que a mídia impõe e a diluição de conteúdos própria da publicidade, o relato mítico perde seu espaço. No lugar de uma *narrativa*, no sentido preciso da palavra, surgem *flashes* que irão remeter a narrativas ou temas míticos já sedimentados no imaginário social. É importante ter essa observação em mente durante toda a análise que se segue, sobre o mito político na campanha eleitoral brasileira para a Presidência da República em 1994.

2.6

O discurso político, sobretudo em situação eleitoral, é marcadamente dialógico, no sentido que Mikhail Bakhtin dá à palavra. Embora o filólogo russo tenha forjado o conceito em vista de um horizonte bem diferente, no bojo de uma teoria do romance, ele é plenamente aplicável à disputa eleitoral. O caráter dialógico implica, em primeiro lugar, a permanente interação com os discursos anteriores sobre o objeto da fala, já que

todo discurso concreto (enunciação) encontra aquele objeto para o qual está voltado sempre, por assim dizer, já desacreditado, contestado, avaliado, envolvido por sua névoa escura ou, pelo contrário, iluminado pelos discursos de outrem que já falaram sobre ele. O objeto está amarrado e penetrado por idéias gerais, por pontos de vista, por apreciações de outros e por entonações. [...] Ele se entrelaça com eles em interações complexas, fundindo-se com uns, isolando-se de outros, cruzando com terceiros; e tudo isso pode formar substancialmente o discurso, penetrar em todos os seus estratos semânticos, tornar complexa a sua expressão, influenciar todo o seu aspecto estilístico⁹⁵.

Em outras palavras, o discurso precisa se estabelecer em meio a um emaranhado de construções discursivas anteriores. O objeto sobre o qual se fala já está saturado de significados e de interpretações, e o novo discurso, quando possui caráter dialógico, procurará se apoiar em alguns, reformar

⁹⁵ Bakhtin, *Questões de literatura e de estética*, p. 86.

outros, destruir outros ainda. Sua capacidade persuasiva dependerá das relações que estabelece com essas construções discursivas prévias.

Mas a dialogicidade não se refere apenas aos discursos anteriores: ela inclui também os posteriores, isto é, o discurso de tipo dialógico leva em conta as respostas que suscitará, está sempre pronto a responder às respostas ainda não formuladas, mas já esperadas⁹⁶. O discurso político - em situação de competição democrática - se enquadra muito bem nesta definição. Ele é inteiramente conformado pelos diagnósticos, propostas e pontos de vista que o antecederam, instituindo-se contra alguns e a favor de outros; em especial, precisa estabelecer uma relação com as visões hegemônicas ou de senso comum sobre as questões que aborda. E cria estratégias de antecipação para neutralizar as possíveis objeções que se levantarão contra ele.

Num regime não democrático, porém, o discurso político pode assumir, como muitas vezes o faz, o formato monológico. Quando o discurso do poder é o único, ele tem condição de se revestir de um caráter dogmático. Isso não quer dizer que ele deixe de estar em relação com os discursos que o precederam: nenhum discurso existe desta forma, isolado no tempo e no espaço. Mas a fala dogmática abafa a voz do outro dentro de si. Este encobrimento não é possível em situação democrática, quando o conflito é indisfarçável e os diferentes discursos concorrentes se encontram em situação de idêntica legitimidade, cada um apresentando ao público a sua visão de um mesmo objeto.

O discurso político, sobretudo em ambiente pluralista, é sempre, na verdade, um momento do debate político que tende a incorporar em si o conjunto deste debate - reconstruindo-o a partir de seu próprio ponto de vista

⁹⁶ Id., p. 89.

- e a projetar sua continuidade. Justamente por isso, a abordagem lingüística dos discursos políticos é equivocada⁹⁷. As técnicas formalistas de análise do discurso, que buscam entendê-los enquanto unidades auto-suficientes e auto-referentes, perdem do vista o essencial, que é a moldura dialógica, sincrônica e diacrônica, que os envolve.

A teoria de Bakhtin permite, desta forma, apreender o discurso político como elemento integrante e indissociável de um conjunto dinâmico e historicamente construído de réplicas e tréplicas - mas em que, como num holograma, cada parte, isolada, reflete o todo. E os discursos colhidos no âmbito de uma disputa eleitoral (ainda mais numa campanha eletrônica estruturada como a brasileira, que coloca os postulantes lado a lado) revelam, com a máxima clareza, estas características, já que a referência aos discursos alheios é indisfarçável, mesmo entre aqueles candidatos que alegam fazer uma campanha "positiva", de "apresentação de propostas", sem preocupação com os adversários. Mas a presença dos adversários, a existência de uma concorrência direta e o choque dos discursos como principal arma na peleja são evidências que se impõem mesmo ao eleitor-telespectador mais desavisado.

2.7

Entre as características mais marcantes da política, quaisquer que sejam os critérios utilizados para defini-la, está a intermediação do *discurso*. Não há política muda e, na verdade, como observa Hannah Arendt, a maior parte das ações políticas são realizadas por meio da palavra. Nem por isso, no entanto, é correto reduzir a política a mero espetáculo - no sentido de uma

⁹⁷ Para uma síntese da crítica à lingüística inspirada nos escritos de Bakhtin, ver Hirschkop, "Bakhtin, discourse and democracy", pp. 95-6.

movimentação de fachada desprovida de relevância prática, como fazem certos críticos da política, entre eles Murray Edelman e Georges Balandier. Através da palavra, a atividade política contribui, muitas vezes de forma decisiva, para o reordenamento da realidade social. Mesmo que possua aspectos de espetáculo, o que é verdade, a política não é mera fachada inócua, destinada a esconder a atividade *real* oculta nos bastidores. Ela repercute na vida de mulheres e homens, que através dela podem também procurar transformar o mundo social, criar para si um novo futuro em comum.

Se a política fosse apenas espetáculo, fachada, a questão da ética política não se colocaria - ou, ao menos, seria secundária. Já que a esfera da política é relevante, o problema da ética se impõe. A ética política, convém lembrar, não se limita ao compromisso de probidade no trato com os bens coletivos, algo que, mais do que à política, pertence à ética da administração pública. Ela incorpora também, como quer Marilena Chaui, a recusa do recurso à violência e o reconhecimento da legitimidade do dissenso. Mas há ainda um aspecto que se liga diretamente ao caráter *discursivo* da prática política. O anúncio transparente do projeto político que se deseja implantar, uma vez conquistados os instrumentos de poder necessários para tanto, é o ponto central dessa que se pode chamar de *ética da representação política*, representação sempre mediada pelo discurso.

Nas sociedades contemporâneas, essa mediação passa, cada vez mais, pela mídia. Ela vem alterando a percepção da política, tanto entre as "massas" quanto entre as "elites". Vem transformando, em especial, o discurso político, constringido a se adaptar à lógica dos novos meios de comunicação. A televisão, em especial, impele-o a um registro imagético (predominância da imagem sobre a palavra), íntimo (predominância do pretense bate-papo individual sobre a interlocução com um público), fragmentado

(predominância do *flash* sobre o raciocínio elaborado) e difuso (ao se dirigir a todas as platéias, sem distinção, evita-se o aprofundamento da discussão e a tomada clara de posições).

Paralela e concomitante à influência da mídia, há a da publicidade comercial, que reforça a tendência à diluição dos conteúdos do discurso político. Une-se a elas, ainda que de forma secundária, a utilização maciça de sondagens de opinião pública, que orientam a formulação do discurso, enquadrando-o no senso comum. Perde-se, assim, a função própria do líder político, que não é tão-somente expressar a opinião da massa, mas de contribuir para (re)formá-la - a função do "intelectual orgânico", para falar em termos gramscianos.

Embora o mito seja em geral definido como uma narrativa (o relato das origens, como diz Mircea Eliade), o mito político numa sociedade "midiacêntrica" não poderá manter essa característica. Pelo caráter fragmentário e difuso que impõem ao discurso, os meios de comunicação de massa impedem a plena constituição das narrativas. Em seu lugar, estão *flashes* míticos, condensações de conteúdo, que aludem a elementos pré-construídos do imaginário social.

3. A conjuntura eleitoral

3.1 - *Descompasso entre expectativas e resultados das transições democráticas na América latina. — Especificidade da transição brasileira.*

3.2 - *Avanços e limitações do processo eleitoral no Brasil. — Influência do poder econômico e dos meios privados de comunicação. — Utilização da máquina estatal. — Inoperância da Justiça Eleitoral. — Sobrevivência do coronelismo.*

3.3 - *Continuidade política e partidária em relação à ditadura. — O Congresso Nacional no período autoritário. — O quadro partidário após 1985. — Alianças políticas em 1994. — "Bipolarização precoce" do pleito. — Dificuldades estratégicas de Lula. — Aproximação do PSDB ao neoliberalismo. — Os candidatos menores.*

3.4 - *O impeachment de Collor. — A CPI da Comissão de Orçamento. — Descrédito do governo Itamar. — O Plano Real. O envolvimento do governo na campanha. — Outros eventos que moldaram a conjuntura eleitoral.*

3.5 - *O horário de propaganda eleitoral na televisão. — Restrições da legislação à produção dos programas. — Propaganda eleitoral e construção do cenário político. Conseqüências da legislação restritiva.*

3.6 - *Resumo do capítulo.*

3.1

O Brasil realizou, em outubro e novembro de 1994, as maiores eleições de sua história, com a renovação de quase todos os cargos eletivos em nível federal e estadual (permaneceu apenas um terço do Senado, com mandato até 1999) e a presença de 90 milhões de eleitores inscritos. Como costuma acontecer, a eleição para o cargo mais elevado, a Presidência da República, foi preponderante nas preocupações dos eleitores, da imprensa e da elite política, ofuscando, em certa medida, as outras disputas.

Foi a segunda eleição presidencial direta no país desde a volta dos civis ao poder, em 1985. Esse retorno se deu *dentro* do arcabouço institucional da ditadura, com o candidato moderado de oposição, Tancredo

Neves, obtendo ampla maioria no Colégio Eleitoral criado para ungir os escolhidos do regime, graças à dissidência de um expressivo setor do partido oficialista (que adotou o nome de "Frente Liberal" e, em seguida, transformou-se no Partido da Frente Liberal). A primeira eleição direta só foi acontecer em 1989.

Uma experiência comum aos diversos países latino-americanos que emergiram de regimes militares na década de 80 foi a descoberta, às vezes dolorosa, de que a simples instalação no poder de um governo civil democraticamente eleito não resolve os problemas nacionais - nem no plano econômico ou social, nem mesmo no plano institucional. Os caóticos finais de governo de Raúl Alfonsín, na Argentina, e Alan García, no Peru, são os exemplos mais eloqüentes.

É uma situação que gera, nas palavras de um cientista político chileno, um grave descompasso, "na consciência dos atores, entre as expectativas da transição, concebida como a culminância épica das grandes lutas antiditatoriais, como o momento da Grande Mudança, e suas realidades complexas de gradualismo, acordos políticos, insuficiências e concessões"¹. A ênfase, aqui, está nos aspectos especificamente políticos, mas convém lembrar que a luta contra as ditaduras também se fez, muitas vezes, por meio da denúncia dos modelos econômicos concentracionistas e lesivos aos trabalhadores, das políticas sociais precárias e ineficientes ou mesmo da malversação do dinheiro público. Isso tudo está incluído na idéia de "Grande Mudança" à qual se refere Garretón.

O Brasil, dadas as vicissitudes da transição democrática mais "lenta e gradual" do continente, teve o discutível privilégio de experimentar essa

¹ Garretón, "Do autoritarismo à democracia política", p. 28.

desilusão em dois momentos. Primeiro, decepcionou-se com o *governo civil*, uma vez que os cinco anos do mandato presidencial de José Sarney (alçado ao poder pela morte, antes da posse, do presidente Tancredo Neves) foram marcados pela inoperância no campo social, pela incompetência em política econômica, pela corrupção no trato dos fundos públicos e, diga-se de passagem, pela forte presença militar nos assuntos de política interna. Em seguida, o país desencantou-se com o *governo eleito diretamente*. Sagrado pelas urnas em 1989, o presidente Fernando Collor foi afastado do cargo três anos depois, em meio às revelações do gigantesco esquema de corrupção por ele comandado. Nos outros campos, seu governo mostrou-se tão inepto quanto o de seu antecessor, com exceção da influência militar que, se não esteve ausente, manteve-se mais discreta.

A experiência democrática recente do país, portanto, dificilmente seria considerada exitosa. Foram consolidadas as tendências, herdadas do período militar, de ampliação das desigualdades sociais e de aprofundamento da crise econômica, com a diminuição das taxas de crescimento e o agravamento da inflação. Embora todo o período tenha sido marcado por conquistas importantes na fixação de direitos individuais e sociais, sobretudo com a *Constituição* de 1988, a situação de pobreza extrema negava a largos setores da população o desfrute de tais direitos - o "acesso à cidadania", segundo o linguajar político. Sem desprezar o alcance dos avanços institucionais, o balanço dos anos de governo civil ficava bastante aquém das expectativas que ele suscitara.

3.2

Mesmo assim, o pleito de 1994 - como o de 1989, aliás - apresentou um grau de liberdade e de garantias democráticas bastante elevado e, a rigor, sem

deixar nada a desejar, do ponto de vista formal, em relação a qualquer outro país. Houve ampla liberdade de apresentação de candidaturas (depois que o uma tentativa um tanto arbitrária de limitá-las foi barrada pelo Supremo Tribunal Federal), correspondente à plena liberdade de organização partidária vigente desde o fim da ditadura. Os candidatos dispuseram de espaço gratuito nos meios de comunicação para divulgar suas propostas. Não se noticiaram episódios graves de violência policial contra militantes ou eleitores, por mais que o candidato do PT tenha lançado denúncias na imprensa estrangeira. Inovação em relação às eleições anteriores à redemocratização, o direito ao voto atingia todos os maiores de 16 anos, inclusive analfabetos (com a única exceção dos jovens recrutados para o serviço militar obrigatório). Também foi introduzida, a partir da Constituição de 1988, a votação em dois turnos para o preenchimento dos cargos executivos no plano federal, estadual e municípios com mais de 200 mil eleitores.

É claro que essas características positivas eram em parte contrabalançadas pela intervenção descontrolada do poder econômico, pela parcialidade da mídia, pela utilização da "máquina" governamental e pela permanência, em vastas regiões do interior do país, do caciquismo político. Após as denúncias surgidas nas CPI's de Fernando Collor e da Comissão de Orçamento, a contribuição de empresas privadas para campanhas eleitorais foi oficializada, embora não controlada ou fiscalizada. A ausência de transparência nas doações - a proposta de que elas fossem públicas foi rejeitada no Congresso - comprometeu o objetivo moralizador da medida.

Os meios de comunicação, em especial as televisões e, dentre elas, a Rede Globo, possuem um alto poder de manipulação da informação que não é contrabalançado por nenhum instrumento de controle democrático. A expansão do sistema brasileiro de telecomunicações foi um dos objetivos - e

um dos êxitos - da ditadura de 1964, alimentada pela preocupação dos militares com a "integração nacional". No final da década de 80, a televisão atingia, em potencial, 94% da população do país². Mais ainda, a TV brasileira produz a maior parte de sua programação, sobretudo no chamado "horário nobre" das 20 às 22 horas. E é grande exportadora de programas para países da América latina, Europa e Ásia.

Nascida no começo do regime militar³, a princípio sob o controle do grupo estadunidense Time-Life, a Rede Globo logo se transformou no grupo hegemônico dentro do sistema de TV no Brasil. Em comercial destinado à promoção de sua imagem no exterior, veiculado no início dos anos 90, ela afirmava atingir - através de suas cinco estações e 63 afiliadas - mais de 99% do território brasileiro, manter audiência média de 78% dos espectadores, contar com 75% do orçamento publicitário nacional e produzir 95% de sua programação no horário nobre⁴. Ela possui ainda redes de rádios AM e FM, participação em dois dos principais pacotes de TV por assinatura do país (Net e Globosat), o maior diário do Rio de Janeiro (*O Globo*) e uma editora de revistas e livros, além de negócios em outras áreas (inclusive equipamentos de telecomunicações).

A Rede Globo sempre demonstrou uma indisfarçada vocação para o poder - e, em conseqüência, disposição para interferir, de forma menos ou mais aberta, mas sempre com energia, nas decisões políticas nacionais. Não restam dúvidas de que, se não determinou, sua tendenciosidade ao menos

² Rubim, "Comunicação, espaço público e eleições presidenciais", p. 8.

³ Iniciou suas atividades em 1965, embora a concessão para o estabelecimento da emissora tenha sido obtida ainda em 1957, no governo de Juscelino Kubitschek.

⁴ Cit. in Mello, *Muito além do Cidadão Kane*, p. 15. O livro é, na verdade, uma transcrição do documentário de Simon Hartog sobre a Rede Globo, feito para a televisão britânica.

contribuiu para a vitória de Fernando Collor em 1989. O episódio da edição do último debate do segundo turno daquela eleição nos noticiários da rede, feito de molde a prejudicar o candidato do Partido dos Trabalhadores, é apenas o mais escandaloso.

A constatação do concertamento de grandes capitalistas e proprietários de meios de comunicação em torno de uma candidatura não deve ser desqualificada como "visão conspirativa" da história. Pode, aliás, ser debitada apenas ao *habitus* de classe, no sentido que Bourdieu dá ao termo, isto é, uma matriz a partir da qual o indivíduo irá perceber o mundo e agir no mundo⁵. Mas convém lembrar que estes setores discutiam sua postura conjunta em relação ao processo eleitoral, no Conselho Político da Fiesp e em fóruns menos institucionalizados. Assim, em 1994 um candidato - Fernando Henrique Cardoso - foi realmente "eleito" pelas elites já no início do processo eleitoral. Em 1989, ao contrário, esse apoio foi distribuído por vários candidatos que ocupavam o centro e a direita do arco político, só no segundo turno se concentrando, unanimemente ou quase, em Fernando Collor.

A utilização de recursos do governo em favor de um ou outro candidato é prática corrente, e não apenas no Brasil. Aqui, entretanto, há uma marcante diferença entre os pleitos de 1989 e 1994. Em 1989, com Sarney chegando desmoralizado ao fim do mandato, nenhum candidato se apresentou como situacionista - nem mesmo Ulysses Guimarães e Aureliano Chaves, postulantes à Presidência pelos partidos que compunham o governo. As simpatias do primeiro escalão estavam divididas entre esses dois concorrentes e Fernando Collor, que se apresentava como feroz opositor e chegou a ter um desentendimento sério com um dos pró-homens de Sarney, o ministro-

⁵ Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, p. 175; Bourdieu, *Le sens pratique*, p. 99.

chefe do SNI, general Ivan de Souza Mendes (a quem chamou de "generaleco"). Em 1994, o governo Itamar Franco estava todo mobilizado a favor do candidato Fernando Henrique Cardoso.

É notável, no caso brasileiro, a inoperância da justiça eleitoral na averiguação de denúncias de abuso do poder econômico e utilização da "máquina" oficial⁶. Por desaparecimento ou falta de vontade política, essas denúncias em geral ficaram sem ser investigadas. Nos casos em que o foram, quase sempre a morosidade e a superficialidade das investigações tornavam seu resultado inócuo. Assim, as denúncias foram reduzidas a peças de retórica eleitoral. Falsas ou verdadeiras, eram tornadas equivalentes pela ausência de uma apuração que as confirmasse (ou não) e punisse os eventuais responsáveis.

Finalmente, há a sobrevivência dos "currais eleitorais" nos chamados "grotões", regiões pobres e relativamente isoladas do interior do país. Segundo a conceituação clássica de Victor Nunes Leal, o coronelismo é uma solução de compromisso entre o poder privado em decadência e o poder público emergente:

A superposição do regime representativo, em base ampla, a essa inadequada estrutura econômica e social, havendo incorporado à cidadania ativa um volumoso contingente de eleitores incapacitados para o consciente desempenho de sua missão política, vinculou os detentores do poder público, em larga medida, aos condutores daquele rebanho eleitoral⁷.

⁶ Maria Tereza Sadek buscou demonstrar o contrário, afirmando que "a Justiça Eleitoral tem de fato conseguido escapar à imagem de inoperância e de defesa de interesses privatistas que macula a maioria das instituições" ("A justiça eleitoral no processo de redemocratização", p. 174). Sem me estender no ponto, observo que o simples acompanhamento das eleições presidenciais de 1989 e 1994, sem falar de diversas eleições estaduais e locais por este Brasil afora, contradiz sua conclusão. Os próprios exemplos que a autora mobiliza para sustentar sua tese são, para dizer o menos, ambíguos.

⁷ Leal, *Coronelismo, enxada e voto*, p. 253.

Embora Leal, já no final dos anos 40, advertisse para a erosão das bases deste compromisso, em meados dos anos 90 ainda era possível perceber sua permanência, é verdade que de forma bem menos generalizada. Persistiam em muitos pontos do país, sobretudo, alguns dos elementos secundários do sistema coronelista, como o mandonismo local e os chamados "currais eleitorais". Uma reportagem feita às vésperas da eleição na área rural de Pernambuco mostrava camponeses sem acesso a rádio ou televisão, incapazes de citar o nome de um único candidato pois "o rapaz [isto é, o cabo eleitoral] diz pra gente só no dia"⁸. Casos extremos como esse representavam, sem dúvida, uma parcela ínfima do eleitorado. Mas o fenômeno do mandonismo local era (e é) bem mais disseminado.

Desta forma, as eleições brasileiras combinavam um enquadramento democrático bastante amplo com graves mazelas, algumas comuns às democracias representativas (o desinteresse e a desinformação de ampla parcela do eleitorado, a influência desmesurada do poder econômico), outras peculiares ao quadro nacional.

3.3

Ao contrário de outros países redemocratizados na América latina, entre os quais a Argentina, o Uruguai, o Chile e o Peru são os exemplos mais evidentes, o Brasil *não* recompôs seu quadro partidário pré-ditadura após o retorno dos civis ao poder. Entre os fatores que contribuíram para esse resultado estão o enraizamento relativamente menor dos partidos brasileiros

⁸ A única preocupação que transparece na entrevista com o camponês é o cardápio do dia da eleição: "Eles dão o almoço, na cidade, com carne. Quer dizer, sempre tem carne. A não ser que dessa vez falte, mas acho que não. Não é possível que falte. Tomara que não falte, pois carne anda difícil por aqui. Acho que o rapaz vai arrumar almoço com carne. Só faltava não ter carne dessa vez. Aí vai ser de lascar". Xico Sá, "Eleição nos 'grotões' faz cidadãos por um dia", *Folha de S. Paulo*, 11/9/94, p. Esp.-8.

do período 1945/1965, a longevidade do governo autoritário e, sobretudo, a permanência de vida parlamentar e partidária, mesmo que manietada, durante quase toda a ditadura.

O Congresso Nacional foi privado de poder, algumas vezes fechado e sofreu regularmente a ablação de seus membros mais indesejáveis. Outras mazelas poderiam ser listadas: sua divisão partidária fora imposta arbitrariamente, era eleito em pleitos não-livres e, a partir de 1979, um terço de sua câmara alta passou a ser nomeado (os "senadores biônicos", criados pelo pacote de medidas de exceção baixado em abril de 1977). Apesar disso, a presença de um Congresso em funcionamento e de eleições periódicas não pode ser desprezada:

Embora o poder do Congresso tenha sido reduzido e sua liderança silenciada ou cooptada durante o regime autoritário, sua habilidade de deslegitimar o regime e, em certas ocasiões, de vetar ou subverter as iniciativas do presidente jamais foi completamente eliminada. Em certas ocasiões, a política pode ter sido controlada e restringida, mas jamais foi extinta⁹.

O custo de conservar um parlamento ao mesmo tempo *aberto* e *controlado* era alto. Como observa Abdo Baaklini, havia uma incoerência entre manter o Congresso em funcionamento como forma de legitimação do regime e precisar recorrer de tempos em tempos a medidas deslegitimadoras para garantir a submissão deste Congresso¹⁰. As cassações, pacotes, medidas de exceção e casuísmos eleitorais representavam um desgaste sempre renovado (talvez os golpistas de outros países, que simplesmente fecharam os legislativos após a vitória, tenham estado mais atentos à máxima maquiaveliana de que é melhor praticar todo o mal de uma só vez).

⁹ Baaklini, *O Congresso e o sistema político do Brasil*, p. 366.

¹⁰ Id., p 364.

A manutenção do processo eleitoral foi útil para a oposição que, bem ou mal, garantia um espaço de manifestação. Também foi útil para o regime, que encontrava nas eleições um *feedback* que em geral falta aos governos autoritários. Assim, a derrota do partido situacionista no pleito de 1974, notadamente nas regiões mais urbanizadas e desenvolvidas do país, sinalizou o desgaste da ditadura e reforçou as tendências internas do regime favoráveis à distensão política.

Tudo isso favoreceu a permanência, no Brasil, do sistema partidário herdado da ditadura - que, por sua vez, fora modificado ao longo do período autoritário de acordo com as necessidades do regime. Em 1965, os golpistas vitoriosos no ano anterior decidiram "simplificar" o sistema pluripartidário então vigente instituindo um rígido bipartidarismo, com um partido de situação (Arena) e outro de oposição (MDB). Isso sem dúvida correspondia à sincera intenção dos militares de dotar o país de um sistema partidário semelhante ao estadunidense, que consideravam mais estável; mas também era uma resposta às dificuldades políticas da ditadura, derrotada pouco antes em eleições para importantes governos estaduais¹¹.

As velhas lealdades foram acomodadas nas novas siglas pelo artifício das "sublegendas". Com o passar do tempo, porém, a identificação com os partidos pré-1965 perdeu força e a Arena e o MDB ganharam maior nitidez. Este último, em especial, amealhou expressivo prestígio popular. Uma pesquisa realizada em 1978, na periferia da cidade de S. Paulo, mostra a fixação da imagem da legenda oposicionista como "o partido dos pobres"¹².

¹¹ Para uma breve descrição da conjuntura imediatamente anterior à edição do Ato Institucional nº 2, que entre outras providências extinguiu os partidos existentes, ver Skidmore, *Brasil: de Castelo a Tancredo*, pp. 96-102.

¹² Caldeira, "Para que serve o voto?", pp. 90-5.

Não é à toa que, até pelo menos o final dos anos 80, partidos e candidatos buscavam se associar à história do MDB, considerada um importante trunfo eleitoral.

O prestígio do MDB, refletido nas eleições de 1974 e 1978, motivou a reforma partidária de 1979, voltada para ampliar o partido do regime e dividir a oposição. Formaram-se seis partidos, mas uma manobra mal-pensada do governo, que proibiu as coligações e exigiu a vinculação dos votos em todos os níveis, levou à fusão das duas maiores legendas oposicionista então criadas, PMDB e PP, poucos meses antes das eleições de 1982. Os cinco partidos restantes - o governista PDS, o PMDB como sucessor do MDB, o PT nascido dos renascentes movimentos sociais e dois auto-proclamados herdeiros do antigo trabalhismo, PDT e PTB - permaneceram até o fim da ditadura.

O relaxamento das exigências para a formação de partidos gerou uma explosão de legendas após 1985. As mais importantes delas foram o Partido da Frente Liberal, agrupamento dos dissidentes do regime que oficializou sua cisão do PDS logo no início do ano, e o Partido da Social-Democracia Brasileira, criado por integrantes da esquerda do PMDB em meio aos trabalhos do Congresso Constituinte (1987-88). Dois partidos comunistas, um de linha soviética e outro de linha albanesa, emergiram da clandestinidade (na verdade, desde os últimos anos da ditadura, semi-clandestinidade) a que estavam confinados.

Surgiu, sobretudo, uma miríade de partidos sem programa nem expressão, "legendas de aluguel" destinadas exclusivamente a proporcionar espaço no mercado eleitoral a indivíduos que não o obtinham através de agremiações mais estruturadas. A maior dificuldade era descobrir a sigla, pois as boas combinações de letras, incluindo palavras na moda, como

"democrático", "trabalhista", "popular" ou mesmo "municipalista", foram logo ocupadas. Um sintoma da inflação de legendas: o Tribunal Superior Eleitoral fornecia a cada uma um número de dois dígitos, que identificaria seus candidatos. Por volta de 1990, os partidos já estavam sendo numerados na casa dos 60¹³.

Nenhum desses novos partidos representou uma tentativa de reviver os partidos pré-1965 - com exceção dos comunistas que, aliás, já estavam proscritos desde antes da ditadura militar. Alguns recuperaram velhas siglas e se alardeavam herdeiros de antigas legendas, como desde 1979 o PTB e o PDT em relação ao getulismo: um PDC bem mais à direita que o original, um efêmero PSD, um PSB dividido por profundos contrastes entre seus diretórios regionais. Mas não seria possível traçar uma continuidade consistente em nenhum destes casos.

As continuidades são visíveis em relação aos partidos formados durante a ditadura. O PDS, sucessor da Arena, transformou-se pouco antes das eleições de 1994 em PPR, reabsorvendo setores que em algum momento o haviam abandonado (como os então agrupados no PDC). O PFL manteve-se enquanto agremiação dos dissidentes do regime e do PDS, embora o trânsito de lideranças políticas entre os dois partidos - e também o PMDB - tenha sido grande. Inchado em 1985 e 1986, quando alguns analistas mais afoitos chegaram a lhe destinar o papel de PRI num quadro partidário "mexicanizado", o PMDB sofreu sucessivas dissidências localizadas e uma grande secessão em 1988, a criação do PSDB. Este, por sua vez, surgiu no bojo de um movimento contrário à "descaracterização" do PMDB e no início

¹³ Nas eleições de 1990, concorreram à Câmara Federal 33 partidos (Kinzo, *Radiografia do quadro partidário brasileiro*, p. 21).

se apresentou à sociedade como o herdeiro autêntico das tradições de luta do velho MDB.

O Partido dos Trabalhadores apresenta uma linha de continuidade com os partidos do período 1965/1979 bem menos visível. Isso pela insistência do partido em se colocar como algo inteiramente novo na política brasileira. De fato, o PT foi formado pela confluência de sindicalistas, lideranças de movimentos sociais (sobretudo ligadas às comunidades de base da igreja católica) e gente oriunda da esquerda armada. Embora seja possível argumentar que ele tendeu a ocupar o espaço que pertencera aos "autênticos" do MDB, é mais correto dizer, com Maria D'Alva Gil Kinzo, que o PT foi antes um reflexo da insatisfação de seus fundadores com o tipo de partido representado pelo MDB¹⁴.

As "legendas de aluguel" tiveram seu momento de glória em 1989, quando Fernando Collor alcançou a Presidência da República pilotando uma coligação de três delas. Daí em diante, voltaram a ocupar um espaço reduzido, sendo utilizadas por candidatos a cargos majoritários em busca de espaço na mídia, embora não da vitória, e candidatos a cargos proporcionais, que garantem a candidatura no micro-partido mas só passam a sonhar com a eleição quando conseguem coligação com algum partido grande. Nas eleições de 1994 - a presidencial bem como a maioria das estaduais - os candidatos destas siglas fizeram apenas figuração, obtendo votações inexpressivas. A exceção foi o candidato Enéas Carneiro, do Prona, que é em todos os sentidos um caso à parte. Cabe observar que nenhum outro candidato do Prona repetiu a proeza do líder e o partido não conseguiu eleger um único representante ao Congresso Nacional nas eleições.

¹⁴ Kinzo, "O quadro partidário e a Constituinte", pp. 112-3.

Comparada à eleição presidencial de 1989, a de 1994 teve como primeira diferença o fato mesmo de ser "casada". Uma eleição simultânea para tantos e tão variados cargos cria problemas em termos de composição política que não existem numa eleição avulsa como foi a de Collor. O peso das "máquinas partidárias" cresce; há a necessidade de ter uma grande legião de candidatos, em todos os níveis, comprometidos com a candidatura presidencial. É claro que, em se tratando de partidos tão frouxos quanto os brasileiros, nada impede que essa rede de apoios seja construída *por fora* das estruturas partidárias. Mas a coligação é muito mais econômica; permite pôr a mão num "pacote" de suportes. O problema passa a ser administrar eventuais dissidências, em vez de cativar um a um os possíveis dissidentes.

A valorização da "máquina partidária" levou Fernando Henrique Cardoso a insistir na aliança com o PFL, que daria a sustentação nacional que faltava a seu partido, o PSDB¹⁵. O ganho em termos de estrutura, acreditava, compensaria a perda de prestígio junto aos "formadores de opinião", que certamente estranhariam o casamento entre aqueles que romperam com o PMDB em nome de compromissos sociais e éticos e os que, mesmo tendo proporcionado a derrota da ditadura com sua dissidência do oficialismo, eram identificados com a manutenção do *status quo*, a prática da corrupção e do empreguismo e, de maneira mais geral, a permanência à sombra do poder a qualquer preço.

Em contraste, numa eleição solteira, Fernando Collor chegou à Presidência filiado ao inexpressivo Partido da Reconstrução Nacional, ex-Partido da Juventude, em aliança com duas legendas ainda menos sólidas. No mesmo pleito, os dois maiores partidos do país, o PMDB e o próprio PFL,

¹⁵ Como foi amplamente relatado pelos jornais da época. Um resumo está em Expedito Filho, *Nos bastidores da campanha*, pp. 65-8.

faziam fiasco. Ulysses Guimarães terminou em sétimo lugar e Aureliano Chaves em nono. Juntos, mal ultrapassaram os 5% dos votos. A vitória de Collor ilustra o triunfo não de um líder isolado e sem estrutura, mas de uma "empresa político-eleitoral", como disse José Álvaro Moisés¹⁶, que se estabeleceu com vistas a uma competição específica, sobrepondo-se aos partidos tradicionais (e também a expensas deles). A eleição casada apresentaria novos problemas para a formação de tal empresa.

Por outro lado, a eleição geral também incentiva à coligação os partidos grandes, mas sem um candidato viável em nível nacional. Seus candidatos aos governos estaduais, senatorias e vagas na Câmara Federal e nas Assembléias Legislativa perdem espaço se estão atrelados a um postulante "ruim de voto" à Presidência. Este foi um dos fatores que empurraram o PFL, às voltas com uma carência crônica de líderes com prestígio popular nacional, para os braços do PSDB.

A eleição geral ocasiona outra complicação: a vinculação das coligações estaduais com a federal. O jogo fica mais complexo, pois a aliança nacional tem reflexos (o que não quer dizer que seja seguida fielmente) em todas as alianças estaduais, e as composições nos estados mais importantes interferem na coligação nacional. Voltando a um exemplo da eleição de 1994, as conversações iniciais travadas entre PT e PSDB para um acordo em torno da candidatura de Lula à Presidência esbarraram na determinação do PT paulista em lançar o deputado José Dirceu ao governo estadual - enquanto o eventual apoio dos tucanos a Lula esperaria, em troca, o suporte dos petistas à candidatura do senador Mário Covas em São Paulo. Na eleição de 1989, esse problema não estava posto, havendo, no máximo, o constrangimento de

¹⁶ Moisés, "Eleições, participação e cultura política", pp. 175-6.

velhos adversários políticos locais unidos numa mesma campanha presidencial.

Além disso, o fato da eleição ser "casada" inibiu o surgimento de candidatos apenas para marcar posição. Por exemplo, o deputado pernambucano Roberto Freire, que em 1989 disputou a presidência com o objetivo exclusivo de fazer proselitismo para o PCB, caso repetisse a candidatura estaria impedido de disputar outro cargo eletivo, para o qual teria chances efetivas de vitória.

O que enxugou o número de candidaturas, mais do que isso, foi a legislação mais restritiva. Em 1989, qualquer partido com "registro provisório" junto ao Tribunal Superior Eleitoral podia lançar candidato. Para a obtenção dessa qualificação são exigidas formalidades muito frouxas, bastando algumas poucas dezenas de pessoas distribuídas por onze estados da federação. Com isso, 22 candidatos foram registrados às eleições presidenciais daquele ano, número reduzido a 21 quando o TSE impugnou a candidatura do minúsculo Partido Municipalista Brasileiro, após uma malograda tentativa de ceder a legenda ao animador de TV Sílvio Santos. Partidos como PPB (Partido do Povo Brasileiro), PLP (Partido Liberal Progressista), PCN (Partido Comunitário Nacional) e PP (Partido do Povo) inscreveram candidatos, embora não passassem de abstrações. Dos 21 candidatos, 13 não alcançaram sequer 1% dos votos.

Em 1994, somente partidos com registro definitivo puderam lançar candidatos - e isso depois que uma legislação mais dura, que limitava o direito de candidatura a legendas com certo número de parlamentares no Congresso Nacional, foi declarada inconstitucional pelo Supremo Tribunal

Federal¹⁷. Registraram-se apenas nove postulantes, número que ficou reduzido a oito com a desistência, em plena campanha, do candidato do PL, deputado Flávio Rocha, vitimado por denúncias de corrupção eleitoral.

Outra peculiaridade marcou o pleito de 1994: a bipolarização precoce. Desde o começo, estava claro que a disputa se dava apenas entre o candidato da Frente Brasil Popular pela Cidadania, Luiz Ignácio Lula da Silva, e o candidato da coligação PSDB-PFL-PTB, Fernando Henrique Cardoso, sem nenhum outro nome com chances. Esse quadro ficou plenamente caracterizado a partir de abril de 1994. Desde então, as pesquisas apresentaram sempre o segundo colocado, fosse Lula ou Fernando Henrique, com mais do que o dobro das intenções de votos do terceiro. A partir de junho, o segundo colocado passou a ter mais intenções de votos do que a soma dos demais candidatos¹⁸.

A divulgação destas pesquisas foi mais maciça do que em qualquer outra eleição - no final a *Folha de S. Paulo* publicava o resultado de uma nova sondagem a cada quatro dias - e fez delas os grandes "acontecimentos" da campanha. Cada pequena modificação nos percentuais dos líderes (ou a ausência de mudança) valia a principal manchete dos jornais. Mesmo fatos independentes, como, por exemplo, a demissão do ministro Rubens Ricupero,

¹⁷ A lei 8713, de 30/9/93, determinava que partidos com registro provisório e sem representantes na Câmara dos Deputados não poderiam sequer inscrever candidatos aos cargos proporcionais ou integrar coligações para os majoritários. Para concorrer à presidência da República, o partido precisaria ter pelo menos 3% dos deputados federais - ou ter obtido ao menos 5% dos votos válidos nas eleições para a Câmara nas eleições de 1990, distribuídos por pelo menos um terço dos estados da federação (art. 5º, caput e § 1º, incisos I e II). Por estas regras, apenas 11 partidos teriam direito a lançar candidatos à presidência da República. O caráter anti-democrático da legislação, que impedia às minorias até mesmo a oportunidade de ampliar sua representação, é evidente.

¹⁸ Os dados são referentes às pesquisas de intenção de votos do Datafolha, publicadas na *Folha de S. Paulo*. Os outros institutos de pesquisa apresentavam números semelhantes.

eram logo transformados numa discussão sobre o impacto que teriam sobre as intenções de votos.

Não é difícil imaginar que o destaque dado às pesquisas reforçou fortemente a tendência à bipolarização da eleição. Sondagens de intenção de voto são uma demonstração, bastante ágil, do que Giddens chama de "reflexividade", ou seja, a divulgação de uma análise ou de dados estatísticos sobre um comportamento alterando os padrões deste comportamento¹⁹. O que, de uma forma bem terra-a-terra, é exemplificado na declaração do jogador de futebol Rivaldo: "Vou votar em quem estiver na frente nas pesquisas na véspera da eleição. Se a maioria acha que um candidato é o melhor, é porque deve ser"²⁰.

A eleição de 1989, ao contrário, foi sacudida por diversas "ondas" de crescimento de candidaturas, que beneficiaram, sucessivamente, Guilherme Afif Domingos (PL), Paulo Maluf (PDS), o próprio Lula (PT) e Mário Covas (PSDB). Até os instantes finais da apuração do primeiro turno, havia dúvida sobre quem seria o adversário de Collor no segundo turno, se Leonel Brizola (PDT) ou Lula, que acabou suplantando seu concorrente por uma diferença inferior a um ponto percentual.

A bipolarização precoce teve conseqüências para toda a campanha de 1994. Segundo uma conhecida teoria da ciência política, os sistemas bipartidários apresentam uma tendência centrípeta: cada partido relevante teria seu feudo num extremo do espectro político e a disputa de votos se daria no centro²¹. A hipótese é que a eleição presidencial bipolarizada levou os candidatos líderes a adotarem um comportamento similar, reforçando as

¹⁹ Giddens, *As conseqüências da modernidade*, pp. 48-9.

²⁰ "Em quem você vai votar?", *Folha de S. Paulo*, 17/9/94, p. Esp.-2.

²¹ Sartori, *Partidos e sistemas partidários*, p. 220.

tendências de diluição do discurso político inerentes à disputa eletrônica (conforme visto no capítulo anterior).

Para Fernando Henrique, a tarefa estava simplificada, pois sua origem era a centro-esquerda, ao mesmo tempo em que se tornara o candidato possível para a direita do arco político. Já Lula, dadas as origens do Partido dos Trabalhadores e de sua candidatura, bem como a estrutura da Frente Brasil Popular pela Cidadania e do PT, enfrentaria dificuldades muito maiores. A abertura de seu discurso precisava ocorrer timidamente.

Da mesma forma que os partidos operários europeus descritos por Adam Przeworski²², o PT sofreria um *trade-off* entre a ampliação de sua base eleitoral e a manutenção da lealdade dos simpatizantes. Sem discutir o caráter "classista" ou não do Partido dos Trabalhadores, não há dúvida de que parte - e parte significativa - de seu apelo vinha das diferenças que, como seus líderes gostavam de enfatizar, separavam-no do restante do sistema político brasileiro. Entre essas diferenças estava o compromisso de classe, evidente a partir do nome, mas também certa intransigência ética, com o repúdio característico às soluções de compromisso, que motivou, por exemplo, a oposição do partido ao processo de transição democrática negociada em 1984-85.

Setores importantes do partido chegaram paulatinamente à conclusão de que essas características, à primeira vista tão louváveis, representavam um sério obstáculo à eficácia de sua ação política, tanto para influenciar a vida nacional quanto, em particular, para vencer eleições - algo desastroso para um partido que, salvo grupos minoritários, sempre fez uma opção consistente pela

²² Przeworski, *Capitalismo e social-democracia*, esp. pp. 127-49.

via eleitoral²³. Sem forçar demais o paralelismo com os partidos operários europeus estudados por Przeworski, é possível dizer que, ao se modificar em busca da ampliação do apoio, o PT perdeu parte de seu atrativo para as bases originais. Fossem os setores de classe média simpáticos ao partido, fossem os bolsões operários (e universitários) fortemente vinculados à sua história, essas bases tendiam cada vez mais a ver o PT como um partido entre os outros, uma opção de voto entre outras, isto é, apresentavam-se mais disponíveis para o mercado eleitoral como um todo.

Foge aos limites desta tese verificar em que medida esse processo de fato ocasionou perda de votos para o PT entre suas bases tradicionais; mas foi visível, em 1994, sua repercussão como perda de trabalho militante. Para um partido que, como gostam de exaltar seus dirigentes, tem no esforço abnegado da militância a principal arma para contrabalançar a superioridade econômica dos adversários, tratou-se de um problema grave.

O assunto ganhou destaque no final da campanha eleitoral e no período prévio à renovação da direção partidária, ocorrida em agosto de 1995. Em geral, foi considerado um efeito do envelhecimento das bases, da burocratização e da redução da vida partidária. Todos esses fatores, no entanto, podem ser associados à crescente aceitação, pelo partido, de seu papel como parceiro - significativo, aliás - no jogo político tradicional.

²³ Clovis Bueno de Azevedo vê, ao contrário, o PT como um partido incapaz de optar pela luta institucional ou pela luta extra-institucional, que ele chama, de forma um tanto simplista, de "social-democracia" e "leninismo"; esta é a tese central de seu *A estrela partida ao meio*. Como tanto outros autores que estudaram o partido, ele concede peso excessivo a suas clivagens internas e portanto aos grupos mais radicais e de menor repercussão social. Independente da linguagem confusa de seus documentos e resoluções, o PT nunca foi um partido "revolucionário". Além disso, a opção pela via institucional para as mudanças não é incompatível com a ativação dos movimentos sociais, que podem ser vistos, dentro de uma perspectiva nada "leninista", como instrumentos legítimos - e mesmo necessários - de pressão e de manifestação. Às vezes faz falta lembrar que a manutenção da institucionalidade democrática *não* exige uma sociedade civil parálitica.

As diferenças entre as campanhas de 1989 e 1994 são, quanto a este aspecto, marcantes. Em 1989, a "moderação" do discurso do PT foi eminentemente reativa, buscando neutralizar as provocações veiculadas pelos adversários, que aumentavam junto com as chances do partido - e culminaram no famoso discurso do presidente da Fiesp, Mário Amato, ameaçando liderar um êxodo de 800 mil empresários caso Lula chegasse ao poder. Em 1994, a moderação foi a estratégia dominante da campanha, a despeito do barulhento domínio dos "radicais" na direção partidária, até mesmo por causa da dinâmica da bipolarização precoce.

Assim, entre a abertura do discurso e da prática, necessária à eficácia de sua ação (e, crucialmente, à obtenção de maiorias eleitorais), e a manutenção de um certo radicalismo purista, ainda integrante do charme que exerce sobre aquela base militante que faz seu diferencial na política brasileira, o PT apresenta um movimento pendular. No primeiro programa partidário que exibiu na televisão após a derrota eleitoral, em março de 1995, toda a ênfase foi dada às origens operárias do partido. Foram entrevistados participantes das históricas greves de 1977, 1978 e 1979; Lula, falando do estádio de futebol de São Bernardo, de onde comandou as gigantescas assembléias de metalúrgicos durante as greves, reafirmou o caráter "socialista" do programa do partido - uma palavra praticamente banida durante a campanha à Presidência, quando o candidato dizia preferir Henry Ford a Marx²⁴. É legítimo supor que esse refluxo às origens foi tático,

²⁴ "Lula declara não ser comunista e se diz seguidor de líder capitalista", *Folha de S. Paulo*, 30/6/94, p. 1-5.

permitindo acumular forças e ganhar fôlego para as eleições seguintes, quando o discurso do partido voltaria a se diluir²⁵.

As eleições de 1994 podem, portanto, ser descritas como a disputa entre Lula e Fernando Henrique Cardoso. O primeiro, que emergira como liderança política com as greves operárias do final dos anos 70, era sustentado por uma coligação de partidos de esquerda, a Frente Brasil Popular pela Cidadania, hegemonizada pelo Partido dos Trabalhadores. Participavam dela o Partido Socialista Brasileiro, dois partidos comunistas (o PC do B, assumidamente stalinista, e o novo PCB, fiel ao extinto modelo soviético), um ex-comunista (o PPS, que reunia os reformadores do antigo PCB pró-soviético), um trotskista (o PSTU, fruto de uma tendência expulsa do próprio PT) e um ecologista (o PV).

A frente se dispôs a abrigar também dissidentes do PSDB, descontentes com a aliança entre seu partido e o PFL. À medida que a candidatura de Fernando Henrique ganhava viabilidade, porém, esses descontentes se evaporavam. Terminaram praticamente reduzidos ao diretório baiano, uma seção não particularmente à esquerda no PSDB, mas inimiga figadal do governador Antônio Carlos Magalhães, cacique pefelista, figura dominante da política local e um dos principais articuladores, senão o principal, da coligação em torno de Fernando Henrique Cardoso.

Todos os partidos da Frente Brasil Popular pela Cidadania estavam claramente à esquerda no espectro político brasileiro, apesar da grande diversidade regional do PSB e da progressiva desconfiança com que o PPS (e também, em parte, o PV) encarava pontos do programa tradicional da

²⁵ As eleições seguintes foram as municipais de 1996. Se a maior cidade do país, São Paulo, serve de parâmetro, a hipótese se confirmou. Lá, a candidata petista, Luiza Erundina, optou por um discurso de extrema moderação.

esquerda brasileira, como o nacionalismo econômico e a defesa dos monopólios estatais. A extrema-esquerda era representada pelo PSTU que, como o PC do B e o PCB, permanecia atrelado à mística da "revolução proletária". O PT, caracteristicamente, reunia tanto setores com posições próximas à do PPS quanto tendências assemelhadas ao PSTU.

De qualquer modo, os sete partidos pertenciam ao mesmo "campo", professando em comum compromissos com o resgate da dívida social, com reformas estruturais de orientação igualitária e com o socialismo (desde que a palavra fosse tomada em seu sentido mais vago). Também eram, todos, herdeiros da luta contra o regime militar de 1964-85. Com diferentes graus de intransigência, todos se opunham à ofensiva ideológica neoliberal vivida pelo país desde o início do governo Collor.

Mais complicada era a coligação "União, Trabalho e Progresso", que sustentava a candidatura do professor Fernando Henrique Cardoso, um sociólogo de prestígio internacional que, no início dos anos 80, percorreu deliberadamente o trajeto que levava da academia à política profissional. Seu partido era o PSDB, surgido em 1988 como reação da esquerda do PMDB ao que acreditava ser o abastardamento do partido, inchado por políticos conservadores alheios à sua trajetória pré-redemocratização e maculado pela participação no governo corrupto e incompetente de José Sarney.

O principal aliado de Fernando Henrique, o PFL, possuía uma trajetória oposta. Suas raízes estavam na Arena e no PDS, do qual se separou para apoiar a Aliança Democrática que elegeu Tancredo Neves no Colégio Eleitoral da ditadura. Forte nas regiões mais atrasadas do país, experiente no uso dos instrumentos da política tradicional (a troca de favores, o clientelismo, o empreguismo, o mandonismo local), o PFL comemorava, em 1994, trinta anos ininterruptos de governo: foi situação na ditadura, ainda

dentro da Arena; foi um dos pilares do governo Sarney; apoiou Collor do início ao fim e logo integrou também o governo de Itamar Franco.

Vários fatores favoreceram a aliança de um partido que almejava ocupar o espaço da centro-esquerda com outro solidamente ancorado na direita do arco político. Houve a complementação do candidato viável, que o PFL não possuía e que Fernando Henrique se tornou ao empalmar o Ministério da Fazenda, com a máquina partidária eficiente, que o PSDB não tinha e o PFL podia fornecer. Mas houve também a aproximação programática entre os dois lados - ou melhor, um movimento do PSDB em direção ao PFL - que tornou possível uma coligação impensável, por exemplo, na Constituinte de 1987-88, quando eles se encontravam em lados opostos em relação a quase todos os pontos em pauta²⁶.

Embora o compromisso doutrinário do PSDB com a social-democracia fosse, quando muito, tíbio, o partido seguiu uma linha semelhante a de muitos partidos sociais-democratas europeus no poder, aderindo, primeiro timidamente e depois com entusiasmo, à pregação e aplicação das reformas neoliberais. Já se disse que a adesão de antigos adversários ao credo neoliberal foi a principal demonstração de seu êxito ideológico nos anos 80²⁷.

²⁶ O Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar deu notas de zero a dez aos constituintes, de acordo com seus votos em questões de interesses dos trabalhadores. A média para 131 parlamentares eleitos pelo PFL ficou em 2,4; a mediana foi 1,5; e a moda, 0,75. Menos de 20% deles obtiveram nota igual ou superior a 5. Não é possível fazer o cálculo para o PSDB, já que o Diap indica apenas a legenda pela qual o parlamentar foi eleito. Mas as notas dos principais líderes do novo partido servem de comparação: Mário Covas, 6,25; Fernando Henrique, 5; José Serra, 3,75; José Richa, 5,75; Euclides Scalco, 8; Cristina Tavares, 10; Artur da Távola, 7,75; Sigmaringa Seixas, 10. Os caciques do PFL não tiveram desempenho diferente do restante de sua bancada: Jorge Bornhausen tirou 1; Luís Eduardo Magalhães, zero; Marco Maciel, 2,5; Francisco Dornelles, 0,75. Vale ainda observar que dois entre os três parlamentares pefelistas com melhores notas na avaliação do Diap (Maria de Lourdes Abadia, com 9,25, e Jayme Santana, com 8,5) se transferiram para o PSDB. Mesmo com os problemas na comparação, os números revelam, sem sombra de dúvida, a disparidade de posições entre PSDB e PFL (ver Diap, *Quem foi quem na Constituinte*).

²⁷ Anderson, "Balanço do neoliberalismo", pp. 13-4.

No Brasil, foram os anos 90 que viram o cardápio de medidas neoliberais triunfar como praticamente a *única* alternativa em política econômica digna de discussão.

O cardápio incluía, entre outras coisas, a abertura ao capital estrangeiro, a redução da intervenção estatal na economia (tanto com privatizações quanto com a "desregulamentação"), a diminuição e mesmo, onde possível, supressão das barreiras tarifárias, a anulação de direitos trabalhistas e o desmonte da seguridade social. No caso brasileiro, tudo combinado com uma exaltação particularmente infame do que era entendido como a "modernidade" econômica. A *Constituição* de 1988, saudada quando de sua promulgação como um avanço da cidadania, era agora tachada de "fator de ingovernabilidade", "obsoleta", "jurássica".

O embate, aqui, era antes entre o nacionalismo econômico caro à esquerda brasileira - mas também a alguns setores à direita, incluindo parte expressiva das forças armadas - e aquilo que um linguajar fora de moda chamaria de "entreguismo". A maioria do PSDB, consistentemente nacionalista no decorrer da Assembléia Nacional Constituinte, se aproximou da linha "entreguista" durante o governo Collor e dispôs-se a aplicá-la quando alcançou posições de poder sob a presidência de Itamar Franco.

O PFL, por sua vez, não era um partido especialmente comprometido com o liberalismo econômico - e, menos ainda, com o liberalismo político. Sua vocação sempre foi mais o patrimonialismo do que o livre-mercado. Porém, soube se apropriar do emblema neoliberal, quando isso se tornou conveniente, com uma plataforma que priorizava a privatização das empresas estatais mais lucrativas, a desnacionalização da economia e a anulação de conquistas das classes trabalhadoras.

Desta forma, "liberais" e "sociais-democratas", para além de suas diferenças, possuíam um campo comum sobre o qual construir uma plataforma. O terceiro partido da coligação, o PTB, tentara desempenhar o papel de linha auxiliar do regime, durante a ditadura. Tornou-se depois um reduto de políticos de direita sem espaço nas legendas mais poderosas, útil em disputas locais mas irrelevante para a política nacional. Um banqueiro com grandes ambições políticas, o senador paranaense José Eduardo Andrade Vieira, buscava então torná-lo operacional para uma futura campanha à Presidência.

Um outro fator favoreceu a composição: o temor da vitória de Lula, capaz de levar o centro e a direita a apoiar um candidato que, em outras circunstâncias, talvez vissem com desconfiança. O favoritismo de Lula agitava aqueles que julgavam que um eventual governo petista iria mexer com seus privilégios. Pesquisas mediam a "taxa de medo a Lula" entre as elites, observando um salto de 54% em setembro de 1993 para 80% em fevereiro de 1994²⁸. Era preciso encontrar o "anti-Lula", capaz de bater o candidato do PT. O prefeito paulistano Paulo Maluf tentou desempenhar este papel²⁹, mas Fernando Henrique estava melhor situado, pela visibilidade de seu cargo no ministério e pelo passado de homem de esquerda, habilitado a atingir setores hostis a Maluf ou a qualquer outro político tradicional da direita.

Assim, a bipolarização entre Lula e Fernando Henrique Cardoso já era anunciada, desde antes, pela bipolarização entre Lula e o "anti-Lula". Identificado como o melhor nome para disputar com o candidato do PT, o

²⁸ Elio Gaspari, "Luís Inácio Sinatra da Silva", *Veja*, 2/3/94, p. 20.

²⁹ Ver Carlos Eduardo Alves, "Maluf ironiza chance de FHC e quer PFL", *Folha de S. Paulo*, 8/3/94, p. 1-10; Mário Simas Filho, "FHC não é anti-Lula, diz Maluf", *Folha de S. Paulo*, 12/3/94, p. 1-14; Clóvis Rossi, "Maluf diz que é candidato e só ele bate Lula", *Folha de S. Paulo*, 18/3/94, p. 1-13.

ministro da Fazenda estava apto a receber o apoio não só do PFL, como da Rede Globo, da Fiesp ou do FMI, cujo diretor-gerente, Michel Camdessus, decidiu fechar acordo com o Brasil antes do que recomendava a área técnica para que Fernando Henrique pudesse "exibir o troféu na campanha"³⁰.

Bem atrás de Lula e Fernando Henrique, era possível identificar um segundo pelotão de candidatos, representando partidos grandes ou médios, que disputaram as eleições sem chances substantivas de vitória. A polarização precoce entre os dois líderes reduziu a votação destes candidatos a índices bem pequenos em relação ao que se julgava serem seus potenciais eleitorais. Suas campanhas foram levadas à frente em nome não da vitória, mas de interesses políticos diversos, que lograram de maneira menos ou mais satisfatória.

O PPR indicou o senador Esperidião Amin depois que o candidato natural Paulo Maluf desistiu de concorrer, sentindo que seus apoios tradicionais entre líderes políticos e capitalistas haviam sido minados (e, na verdade, migrado para Fernando Henrique). Amin, ex-governador de Santa Catarina, há muito ambicionava tornar-se uma liderança de expressão nacional, ultrapassando os estreitos limites de seu estado. A campanha presidencial era a chance. A concentração absoluta do interesse da eleição nos dois favoritos prejudicou seu intento. O candidato do PPR não conseguiu se apresentar como a encarnação mais conseqüente dos projetos da direita no Brasil, uma vez que os setores que se sentiriam representados preferiram apoiar a coligação PSDB-PFL-PTB, mais interessados em eficácia do que em coerência. No próprio partido de Amin, as dissensões foram crescendo ao longo da campanha.

³⁰ Anselmo Gois, "FMI ajuda FHC contra Lula", coluna "Radar", *Veja*, 16/3/94, p. 43.

Orestes Quércia, do PMDB, procurou manter o controle da legenda, contra seus muitos adversários internos. A eleição enterrou a fama de político capaz de reverter os piores cenários e ganhar disputas dadas como perdidas, como a para o governo de São Paulo em 1986, que o candidato gostava de ostentar. Seu nome estava associado também a denúncias de corrupção e a uma forma particularmente desleal de fazer política, na base de dossiês acusatórios e chantagem contra os adversários. Depois de ensaiar a utilização desse velho procedimento, insinuando a divulgação de um dossiê contra um adversário interno³¹ e agredindo verbalmente um jornalista que lhe fizera perguntas indesejáveis³², Quércia recuou para um estilo *soft*, que limpasse sua imagem e lhe permitisse voltar a ser um parceiro aceitável no jogo político. Enfatizou, durante a campanha, a decisão do Superior Tribunal de Justiça, que em 5 de agosto o absolveu de acusações de estelionato.

O terceiro integrante deste bloco intermediário, Leonel Brizola, do PDT, deixou o governo do Rio de Janeiro para se candidatar. Ele também quis manter o controle sobre o partido, evitando a projeção de lideranças mais jovens - e com pontos de vista substancialmente diferentes - como o ex-prefeito de Curitiba, Jaime Lerner. Brizola obteve uma votação cerca de oito vezes inferior aos 15% que conquistara em 1989, resultado não só da bipolarização precoce quanto da falta de ânimo unanimemente observada em sua campanha. Mas o PDT se manteve fiel, ou ao menos sem dissensões

³¹ O ex-ministro da Previdência Social, Antônio Britto, que teria sido expulso do Colégio Militar em Porto Alegre, aos 12 anos, acusado de roubo. "Começo da lama", *Veja*, 16/2/94, p. 23.

³² O jornalista Rui Xavier, de *O Estado de S. Paulo*, indagou sobre o enriquecimento ilícito do candidato. Quércia, de dedo em riste, aos gritos, chamou-o repetidas vezes de "canalha", "moleque" e outros epítetos semelhantes. Ocorreu num debate entre jornalistas e o candidato, na TV Cultura de São Paulo, no dia 18/7/94.

abertas, apesar do apelo que tanto Lula quanto Fernando Henrique exerciam sobre diferentes alas do partido.

Neste segundo pelotão de candidatos, lançados por partidos médios e grandes, também estaria o candidato do PL, o deputado e industrial potiguar Flávio Rocha. Sua bandeira era o "imposto único", uma proposta simplista de reforma fiscal que, esperava, transformá-lo-ia num herói do pequeno e médio empresariado. Com a retirada de sua candidatura, o partido passou a apoiar de modo informal a coligação PSDB-PFL-PTB.

Havia, por fim, o bloco dos "nanicos", candidatos sem trajetória política expressiva - nenhum deles jamais ocupou qualquer cargo eletivo - lançados por micro-partidos. O PRN, que regressou à condição de nanico após o *impeachment* do presidente Collor, lançou o lojista baiano Walter Queiroz; indisposto com a cúpula partidária, Queiroz renunciou e foi substituído pelo advogado gaúcho Carlos Gomes. Depois que o TSE barrou a manobra arquitetada pelo ex-presidente, que pretendia ocupar os programas do horário eleitoral com pronunciamentos gravados apenas em áudio (já que a legislação impedia a presença de "convidados" nos programas de televisão), a campanha do PRN perdeu qualquer sentido.

O PSC, que também apoiara Collor em 1989, fez seu candidato o almirante Hernâni Fortuna, militar da reserva. Fortuna combinava a nostalgia autoritária da ditadura de 1964 com a pregação, mais "moderna", de um liberalismo econômico radical. Não há indícios de que sua candidatura tenha sido relevante sequer entre seus companheiros de armas.

E o Prona repetiu a candidatura do médico cardiologista acreano, radicado no Rio de Janeiro, Enéas Carneiro. Mais votado dos nanicos em 1989, quando amealhou acima de 350 mil sufrágios, Enéas foi surpresa ainda

maior em 1994. Ficou em terceiro lugar na votação nacional, superando Quércia, Brizola e Amin.

Existem diferenças profundas, porém, entre os dois Enéas. Em 1989, ele era uma figura folclórica, com seus óculos fundo-de-garrafa e sua barba imensa, falando em velocidade aceleradíssima e terminando com o bordão "Meu nome é Enéas". Tornou-se a opção para um voto meio anárquico, de repúdio ao sistema político, como o rinoceronte Cacareco no Rio de Janeiro dos anos 60. Em 1994, os óculos, a barba e o bordão continuavam os mesmos. Mas Enéas articulava um discurso fortemente direitista, que combinava nacionalismo exacerbado, defesa da "ordem" e exaltação da figura do líder (ele próprio). Alguns podem ter votado na memória do Enéas folclórico da eleição anterior. Mas sua votação surpreendente é indício de que esse discurso cativou uma parcela significativa do eleitorado.

Verificou-se, durante toda a campanha, um movimento de adesão de políticos de outros partidos aos líderes nas pesquisas - mais um efeito da bipolarização precoce. Na verdade, dada a configuração do arco político e das candidaturas, o beneficiado foi quase sempre Fernando Henrique, Lula só conquistando mesmo os dissidentes do PSDB baiano. O PL aproveitou um percalço de Flávio Rocha, flagrado numa fraude com bônus eleitorais, para se desembaraçar da candidatura própria e se unir em bloco ao PSDB-PFL-PTB. Também aderiram lideranças do PPR. Até mesmo o líder máximo do partido, o prefeito Paulo Maluf, deu demonstrações discretas de simpatia por Fernando Henrique. O PMDB, rachado em quercistas e anti-quercistas, aderiu em boa medida a Fernando Henrique. Apoiaram o candidato governista tanto o PMDB gaúcho, do ex-ministro Antônio Britto e do senador Pedro Simon, quanto a seção paranaense liderada pelo ex-governador Roberto Requião, que chegou a flertar com Lula, e o grupo do ex-presidente José Sarney. Requião

concorreu nas prévias partidárias, sendo derrotado com folga por Quércia (em 15 de maio). Sarney desistiu pouco antes da disputa interna.

3.4

O fato mais importante da conjuntura política imediatamente anterior às eleições de 1994 foi o *impeachment* do presidente Fernando Collor, em 1992. Primeiro presidente eleito do país desde 1960, Collor minou rapidamente as bases populares e políticas que o sustentavam. Depois, foi atingido por graves denúncias de corrupção, envolvendo aproveitamento ilegal de sobras de caixa da campanha eleitoral e tráfico de influências no governo. O "esquema PC" - a sigla é referência ao tesoureiro da campanha de Collor, Paulo César Farias - motivou a formação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito, cujo relatório incriminou (ou ao menos lançou suspeitas sobre) o presidente e boa parte de seu *staff*.

Collor ainda tentou, em vão, apelar para o que lhe restava de prestígio popular - fez uma desastrada convocação à solidariedade da população, que serviu apenas para demonstrar o repúdio que sofria - e para os dispositivos de cooptação que o cargo lhe franqueava. Uma onda de manifestações populares exigiu o afastamento do presidente, num movimento nacional em defesa da "ética na política" que arrastou as lideranças moderadas, a princípio interessadas numa solução de compromisso. O país mudara desde que Tancredo Neves pudera desdenhar de uma mobilização popular semelhante, a que exigiu eleições presidenciais diretas, em 1984, classificando-a de "lógica" (isto é, inócua para a política *real*). Foi um momento ímpar de afirmação da cidadania, capaz de derrubar até mesmo o supremo mandatário da nação.

O Congresso, tradicionalmente desprezado como foco de inoperância e nepotismo, sempre criticado pelos salários vistos como altos em excesso,

tornou-se uma expressão do clamor popular ao votar por ampla maioria o afastamento do presidente corrupto. Mas, no ano seguinte, as denúncias de corrupção envolvendo vários de seus membros agravaram a desconfiança popular em relação aos políticos em geral e aos parlamentares em particular, que o processo do *impeachment* de Collor havia colaborado para minorar.

Foi emblemática a revelação de que um dos "anões" da Comissão de Orçamento da Câmara - grupo de parlamentares, quase todos de baixa estatura, que controlava uma rede de negociatas envolvendo emendas ao orçamento da União - era o deputado gaúcho Ibsen Pinheiro (PMDB). Ele ganhara visibilidade como presidente da Câmara dos Deputados durante o processo de afastamento de Collor e surgira diante do país como uma espécie de encarnação da respeitabilidade das instituições. A CPI convocada para investigar as emendas ao orçamento produziu mais fumaça do que fogo, penetrando apenas na superfície dos esquemas de corrupção que envolviam parlamentares, dirigentes do poder executivo e grandes empresas, sobretudo empreiteiras.

O que poderia ser - positivamente - interpretado como a moralização *por dentro* do legislativo tropeçou numa vontade nem sempre sólida de avançar na investigação. Afloraram suspeitas de acordos políticos para impedir que determinadas figuras fossem atingidas, o que não contribuiu para elevar a imagem do Congresso. A deputada Roseana Sarney (PFL), candidata ao governo do Maranhão, teria sido poupada pela esquerda em troca da indulgência da direita ao deputado Miguel Arraes (PSB), que então se preparava para assumir pela terceira vez o governo de Pernambuco. Por fim, a absolvição em plenário de alguns dos envolvidos mais notórios, como o deputado pernambucano Ricardo Fiúza (PFL), maculou mais uma vez o prestígio do parlamento.

Com o afastamento de Collor, assumiu a presidência o vice Itamar Franco, sustentado pelo PSDB, pelo PMDB (embora Quéricia logo se distanciasse do governo), pela parte do PFL que apoiou o *impeachment*, por setores do PDT e por outros partidos menores e facções de partidos, do PPS e do PSB ao PTB. O PT, que tomou parte ativa nas reuniões que levaram à formação do primeiro gabinete de Itamar Franco, preferiu não participar do governo, assumindo uma atitude equívoca que chamou de "apoio crítico", "oposição propositiva" e outros eufemismos assemelhados.

Itamar Franco era considerado um político despreparado, indeciso e de temperamento instável. No carnaval de 1994, protagonizou uma insólita crise política ao se deixar fotografar abraçado a uma modelo oportunista. As fotos da moça seminua ao lado de um sorridente presidente geraram descontentamento nas forças armadas, que julgaram que Itamar ferira a dignidade do cargo e chegaram a pensar em destituí-lo³³. O episódio, com tudo o que possui de banal, revela a desmoralização do chefe da nação.

Assim, Itamar Franco se viu levado a conceder mais e mais poder, dentro de seu governo, a Fernando Henrique Cardoso. Ele havia sido guindado do Itamarati, onde estava acomodado desde o início do governo Itamar, para o ministério da Fazenda em maio de 1993, em meio a uma grave crise ministerial. Fernando Henrique substituiu Eliseu Resende, obrigado a deixar o cargo por denúncias de envolvimento ilícito com uma empreiteira. A posse do novo ministro, reconhecido como capaz e honesto, gerou uma onda de otimismo no país, que o marasmo inicial de sua gestão tratou de fazer refluir.

³³ A "crise da calcinha" está narrada em Dimenstein e Souza, *A história real*, pp. 139-44.

Fernando Henrique ganhou amplos poderes para a condução da economia, tornando-se ainda um conselheiro privilegiado de Itamar Franco. Antes um nome pouco lembrado, se é que lembrado, para a eleição presidencial, tornou-se candidato em potencial ao assumir o cargo. Não há dúvidas de que sua escolha, em maio de 1993, foi pensada como uma solução para dois problemas - a crise ministerial e a sucessão. Assim, o trabalho de Fernando Henrique Cardoso no ministério teve, desde o início, um olho voltado, quando não os dois, para o pleito de 1994.

O resultado deste trabalho foi o plano econômico anti-inflacionário que instituiu a nova moeda, o real, e virou o acontecimento dominante da campanha eleitoral. Criado sob medida para alavancar a candidatura de Fernando Henrique, o plano foi sustentado por uma gigantesca campanha publicitária governamental.

A oposição acusou a equipe econômica de subordinar o calendário econômico ao calendário eleitoral, seja permitindo que a crise econômica se agravasse sem que fossem tomadas as providências, seja atropelando prazos e antecipando o lançamento do plano, sem que ele estivesse amadurecido o suficiente, ou ainda, numa combinação perversa, adiantando e atrasando medidas, conforme as conveniências da candidatura oficial. Além disso, dizia que o Plano Real só duraria até o dia das eleições, tal como ocorrera com o Plano Cruzado, em 1986³⁴. Todas essas críticas eram resumidas no bordão "o plano é eleitoreiro". O amplo apoio popular às medidas econômicas, que

³⁴ Primeiro "pacote" de estabilização econômica de uma longa série, o Plano Cruzado foi anunciado no final de fevereiro de 1986. A inflação caiu de imediato para índices próximos de zero, ao mesmo tempo em que subia - para o patamar dos 80% - a popularidade do presidente José Sarney. Nas eleições de novembro, o PMDB conquistou a maioria absoluta no Congresso e 22 dos 23 governos estaduais. O 23º ficou nas mãos do PFL, o outro partido governista, que disputara sem êxito a "paternidade" do plano. Dias depois das eleições, um novo pacote econômico (o "Cruzado II") destruiu tanto a estabilização monetária quanto o apoio popular ao governo.

efetivamente promoveram, tão logo entrou em circulação a nova moeda, uma queda drástica da taxa de inflação, colocou os candidatos de oposição numa posição equívoca, tendo que, ao mesmo tempo, denunciar o plano e garantir que iriam "salvá-lo".

A primeira etapa do plano econômico entrou em vigor no dia 1º de março de 1994: um novo indexador universal, a Unidade Real de Valor. Seu impacto imediato foi mais inflacionário do que anti-inflacionário. Fernando Henrique desincompatibilizou-se do ministério em abril, com a elevação do custo de vida na casa dos 40% ao mês. A queda nas taxas de inflação só seria sentida após a introdução da nova moeda, em 1º de julho. A campanha publicitária, no entanto, esclarecia a conexão entre sua gestão como ministro da Fazenda e a vitória depois alcançada contra a alta de preços, não deixando dúvidas sobre seu direito ao título de "pai do real".

O sucessor de Fernando Henrique Cardoso no Ministério da Fazenda, o embaixador Rubens Ricupero, tornou-se o maior garoto-propaganda do plano econômico. Sua super-exposição na mídia favorecia o candidato oficial. Acabou por causar também o maior sobressalto da campanha do PSDB-PFL-PTB, ao fazer descontraídas revelações ao repórter Carlos Monforte, da Rede Globo, antes de uma entrevista, sem saber que a conversa era captada por antenas parabólicas. O ministro expôs a tática governamental de fazer propaganda de Fernando Henrique através do Plano Real, confessou a cumplicidade dos meios de comunicação, nomeadamente da TV Globo, com essa campanha, exaltou seu próprio papel na boa performance do candidato oficial e, na frase mais contundente, vangloriou-se de "não ter escrúpulos" de mentir ao povo e pautar sua atuação ministerial pelas conveniências eleitorais.

O escândalo provocado pelas declarações de Ricupero custou-lhe de imediato a estimada cadeira de ministro (em 3 de setembro). Ele fez um

emocionado *mea culpa*, em que lamentou não as ações contrárias à ética e às obrigações que seu cargo impunha, mas ter cometido a indiscrição que o vitimou: errara ao ser pego, não ao delinquir. Esvaziando o conteúdo político do escândalo, Ricupero reduziu-o a um problema de postura pessoal. Ele disse repudiar "os trechos da conversa em que deixo transparecer uma opinião vaidosa e arrogante sobre mim" e atribuiu o "momento de fraqueza" à sua condição de um "ser humano como qualquer outro, com as mesmas limitações e defeitos"³⁵. Mesmo assim, ou talvez por causa disso, a entrevista de Ricupero após a saída do ministério foi apresentada como uma magnífica demonstração de honradez³⁶.

A oposição, em especial a Frente Brasil Popular pela Cidadania, comemorou as inconfidências de Ricupero captadas pelas parabólicas, acreditando que elas manchariam em definitivo o Plano Real. Contudo, mais impressionante do que a indiscrição do ministro foi o impacto que ela teve nas declarações de intenção de voto: praticamente nenhum. Segundo as pesquisas, houve um "soluço" nas camadas mais escolarizadas da classe média urbana, sem que fosse afetada significativamente a tendência de queda de Lula e crescimento de Fernando Henrique³⁷. Isso confirmou, de uma vez por todas, que a esperança da estabilidade econômica era forte a ponto de levar o candidato oficial à Presidência da República, apesar de todos os obstáculos, e que a tática de bater no caráter eleitoreiro do plano estava fadada ao fracasso.

³⁵ "Abatido, Ricupero faz um 'mea culpa'". *Folha de S. Paulo*, 5/9/94, p. Esp.-3.

³⁶ Mais tarde, ao depor no inquérito sobre a utilização da máquina estatal, Ricupero mentiu descaradamente - por exemplo, afirmando nunca ter visto a fita com suas inconfidências ou lido transcrições da conversa, embora as tenha citado na entrevista que concedeu quando saiu do ministério. Esse desempenho lhe valeu o cargo de embaixador do Brasil na Itália, um dos mais cobiçados no Itamarati.

³⁷ Ver Maurício Puls, "Estabilidade e queda de Fernando Henrique", *Folha de S. Paulo*, 9/9/94, p. Esp.-2.

Outras revelações, menos espetaculares, de uso da máquina oficial em favor da candidatura do ex-ministro da Fazenda tiveram impacto ainda menor. As mais importantes, entre elas, foram os bilhetinhos do ministro do Planejamento, Alexis Stepanenko, exigindo empenho dos escalões inferiores para ajudar Fernando Henrique e sincronizando inaugurações de obras e liberações de verbas com o cronograma da campanha³⁸. Denunciados pela primeira vez no dia 16 de agosto, os bilhetes causaram a demissão do ministro mais de um mês depois. A justiça eleitoral ameaçou investigar o caso, chegando a notificar Stepanenko e Aluísio Alves, ministro da Integração Regional, em 24 de agosto - como de costume, sem maiores conseqüências.

O eleitor, de acordo com o que mediam as pesquisas, também não se importou com o caso. Pecadilhos de ministros eram pouco diante da estabilização econômica anunciada pelo Plano Real, que a propaganda oficial promovia em termos apologéticos de resgate da dignidade da nação. Neste sentido, o governo julgou que seria possível fazer uso político da conquista do campeonato mundial de futebol pela seleção brasileira, outro momento de triunfo da nacionalidade. Ensaiou-se associar o plano econômico à Copa do Mundo. Em passeatas no interior do Rio de Janeiro, por exemplo, o locutor do carro de som que acompanhava Fernando Henrique simulava a transmissão de uma partida de futebol em que o candidato, jogando ao lado de Bebeto e Romário, fazia o gol da vitória. O gol era o real³⁹. O escândalo das bagagens, quando os jogadores e a numerosa "comissão técnica" se recusaram a pagar os impostos alfandegários, minou a imagem dos "heróis do tetra" e, por

³⁸ Também foi denunciado que a direção da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos enviou circular às agências de todo o país pedindo "todo o empenho" e "tratamento especial" à correspondência dos comitês de Fernando Henrique (*Veja*, 28/9/94).

³⁹ Emanuel Neri, "FHC compara êxito da seleção ao real", *Folha de S. Paulo*, 21/7/94, p. 1-7.

conseqüência, a utilização da conquista futebolística na campanha do PSDB-PFL-PTB.

De forma mais discreta, porém, a candidatura governista pôde se valer outro ídolo nacional. A morte de Ayrton Senna, em maio de 1994, serviu para que a imprensa fizesse do *chauffeur* de automóveis de corrida seu principal assunto durante semanas. Beatificado, Senna aparecia como a encarnação das virtudes nacionais, o exemplo máximo do "Brasil que dá certo". Mais do que os tetracampeões, maculados pela desonestidade e prepotência com que agiram no caso das bagagens, Senna morto serviu para alimentar o clima psicológico desejado pelos criadores do real.

A campanha eleitoral também foi marcada por uma inesperada civilidade, inesperada para aqueles que, tomando como padrão o pleito de 1989, aguardavam um banho de lama entre os candidatos. Orestes Quércia, o mais vulnerável entre os postulantes à presidência da República, não chegou a ameaçar os líderes e, por isso, foi poupado pelos adversários. Conforme foi visto, o próprio Quércia, considerado um foco potencial de campanha suja, preferiu reformar sua imagem, abstendo-se de acusações contra os outros concorrentes - talvez também por se saber sem chances - e alardeando sua pretensamente provada honestidade. No último programa do horário eleitoral na televisão, o candidato do PMDB pôde orgulhar-se do "alto nível" com que conduziu sua campanha.

Mesmo entre os dois líderes, eventuais pontos vulneráveis - como a fazenda de Fernando Henrique e do amigo Sérgio Motta, que em 1993 a revista *IstoÉ* denunciou ter o valor depreciado para fins de pagamento de imposto, ou o fato de Lula viver em casa cedida por um empresário - não foram explorados. Acusações no campo pessoal ou familiar, no estilo das utilizadas por Collor contra Lula, foram banidas da campanha, mais pela

pressuposição do repúdio do eleitorado a elas do que por uma repentina elevação dos padrões éticos da elite política.

A denúncia mais grave envolvendo um candidato à Presidência não foi iniciativa de nenhum adversário, mas do jornal *Folha de S. Paulo*. A publicação de provas de uma fraude com bônus eleitorais, no dia 5 de agosto, levou Flávio Rocha (PL) a desistir da candidatura cinco dias depois⁴⁰. Entre os vices, porém, foram atingidas as duas maiores candidaturas.

O senador José Paulo Bisol (PSB-RS), pela segunda vez candidato a vice-presidente na chapa de Lula, esteve sob fogo cruzado desde 29 de junho, acusado de ter apresentado emendas superfaturadas ao orçamento da União, emendas que, ademais, previam obras que beneficiariam suas propriedades rurais em Minas Gerais. Bisol, que se destacara pela dureza com os acusados durante os trabalhos da CPI do orçamento, admitiu o erro, alegou ter sido enganado e prometeu retirar as emendas (em 4 de julho). A Frente Brasil Popular pela Cidadania enfrentou uma longa e desgastante crise interna para se decidir pelo afastamento do senador gaúcho e escolher seu sucessor. Somente no dia 27 de julho Bisol foi substituído pelo deputado Aloízio Mercadante (PT-SP).

Já o senador alagoano Guilherme Palmeira (PFL), vice de Fernando Henrique, foi acusado de receber propinas para encaixar emendas no orçamento da União. As primeiras denúncias foram feitas no dia 6 de julho, mas só ganharam destaque no final do mês. A situação de Palmeira se tornou insustentável, causando problemas para a coligação que apoiava Fernando Henrique - o senador alagoano se tornara vice como "última saída" para

⁴⁰ Esperidião Amin (PPR) foi atingido por acusações de irregularidades em transações imobiliárias, mas os denunciadores foram motivados por disputas locais. A mulher de Amin, Ângela, era então a favorita para o governo de Santa Catarina. A denúncia obteve escassa repercussão nacional.

resolver o impasse que dividia PSDB e PFL em relação à composição da chapa à Presidência. No dia 3 de agosto, Palmeira foi substituído pelo senador Marco Maciel (PFL-PE), antes indesejado por Fernando Henrique por ser o rosto mais conhecido da história de contínua adesão ao governo que caracterizava seu partido.

3.5

O chamado "horário eleitoral gratuito"⁴¹ iniciou-se na primeira semana de agosto de 1994. Ele ocupava duas horas diárias da programação de televisão, uma de manhã (a partir das 7h30min) e outra à noite (a partir das 20h30min). Segundo a divisão arbitrada pelo Tribunal Superior Eleitoral, terças, quintas e sábados eram dias reservados às candidaturas proporcionais (assembléias legislativas e Câmara dos Deputados). Nos outros quatro dias, o horário era dividido meio a meio entre as candidaturas à presidência, de um lado, e aos governos estaduais e às senatorias, do outro.

Desta forma, a campanha presidencial eletrônica ocupava dois períodos de meia hora, quatro vezes por semana: ao todo, quatro horas semanais. Como em geral um programa exibido à noite era reprisado no próximo programa matinal, ou o contrário, produziram-se a cada semana duas horas de programas voltados à eleição presidencial.

O tempo foi distribuído de maneira desigual entre os partidos e coligações: dez minutos de cada bloco de campanha presidencial foram divididos por igual e os vinte minutos restantes foram alocados

⁴¹ "Gratuito" para os partidos, que não pagam a utilização do espaço, mas custoso para o Estado, que fornece às emissoras uma vultosa compensação. Elas abatem do imposto de renda a propaganda eleitoral, calculando-a pelo preço de tabela da publicidade comercial. Estimava-se que a medida permitiria à Rede Globo um abatimento de cerca de US\$ 35 milhões de imposto em 1994; para o SBT, a quantia ficaria em torno de US\$ 9,5 milhões. Cf. Lima, "Propaganda política no rádio e na televisão", p. 201.

proporcionalmente à representação dos partidos no Congresso (lei nº 8713, de 30/9/93, art. 74, alínea I). Dona do maior número de parlamentares, a coligação PSDB-PFL-PTB recebeu a melhor fatia: cada um de seus programas tinha 7min49s. Seguiam-se o PMDB (6min15s), o PPR (4min), a Frente Brasil Popular pela Cidadania (3min31s), o PDT (2min34s), o PL (1min47s), o PRN (1min32s) e o PSC (1min13s). Com apenas uma deputada, o Prona de Enéas Carneiro ficou com o programa mais curto (1min08s). Quando o Partido Liberal desistiu de lançar candidato próprio, após a renúncia de Flávio Rocha, seu tempo foi redistribuído entre os demais, seguindo as mesmas regras.

Da forma como ocorreu nas eleições de 1994 - a forma tradicional na legislação brasileira - o horário de propaganda eleitoral implica uma ruptura na programação de televisão. Duas vezes por dia, por uma hora de cada vez, o telespectador via a emissão normal (de filmes, novelas, noticiários, programas de auditório etc.) ser interrompida para a transmissão da campanha política. A alternativa seria a segmentação do tempo destinado aos partidos em pequenos *spots* de trinta ou sessenta segundos, que seriam veiculados em meio à publicidade comercial. É o procedimento corrente nos países de propaganda eleitoral paga; no Brasil, fora experimentado em parte da campanha para o plebiscito de 21 de abril de 1993, sobre forma e sistema de governo. Por sua duração e modo de inserção, os *spots* tendem a aproximar ainda mais a propaganda política da comercial e a impedir o aprofundamento dos conteúdos discursivos.

O caráter de *rede obrigatória* da transmissão dos programas eleitorais faz com que eles sejam vistos como uma imposição arbitrária e nociva à liberdade de escolha dos espectadores. Seriam uma intrusão injustificada numa televisão que é tida exclusivamente como meio de entretenimento. É

claro que sempre restou a alternativa de desligar o aparelho - a rede é compulsória, mas a audiência não. Outros dois instrumentos vieram ampliar o leque de opções durante o período eleitoral. Em primeiro lugar, o videocassete, que nos anos 80 se disseminou entre a classe média brasileira. Depois, atingindo um público que ainda é bem mais restrito, a televisão a cabo, já que a obrigatoriedade da rede atinge apenas os canais de sinal aberto. É factível afirmar, portanto, que a transmissão obrigatória da propaganda política ganha em eficiência conforme se desça na pirâmide social (excluída a fatia inferior, pouco numerosa, que não tem acesso sequer a um aparelho de TV). Enquanto os mais ricos escapam dela através do cabo, do videocassete ou de outras formas de diversão de que podem usufruir, os mais pobres ficam restritos às emissoras de sinal aberto, sua fonte quase exclusiva de lazer.

Uma diferença significativa na campanha de 1994, em relação às anteriores, diz respeito à produção dos programas do "horário eleitoral gratuito" no rádio e na televisão. Desde 1962, o acesso gratuito aos meios de comunicação eletrônicos foi garantido aos candidatos em campanha; a partir de 1974, com a proibição da propaganda paga, tornou-se exclusivo⁴². As regras para a utilização da mídia, no entanto, têm variado de eleição para eleição, seja na distribuição do tempo entre partidos e coligações, seja na forma permitida ao discurso dos candidatos.

Em 1976, entrou em vigor a chamada "Lei Falcão", que limitava a campanha na TV à exibição da foto do candidato e à leitura, por um locutor, de seu currículo. Pensada pela ditadura como forma de impedir o discurso da oposição, a Lei Falcão regeu as campanhas para as eleições municipais daquele ano, estaduais de 1978 e municipais e estaduais de 1982. Na disputa

⁴² Id., p. 193.

para as prefeituras das capitais, em 1985, após a redemocratização, já houve ampla liberdade de expressão na propaganda eleitoral, mantida nos pleitos seguintes. Uma mudança significativa só foi ocorrer nas regras sancionadas para as eleições gerais de 1994.

Com o objetivo expresso de reduzir a influência do poder econômico nas campanhas, o Congresso aprovou legislação (a Lei nº 8713, de 30 de setembro de 1993) que proibia a utilização de trucagens, imagens externas ou animações (art. 76, § 1º); além disso, era vedada a participação de convidados. No horário destinado à campanha presidencial, apenas os candidatos a presidente e a vice poderiam aparecer e falar. Os gastos com a produção diminuiriam, dando aos candidatos mais pobres acesso aos mesmos recursos dos mais ricos - ou melhor, eliminando a utilização dos recursos de produção caros e sofisticados que os candidatos menos endinheirados não podiam pagar.

As medidas inicialmente propostas eram muito mais rigorosas. A idéia de candidatos falando ao vivo, com câmara fixa e em estúdio neutro, porém, era demasiado indigesta e ofensiva à estética televisiva. Mesmo a legislação aprovada, mais branda, foi bombardeada com a acusação de que tornaria ainda mais chata a já aborrecidíssima rede obrigatória de propaganda eleitoral, reduzindo sua audiência a índices liliputianos.

A legislação restritiva aprovada pelo Congresso obteve um êxito muito relativo em sua aplicação. Geraram-se controvérsias sobre o conceito de "trucagem", já que, a rigor, a simples edição de imagens - expressamente permitida - é uma trucagem, a trucagem básica do cinema, conforme Pudovkin demonstrava já nos anos 20, e também da televisão.

As filmagens externas ressurgiam na forma da exibição de fotos - também permitida - e, logo, de fotos sucessivas em rápido movimento (na

verdade, imagens de *videotape* editadas de forma a apresentarem pulinhos entre um *frame* e outro, como em filmes antigos). Cenários milionários também supriam a falta de externas. Se antes, ao falar dos problemas da saúde, o candidato gravava no saguão de um hospital, agora sua equipe reproduzia um hospital em estúdio. Mais do que qualquer candidato a presidente, o postulante do PMDB ao governo de São Paulo, Barros Munhoz, usou extensamente tal recurso.

Figurantes eram utilizados nos programas, desde que não fossem focados seus rostos, numa interpretação bastante liberal da regra que limitava a campanha de TV à aparição dos próprios candidatos. Era o suficiente para que fosse dada a impressão de mobilização; na campanha do PSDB-PFL-PTB, através da imagem de dezenas de mãos tocando bumbos. Mãos de mulheres e de homens, de velhos e de jovens, de negros e de brancos, realizando as mais diferentes tarefas, pontuavam todos os programas de Fernando Henrique. O PT, em alguns programas, utilizou *big-closes* de olhos e bocas que cantavam o jingle da campanha. Os telespectadores não tinham dificuldade em reconhecer, a partir daí, atores e atrizes famosos da televisão, como Mário Lago e Letícia Sabatella.

Além disso, dada a ausência de censura prévia aos programas, os partidos faziam um cálculo de benefícios antes de burlar a lei. Às vezes, compensava pagar a penalidade imposta pela Tribunal Superior Eleitoral, em geral a suspensão da veiculação do programa por um ou mais dias. Foi o que fez a Frente Brasil Popular pela Cidadania, ao veicular as inconfidências parabólicas do então ministro Ricupero.

Não cabe, porém, concluir que a nova legislação deixou "tudo igual". Sobretudo, apesar de trucagens, locutores e jingles, os candidatos tiveram que falar muito mais. Não puderam delegar a palavra a convidados. A decisão

afetou, por exemplo, Esperidião Amin, que gostaria de associar estreitamente sua imagem com a de Paulo Maluf, e o PT, que pensava em fazer do seu programa uma espécie de *talk-show*, em que o candidato Lula discutiria os problemas nacionais com especialistas e personalidades de diferentes áreas. Também não pôde o PT, pela proibição da utilização de cenas externas, veicular como gostaria o material gravado nas "caravanas da cidadania", sua pré-campanha eleitoral que, ao longo de meses, havia levado Lula aos mais distantes rincões do país.

De toda a nova legislação, o item cuja observância era mais facilmente controlável era também aquele mais discutível do ponto de vista da equalização técnica dos programas: a proibição da presença de convidados. Uma vez que o "diz-me com quem andas que te direi quem és" é uma máxima relevante para a política, a restrição ocasionou substancial perda de informação para o eleitor/telespectador. Além disso, a idéia de que o candidato deveria falar - e portanto saber - "tudo" reforçava uma visão personalística do processo eleitoral.

As novas regras fracassaram no objetivo de nivelar os programas eleitorais. As desigualdades de recursos se fizeram sentir com clareza. O candidato do PSDB-PFL-PTB apresentou um programa tecnicamente muito superior aos de seus adversários. A campanha de Fernando Henrique foi filmada em película de 35 mm, muitas vezes mais cara do que a gravação direta em vídeo e que resulta numa imagem mais nítida e com maior "profundidade".

Também Lula, Quéricia e Amin tiveram programas bem produzidos, aproveitando, tal como Fernando Henrique, todas as brechas existentes, enquanto Brizola, Enéas, almirante Fortuna e os dois candidatos do PRN seguiram praticamente à risca a legislação restritiva, por opção ou falta de

recursos. Utilizaram cenários neutros, câmara fixa, até a edição de imagens era limitada.

A participação dos candidatos a vice-presidente também foi variada, tendo num extremo Aloízio Mercadante (PT), que era visto no vídeo dois ou três dias por semana, e no outro Marco Maciel (PSDB-PFL-PTB), cujo nome nem sequer era citado nos programas de sua coligação. O vice de Enéas foi apenas lembrado; o do almirante Fortuna, o presidente nacional do PSC Vítor Nólseis, apareceu uma única vez. Vice na chapa do PDT, o senador Darcy Ribeiro - gravemente doente - teve participação igualmente apagada. O PPR colocou no ar algumas vezes a candidata a vice Gardênia Gonçalves; mais ainda o PMDB, que enfatizou a dupla condição de mulher e evangélica de "dona Íris", vice de Quércia. O PRN, que trocou de candidato no meio da campanha e passou quase metade dos programas fora do ar, também não apresentou seu vice ao público.

Apesar dos prognósticos sombrios, a nova legislação não destronou o horário eleitoral da condição de principal canal de contato entre as candidaturas e o eleitorado. Embora com números discrepantes, várias pesquisas chegaram a este resultado. Um *survey* no Distrito Federal, em setembro de 1994, apresentou a propaganda na TV como, de longe, a mais difundida fonte de informação entre os eleitores (excluídos os noticiários da televisão): era assistida por 82% dos entrevistados, contra 69% para os debates entre os candidatos na TV, que vinham em segundo lugar⁴³. No

⁴³ Os outros dados da tabela parecem ilógicos. Se 35% dos consultados compareciam a comícios (um número espantosamente alto), é difícil crer que apenas 30% conversassem sobre política com amigos e conhecidos. Em último lugar, como fonte de informação, estavam as reuniões em entidades associativas (20%). Rua, "Mídia, eleição e política", p. 85.

mesmo mês, pesquisa Vox Populi em base nacional apontou que 67% dos eleitores já tinham assistido ao programa eleitoral pelo menos uma vez⁴⁴.

As restrições não implicaram uma redução drástica da audiência, mas parecem ter diminuído a eficácia dos programas eleitorais. Segundo um estudioso,

a nova legislação reduziu em muito a capacidade dos partidos de dispor de canais funcionando à parte dos *media* tradicionais, que pudessem concorrer com eles no agendamento e no enquadramento dos temas discutidos na campanha. Diferentemente do que ocorreu em 1989, as versões dos órgãos noticiosos sobre a realidade nacional não puderam, em 1994, ser eficazmente contrabalançados pelos programas do HGPE [horário gratuito de propaganda eleitoral]⁴⁵.

Ou seja, a Lei nº 8713 teria jogado fora a criança junto com a água do banho. Com o objetivo declarado de minimizar a influência do poder econômico e da pirotecnia mistificadora que cercava os candidatos para ocultar seus projetos, terminou por limitar o alcance político dos programas eleitorais. Eles se tornaram incapazes de criar fatos políticos e mesmo de expor eficazmente a visão que partidos e candidatos tinham da realidade.

Os meios de comunicação ganharam, assim, o monopólio do agendamento da campanha, determinando o peso relativo de cada fato político. Saíram prejudicados os candidatos de oposição (oposição ao governo e à Rede Globo, diga-se de passagem), incapazes de qualquer reação efetiva à campanha (pouco) velada, travestida de objetividade jornalística, em favor de Fernando Henrique Cardoso. O episódio Ricupero é emblemático: apesar do impacto intrínseco ao incidente - um ministro de Estado confessando ilícitos em conversa informal com um repórter - e do esforço dos partidos de

⁴⁴ Pela pesquisa, 33% nunca viram o programa; 9% viram apenas uma vez; 28% viram de duas a cinco vezes; 15% viram de cinco a dez vezes; 15% viram mais de dez vezes. Há uma falha evidente nesta tabulação: quem assistiu cinco vezes ao programa eleitoral pode ser enquadrado em duas categorias. Cf. Anselmo Gois, "O silêncio da TV", coluna "Radar", *Veja*, 21/9/94, p. 49.

⁴⁵ Albuquerque, "Política versus televisão", p. 54.

oposição, acabou reduzido a um fato menor pela pouca importância que lhe foi atribuída pela Rede Globo de Televisão.

É o poder de estabelecer a pauta de questões políticas relevantes, cotidianamente exercido pela imprensa - e que a propaganda eleitoral na televisão deveria contrabalançar. A imprensa, diz Bernard C. Cohen, "pode, muitas vezes, não ser bem-sucedida ao dizer às pessoas o que elas devem pensar, mas é notavelmente bem-sucedida ao dizer a seus leitores [ou espectadores, no caso] *sobre* o que pensar"⁴⁶.

Além desse esvaziamento, a nova legislação causou *perda de legitimidade* para a propaganda política. Ao exigir programas que exibissem de forma mais marcada sua ruptura em relação à grade normal das emissoras, fez com que eles fossem percebidos, ainda mais acentuadamente, como uma imposição arbitrária e contrária à liberdade dos espectadores⁴⁷. Nas campanhas anteriores, os partidos vinham desenvolvendo uma linguagem mimética em relação à programação normal, apresentando aos espectadores os formatos conhecidos de telejornal, propaganda comercial, *talk-show* e mesmo telenovela, como fez Maluf em 1989.

Esse mimetismo não significa necessariamente a degradação da mensagem política. Um exemplo extremo, retirado da campanha de 1989, é a paródia de um comercial de sabão em pó. No supermercado, a dona de casa que já está com Collor dentro de seu carrinho é convidada a testar outro candidato. Após alguma relutância, aceita a proposta e, alguns dias depois, está convencida: "Lula rende muito mais". Usar este "comercial" para afirmar que "os objetivos do proselitismo político ficam assim subordinados não só ao

⁴⁶ Cohen, *The press and foreign policy*, p. 13.

⁴⁷ Ver Albuquerque, "Sem montagens e sem trucagens", pp. 185-6.

estilo, mas também aos fins estritamente mercantis da televisão"⁴⁸ é não entendê-lo. O espectador sabe que a disputa presidencial não é a escolha de um sabão em pó - da mesma forma, aliás, que sabe que o "Jornal Carrefour" é a propaganda de uma rede de supermercados e não um noticiário. A paródia não é uma forma de corroboração do discurso parodiado. Pelo contrário, seu "sentido construtivo [...] emerge da destruição dos modelos que então recria"⁴⁹. Ao remedar a publicidade do sabão, o PT estava denunciando exatamente o caráter cosmético e despolitizado da campanha de Collor (a dona de casa que o preferia porque "já vem engomadinho" acaba admitindo que ele "era só embalagem"). A paródia não reduz o discurso político ao comercial; apenas o traduz para uma linguagem - televisiva - que o público conhece melhor.

Há motivos para crer que o veto à utilização desta linguagem comprometeu a eficiência da campanha eletrônica. Tentar medir o impacto dos programas de TV junto ao eleitorado exigiria uma complexa pesquisa de campo que não foi feita e que foge aos limites desta tese. Mas a progressão monótona e previsível das intenções de voto, registrada pelos institutos de pesquisa, é um forte indício da pouca repercussão da propaganda partidária (em 1989, ao contrário, Lula duplicou suas intenções de voto durante o período de veiculação dos programas eleitorais do primeiro turno⁵⁰). Outro indício, não menos vigoroso, foi o esvaziamento do escândalo Ricupero, que, segundo todas as expectativas na época, deveria ter provocado um "terremoto eleitoral".

⁴⁸ Trejo Delarbre, "Telecracia no es democracia", p. 119.

⁴⁹ Aragão, "A paródia em *A força do destino*", p. 19.

⁵⁰ Lima, "Medios de comunicación y democracia", p. 133.

Segundo vários observadores, a população simplesmente não entendeu o caso Ricupero. Desconhecia até mesmo o significado da palavra "escrúpulo", central para a compreensão da frase mais contundente do ministro⁵¹. Com a campanha eletrônica manietada pela legislação restritiva, ficou mais difícil explicar o episódio e sua relevância. Os telejornais tenderam a minimizar o escândalo, em especial os da Rede Globo, envolvida pelas confissões de Ricupero. Desta forma, por mais que a Frente Brasil Popular pela Cidadania tenha insistido no caso, optando mesmo por violar a legislação eleitoral e exibir as imagens do ministro conversando com o jornalista, a repercussão ficou muito aquém do esperado.

Aparecem aqui dois problemas complementares, mas distintos. Em primeiro lugar, a incompetência de parte significativa do eleitorado para manipular vocábulos e conceitos básicos do discurso político corrente. Uma ilustração anedótica, mas significativa, é dada pela seguinte notícia de jornal, da época da campanha de 1989:

Constatou-se, por exemplo, que o eleitor não entende nada quando ouve alguém falar em "privatização da Mafersa". Reserva de mercado é confundida com "estocagem de alimentos"; capital de risco, com "alto índice de criminalidade no Rio e São Paulo" e incentivo fiscal, com "suborno pago aos fiscais em todas as cidades"⁵².

Trata-se de um efeito não apenas do déficit escolar, mas também da desqualificação da capacidade política do eleitorado - que, desprovido de

⁵¹ O que foi notado tanto pela Frente Brasil Popular pela Cidadania quanto pelo PSDB-PFL-PTB. Ver Américo Martins e Eumano Silva, "PT fará programas mais didáticos". *Folha de S. Paulo*, 11/9/94, p. Esp.-3; e Graziano, *O real na estrada*, p. 112.

⁵² *Jornal do Brasil*, 23/11/89, cit. in Jorge, *Collor*, p. 164. Os exemplos fazem lembrar do movimento operário inglês do começo do século passado, no qual, segundo Thompson, *slogans* em favor de um governo provisório podiam ser entendidos como a defesa de um fornecimento maior de provisões e o sufrágio universal era confundido com um solidário "sofrimento universal", isto é, "se um membro sofre, todos têm de sofrer". Ele observa que tais palavras-de-ordem "tinham um valor mais fetichista do que racional". Cf. Thompson, *A formação da classe operária inglesa*, v. 3, pp. 305-6.

capital político, não pode produzir discursos políticos (privilégio dos partidos e seus líderes), nem avaliá-los (privilégio dos comentaristas de imprensa) e, enfim, nem mesmo compreendê-los. O problema é grave, uma vez que se torna difícil pensar a política como construção do futuro comum quando a ferramenta básica de mediação, que é o discurso (isto é, a linguagem), está tão degradada.

O segundo problema se encaixa neste ponto: os programas de televisão poderiam ajudar a suprir as lacunas de compreensão do eleitorado, uma vez que mesmo aqueles com vocabulário mais pobre estariam familiarizados com técnicas de narrativa televisual razoavelmente sofisticadas. Em suma, a sintaxe da televisão poderia, eventualmente, servir de ponte para a linguagem algo esotérica do discurso político - como a paródia do comercial de sabão em pó citada acima ilustra de forma exemplar. A legislação que regeu as eleições de 1994, porém, bloqueou esta alternativa.

Partidos e candidatos foram pegos numa cilada: fascinados pelos recursos discursivos postos à sua disposição pelos meios eletrônicos de comunicação, não souberam - ou não quiseram - recuar para o formato oratório mais tradicional que a legislação impunha, contrariando algumas previsões de observadores⁵³. Tentaram fabricar um arremedo de programa televisivo "dinâmico", evitando em primeiro lugar aquele que era o principal objetivo proposto pela legislação restritiva: a fala longa, ininterrupta e (idealmente) aprofundada do candidato.

Ao mesmo tempo, o formato tradicional de discurso político não seria mais assimilado pelo público, já acostumado a ver a campanha eleitoral eletrônica mimetizar a linguagem da programação normal. O resultado,

⁵³ Cf. Rondelli e Weber, "Ensaio das eliminatórias", p. 44.

portanto, foi um meio-termo. Nem os programas ágeis, plenamente sintonizados com a linguagem televisiva, das campanhas anteriores, nem o discurso sério do político falando para uma platéia; antes, a tentativa de disfarçar, de qualquer maneira, com *jingles*, videoclipes, cenários e uma edição nervosa, aquilo que a campanha eleitoral eletrônica era de fato: programas de um só ator, rodados em estúdio.

A ineficácia percebida nos programas eleitorais - ao menos os dos partidos oposicionistas, que precisavam construir uma representação da realidade alternativa à da mídia - não alterou sua posição de principal instrumento de contato entre candidatos e eleitores. Essa foi a angústia constatada na cúpula da Frente Brasil Popular pela Cidadania, à medida que a campanha chegava ao fim e a vitória de Fernando Henrique Cardoso já no primeiro turno da competição se tornava mais palpável. Os programas de televisão eram a única esperança de reversão do quadro, ao mesmo tempo em que se mostravam singularmente incapazes de modificar as intenções do eleitorado.

3.6

A compreensão do quadro em que se desenrolou a eleição de 1994 exige um recuo, pelo menos, até o fim da ditadura militar. O Brasil sofreu a mais longa transição democrática da América latina, iniciada em 1974, com a "distensão" do governo Geisel, e só concluída na segunda metade dos anos 80. Em 1985, os militares entregaram o poder a um presidente civil, José Sarney. Em 1988, foi promulgada uma nova Constituição. Em 1990, assumiu o governo o primeiro presidente eleito por voto direto em 30 anos, Fernando Collor. A incompetência dos governos Sarney e Collor no campo da política econômica, bem como sua inoperância no plano social, promoveu a desilusão dos

brasileiros em relação à capacidade de resolução de problemas por parte dos regimes democráticos - um fenômeno comum aos países latino-americanos, agravado, no caso do Brasil, pelo caráter excepcionalmente conservador de sua transição política.

Apesar disso, os processos eleitorais pós-1985 se caracterizaram por uma moldura democrática bastante completa. O direito de voto foi estendido aos analfabetos e jovens de 16 a 18 anos, implantaram-se as eleições em dois turnos, houve irrestrita liberdade de organização partidária, espaços nos meios de comunicação foram franqueados a todos os partidos. Mesmo assim, permaneciam mazelas, em especial a presença incontrolada do poder econômico, a manipulação de informações pelas grandes redes de comunicação (sobretudo a Rede Globo), a utilização da chamada "máquina estatal" em favor de candidatos e a pouca eficiência da Justiça Eleitoral.

Em 1994, nove candidaturas foram aceitas para a presidência, número que se reduziu a oito com a desistência de um postulante em meio à campanha. Mas um quadro "bipolarizado" se esboçou desde cedo. O candidato do Partido dos Trabalhadores, Luiz Inácio Lula da Silva, à esquerda no espectro político, despontava como franco favorito meses antes do pleito. Para os partidos conservadores, colocava-se a necessidade de encontrar o "anti-Lula". Com a projeção que tomou Fernando Henrique Cardoso no cargo de ministro da Fazenda, ele se tornou a opção quase que natural destes setores.

Com os demais candidatos fazendo figuração, Lula e Fernando Henrique foram protagonistas absolutos da campanha. O candidato do PT, apoiado por outros partidos de esquerda, tentou em vão conquistar o centro político. Fernando Henrique estava melhor situado para isso, já que possuía uma trajetória vinculada à esquerda, mas ganhara o *status* de candidato viável

para a direita. Seu partido, o PSDB, oficialmente social-democrata e com raízes no partido de oposição à ditadura militar, formou uma coligação com o PFL, agremiação liberal formada por antigos próceres do regime autoritário. Além do interesse comum em derrotar Lula, a aliança foi facilitada pela rápida conversão, nos anos anteriores, dos líderes do PSDB ao ideário neoliberal.

O acontecimento central da conjuntura política imediatamente anterior ao pleito foi o lançamento de um pacote econômico com mudança de padrão monetário, o Plano Real. Ele permitiu uma drástica queda na taxa de inflação, que ultrapassava os 40% mensais, e alavancou de maneira decisiva a candidatura de Fernando Henrique Cardoso. Mesmo já fora do ministério, o candidato era vinculado ao sucesso do plano econômico e se aproveitava da ampla publicidade oficial sobre a nova moeda. Em plena campanha eleitoral, um escândalo revelou de forma cristalina o envolvimento governamental na promoção de Fernando Henrique, provocando a queda do então ministro da Fazenda. Mas mal arranhou os índices de intenção de voto no candidato, demonstrando a força da estabilização da economia na opção do eleitorado.

Demonstrou também a incapacidade dos programas do horário de propaganda eleitoral no rádio e na televisão para fazer frente ao cenário político construído pelos meios de comunicação. Uma nova legislação, aprovada em 1993, impediu a aparição de convidados e restringiu a utilização da linguagem televisiva nos programas eleitorais. Seu objetivo declarado era impedir o abuso do poder econômico na produção da propaganda dos candidatos. Mas o resultado mais palpável foi diminuir - ou mesmo anular - a eficácia da campanha no rádio e na televisão. Apesar disso, como bem sentiram os candidatos que gostariam de construir uma agenda política

alternativa à da mídia, o horário eleitoral continuava sendo, de longe, o mais importante meio de contato com os eleitores.

4 - Mito (II): autoridade e experiência

4.1 - O discurso da autoridade. A campanha de Quêrcia. — A denúncia da "fraqueza" dos governantes. — O mito liberal da "igualdade de oportunidades". — O discurso de Lula. Comandantes e líderes.

4.2 - A rejeição ao político. — O "homem comum" dos candidatos do PRN e o militar exaltado por Fortuna. — Enéas e Collor. O salvador da pátria.

4.3 - Experiência e competência. — Política vs. administração.

4.4 - Resumo do capítulo.

4.1

Neste capítulo e nos dois seguintes, serão analisados os programas de propaganda eleitoral exibidos na televisão durante a campanha para a Presidência da República. O objetivo *não* é fazer um mapeamento amplo das estratégias discursivas dos candidatos, mas tão-somente observar a presença (ou ausência) de elementos míticos e como tais elementos se comportam no espaço discursivo mediático. Cabe observar que, a rigor, enfocam-se os discursos das *candidaturas*, não dos *candidatos*. Isto é, são consideradas tanto as falas dos próprios postulantes à presidência quanto as de seus vices, dos locutores ou os *jingles* e videoclipes de campanha. Cada capítulo estará centrado em um ou dois temas recorrentes nos discursos de campanha e vinculados a seus aspectos míticos. Como tais temáticas não aparecem isoladas e, ademais, só podem ser compreendidas a partir de sua integração no conjunto do discurso, em alguns momentos desses três capítulos foi difícil evitar uma dose de repetição. Todavia, espero tê-la limitado ao mínimo possível.

Entre os conteúdos simbólicos significativos que atravessaram os programas eleitorais, um dos mais importantes foi a *autoridade*. Autoridade como um atributo pessoal do candidato, isto é, como capacidade subjetiva de comandar. Era ponto pacífico que essa era uma qualidade positiva e necessária ao próximo presidente da República. Alguns postulantes exploraram sistematicamente esse filão. Mais do que qualquer outro, Orestes Quércia, do PMDB, insistiu nesse ponto; também Enéas Carneiro, Fernando Henrique Cardoso e Leonel Brizola trabalharam o tema da firmeza e do comando.

Quércia, segundo se noticiou na época, foi orientado por assessores norte-americanos, que lhe garantiram ser a autoridade a virtude mais apreciada pelo eleitorado. Além disso, ele fora um dos chefes da campanha pelo presidencialismo, no plebiscito sobre forma e sistema de governo, em 1993. Amplamente vitoriosa, a campanha presidencialista também exaltou o valor da autoridade - de uma maneira, aliás, muito semelhante aos programas de Quércia¹. Firmeza, decisão, comando, autoridade: não houve um único programa do PMDB em que esses termos não surgissem.

O contraponto, utilizado na campanha de Quércia, era o próprio presidente Itamar Franco. Jornalistas, cartunistas e humoristas da TV ironizavam a presumida irresolução do presidente, visto como hesitante e inapto para comandar sua equipe de governo. De forma implícita, era atingido também o PSDB de Fernando Henrique Cardoso, partido com fama de "em cima do muro", isto é, incapaz de tomar decisões.

"Nós, no Brasil de hoje, somos uma nau sem rumo, sem comando, sem definição", dizia o candidato do PMDB já no programa inaugural, para em

¹ Sobre a campanha para o plebiscito, ver Miguel, "Sentidos do passado".

seguida observar que a ditadura militar era "perseguidora", mas "tinha organização". Democracia, pontificava Quércia, "não significa anarquia, e sim "comando, força". O governo "tem que ter comando no Congresso Nacional" e o povo, ao optar pelo presidencialismo no plebiscito de abril de 1993, mostrou que "quer um presidente que mande neste país" (3/8)*.

O elogio - é verdade que comedido - do regime militar aparece como um reflexo da aversão ao poder legislativo. Orestes Quércia já se utilizara do baixo prestígio do Congresso Nacional na campanha contra o parlamentarismo. Como líder do comitê presidencialista, ele não se cansara de advertir dos riscos de entregar o poder na mão dos deputados. Agora, explicitava que a subordinação do parlamento ao executivo era um dos méritos do "governo forte":

Se o governo não for firme, não for decidido, não aprova nada no Congresso. Governo tem que comandar. Quando governei São Paulo nunca tive desses problemas que o atual governo tem no Congresso. Meu partido não tinha maioria na Assembléia, mas os deputados sempre respeitavam a minha autoridade e aprovavam os meus projetos (9/9)².

Alguns programas mais tarde, Quércia inaugurou o bordão que repetiria sem cessar: "Presidente, quando quer, faz!"³ Ao se referir ao desenvolvimento do interior paulista, o locutor da campanha do PMDB assinalaria que ele era fruto do esforço do povo "e da determinação de um líder" (22/8). A ênfase no papel do líder, do líder forte e impositivo, contraface da repulsa pelo parlamento com suas acomodações e acordos, casava com a pregação pela firmeza, decisão e comando.

* Todas as referências são aos programas noturnos de televisão e à primeira vez em que *jingles*, videoclipes ou discursos são veiculados. As datas, evidentemente, correspondem ao ano de 1994.

² No mesmo sentido, os programas de 11 e 15 de setembro ("O Brasil precisa de um presidente com autoridade para aprovar as leis").

³ Usado pela primeira vez no programa de 7 de agosto. O bordão completo acabou sendo: "Presidente, quando quer, faz! Eu fiz por São Paulo e vou fazer pelo Brasil" (24/8).

O discurso na televisão era bem mais direto e grosseiro do que o apresentado, por escrito, no plano de governo do PMDB. Ali também se falava em "restaurar a autoridade e o poder da Presidência da República" (numa referência, cabe observar, ao cargo e não a seu ocupante). Em vez de "ter comando no Congresso", porém, o presidente devia tomar "a iniciativa de construir uma maioria parlamentar sólida"⁴. Para o público relativamente restrito que lia seu programa de governo, de resto recheado de cifras e mapas, Quéricia julgava apropriado apresentar propostas mais moderadas e um linguajar mais comedido.

Tanto o candidato do PMDB quanto seus concorrentes pareciam, na verdade, presos a uma distinção já ultrapassada entre palavra escrita e palavra falada. O escrito era perene, podia ser cobrado depois, implicava um compromisso. O falado era jogado ao vento, como se não existissem o cassete, o videotape e o videocassete. Portanto, havia muito mais cautela nos textos escritos do que nos pronunciamentos em rádio e televisão, para não dizer nos comícios.

Para citar apenas mais um exemplo, Fernando Henrique Cardoso se sentia à vontade para, na campanha eletrônica, mentir a respeito de suas propostas para a previdência social, garantindo que não iria mudar a aposentadoria: "Dizem que nós vamos mexer na aposentadoria. Todo o tipo de absurdos, criados por gente que está perdendo a eleição e a cabeça. [...] O que se pretende é continuar melhorando a Previdência, como ela tem melhorado nos últimos anos" (26/9). O programa de governo impresso, porém, evita qualquer afirmação taxativa deste tipo. Numa única frase chega mesmo a deixar claro - é verdade que apenas de maneira indireta e *en passant*

⁴ Plano de governo Quéricia, p. 7.

- que ocorreriam mudanças, embora não as especifique, ao dizer que "haverá a garantia de transição para as novas regras que vierem a ser adotadas, de forma a não prejudicar os atuais segurados"⁵.

Se a "autoridade" era a virtude máxima para um governante, seu maior pecado só podia ser a "fraqueza". Quase que em todo programa, Quércia criticava o governo Itamar Franco, sempre por este motivo. A mortalidade infantil aumentava no país, conforme o Ministério da Saúde havia divulgado, porque "este governo não teve força para resistir às pressões, porque é um governo fraco, indeciso, sem comando" (12/8). A primeira inflação do real chegou a 6% porque "o governo está sendo fraco" (29/8), "está fraquejando", não tem "pulso forte" (2/9; em sentido semelhante, também os programas de 5/9, 7/9, 12/9 e 14/9). O ministro Rubens Ricupero agiu desonestamente porque "todo governo fraco acaba tendo que mentir para o povo" (4/9).

A inflação, segundo o candidato do PMDB, iria voltar por falta de uma política de controle de preços. A ausência de tal política não refletia, porém, uma visão equivocada do governo Itamar Franco sobre as estratégias de combate à inflação ou mesmo seu atrelamento aos grupos econômicos dominantes. Para Quércia, não havia controle de preços devido à *fraqueza* do poder central. "Governo fraco é incapaz de fazer um controle forte", dizia (21/9).

O futuro governo Quércia contrastaria com o de Itamar justamente por isso. Enquanto um, fraco, era incapaz de dar um rumo ao país, o outro seria marcado pelo "pulso firme" do chefe da nação:

É preciso comando, é preciso firmeza, é preciso decisão. Aliás, eu tenho assinalado nesta campanha que o que o Brasil precisa é exatamente disto, porque a nossa nação não tem comando, não tem definição, não tem planejamento (14/8).

⁵ Cardoso, *Mãos à obra, Brasil*, p. 199.

Decisão, pulso firme, é a lição que a vida me ensinou (26/8).

Comigo eles não brincam (19/9).

Já Fernando Henrique era incurável: "Quem foi ministro fraco, de um governo fraco, não é agora que vai ter força" (16/9).

Mas o candidato do PSDB-PFL-PTB também prestou seu preito à autoridade. Um dos *jingles* mais utilizados em sua campanha enfatizava essa qualidade, através do adjetivo "firme", citado em primeiro lugar entre as virtudes do candidato, antes mesmo da honestidade e da competência (3/8). "É preciso um governo firme", dizia Fernando Henrique (21/9). Referindo-se ao problema da segurança, observou que "não é com conversa" que ele será resolvido, mas com "mão firme". No mesmo programa, um grupo musical reiterava, em ritmo de rap:

Eu quero um presidente preparado, de cabeça
 Que saiba o que fazer e bata a mão na mesa
 E diga: faça
 Diga: prenda
 Que diga: não (17/8).

Fernando Henrique Cardoso lutava contra a imagem de indeciso, de homem de conversa e não de ação - de intelectual, enfim. Seu partido carregava a pecha de irresoluto; mais ainda, o governo do qual participara como principal ministro. A adesão de Fernando Henrique ao discurso da "mão firme" e do soco na mesa, portanto, era mais defensiva, diferente da de Orestes Quécia. Ele estava respondendo ao eleitor, respondendo aos discursos anteriormente construídos sobre sua trajetória individual, seu partido e o governo que integrara: "Não sou fraco". Quécia, com uma imagem de "decidido", "tocador de obras" e "enérgico" já consolidada, fazia a apologia da autoridade enquanto valor, sabendo que ela o beneficiaria. Ou seja, enquanto um procurava se associar a uma qualidade que sabia

valorizada, o outro procurava valorizar essa qualidade, à qual se sabia associado.

Em Quércia, a exaltação da autoridade ganhava os contornos de um discurso mítico. Ela não era um valor em torno do qual se estruturava uma visão de sociedade. Quércia não pregava a instauração de uma sociedade hierarquizada. Era um atributo do líder, ou melhor, o atributo que o tornava capaz de realizar a vontade do povo, uma vez guindado à Presidência.

O candidato do PMDB parecia preso à ficção que ajudara a disseminar durante a campanha do presidencialismo: a da identidade entre o povo e o chefe da nação, ou ao menos entre a vontade de um e de outro. Se o presidente eleito por voto direto é a encarnação dos desejos do povo, apenas a *fraqueza* frente às pressões dos poderosos explica uma atuação contrária aos interesses de seus mandantes. A ênfase de Quércia, ao criticar o presidente Itamar Franco, sempre foi esta.

O discurso de Quércia sintetizava, portanto, a idéia de que o mandato concedido pelo povo ao presidente da República é ilimitado - traduzida em formulações simplistas do tipo "ter comando no Congresso Nacional", "mandar neste país". Não existiriam restrições estruturais ou institucionais à vontade do chefe da nação - quanto às limitações financeiras, o que Quércia tinha a dizer era que "essa questão de recursos [...] é muito relativa" (7/8). A única condicionante existente é a interna, psicológica, daquele que exerce o cargo sem possuir condições de fazê-lo, que é incapaz de se impor e, por isso, fica à mercê dos interesses particulares.

Dessa maneira, basta o presidente desejar para conseguir fazer. Mais ainda, essa vontade é tida, pelo simples fato da vitória eleitoral, como coincidente à do "povo". Obstaculizar a ação do presidente da República é impedir que o povo exerça sua vontade pela força daquele a quem escolheu.

O balanço de forças próprio do parlamento seria, assim, uma aberração. Não residiria aí, nesse corpo dividido, a vontade soberana do povo e da nação, que são *unos*. Trata-se, talvez, de uma imagem própria dos regimes presidencialistas. Marx já observara, a propósito da Segunda República francesa: "A Assembléia Nacional exhibe realmente, em seus representantes individuais, os múltiplos aspectos do espírito nacional, enquanto que no presidente esse espírito nacional encontra a sua encarnação. Em comparação com a assembléia ele possui uma espécie de direito divino; é presidente pela graça do povo"⁶.

O elogio da autoridade também traz embutido um alerta contra a disputa dentro da sociedade. A clara identificação de um chefe permite dirimir conflitos. Se só um manda, não há o que contestar. A autoridade perfeitamente estabelecida, que impõe sua vontade, aparece como fator de coesão social - ainda mais quando essa autoridade é, *por definição*, idêntica à do povo, já que oriunda do sufrágio universal e direto. Daí a ojeriza ao parlamento, cuja autoridade é difusa, vacilante, *dividida* e, portanto, levando à divisão. Mais uma vez, o programa de Quércio ecoou a campanha pelo presidencialismo, que também apresentava o Congresso Nacional como um obstáculo entre o povo e o presidente, seu delegado. Se o mito político, conforme o conceito construído no primeiro capítulo, se caracteriza pela rejeição do conflito na sociedade, então o elogio quercista da autoridade foi, de fato, mítico.

O desenvolvimentismo foi outro aspecto da campanha de Quércio. A divisão do Brasil em 90 "regiões de desenvolvimento", principal idéia de sua plataforma de governo, foi explicada em vários programas de televisão. Uma

⁶ Marx, *O 18 Brumário de Luís Bonaparte*, p. 215.

das frases preferidas do candidato era "vamos levar esse país pra frente". Autoridade e desenvolvimento mostram ser, na verdade, as duas faces de um mesmo discurso - não por acaso, eram as principais linhas de justificação ideológica da ditadura militar. Um chefe "firme", que bote a máquina (isto é, o país) funcionando a contento: eis a mensagem. O desenvolvimento, nesta acepção de "pra frente, Brasil", também implica uma direção definida e consensual. Somente quando todos estão juntos, "pra frente" é, para todos, o mesmo lado.

A alavanca imprescindível do desenvolvimento é a autoridade, que mostra o rumo, impede que os esforços sejam desperdiçados, garante a união no trabalho. E o resultado é, ainda de acordo com a leitura do candidato do PMDB, a mobilidade social individual. Conforme sintetizou, "o nosso desafio é realizar um governo firme, decidido e com autoridade, que leve o progresso a todo o Brasil, que dê reais oportunidades para que as pessoas possam subir na vida" (5/8). Alguns programas mais tarde, ele insistiu no objetivo de dar aos jovens "condições de subir na vida, de ser mais do que foram seus pais" (14/8). Já próximo ao final da campanha, Quéricia reafirmou seu compromisso: "O trabalhador tem o direito de chegar à sua casa, olhar nos olhos de seus filhos e sentir que eles, os seus filhos, podem subir na vida: ser mais do que foi o seu pai, ser mais do que foi a sua mãe. Isso sim, é uma verdadeira democracia de oportunidades" (28/9).

Orientado por marketeiros vindos dos Estados Unidos, Quéricia realçou o valor da autoridade. Mas importou também a "utopia" que norteava sua campanha, o mito liberal, tipicamente estadunidense, da "democracia de oportunidades". A desigualdade indisfarçável, presente na sociedade, não é escondida, mas desfigurada - Barthes já observava que o mito "tem como

função deformar, não fazer desaparecer"⁷. Por trás dela estaria algo que seria o mais importante e que a anularia: oportunidades iguais para "vencer na vida", isto é, enriquecer.

É claro que tal "igualdade de oportunidades" não existe, uma vez que os pontos de partida condicionam as possíveis trajetórias sociais - criam um "espaço dos possíveis", para usar a expressão de Pierre Bourdieu⁸. Compilando um bom número de estudos de caso, Raymond Boudon detecta a presença de fortes barreiras à mobilidade social vertical, mesmo nos países capitalistas avançados, e conclui:

A multiplicação das pesquisas conduz a um resultado cada vez mais evidente: entre as diversas formas de desigualdade social, a desigualdade de oportunidades é aquela que aparece, com as desigualdades econômicas, como a mais refratária à mudança e a mais insensível ao desenvolvimento das sociedades industriais. Estas sociedades eliminaram, em larga medida, as desigualdades jurídicas e políticas formais⁹.

As exceções (o engraxate que se tornou magnata, o camelô que virou Sílvio Santos) servem de vitrine e colaboram na função integradora que o mito exerce. Aqueles que sofrem o peso das desigualdades deixam de considerar sua exclusão, pois sonham com a brecha que os levaria para a esfera dos privilegiados. Quando não alcançam este objetivo, traduzem em termos de fracasso individual - não souberam utilizar as oportunidades que outros aproveitaram - o que, de outra forma, poderiam sentir como revolta contra estruturas injustas.

De certa maneira - e ressalvadas todas as evidentes diferenças entre os dois casos - o sistema hindu de castas representa um antepassado desse tipo de ideologia justificadora das desigualdades sociais. Nele, o Intocável

⁷ Barthes, *Mitologias*, p. 143.

⁸ A noção de "espaço dos possíveis" é desenvolvida ao longo de *As regras da arte*, esp. pp. 265-70.

⁹ Boudon, *L'inégalité des chances*, p. 12; ênfase suprimida.

também tinha a oportunidade de, na encarnação seguinte, passar a Sudra, e assim sucessivamente, até um dia, quem sabe, chegar a Brahman. Aos párias da sociedade tradicional hindu, tanto quanto aos excluídos do capitalismo, é apresentada uma oportunidade de ascender na pirâmide social (é verdade que, para os hindus, apenas *post-mortem*) através do esforço individual. Nos dois casos, também, a estrutura de desigualdades é percebida como imutável. É possível alterar apenas a própria posição dentro dela.

Atualmente, nos países desenvolvidos, a instituição escolar cumpre papel determinante na manutenção do mito da igualdade de oportunidades. Uma vez que - salvo no caso dos herdeiros de grandes fortunas - a ascensão a posições vantajosas está cada vez mais ligada à obtenção de títulos escolares e que o acesso à educação é dado como universal (e mesmo obrigatório), a sociedade toma as feições de uma meritocracia. Na verdade, a escola premia aqueles que já chegam adaptados a suas disposições, isto é, cujas famílias detêm considerável capital cultural e/ou econômico, punindo os que vêm de ambientes desprovidos de tais bens¹⁰. Ela reproduz as diferenças sociais, naturalizando-as.

O mito da igualdade de oportunidades apresenta uma imagem de sociedade em que há permanente competição, mas nenhum conflito (ou solidariedade). Todos estão empenhados no mesmo objetivo, fazer fortuna, mas é cada um por si: fazer a *própria* fortuna. Como bom enunciado performático, o mito - uma vez acreditado - ajuda a criar o mundo que ele descreve, mascarando as fontes reais de conflito, que geram as desigualdades

¹⁰ Ver, a esse respeito, Bourdieu e Passeron, *La reproduction*, p. 186; Bourdieu, *Raisons pratiques*, pp. 40-6.

objetivas na sociedade, e desestimulando a ação política dos desprivilegiados¹¹.

Embora, do ponto de vista da política econômica, defendesse uma plataforma moderadamente intervencionista (base necessária de seu desenvolvimentismo), Quéricia era, de todos os candidatos, o mais vinculado ao mito político liberal das "oportunidades iguais". Que ele combinava, sem contradição aparente, com a pregação em defesa da autoridade, no sentido de "comando", da qual fez o valor por excelência para um administrador público.

Neste ponto, conforme visto, Fernando Henrique Cardoso ficou preso a um registro defensivo, buscando se livrar da fama de "indeciso", que a tripla condição de intelectual, dirigente do PSDB e ex-ministro de Itamar Franco lhe trazia. Para isto, prestou também seu tributo ao discurso da firmeza e da "decisão". Já Lula permaneceu restrito a uma temática próxima, a da necessidade do líder. A história pessoal do candidato credenciava-o a falar em liderança: foi essa a qualidade que o projetou no movimento sindical e no cenário político brasileiro. "O Brasil precisa de um líder", dizia o locutor dos programas da Frente Brasil Popular pela Cidadania: "Todas as vezes que uma nação deseja melhorar o seu destino precisa encontrar o líder que espanta o medo, rompe com o passado e caminha junto com o povo, lutando e construindo" (7/9).

Mas o candidato do PT se mostrou infenso ao discurso da autoridade. Nunca, como Quéricia, criticou Fernando Henrique em termos de "fraqueza". Se o candidato do PSDB-PFL-PTB não era capaz de cumprir a promessa de promover a reforma agrária, por exemplo, não era por falta de "comando" ou de "decisão". Era porque o conjunto de forças que o apoiava sinalizava o

¹¹ Ver Bourdieu e Passeron, op. cit., p. 206; Lipset e Bendix, *Movilidad social en la sociedad industrial*, p. 94.

contrário (21/8). Assim, Lula introduzia no debate político a dimensão do jogo de interesses e da disputa entre projetos não apenas diferentes, mas divergentes. Foi uma voz solitária, na campanha presidencial de 1994.

Realçar o valor da liderança, mesmo no registro apologético para o qual costumava descambar a campanha do PT, é bem diferente da ênfase no papel do líder com autoridade. O "comandante" exige, conforme visto, a ação unânime. Já o líder desempenha uma função propriamente política. Seu papel é aglutinar; ele só comanda na medida em que constrói um projeto que possua apoio. Estão confrontadas aqui, com toda a clareza, duas concepções diferentes da política.

4.2

A pregação de Quércia em favor da autoridade se refletia no desprezo pelo parlamento, foco de conflitos e de incertezas, que se desejava "comandado" pelo executivo, cujo chefe era a encarnação da vontade do povo. Daí para a execração da chamada classe política era um passo, que o candidato do PMDB, político profissional há décadas, não poderia dar. Mas que vários de seus concorrentes - os "nanicos" - julgaram proveitoso efetuar.

Em 1989, Fernando Collor, não obstante suas origens e sua trajetória, apresentou-se à população como o "anti-político". Valeu-se da corrosão do prestígio da elite política brasileira e da atividade política em geral. Cinco anos depois, Collor havia sofrido o *impeachment* e esse tipo de discurso, tão associado a ele, se desgastara. Mas, por outro lado, o desgaste da elite política era ainda maior, sobretudo após as revelações da CPI do Orçamento.

Os candidatos dos pequenos partidos, sem nada a perder, ainda julgaram lucrativo se proclamarem "anti-políticos" à maneira de Collor. Seus herdeiros do PRN, Walter Queiroz e depois Carlos Gomes, usaram o fato de

serem neófitos em campanhas eleitorais, desconhecidos do eleitorado, e ensaiaram um arremedo de poujadismo. Eram "homens do povo", tanto quanto aqueles que os assistiam. Apresentando-se ao eleitorado em seu primeiro programa como candidato, Gomes apontava para as fotografias de seus adversários, que compunham o cenário, e observava: "Eles são políticos profissionais. [...] Eu não: eu sou igual a você" (2/9).

Também o almirante Fortuna, do PSC, reclamava dos políticos. A simples condição de militar - que ele salientava, apresentando-se ao eleitorado com a patente no lugar do prenome - bastava para diferenciá-lo dos homens de partido. Sempre em busca de autopromoção (14/8), isto é, colocando seus interesses pessoais acima de tudo, os políticos eram incapazes de resolver os problemas nacionais:

Há dez anos a classe política brasileira vem demonstrando incompetência e corrupção, o que impede que os nossos problemas mais angustiantes sejam resolvidos. E o que é pior: se julgam os donos do país. Não permitem suas alianças com o poder econômico que pessoas qualificadas possam se apresentar como uma solução para os problemas que eles criaram com seu egoísmo e sua crueldade. A cada quatro anos, voltam cinicamente, como se nenhuma responsabilidade possa lhes ser cobrada por ter empurrado o Brasil ladeira abaixo, fabricando a miséria, a fome e o desemprego (19/8).

Os "dez anos" mencionados na primeira frase, correspondentes ao período pós-ditadura militar, eram presença freqüente no discurso do candidato - que se referia, por exemplo, à "omissão e a corrupção que nos últimos dez anos destruíram o orgulho e a esperança dos brasileiros" (4/9). Sob a ditadura, presumia-se, o brasileiro podia ter esperança e orgulho. Fortuna, que num debate na TV Cultura se recusou a condenar, minimamente que fosse, o período autoritário¹², revelava com clareza a conexão entre a

¹² Foi um ciclo de debates dos candidatos com a imprensa. O almirante Fortuna foi entrevistado no dia 19 de julho.

apologia do "governo forte", o discurso anti-político e o desprezo à democracia.

O alvo privilegiado do almirante também era o Congresso:

A democracia só é um regime forte quando suas leis são cumpridas. Mas se essas leis são feitas por um Congresso que não trabalha, que é corporativista, que não vota a revisão constitucional nem o orçamento da União, que acoberta a corrupção dentro de sua própria casa, como ocorreu na CPI do orçamento, onde ninguém foi preso ou teve os bens confiscados, esse Congresso estimula a impunidade e desacredita os poderes constituídos. Os direitos humanos têm que ser voltados para o cidadão ordeiro e trabalhador, e não para bandidos ou criminosos, estejam no governo ou não (16/9).

A tirada humorística final - "estejam no governo ou não" - não mascara o típico discurso autoritário, que vê na bandeira dos direitos humanos uma forma de proteger bandidos.

Assim, o candidato do PSC se apresentou como o militar contra os políticos; os dois postulantes do PRN também marcavam a linha divisória que os separava da elite política, mas assumindo a posição de cidadãos comuns. Enéas Carneiro, do Prona, também fazia questão de se destacar do grupo pouco atraente dos políticos - "eu não pertenço a essa classe podre e, exatamente por isso, eu sou diferente de todos eles" (5/8). Mas não se deixava confundir com o "homem comum". Ele estava acima tanto de uns quanto de outro. Líder iluminado (ou então "ilustrado", que era decerto a imagem que o candidato gostaria de passar), Enéas foi quem mais se aproximou do modelo de Collor.

À primeira vista, quanta diferença entre os dois! Fernando Collor, jovem e bem apessoado, exibia na televisão - tanto na campanha quanto depois, na Presidência - seu cabelo gomalinado, seus ternos italianos, sua disposição de esportista. Todo seu esforço era para apresentar o visual mais limpo possível. Enéas, ao contrário, inundava a telinha com uma barba escura desgrenhada e imensos óculos de fundo de garrafa. Não expunha suas idéias:

berrava-as, furioso, até encerrar o programa com o bordão "meu nome é Enéas", herança da campanha presidencial de 1989, quando, com 15 segundos para se apresentar na TV, em meio a uma dúzia de candidatos "nanicos", contentara-se em ocupar o espaço do "folclórico".

Enquanto um fez sua campanha assessorado por um eficiente comitê de *marketing* e soube logo se projetar como candidato viável para a direita, amealhando apoio e financiamento, o outro esteve cercado de amadores, produziu programas primários do ponto de vista técnico e permaneceu um *outsider* até o final. Além disso, Collor se apresentou como o paladino da "modernidade", palavra que, com ele, passou a representar privatização de empresas estatais, desregulamentação e abertura da economia ao capital internacional. Enéas, ao contrário, foi o mais nacionalista dos candidatos à Presidência. Seu discurso era visceralmente protecionista e enfatizava a necessidade de ampla intervenção estatal na economia.

Em comum, eles faziam dos políticos os inimigos nº 1 da pátria. E Enéas, tanto quanto Collor, apresentava-se como o único que tinha força para derrotá-los. Em suma, ambos vestiam a fantasia de Salvador da Pátria, essa figura-chave dos mitos políticos: o homem dotado de qualidades excepcionais, capaz de conjurar o mal, que a fortuna apresenta ao país no momento apropriado. Tal como Collor, Enéas se anunciava como única solução para os problemas do Brasil, contra quem se uniam os maus patriotas. Não é fortuita, também, a semelhança nas denominações das agremiações dos dois candidatos, uma propondo "reconstruir a nação" e outra, "reedificar a ordem da nação". O chamamento messiânico de ambos os nomes é evidente.

Numa generalização comum, o candidato do Prona via o político profissional, essa "figura repugnante", como membro de uma quadrilha que fazia teatro para a platéia: "Fora das câmeras, todos se abraçam, rindo do

senhor que é enganado por eles" (5/8). Há aqui um eco da incompreensão a respeito da política democrática e pacífica, na qual é possível - e necessário - que, para além das divergências mais profundas, uns reconheçam aos outros o papel de partícipes legítimos do jogo.

Segundo Enéas Carneiro, o Brasil precisava de um "governo forte" para resolver "definitivamente os problemas criados pelos políticos" (31/8). A natureza dessa força ficava clara quando, em entrevista a um jornal, o candidato dava a receita da relação ideal entre executivo e legislativo: "O papel do Congresso é curvar-se"¹³. Se Quércia enfatizava o poder de comando do poder executivo, o candidato do Prona acentuava, de maneira brutal, a outra face da moeda - a submissão do parlamento.

Enéas, o líder, ameaçava o *establishment*: "Todo o sistema se uniu contra mim. Políticos e jornalistas, que antes riam, debochavam, agora tremem de medo. Caluniam-me porque sabem que eu sou o único que pode mudar o que aí está. E eu vou mudar tudo o que aí está, para libertar o nosso povo desta escravidão" (30/9)¹⁴.

Enéas "é o nosso salvador", dizia sem rodeios a única parlamentar federal do Prona, a deputada carioca Regina Gordilho¹⁵. Ela apenas ecoava o líder, que afirmava na TV: "Só resta uma esperança". E acrescentava, logo em seguida, para não dar margem a dúvidas sobre qual seria a esperança

¹³ "Sou o futuro presidente". *Folha de S. Paulo*, 11/6/94, p. 1-11.

¹⁴ As "calúnias" são as denúncias, veiculadas pela imprensa, de irregularidades cometidas pelo candidato do Prona. Ele estava na folha de pagamento de um hospital público do Rio de Janeiro, mas punha outro médico para trabalhar em seu lugar, como forma de contar tempo de serviço para a aposentadoria. Além disso, usava salas desse mesmo hospital para ministrar um curso particular de cardiologia.

¹⁵ Marcelo Migliaccio, "Enéas faz campanha com pose de 'salvador'", *Folha de S. Paulo*, 28/8/94, p. Esp.-8.

remanescente: "Eu sou o único candidato que tem condições de libertar o nosso povo" (26/9).

Incorporando o papel de redentor da pátria, o candidato não se preocupava em mostrar um programa de governo. Os outros candidatos, sem exceção, indicavam "propostas concretas" na televisão, por mais superficiais ou ingênuas que fossem. Enéas não. Seu tempo no horário eleitoral era integralmente ocupado pela denúncia da situação nacional, pelo elogio de sua própria capacidade, por protestos de civismo e por ataques aos adversários. Para os seguidores do líder do Prona, bastava a constatação de que o país se encontrava à beira do caos e de que só um homem dotado das muitas qualidades do cardiologista acreano poderia reverter essa situação. Seus oponentes eram ineptos e, mais do que isso, responsáveis pelo caos: eram políticos.

A pregação de Enéas mostra, com muita clareza, a relação entre a apologia da autoridade (comando, firmeza etc.) e a figura do Salvador da Pátria. Este último pode ser visto como um caso extremo do governante "forte". Há, por trás de ambos os discursos, a crença na plena identificação entre o líder e o povo - e na importância das qualidades pessoais do líder, para que essa identificação não seja malograda. Disso segue a desconfiança em relação a quaisquer corpos intermediários que existam entre o chefe e a base, em especial o parlamento. Quando o candidato do Prona diz que "o papel do Congresso é curvar-se", ele apenas amplifica, com a liberdade que sua condição de *outsider* lhe concede, o insistente recado de Quércia sobre a necessidade dos deputados "respeitarem a autoridade" do Presidente.

O discurso do Salvador da Pátria enfatiza muito mais, é claro, a excepcionalidade dos atributos do líder: ele é único, "o único" capaz de remediar a situação. Também tende a exagerar a gravidade da situação que

exige a presença do homem providencial. Enéas, com suas advertências apocalípticas sobre a última oportunidade que restava ao Brasil, é bom exemplo disso.

Combinados, o elogio da autoridade e o elogio do homem providencial dão corpo ao mito fascista do chefe. Exemplo de dominação carismática¹⁶, o chefe fascista funda sua legitimidade em suas próprias qualidades extraordinárias. Teórico do nascente regime nazista, Carl Schmitt afirmava: "Vista sob o ângulo da sua organização, a construção da noção de Führer deve fazer-se em primeiro lugar negativamente, pela supressão de todos os métodos conformes ao modo de pensamento liberal-democrático. As eleições a partir da base, com todos os resíduos das eleições precedentes deixam de existir"¹⁷.

A chefia, portanto, não é o produto de um processo de sagração, mas uma qualidade própria de um indivíduo determinado. A doutrina fascista apresenta "uma concepção hierárquica do poder que emana do alto"¹⁸, ao contrário da democrática, onde o poder emana de baixo. Justamente por isso, a figura do chefe, ápice da pirâmide e fonte do poder, é essencial.

Quércia não aderiria ao discurso fascista. Mas tinha em comum a valorização da cadeia de comando bem definida, com a centralização das decisões no topo. Daí, o poder desceria, por delegação, até os níveis inferiores. Num caso como no outro, era postulada a identidade entre cume e base, entre chefe (presidente) e povo, com a decorrente desconfiança dos corpos intermediários. Mas enquanto para Quércia essa identidade era o

¹⁶ Weber, *Economia e sociedade*, pp. 158-67.

¹⁷ Cit. in Hofer, *Dossier do nacional socialismo*, p. 39; ênfase suprimida.

¹⁸ Gentile, "Itália fascista", p. 37.

resultado *necessário* do processo eleitoral democrático, no contexto do discurso fascista era uma qualidade imanente de um indivíduo.

O candidato do PMDB, com sua ênfase no papel da firmeza do líder, poderia ser visto, no máximo, como a tradução muito pálida do mito do *capo*. Enéas já trabalhava num registro mais próximo ao fascista, exaltando o líder excepcional, depositário de todas as esperanças, que concentraria em suas mãos a força, a sabedoria e a clarividência exigidas para promover o bem comum.

A pregação do Prona mostrou-se, na verdade, bem próxima à do integralismo. Como o movimento político liderado por Plínio Salgado, no Brasil dos anos 30, apresentava pontos de contato com as doutrinas fascistas, notadamente no que se refere à devoção pela ordem, à concepção hierárquica da sociedade e ao papel do Chefe, combinando-os com um nacionalismo exacerbado e isolacionista. Conforme observou Gilberto Vasconcellos:

Embora de ponta a ponta mimético, o discurso integralista ostenta um traço que o diferencia de seus congêneres europeus [...]: a fantasmagoria de uma utopia autonomística em relação às nações capitalistas hegemônicas. Fantasmagoria, não só porque é irrealizável o desejo de converter o país numa região apartada do processo civilizatório ocidental, mas também porque são elididos, nessa utopia, os fundamentos concretos da dependência¹⁹.

Não se trata de estabelecer uma linhagem direta, que vá de Plínio Salgado a Enéas Carneiro, mas de observar a recorrência destes traços na política brasileira. Ocupando o espaço vago da direita nacionalista, o candidato do Prona articulou um discurso em que o desejo de "unidade", característico do registro mítico, surge travestido de "ordem unida". O conflito presente na sociedade é superado porque uma só vontade, aquela que o chefe encarna, é legítima. A rejeição à política, âmago dos mitos políticos,

¹⁹ Vasconcellos, *Ideologia curupira*, p. 17. Sobre o papel do Chefe no movimento integralista, ver Trindade, *Integralismo*, pp. 172-3.

aparece aqui de forma cristalina. O terceiro lugar obtido por Enéas no pleito de 3 de outubro, deixando para trás concorrentes com carreiras políticas muito mais significativas, estruturas partidárias muito mais sólidas, campanhas muito mais custosas e programas de televisão muito melhor produzidos, revela, com eloquência, a ressonância social de sua plataforma. *Outsider* na disputa, o chefe do Prona mostrou que sua pregação não era estranha à cultura política brasileira.

4.3

Quércia centrou seu discurso não apenas na "autoridade", mas também em sua "experiência" - a experiência administrativa de quem já havia sido prefeito de uma grande cidade (Campinas) e governador de São Paulo, o principal estado da federação, tendo uma vasta coleção de obras a exhibir. O contraste com os dois candidatos favoritos era marcante: nenhum dos dois jamais havia chefiado um poder executivo. Ou melhor: "Nunca dirigiram um carrinho de pipoca"²⁰.

Muitos programas do PMDB enfocaram as "realizações" do governo Quércia em São Paulo, com destaque para obras viárias e projetos de assistência à criança carente. Obras realizadas na prefeitura de Campinas também foram apresentadas. O significativo, porém, é a exaltação expressa do valor "experiência":

Pra desenvolver o nosso país, com geração de empregos, melhores salários, e impedir a volta da inflação, portanto defendendo o interesse dos mais pobres, é preciso muita experiência, anos e anos de experiência. E experiência não se aprende na escola - se aprende na dura luta da vida (26/8).

²⁰ A menção ao "carrinho de pipoca" é de autoria do senador Ronan Tito (PMDB-MG); ver Emanuel Neri, "Quércia elege FHC como principal alvo". *Folha de S. Paulo*, 25/3/94, p. 1-8. O candidato do PMDB gostou da frase de efeito e a utilizou em vários contatos com a imprensa; p. ex., entrevista a Emanuel Neri, "FHC e Lula são iguais", diz Quércia". *Folha de S. Paulo*, 14/4/94, p. 1-8; e Carlos Corrêa, "Quércia quer 'república caipira'". *Folha de S. Paulo*, 19/4/94, p. 1-8.

Não basta ter um plano. [...] É preciso conhecer a dificuldade das coisas, para saber como elas são feitas. [...] Isso só a experiência pode trazer (5/8).

Meu plano é resultado de anos e anos de experiência na dura luta da administração pública (19/9).

Além de Quércia, dois outros candidatos haviam passado pela dura luta da administração pública. Brizola, três vezes governador, no Rio Grande do Sul e no Rio de Janeiro, e Esperidião Amin, ex-prefeito de Florianópolis e ex-governador de Santa Catarina, também exploraram suas obras como administradores durante a campanha eletrônica. O chefe do PDT não se furtou a criticar os candidatos favoritos, que "nunca dirigiram nada, nem um estado, nem mesmo uma prefeitura municipal" (14/8). Ele realçou algumas poucas realizações de sua passagem pelo governo gaúcho, nos anos 50 e 60, concentrando-se nas administrações mais recentes do Rio de Janeiro. Invocou a construção da Linha Vermelha, a criação da Universidade do Norte Fluminense e, sobretudo, os CIEPs, escolas públicas de tempo integral que havia espalhado, às centenas, em seus dois mandatos.

Brizola contrastava a "história" que carregava nas costas, emblematizada pelo episódio da resistência à tentativa de golpe para impedir a posse de João Goulart na Presidência, em 1961, à "inexperiência" de Lula, seu rival na esquerda: "Será que esses candidatos enganadores merecem o teu voto, teu voto livre, independente, honesto, honrado? Um é inexperiente. Vai acabar sendo um joguete dos grupos e dos radicais" (16/9). No programa seguinte, o locutor do PDT bateria - com mais força - na mesma tecla, afirmando que Lula "simplesmente não sabe nada. É um fraco, um despreparado, um inexperiente, não tem nem o curso primário. Vai ser um joguete nas mãos dos grupos radicais" (18/9).

Inexperiente, o candidato do PT estaria, segundo Brizola, "marcado para perder" (12/8; no mesmo sentido, 7/8, 22/8, 23/9 e 30/9). Mesmo sem

saber, Lula contaria com a simpatia da direita para chegar ao segundo turno das eleições, já que lá, devido a seu despreparo, seria inexoravelmente derrotado, tal como ocorrera em 1989. O candidato do PDT, ao contrário, reuniria as condições para defender a contento o campo popular numa eventual disputa contra o representante das elites, Fernando Henrique Cardoso.

Assim, a experiência que Brizola valorizava não era apenas administrativa, mas também *política*. Se, num momento, o chefe do PDT alertava que "dos políticos, meus irmãos, não devemos esperar mudanças" (5/8), no outro exibia seu passado de quase cinco décadas de lutas políticas como uma das virtudes que o credenciavam à Presidência.

O candidato do PDT também se apresentava como o defensor das "armas da política" - o debate, a convicção, o convencimento - contra as técnicas mercadológicas que as aviltavam. Fez uma campanha pobre, do ponto de vista da apresentação eletrônica, em que o locutor advertia:

Preste atenção nos outros candidatos e em seus programas luxuosos e sofisticados. Note como estão lendo textos preparados, sem alma, sem um mínimo de compromisso com as suas idéias. Lula, que agora quer agradar todo mundo, aparou a barba e, com medo de perder votos, não diz que é contra o Plano Real. Fernando Henrique, que usa e abusa da exploração do mesmo real, tem tanto dinheiro [*background* sonoro com o "plim-plim" da Rede Globo] que chegou a contratar pesquisas eletrônicas para escolher cada gesto, cada palavra que deve ser utilizada, como revelou o jornal *O Estado de S. Paulo*. São milhões de dólares usados para que o candidato pareça a você, eleitor, aquilo que na verdade não é. Na hora de votar, pense em que tipo de presidente você quer: um ator, um homem de *marketing*, que dança conforme a música e não pensa senão em enganar você? Ou então alguém que tenha história, que tenha uma trajetória de vida e que nunca, nem nos momentos mais difíceis, deixou de dizer a verdade ao povo brasileiro (16/9; no mesmo sentido, o programa de 25/9).

Por falta de recursos, cálculo político ou repulsa genuína aos artifícios da publicidade comercial, Brizola acabou encarnando a política à moda antiga, de uma forma bastante conveniente para quem queria manter a

imagem de alguém que possui uma história e se mantém fiel a ela. Quando o candidato pedetista criticava as trucagens e falta de autenticidade de seus adversários, o eleitor/telespectador podia ver que ele tinha autoridade para isso. Brizola não se preocupou em rejuvenescer o visual (nem o discurso): apresentou-se ao eleitorado sendo igual a si mesmo. Lula, ao contrário, reformou a imagem - inclusive aparando a barba, como o programa do PDT ressaltou - para parecer menos agressivo e atenuar a reputação de radical que o perseguia. O visual mais "limpo", como diriam os publicitários, deixava o ex-metalúrgico com cara de professor universitário.

O terceiro dos candidatos com experiência de governar um estado da federação, Esperidião Amin, também não deixou de enfatizar este dado. Na televisão, o candidato do PPR pedia que os eleitores fizessem uma comparação "entre aqueles que têm experiência, que já governaram, que já realizaram, e aqueles que só têm discurso" (7/8).

Vindo de um estado periférico, menos conhecido pelo eleitorado nacional, Amin pôde arriscar uma tacada mais audaciosa. Dispôs-se a explorar a imagem difusa - e, diga-se de passagem, edulcorada - de Santa Catarina como um estado equilibrado, sem grandes contrastes sociais, harmonioso e desenvolvido. Num jingle longo e elaborado, o candidato do PPR dava corpo à legenda da Santa Catarina edênica e, mais ainda, colocava-se implicitamente na posição de artífice deste paraíso:

De onde eu vim só deixei amigos,
de onde eu vim o povo quer que eu volte,
de onde eu vim a terra tá plantada,
a casa construída,
tem escola, tem comida.
De onde eu vim a gente tem futuro,
de onde eu vim não há nada a temer,
de onde eu vim é grande a esperança,
homens e crianças têm mais vida pra viver.

Há um pequeno Brasil
que existe e é feliz
e pode se espalhar
a mim, ao meu país.
Amin, Amin,
Amin pro meu país (3 e 7/8).

A imagem mistificada de uma Santa Catarina feliz e sem problemas era vendida ao público associada ao fato de que o candidato do PPR, antes de passar à disputa pela presidência com o afastamento de Paulo Maluf, era o favorito nas pesquisas de intenção de voto para reassumir o governo de seu estado ("De onde eu vim, o povo quer que eu volte")²¹. Ao lado dessa tentativa de passar a decantada prosperidade catarinense como "obra" pessoal, Amin também destacou programas específicos de seu governo, especialmente os voltados à educação e à criança.

Candidato desconhecido da maior parte do público, o ex-governador catarinense insistiu em criar *ad hoc* sua imagem de realizador, crente de que tinha aí sua única oportunidade, senão de vitória, ao menos de um bom desempenho. Por isso, foi o que mais teimou em listar obras e realizações, mais até - dados os tempos dos dois candidatos - do que Quércia. Tamanho afinco deu magros resultados. Com cerca de 2% dos votos, Amin ficou em antepenúltimo lugar na eleição, superando apenas o almirante Fortuna e o candidato do PRN, Carlos Gomes.

O desfile de realizações governamentais, usado por Quércia e Amin mais ainda do que por Brizola, possuía valor mais simbólico do que informativo. O candidato afirmava ter pavimentado tantos quilômetros de rodovias, construído tantas salas de aula ou investido tantos milhões de dólares em programas de saúde; para o telespectador, porém, esses números

²¹ Igualmente favorita, a mulher de Amin, Ângela, que o sucedeu como postulante ao governo, acabou derrotada no segundo turno pelo candidato do PMDB, Paulo Afonso Vieira.

pouco significavam. O eleitor não tinha parâmetros para avaliar se eles representavam *muito* ou *pouco*. Do ponto de vista do cidadão comum, dois ou três milhões de dólares são uma enormidade de dinheiro; num orçamento público, podem ser quase nada.

Principal vítima do discurso da experiência, já que entre os candidatos dos principais partidos era o único que não fora governador nem ministro-demiurgo de um plano econômico salvador, a Lula só restava problematizá-la enquanto valor político. Num debate de televisão, questionava Quércia: "Que experiência condenada é essa, que normalmente o povo pobre perde a cada ano?"²²

O candidato do PT também indicava o descompasso entre a exaltação da própria experiência administrativa e a recusa ao comprometimento com as mazelas do país. Eram experientes, sim; tinham governado, sim; pavimentaram rodovias e construíram salas de aula, sim - mas nada tinham a ver com os resultados globais das ações governamentais:

E agora eu vejo na televisão todos parecendo iguais - e não são iguais, porque alguém está mentindo pra vocês. Porque as pessoas que estão prometendo um futuro promissor não querem responsabilizar com o passado. Até parece que o Brasil nunca teve governo. E eu tô vendo pessoas que foram do governo até ontem e que não fizeram nada a não ser prejudicar o povo dizendo que a partir de agora vão melhorar a vida do povo (17/8).

A *experiência* ostentada por Quércia, Amin e Brizola era uma das formas de ocupar o espaço da *competência*. Outros valores assemelhados, utilizados pelos demais candidatos, disputavam esse espaço: conhecimento e preparo em Fernando Henrique, conhecimento e ciência em Enéas, vivência em Lula e no almirante Fortuna²³. Até Walter Queiroz, o primeiro dos dois candidatos do PRN, alardeava a "experiência administrativa" derivada de sua

²² Debate na Rede Bandeirantes, em 16/8.

²³ Ver, adiante, o capítulo 5.

condição de lojista e prometia "administrar o Brasil como se fosse uma empresa"²⁴.

Não se trata, é claro, de negar qualquer importância à competência numa disputa política. As tarefas administrativas e políticas que se colocam para o ocupante de um cargo como, no caso, a presidência da República exigem, por certo, habilidades específicas. Mas essa competência *in abstractu* será preenchida com algum conteúdo específico. Por isso, embora o apelo à competência sempre tenha lugar no discurso político, supõe-se que ele esteja subordinado à enunciação do projeto. Afinal, para quem julga nocivo o projeto a ser implementado, muitas vezes é melhor que o executante seja *incompetente* para alcançar seus objetivos. A "competência" de um governo neoliberal só pode incomodar a oposição socializante, e vice-versa. Portanto, o qualificativo "competente" sempre carrega, implícita, a pergunta: competente para quê?

Quando nega validade a essa pergunta, como faz freqüentemente, o discurso político resvala para um registro que *é mítico justamente por se travestir de pura racionalidade*²⁵. A política é apresentada como pura técnica. Por isso, o Estado pode ser gerido como uma empresa. O debate propriamente político, que diz respeito aos fins da ação estatal, fica reduzido ao debate administrativo. Não se discutem valores, prioridades, projetos, mas apenas o saber fazer.

O papel do eleitor também é deslocado quando o discurso político passa a se centrar na reivindicação de competência. De partícipe da construção do futuro comum, através, ao menos, da adesão a um dos projetos

²⁴ "Collor modernizou o país". *Folha de S. Paulo*, 11/6/94, p. 1-10.

²⁵ Pierre Ansart fala em "mito da racionalidade da política". Ansart, *La gestion des passions politiques*, p. 176.

em disputa, ele se reduz à passividade da posição de *consumidor*. Ao contrário do que pensa Georges Balandier - para quem a afirmação da competência é incapaz de "servir de suporte às expectativas e às representações coletivas" e, por isso, insuficiente para a disputa política²⁶ - esse discurso pode ser plenamente eficaz. O consumidor é aquele que zela por seus interesses individuais e que espera por um discurso que seja solícito em relação a eles. Ao banir da política as questões propriamente políticas, o apelo à competência reforça nos eleitores o sentimento de inaptidão para tratar dos assuntos públicos, empurra-os para os interesses particulares e setoriais e gera, assim, sua própria clientela²⁷.

O recurso à experiência, à história, pode ser uma demonstração de coerência entre discurso e ação, projeto anunciado e prática no poder. É quando o político diz: "Veja, eu fiz isso ou aquilo, minha ação aponta nessa ou naquela direção". O culto à competência pela competência, porém, limita-se a dizer: "Veja, eu *sei* fazer". Entre os candidatos, a invocação da "história de lutas" de Brizola se aproximava mais da primeira postura, ao contrário não só de Quéricia e Amin como também de Fernando Henrique e Enéas Carneiro, que recorreram aos saberes acadêmico e científico como comprovação da competência abstrata que possuíam.

Vale lembrar, aqui, de Hannah Arendt, quando observa que

desacompanhada do discurso, a ação perderia não só o seu caráter revelador como, e pelo mesmo motivo, o seu sujeito, por assim dizer: em lugar de homens que agem teríamos robôs mecânicos a realizar coisas que seriam humanamente incompreensíveis. [...] A ação que ele [o agente] inicia é humanamente revelada através de palavras; e, embora o ato possa ser percebido em sua manifestação

²⁶ Balandier, *Le pouvoir sur scènes*, p. 109.

²⁷ Ver Gorz, *Métamorphoses du travail*, pp. 67-8.

física bruta, sem acompanhamento verbal, só se torna relevante através da palavra falada, na qual o autor se identifica, anuncia o que fez, faz e pretende fazer²⁸.

Por isso mesmo, a enumeração das "obras realizadas", por mais vistosas que elas sejam, não supre jamais a ausência da enunciação do projeto. Sem ela, o discurso político se torna oco, incapaz de congregiar as vontades individuais para a construção do futuro comum. Sob a aparência de ser o mais positivo, é o que menos objetividade encerra.

4.4

O tema da "autoridade" foi recorrente nos discursos de campanha. A idéia, expressa ou sugerida por diversos candidatos, em especial Orestes Quécia e Enéas Carneiro, era que o presidente da República se deveria constituir no núcleo incontestado de poder dentro da sociedade. Poder legítimo, já que, nesse discurso, o processo eleitoral é visto como uma maneira quase mágica de promover a transferência da vontade do todo (o povo, a nação) para o chefe do executivo. A ojeriza ao parlamento - versão corrente da aversão à política, no que ela possui de conflito e de compromisso - estabelecia o terreno sobre o qual se erigia o mito da autoridade presidencial. Mito no sentido preciso que foi atribuído ao termo, com suas características de irracionalidade e de repulsa às divergências desagregadoras da comunidade.

A ressonância deste tipo de discurso pode ser avaliada pelo desempenho de seu expoente mais radical. O candidato Enéas obteve um relativo êxito na disputa, conquistando contra todas as expectativas uma expressiva votação que lhe garantiu o terceiro lugar, atrás apenas de Fernando Henrique e Lula. Isso mostra que ele soube explorar um elemento presente na "cultura política" brasileira - exatamente a pregação por autoridade. Fica

²⁸ Arendt, *A condição humana*, p. 191.

patente, aqui, a relação dinâmica que se estabelece entre o discurso e o meio no qual ele será acolhido (o imaginário político), conforme apontado no primeiro capítulo.

Na campanha de Enéas (bem como dos outros candidatos "nanicos", o almirante Fortuna, do PSC, e Carlos Gomes, do PRN), a rejeição à política se vinculou à rejeição aos políticos. Como um eco do discurso de Fernando Collor em 1989, reaparecia a denúncia contra a hipocrisia e o egoísmo da classe política. Sobre este pano de fundo, porém, destacavam-se profundas diferenças entre os três candidatos. Fortuna opunha ao político a abnegação e a seriedade características, segundo fazia parecer, do oficial militar. Gomes encarnava o homem comum, igual ao eleitor. E Enéas, enfim, aproximava-se do discurso de Collor. Tal como o paladino dos descamisados, o candidato do Prona se apresentava na condição de "última esperança" para o Brasil, de homem providencial dotado de virtudes heróicas - em suma, de Salvador da Pátria, essa figura recorrente nas mitologias políticas.

Além do elogio da autoridade, dois outros temas percorreram a campanha de Quércia. Por um lado, o candidato do PMDB apresentou como seu ideal a "democracia de oportunidades", que é o mais importante mito de integração social dos Estados Unidos, vendendo a idéia de uma sociedade em que há competição, mas não conflito. Por outro, enfatizou o peso de sua experiência administrativa. A exaltação da "experiência" foi para Quércia (e também para os outros ex-chefes de executivos estaduais envolvidos na campanha, Leonel Brizola e Esperidião Amin) a maneira de ocupar o espaço da "competência" - da mesma forma que a "vivência" para Lula e o "preparo intelectual" para Fernando Henrique e, em menor medida, Enéas. Mas o louvor à competência *pela competência* significa reduzir a política à administração, isto é, negar a existência de interesses e *projetos divergentes*

dentro do corpo social. Está presente aqui, mais uma vez, a rejeição do conflito na sociedade, ou seja, o mito político.

5 - Mito (III): transparência

5.1 - *Fernando Henrique: o intelectual como candidato. — Capital cultural e capital político. — A imagem cindida.*

5.2 - *A origem social de Lula. — O conhecimento empírico dos problemas nacionais.*

5.3 - *A escolaridade de Lula. — Enéas e a Ciência aplicada à política.*

5.4 - *As caravanas da cidadania: os problemas nacionais vistos in loco. — O discurso do "olho no olho". — A transparência como virtude cardinal.*

5.5 - *Resumo do capítulo.*

5.1

A "experiência", conforme foi mostrado no capítulo anterior, era uma virtude reivindicada por todos os candidatos que já haviam chefiado poderes executivos estaduais ou municipais - Orestes Quércio, Leonel Brizola e Esperidião Amin. Outros valores, no entanto, disputavam o campo da "competência". Se não era possível apresentar uma folha corrida de obras realizadas num governo estadual ou numa prefeitura, pelo menos se mostrava que qualidades tão - ou mesmo mais - importantes credenciavam o candidato ao exercício da Presidência.

Fernando Henrique Cardoso, a rigor, não estava alijado do terreno da experiência administrativa. Ele nunca havia chefiado um poder executivo, é certo; mas a ampla visibilidade de sua gestão no ministério da Fazenda e sua paternidade, sempre reiterada, sobre o plano econômico supriam essa falta. Sem jamais abrir mão da utilização do programa de estabilização e insistindo na lembrança dos cargos públicos que ocupara, sobretudo os ministérios das Relações Exteriores e da Fazenda, o candidato do PSDB-PFL-PTB utilizou

intensamente na campanha outro valor, que lhe servia de diferencial e estava na raiz da sedução que sua candidatura exercia sobre os chamados "formadores de opinião": o preparo intelectual.

Neste item, ele era imbatível. Nenhum de seus adversários era "príncipe da sociologia brasileira"; nenhum poderia ostentar doutoramentos precoces, reconhecimento internacional e dezenas de livros publicados aqui e no exterior, além do charme de amigos intelectuais europeus escrevendo artigos de apoio para os jornais brasileiros¹. Fernando Henrique "passou a vida inteira estudando os problemas do país", segundo o locutor de sua campanha (12/8; também no programa de encerramento, em 30/9). "Eu escrevi mais de vinte livros sobre os problemas do país", reforçava o candidato (12/8). Videoclipes biográficos, veiculados com freqüência, mostravam sua produção intelectual, sua experiência como professor, bem como os cargos públicos que ocupara (senador, ministro das Relações Exteriores, ministro da Fazenda). Fernando Henrique aparecia em "poses intelectuais": lendo, escrevendo num microcomputador, de óculos.

Na perspectiva apresentada no programa do PSDB-PFL-PTB, méritos acadêmicos e capacidade de governar apareciam como quase sinônimos. A prática da sociologia surgia como uma espécie de preparação para o governo. Ao escrever seus livros, o candidato estava estudando os problemas do país - e depreende-se que, agora, estaria pronto para resolvê-los. Tanto quanto a exaltação da experiência administrativa, a celebração do saber sociológico de

¹ Estou me referindo ao sociólogo francês Alain Touraine, que publicou texto criticando o PT e afirmando que "se Cardoso não for eleito, o Brasil corre o risco de afundar no caos e na violência". Touraine, "Cardoso e o nascimento do Brasil". *Folha de S. Paulo*, 31/7/94, p. 1-3. Se um intelectual brasileiro publicasse no *Le Monde* um artigo semelhante sobre as eleições francesas, seria considerado uma intromissão injustificável ou uma piada. Dois anos depois, no encontro internacional contra o neoliberalismo organizado pelos zapatistas em Chiapas, Touraine mudou de idéia e fez pesadas críticas - em linguajar nada "acadêmico" - ao governo Fernando Henrique.

Fernando Henrique revela uma visão tecnocrática da gestão governamental. Trata-se de identificar os problemas, com a ajuda de um instrumental científico, e então, graças aos mesmos instrumentos, ser capaz de receitar e implementar as soluções.

Os programas do PSDB-PFL-PTB buscavam promover, da forma mais vantajosa possível, a transformação do capital simbólico do candidato. O que era na origem uma forma de capital cultural (ou, especificamente, acadêmico) passava a capital político. O importante era obter a máxima eficiência nesta transformação - a "taxa de conversão" mais favorável, para usar a expressão de Pierre Bourdieu². Era o que o discurso do "preparo" para o cargo, alicerçado no prestígio acadêmico, fazia.

A fácil convertibilidade do capital cultural em capital político (embora o inverso não ocorra) alicerçou a carreira política de Fernando Henrique Cardoso desde o seu começo. Foi a notoriedade adquirida como intelectual que lhe permitiu fazer o *début* na política eleitoral, em 1978, como candidato do MDB ao Senado por São Paulo. Até aí, nada de mais, já que o capital político "é freqüentemente produto da reconversão de um capital de notoriedade acumulado em outros domínios"³. Mas o caso de Fernando Henrique apresentava algumas peculiaridades.

Em primeiro lugar, Fernando Henrique não partiu de baixo, como costuma ocorrer nas carreiras políticas convencionais - o médico ou o advogado (ou o líder sindical ou o dono da venda) que tenta uma vaga de vereador em sua cidade, ou talvez de deputado estadual, para a partir daí somar ao pequeno reconhecimento profissional um capital especificamente

² Bourdieu, "Quelques propriétés des champs", in *Questions de sociologie*, p. 114. Ver tb. *Réponses*, p. 75.

³ Bourdieu, "A representação política", in *O poder simbólico*, p. 191.

político que lhe permitirá sonhar com vôos mais altos. O candidato do PSDB-PFL-PTB, ao contrário, era uma personalidade nacional quando ingressou na política partidária. Embora fosse provavelmente pouco conhecido da massa da população, era uma figura importante para o segmento estratégico dos "formadores de opinião".

Por isso, o sociólogo transformado em político só postulou cargos compatíveis com seu *status* acadêmico, isto é, situados entre os mais importantes da República. Em 1994, Fernando Henrique disputava sua quarta eleição, para a presidência. As anteriores, todas majoritárias, haviam sido para o senado (duas vezes) e para a prefeitura da cidade de São Paulo. As carreiras políticas de seus concorrentes tinham, em geral, partido de patamares bem inferiores. Quércia, com a trajetória mais próxima do "típico" de um político profissional bem sucedido, foi vereador (depois de derrotado na primeira tentativa), prefeito de cidade do interior, senador, vice-governador e governador de São Paulo. Brizola começou como deputado estadual. Amin foi iniciado na política pelas oligarquias locais, que o apadrinharam: depois de ocupar cargos no segundo escalão do governo de Santa Catarina, foi nomeado prefeito de Florianópolis - cidade que não possui o mesmo peso político de São Paulo, nem mesmo em termos relativos.

Todos eles, em suma, tinham em seu capital político uma predominância absoluta de *capital delegado*, isto é, obtido através da investidura em funções públicas - parlamentares, governamentais, partidárias. A notoriedade que possuíam era em grande medida produto da visibilidade dos cargos que exerceram⁴. Em Fernando Henrique, a parcela deste tipo de

⁴ Id., pp. 192-3.

capital também era significativa, sobretudo após sua passagem pelo ministério da Fazenda. Mas o capital *convertido* era igualmente importante.

Apenas Lula, sustentado por seu prestígio como líder operário, tivera trajetória desviante do padrão e, neste sentido, parecida com a de Fernando Henrique. Mesmo assim, o ponto de partida para a notoriedade do candidato do PT era uma forma de capital delegado, a presidência do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo. É claro que a projeção posterior de Lula foi muito além das dimensões do cargo; o mesmo se pode dizer em relação à presidência do Partido dos Trabalhadores, que ele exerceu a partir de 1979. Além disso, ao contrário do candidato do PSDB-PFL-PTB, Lula não se furtou a concorrer a uma eleição proporcional - para deputado federal por São Paulo, em 1986, quando se elegeu com enorme votação⁵.

A *espécie* do capital de notoriedade de Fernando Henrique, por outro lado, favorecia este salto em direção às posições mais altas da vida política. Para citar um contra-exemplo, o amplo reconhecimento obtido por Agnaldo Timóteo como intérprete de sucessos populares proporcionou-lhe a eleição para a Câmara Federal pelo Rio de Janeiro, em 1982 - aliás, com votação recorde. Mas seguramente serviria de empecilho numa disputa majoritária, quanto mais para a presidência. Ele precisaria se despir da figura do cantor para se tornar um político *tout court*, isto é, "respeitável", antes de pensar em galgar degraus mais elevados da carreira política.

Esse processo de dissociação entre a fonte primeira de notoriedade e o político parece ter sido levado a cabo por Ronald Reagan. Quem se elegeu presidente dos Estados Unidos, em 1980, não foi o medíocre ator

⁵ O destaque dado a um candidato à eleição majoritária - em que os partidos indicam apenas um postulante para cada vaga - é muitas vezes maior do que o do candidato ao pleito proporcional, quando são centenas ou mesmo milhares disputando dezenas de cadeiras.

hollywoodiano, mas o político conservador que governara por oito anos o estado da Califórnia a partir de 1967; antes disso, desde 1947, Reagan se tornara conhecido como porta-voz do anticomunismo e da causa da "livre empresa". Assim, embora Reagan tenha continuado a atuar em cinema e TV até os anos 60 e usado técnicas de representação teatral (e cinematográfica) em toda sua carreira política, ele soube dissociar sua vida profissional anterior da liderança política que adquiriu.

No caso de Lula, que será analisado ao longo deste capítulo, a notoriedade advinda do movimento operário, que lhe permitiu ingressar no primeiro plano da cena política nacional, carregava aspectos negativos - os preconceitos contra o trabalhador braçal *ignorante* e o líder *grevista* e, portanto, *baderneiro*. Essa origem sindical, porém, era a espinha dorsal da identidade do candidato do PT enquanto personalidade pública. Para ele, não existia a opção de mudar a imagem, dissociando-se do sindicalista barbudo dos anos 70 (no máximo, procurava mostrar a "evolução" ocorrida com o tempo). A única alternativa, bem mais trabalhosa, era investir contra os preconceitos.

O candidato do PSDB-PFL-PTB, ao contrário, podia usufruir à vontade de seu capital original de notoriedade. Se a imagem pública de Ronald Reagan deixou paulatinamente de ser a de um ator-político para se tornar a de um político que no passado fora ator, Fernando Henrique Cardoso nunca parou de se apresentar como um acadêmico-político. Seu capital simbólico de tipo "acadêmico", por assim dizer, esteve presente em cada uma das eleições que disputou, reforçado, é claro, pelo capital especificamente político que amealhou nos cargos que ocupou, em especial o Senado e o ministério da Fazenda.

No início da campanha, a imprensa ridicularizou o candidato por sua condição de intelectual. Afirmava-se que um acadêmico acostumado às salas de aula da Sorbonne não saberia lidar com os grotões nordestinos. A falta de jeito de Fernando Henrique em algumas situações da campanha - ao montar num jegue, por exemplo, ou saborear a "buchada de bode", prato típico do sertão - era satirizada por repórteres, comentaristas e cartunistas. Mas era uma falta de jeito *para ser candidato*, algo que, a rigor, só interessava a profissionais da política, em especial aos possíveis apoiadores de seu nome. Embora o resultado do pleito seja afetado pelo bom desempenho do candidato na campanha, o eleitor não vê esta performance como um valor em si. Ela é um atributo necessário ao candidato, mas apenas na medida em que permite maior eficácia ao destacar suas outras virtudes, verdadeiras ou pretendidas, que são as valorizadas pelo eleitorado.

O importante, desta forma, é que as qualidades de intelectual, ridicularizadas no candidato, não eram apreciadas pelos formadores de opinião (sobretudo pela imprensa) como negativas *para ser governante*. Muito pelo contrário. O discurso do "preparo" para o cargo corria a favor do senso comum. A "taxa de conversão" do capital simbólico era favorável a Fernando Henrique Cardoso, fato que os programas eleitorais buscaram explorar. Lula não aparecia de macacão na TV, mas seu adversário era apresentado lendo e escrevendo.

A experiência do candidato como ministro da Fazenda reforçava o viés tecnocrático embutido no discurso do preparo acadêmico. Fernando Henrique tinha elaborado o plano que deu certo no combate à inflação, depois de tantos fracassos. Colocado como uma questão técnica, o combate à inflação servia de parâmetro para um teste de competência - no qual o candidato do PSDB-PFL-PTB saía, é claro, amplamente vitorioso. A

utilização de metáforas médicas, habitual no discurso do jornalismo econômico, também contribui para este efeito. A própria palavra *crise*, aliás, provém do vocabulário clínico, designando a alteração súbita no curso de uma doença. A marca desta origem ainda é de alguma forma perceptível no uso corrente que se dá à palavra⁶. Nada mais natural, portanto, do que exaltar o ministro que, diante da crise inflacionária, acertou o *diagnóstico* e, mais ainda, indicou o *remédio* eficaz.

O desdobramento implícito na metáfora médica é a imagem orgânica da sociedade. O indivíduo possui uma única volição (mesmo que eventualmente contraditória ou confusa); não se vai censurar um médico por favorecer os interesses do conjunto do organismo, por exemplo, em detrimento do pâncreas ou do fígado. Da mesma forma, a vitória sobre a inflação era benéfica ao organismo Brasil. Mesmo que Fernando Henrique não usasse esse discurso, sua presença difusa na sociedade colaborava ativamente para firmá-lo como "candidato da união" - conforme será visto no próximo capítulo.

A metáfora do médico subsumia o economista (o profissional cujos saberes específicos proporcionavam a vitória sobre a inflação) e o sociólogo (que exercia o cargo no momento). Em todos os casos, o importante era o domínio de um conjunto de técnicas - o "preparo" - que proporcionava o bom exercício da função. Havia, porém, uma exigência contraditória. Era necessário aproveitar a condição de intelectual do candidato, com os elevados ganhos simbólicos que proporcionava, mas, *ao mesmo tempo*, esvaziá-la, evitando alguns inconvenientes que estavam a ela associados. A imagem do intelectual é a de alguém de muita conversa e pouca ação, preocupado com

⁶ Ver, a este respeito, Habermas, *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*, pp. 15-6.

detalhes e filigranas, que tende a complicar os problemas em vez de solucioná-los. Oposto à figura do "tocador de obras", que um Quércia, por exemplo, promovia, este estereótipo fica em clara desvantagem.

A campanha do PSDB-PFL-PTB precisou enfrentar esse problema. Como o programa no horário de propaganda eleitoral não se articulava num discurso coerente (nem mesmo *um* programa, quanto mais a série toda), e sim era apresentado como um conjunto de flashes soltos, pelo menos três ou quatro Fernandos Henriques desfilavam na tela, conforme exigiam as conveniências. Um era o estudioso dos problemas do Brasil, o professor e autor de livros, que falava macio, usava óculos e vestia terno e gravata (ou paletó sem gravata, ou gravata sem paletó). Aparecia na TV lendo, escrevendo e consultando mapas.

Bem outro era o governante, que se expressava de maneira dura, mostrando autoridade e firmeza de propósitos. Não usava óculos. Podia estar em mangas de camisa, passando a imagem de "realizador", ou então todo composto, de passeio completo, quando falava como "estadista". Finalmente, havia o Fernando Henrique que se identificava com o povo. Este aparecia sorrindo, jamais de óculos, quase sempre sem paletó e sem gravata. Era mostrado abrindo os braços, descontraído, com a fitinha do Senhor do Bonfim - sinal de religiosidade popular, importante para um candidato que enfrentava a dupla pecha de elitista e ateu - bem evidente no pulso.

Longe de pertencerem apenas ao anedótico da campanha eleitoral, essas metamorfoses da imagem do candidato, sinalizadas por pequenas alterações na aparência e na atitude - tom de voz, uso ou não de óculos e de gravata, fitinha no pulso etc. - são facetas importantes de seu discurso. Elas mostram, com clareza exemplar, a dinâmica da *diluição* dos conteúdos que, conforme se afirmou antes, é inerente à política eletrônica e às técnicas do

marketing eleitoral. A imagem do candidato era construída e desconstruída diversas vezes, ficando, no final, a cargo do eleitor-espectador a incumbência de escolher os fragmentos que preferisse.

Mas tanto a imagem do intelectual quanto a do administrador, "sabedoria" e "experiência", eram formas de se aproximar do valor da competência. Como professor ou como ministro, Fernando Henrique mostrava ao eleitor que era competente para governar o país. E, conforme já foi visto, centrar a campanha na questão da competência é reduzir o debate político ao debate administrativo.

5.2

Mais do que qualquer outro, o candidato da Frente Brasil Popular pela Cidadania era vítima do discurso da competência. Com uma história de vida diametralmente oposta à da esmagadora maioria da elite política brasileira, aí incluídos todos os seus adversários⁷, Lula era o único que precisava provar seu direito a participar do jogo eleitoral. Sua origem operária pesava como um estigma.

No discurso de seus oponentes, tanto candidatos quanto líderes de partidos adversários, ela aparecia eufemizada, na forma de comentários sobre outro déficit do candidato, aliás intimamente relacionado: a escolaridade. De fato, conforme observou Pierre Bourdieu, o capital simbólico (cultural, no caso) dissimula que as espécies "materiais" do capital estão em seu princípio,

⁷ Fernando Henrique, filho de um oficial do Exército que chegou ao generalato, sempre teve lazes para se dedicar à carreira acadêmica. O pai de Esperidião Amin era político e comerciante. Flávio Rocha é filho de um rico industrial do Nordeste. Quércia, filho de um pequeno comerciante, pôde concluir a faculdade de Direito, iniciou-se cedo na vida pública e enriqueceu. Mesmo Brizola, de família muito humilde, elegeu-se deputado estadual aos 26 anos, formou-se em Engenharia aos 30 e tornou-se proprietário de terras. Informações biográficas básicas sobre os candidatos estão no livro, de resto muito fraco, organizado por Studart, *Os presidentiáveis*.

ou seja, que a acumulação do capital cultural é fruto de uma situação material privilegiada que dá ao indivíduo acesso aos bens culturais e lhe permite subtrair-se do trabalho remunerado durante um período longo, a fim de concluir sua formação. A dissimulação dessa origem é necessária para que o capital simbólico produza seu efeito⁸.

Uma pesquisa de opinião identificou os motivos da rejeição do eleitorado a Lula. Em primeiro lugar, vinha o qualificativo "incompetente", com 15% das respostas; um pouco atrás, com 11%, "iletrado"⁹. Outras pesquisas apontavam, com consistência, resultados assemelhados. A acreditar nesses números, a origem social do candidato do PT alienava cerca de um quarto do eleitorado.

Assim, enquanto Fernando Henrique se via às voltas com a imagem de intelectual, o candidato do PT, ao contrário, precisava lutar contra a dupla pecha de "ignorante" e "inexperiente" que lhe era aplicada. Seu recurso era a "vivência" - a sua forma de preencher o espaço da "competência". Se há um "mito Lula", como seus adversários acreditavam¹⁰, era o mito do líder que *viveu na própria pele* os infortúnios da massa. E, de fato, a mesma pesquisa indicava, como principal razão do voto em Lula, com 17% das respostas, "foi pobre/operário"¹¹.

⁸ Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, p. 243.

⁹ As outras respostas com índices relevantes eram "agitador", 13%; "não simpatizo", 12%; e "comunista", 8%. "Agitador" e "comunista" pertencem claramente ao mesmo campo semântico. Não por acaso, a campanha de Fernando Henrique opôs a "estabilidade" representada pelo candidato oficial à "intranquilidade" que seu adversário indicaria. A pesquisa foi publicada in *Folha de S. Paulo*, 5/6/94, p. 1-8.

¹⁰ Ver Dimenstein e Souza, *A história real*, p. 195.

¹¹ As outras respostas indicavam um sentido de mudança política: "representa trabalhadores", 16%; "experimentar o novo", 12%; "vai ajudar os pobres", 12%; "vai mudar o país", 11%; "vai baixar o custo de vida", 11%. *Folha de S. Paulo*, 5/6/94, p. 1-8.

Um discurso do candidato a vice-presidente, Aloízio Mercadante, explorou esta característica:

A história de vida dele [Lula] *é um compromisso* com esse programa [de governo]. O Lula é a criança que foi expulsa do Nordeste, como milhares de brasileiros. Não havia outra alternativa a não ser pegar o pau-de-arara e vir pra São Paulo. Lula só pegou num pão, só conheceu o que é um pedaço de pão, com sete anos de idade. *É por isso* que ele tem um compromisso de lutar contra a fome e de fazer a reforma agrária no Brasil. O Lula tem um compromisso decisivo com a educação *porque* ele vem de uma família que ele é o único filho que teve a chance de terminar pelo menos um curso técnico e sabe o que representa a educação na vida de um trabalhador. *É por isso* que o Lula representa a mudança no Brasil, representa o compromisso de gerar emprego, *porque* ele é um dos trabalhadores que já bateu de porta em porta, com a carteira de trabalho sem assinatura, e no final sem ter o que botar na mesa pra comer (21/9; grifos meus).

Pela leitura de Mercadante, os compromissos de campanha de Lula são derivações de sua trajetória de vida. Vivenciar é dado como igual a *identificar* os problemas; daí se passa, sem mediações, a *compreender* suas causas e *se comprometer* com as soluções. Todos os "por isso" e "porque" do discurso de Mercadante estabelecem essa relação direta entre experiência pessoal, conhecimento da realidade e compromisso político. O candidato do PT surgia, então, como um campeão dos desfavorecidos pelo simples fato de, até pouco tempo atrás, ter sido um deles.

Já aparece aqui um elemento de *transparência* no discurso da Frente Brasil Popular pela Cidadania, a transparência da realidade para aquele que a vive¹². A campanha do PT parecia fazer eco à frase de Clarice Lispector: "Quem vive sabe, mesmo sem saber que sabe"¹³. Não poderia ser mais marcante a diferença em relação a Fernando Henrique, que ressaltava a opacidade do real, só decifrável por uma razão especialmente treinada.

¹² Como o contexto deixa evidente, a metáfora da transparência é usada aqui em sentido distinto daquele em que ela aparece no capítulo dois (quando se refere à adequação entre o discurso político e as reais intenções de seu emissor).

¹³ Lispector, *A hora da estrela*, p. 26.

É uma característica do discurso de Lula que Haquira Osakabe já assinalava, com precisão, em 1980. Analisando as intervenções públicas do líder sindical e fundador do PT, ele observa que "a linguagem de Lula formula um discurso que, não sendo uma retórica de permanência ou do saber formulado ou da palavra de ordem, é, sobretudo, a explicitação da experiência sensível"¹⁴. Desde que aparece na cena pública, Lula já afirma em seu discurso as características que o diferenciam do restante da classe política brasileira, não apenas quanto ao padrão lingüístico, que é o menos importante (e que mudou), mas também quanto à valorização do conhecimento empírico e à reiteração da intimidade com os receptores.

A tentação para o PT, portanto, era fazer com que a *biografia* do candidato substituísse seu *programa*. Não, como em boa parte de seus adversários, o *currículo*, isto é, a relação de títulos, cargos ocupados e obras realizadas que atestava a experiência (ou o preparo) de seu detentor - mas a *história de vida*, em especial da infância à juventude. O discurso petista incitava a colocar no poder alguém que, por ser *igual* ao povo, resolveria seus problemas.

Em vários momentos, a origem social de Lula foi tematizada. A Frente Brasil Popular pela Cidadania intitulou o primeiro programa da campanha "Lula conta sua vida" (3/8) - e o que ele tinha para contar era uma história comum a tantos brasileiros, mas tão incomum para um líder político de sua expressão, de privações e dura batalha pela sobrevivência. Em outros programas, o mote foi "Lula conhece o Brasil" (28/8). Vindo de família pobre, migrante nordestino, operário em São Paulo, ele experimentara na carne os

¹⁴ Osakabe, "A palavra imperfeita", p. 169; ênfases suprimidas. Trata-se da republicação, em separado, do prefácio ao volume *Entrevistas e discursos de Lula*, de 1980.

problemas da maioria do povo brasileiro. Era um *background* que lhe garantia a possibilidade de identificação com esse povo:

Quem não conhece os problemas na vida real - só na teoria - dificilmente vai encontrar soluções para esses problemas. [...] O cidadão sabe que tem uma pessoa passando fome lá em Oriximiná, no Pará, mas é uma coisa tão distante que ele esquece 30 segundos depois. Mas se você foi lá, conversou com essa pessoa e assumiu, nos olhos dessa pessoa, a responsabilidade de resolver esse problema, você não pode ficar trancado num palácio cercado de puxa-saco por todos os lados. É preciso botar o pé na estrada pra ver como é que tá o povo que você governa (Lula, em 5/8).

Nesse discurso, o candidato articula dois pontos importantes de sua campanha: a valorização da vivência contra a "teoria", que atingia seu adversário mais importante, e a necessidade do compromisso firmado pessoalmente, "olho no olho" - ou seja, sem a mediação dos instrumentos de representação política, que têm por papel exatamente proporcionar meios para a efetivação de compromissos coletivos. Com isso, Lula procurava resgatar tanto sua história de vida pessoal quanto a experiência das caravanas da cidadania, a pré-campanha eleitoral do PT que percorreu os mais distantes rincões do país.

As caravanas da cidadania eram, de fato, a outra face da valorização da vivência na campanha da Frente Brasil Popular pela Cidadania. Já que a vida de uma única pessoa é insuficiente para experimentar a realidade de todo um povo, torna-se preciso ao menos passar alguns momentos em cada local, conversando com as pessoas, ouvindo suas histórias de vida. Esta é a única forma de apreender algo da vivência delas - apreensão que, consistente com a lógica do restante do discurso do PT, é a base de qualquer compromisso para a melhoria de suas condições de existência.

Uma das músicas da campanha ilustrava a importância das caravanas: "Lula conhece o Brasil da gente,/ninguém como ele andou por aqui" (2/9). É significativa, no contexto, a referência ao "Brasil da gente". Ela marca uma

oposição implícita ao Brasil dos gabinetes acarpetados do poder, das salas de aula e das discussões acadêmicas, dos jatinhos particulares dos endinheirados, dos condomínios fechados - ao "Brasil das elites", enfim. As elites deste outro Brasil, "trancadas num palácio e cercadas de puxa-saco por todos os lados" (para lembrar do discurso de Lula em 5/8, citado acima), seriam, por definição, incapazes de compreender o Brasil dos pobres, incapazes de entender seus problemas e de se dedicar a solucioná-los. A barreira da incompreensão era, está claro, a disparidade de vivências.

O candidato do PSDB-PFL-PTB dizia conhecer o Brasil por tê-lo estudado; seu adversário da Frente Brasil Popular pela Cidadania retrucava que conhecia o país por tê-lo percorrido e por ter sofrido com os problemas que a maioria de seu povo sofre. Essa perspectiva empirista, de supervalorização da experiência concreta, ficava evidente em outro dos *jingles* do PT - "Pra frente vivendo a vida,/ouvindo o que a vida diz" (5/8) - e em discursos de Lula sobre temas como o desemprego:

Somente quem levantou às quatro horas da manhã durante vários meses e perambulou pelas ruas o dia inteiro com uma carteira profissional no bolso e voltou pra casa às quatro horas da tarde sem ter encontrado um emprego e viu a mulher sentada na cozinha com o filho do lado, olhando para um fogão que não tinha nada para colocar no fogo para fazer a janta, é que sabe o que é o desemprego no nosso país (7/8).

E em outro programa, após o locutor anunciar "veja agora Lula falar sobre desemprego. Lula sabe o que está falando":

Eles não se preocupam com isso porque nunca ficaram desempregados, ou porque nunca ganharam pouco. Eles não sabem o que é um trabalhador que já comeu carne ir no açougue comprar meio quilo de pé de frango (19/8).

O importante não é que Lula de fato tenha vagueado durante doze horas por dia, ao longo de meses, buscando um emprego que não encontrava, ou comido pé de frango sonhando com um bife. Ele tinha autoridade para usar essa experiência pelo fato de ser membro da classe trabalhadora; se a vivência

não era propriamente sua, fazia parte de um fundo comum da classe, do qual ele estava autorizado a sacar. Os outros candidatos não tinham esse privilégio, estavam desqualificados. Eram "eles", um "eles" que nem era necessário especificar (e que era personagem assídua nos discursos da Frente Brasil Popular pela Cidadania). Faziam parte da elite privilegiada, bem nascida, bem vestida, bem alimentada, bem empregada e, portanto, insensível aos problemas do povo. "Eu tenho a convicção de que um torneiro mecânico poderá fazer por esse país o que a elite brasileira não fez" (24/8), dizia Lula.

O candidato do PT, portanto, não escapava do discurso da competência. Ele não tinha administrado, como Quércia, Brizola e Amin, nem estudado, como Fernando Henrique ou mesmo Enéas Carneiro, mas tinha *vivido*. A valorização da vivência pessoal como um atributo necessário ao governante - valorização contraditória, aliás, já que ao lado de Lula, como vice de sua chapa, estava um bem formado economista, filho de general, em suma, alguém originário da elite, mas que nem por isso podia ser acusado de insensível aos problemas dos pobres - estava ligada a uma concepção da ação estatal como transparente à sociedade. Essa concepção era o núcleo daquilo que o discurso da Frente Brasil Popular pela Cidadania possuía de mítico.

5.3

Da mesma forma que Fernando Henrique, Lula precisava cumprir uma estratégia contraditória, já que devia explorar sua origem social - que permitia afirmar sua identificação com os humildes de forma muito mais convincente do que qualquer outro candidato - e, ao mesmo tempo, demonstrar que se havia alçado acima dela, que estava tão "preparado" para governar o Brasil quanto qualquer integrante da elite que criticava. Ele podia, às vezes, apelar para a "desqualificação da qualificação". Foi o que fez, por exemplo, ao

afirmar que "se existisse uma faculdade para ensinar a governar, por Deus do céu eu não deixaria meus filhos estudarem nela. Porque eles só iam aprender a roubar"¹⁵. Em geral, porém, o candidato apenas tentava mostrar que, apesar de seus *handicaps* social, escolar e de experiência administrativa, estava à altura da Presidência.

O uso do terno e gravata era, também aqui, um sinalizador da qualidade do discurso: um metalúrgico, afinal, não costuma andar de traje de passeio. O vocabulário do candidato estava ampliado, o que era, sem dúvida, fruto de sua evolução enquanto líder político, mas também uma forma de apresentar um sinal claro de "preparo". O vice Mercadante, bem apessoado filho da classe média com um diploma universitário avalizando sua competência, também contrabalançava a figura operária de Lula.

Mais do que na eleição anterior, pesava contra o candidato do PT o fato de disputar com um dos luminares da *intelligentsia* nacional. Apoiadora de Fernando Henrique, a atriz Ruth Escobar sintetizou com crueza a situação, mesclando preconceito, cinismo e deslumbramento, ao limitar o pleito a "duas opções: votar em Jean-Paul Sartre ou escolher um encanador"¹⁶. Lula podia responder, como de fato fez, que, ao longo de sua vida, a atriz decerto precisara mais vezes de encanadores do que de filósofos (ou de sociólogos). Mas sabia que, socialmente, os saberes de um acadêmico são muito mais valorizados do que os de um trabalhador manual.

No final da campanha ele se queixou, não sem razão, de que fora vítima de preconceito de classe. Jornalistas não perdoavam, em Lula, os

¹⁵ Adelson Barbosa, "Lula faz promessas para combater a fome". *Folha de S. Paulo*, 27/3/94, p. 1-14.

¹⁶ Fernando de Barros e Silva, "Famosas e ricas vão à luta com Ruth em SP". *Folha de S. Paulo*, 5/8/94, p. Esp.-8. Ela atribuiu a tirada ao duplê de cineasta e cronista Arnaldo Jabor, que não negou, embora também não tenha ousado assumir-lhe a paternidade.

mesmos erros de sintaxe que corriqueiramente cometiam. Quando o senador José Paulo Bisol, ainda vice na chapa da Frente Brasil Popular pela Cidadania, declamou um poema de sua autoria, intitulado "Os álamos", a imprensa correu para perguntar a Lula se ele sabia o significado da palavra (o candidato se recusou a responder e, segundo a reportagem, mostrou-se "irritado"). O leitor da *Folha* podia rir tranqüilo da presumida ignorância do ex-metalúrgico, já que a repórter teve o cuidado de acrescentar, entre parênteses, que álamos são "árvores"¹⁷.

As escorregadelas de Fernando Henrique, por outro lado, nem eram notadas¹⁸. Mesmo entre os trabalhadores, a origem operária do líder do PT pesava contra sua candidatura. O preconceito introjetado fazia com que vissem em Lula, seu espelho, a incapacidade que julgavam ter para participar das decisões políticas. Contra esta barreira, a insistência do candidato em mostrar que, apesar da baixa escolaridade, tinha adquirido condições de exercer a Presidência foi vã.

Lula chegou a comentar, num dos programas: "Na verdade, o preconceito não é contra mim, porque eles sabem que eu tenho competência pra chegar aonde eu cheguei. O preconceito, na verdade, é contra o povo brasileiro - principalmente o povo pobre, que é induzido a acreditar que não tem competência pra fazer as coisas" (12/9). E, exercendo direito de resposta num programa do Prona, a Frente Brasil Popular pela Cidadania salientava

¹⁷ Cynara Menezes. "Bisol é destacado para responder a tucano". *Folha de S. Paulo*, 3/6/94, p. 1-8.

¹⁸ "Em matéria de uso da língua, os burgueses e sobretudo os intelectuais podem se dar ao luxo de se valer de formas beirando a incorreção e a displicência, formas absolutamente vedadas aos pequeno-burgueses condenados à hipercorreção. Em suma, ao conferir aos consagrados uma essência indiscutível e indelével, um dos privilégios da consagração reside no fato de autorizar transgressões que estariam proibidas de outro modo". Bourdieu, *A economia das trocas linguísticas*, p. 104.

que "o preconceito contra ele [Lula] é, na verdade, um preconceito contra todo o povo brasileiro. Contra você, eleitor" (25/9).

Era o candidato do Prona o que mais intensa e diretamente fustigava Lula em razão de sua pretensa ignorância. Num debate na TV Manchete, transmitido no dia 24 de agosto, Enéas Carneiro chegou a provocar o candidato do PT exigindo resposta para questões sobre um minério, a "bauxita refratária" - cujo nome, aliás, pronunciava errado, pois a norma culta exige *baucsita*, em vez do corrente *bauchita*. A manobra, claríssima, era humilhar o adversário exibindo em rede nacional sua falta de conhecimentos, "provada" pela incapacidade de responder a uma questão técnica de importância secundária¹⁹.

Num dos programas mais violentos da campanha eletrônica, o candidato do Prona classificou Lula de

homem profundamente ignorante, sem nenhum preparo, que nunca se distinguiu em nada na vida, a não ser fazendo greves, que há muito não trabalha e poderia ter estudado. [...] [A eleição de Lula] seria o pior exemplo a ser dado a todos os jovens e a todas as crianças, de que o estudo não serve para nada (14/9).

Falando à imprensa, Esperidião Amin já havia apresentado uma variação desse discurso. Lula, disse o candidato do PPR, é a mais notória "entre todas as pessoas que não trabalham". Sua vitória faria o povo "pensar que para ser bem sucedido não é preciso trabalhar"²⁰.

¹⁹ Mostrando que tais estratégias não são privilégio de um lado do espectro político, o candidato do Partido dos Trabalhadores ao governo do Distrito Federal, Cristovam Buarque, imitou-as no segundo turno da eleição. Posições invertidas - o petista, ex-reitor da Universidade de Brasília, era agora o intelectual, disputando com Valmir Campelo (PP), um afilhado de Joaquim Roriz, o principal cacique populista do Distrito Federal, tão pouco instruído e com a mesma fama de tacanho de seu padrinho - Buarque atormentou seu adversário num debate de televisão com perguntas sobre a política para os DML's. Campelo evidentemente não sabia, tanto quanto a esmagadora maioria dos espectadores que se divertiam com seu "despreparo", que DML é a sigla para "deficiente mental leve".

²⁰ Eumano Silva, "Lula e FHC são principais alvos". *Folha de S. Paulo*, 24/5/94, p. 1-9.

Nesta frase de efeito aparentemente banal, Amin sintetiza todo o preconceito contra o qual o candidato do PT afirmava lutar. Lula era um político *full time*, tanto quanto seus adversários (ao menos os principais). Estes, que tinham nascido na elite ou cedo ascendido a ela, eram ilustres homens públicos, estavam até fazendo sacrifícios pela pátria. Lula, não. Lula tinha arranjado um artifício para escapar da linha de montagem, que era - eis a mensagem velada - seu devido lugar.

Já Enéas enfatizava não a suposta *vadiagem* do candidato petista (apesar de fazer referência a ela), mas seu déficit de escolaridade. Ao atacar Lula, o líder do Prona buscava contrastar o "despreparo" do adversário com sua própria sabedoria. Ele pontuava seu discurso com palavras difíceis, algumas retiradas do vocabulário médico: "inópia" (7/9), "pascácios" (21/8), "caterva" (9/9), "caçanje e solecismos" (11/9), "cancro fagedênico" (debate na Rede Bandeirantes, em 16/8). Dedicou um programa de TV à defesa da pureza da língua, ameaçada por políticos e jornalistas: "A língua é o maior patrimônio de um povo. Desrespeitá-la é desrespeitar a própria nacionalidade" (11/9). No mesmo programa, o candidato citou um suposto conselho de Confúcio, para quem a primeira ação de um bom governante deveria ser "corrigir a linguagem".

Enéas gostava também de usar comparações extraídas das ciências naturais. O candidato se aproximava de uma espécie de "positivismo", a política devendo ser guiada pela ciência. Enéas não falava em nome de uma opinião particular, mesmo que bem informada. Ele falava respaldado pela Ciência, com "c" maiúsculo, e portanto - nesses tempos de crença ilimitada no discurso científico - com uma autoridade que não se podia contestar.

A pregação de Enéas, com a ênfase nas certezas absolutas proporcionadas pela ciência, deixava subentendido o que Comte afirmava

com todas as letras. Observando que "absolutamente não há liberdade de consciência em astronomia, em física, em química, em fisiologia", o filósofo francês conclui que tal liberdade subsiste na política porque seus princípios ainda não foram estabelecidos pelos homens competentes. Quando isso ocorrer, não há dúvida de que a liberdade de consciência na política também acabará, curvando-se à ciência. Erra, para Comte, quem busca "converter este fato transitório [a liberdade de consciência] em dogma absoluto e eterno, dele fazer um princípio fundamental"²¹.

Ciente de que o flanco mais fraco do candidato da Frente Brasil Popular pela Cidadania era a escolaridade, Enéas salientava sua performance neste particular:

Passei toda minha vida trabalhando e estudando. Fui primeiro lugar em todo o curso primário, primeiro lugar no exame de admissão, primeiro lugar em todo o ginásial, primeiro lugar na escola de saúde do Exército, primeiro lugar no vestibular de Medicina. [...] Diplomado em Medicina e Ciências Exatas, estudei filosofia, sociologia, cibernética, lingüística, paleantropologia, economia e teoria do Estado (3/8).

Ao anunciar o Brasil cuja ordem o Prona reedificaria, Enéas bradava: "Nós vamos criar a era da convicção, a era da verdade, a era da decência, da dignidade, a era da confiança, do respeito, do preparo, da cultura, da inteligência, da ciência, do entusiasmo" (17/8). Na frase, "preparo", "cultura" (num sentido mais próximo de "erudição"), "inteligência" e "ciência" participam de um campo semântico distinto dos outros substantivos, que são mais correntemente vinculados ao discurso político. Também ao anunciar o lançamento do livro com as propostas de governo do Prona, *Um grande projeto para o Brasil*, Enéas nunca deixava de enfatizar que ele fora "escrito por homens de ciência" (22/8).

²¹ Comte, "Plan des travaux scientifiques nécessaires pour réorganiser la société", in *Système de politique positive*, t. 4, p. 53 (do "Appendice général").

Ao contrário de Fernando Henrique Cardoso, o candidato do Prona não possuía um capital de notoriedade que desse substância à sua pretendida imagem de "sábio". Ele tentava criar um capital intelectual *ad hoc*, através da enumeração de seus campos de saber e da utilização do linguajar empolado, para imediatamente transferi-lo ao campo político. Se os diplomas escolares garantem um valor convencional padronizado ao capital cultural²², eles não contemplam, por outro lado, o componente de notoriedade, que é crucial no caso. Os diplomas universitários de Enéas eram brandidos como comprovações de sua capacidade para governar. O mesmo ocorria com seus pretendidos conhecimentos de cibernética, paleantropologia e tudo mais, que tinham por única testemunha o próprio Enéas. Mas, mesmo que os títulos acadêmicos do candidato do Prona fossem tão vistosos quanto os de Fernando Henrique, coisa que estava longe de ocorrer, impressionariam muito menos do que a fama de "grande intelectual" do candidato do PSDB-PFL-PTB - fama apoiada na obra que produzira e no reconhecimento de seus pares, não em atestados de desempenho escolar ou em elogios de boca própria.

5.4

A origem social de Lula tanto era um atrativo quanto um estigma. Ele era alguém com quem os humildes se identificavam, mas também sofria com todos os preconceitos associados ao trabalho manual e à baixa escolarização. Já a experiência de haver percorrido todo o Brasil, de conhecer os problemas *in loco* e ter conversado com quem sofria com eles, não era afetada por tais exigências contraditórias. Era uma qualidade passível de ser explorada quase que sem efeitos colaterais.

²² Bourdieu, *Le sens pratique*, p. 228.

Lula não era o único a tirar partido do fato de conhecer até os mais afastados recantos do Brasil. Também o almirante Fortuna, candidato do PSC, enfatizava a importância de ter visto os problemas no local. Ele procurou explorar sua condição de militar - que, por si só, garantir-lhe-ia a posição de conhecedor do país: "Vocês já verificaram que os políticos não conhecem nada dos problemas brasileiros? As soluções que apresentam são absurdas, ridículas e divorciadas da realidade. [...] Minha vida profissional, de mais de 44 anos, conhecendo o Brasil, seus problemas e suas soluções [...]" (10/8).

Mas a mensagem de Lula, fundada nas caravanas da cidadania, era mais forte. Lula podia bater no peito e dizer que, ao contrário de seus adversários,

para construir um programa de governo eu percorri 40 mil quilômetros de ônibus, de barco e de trem. Eu conversei com milhares e milhares de pessoas (17/8).

Enfim, eu conversei com toda a sociedade brasileira, para a partir daí receber subsídios para construirmos um programa de governo. Não um mero programa de governo como uma peça de laboratório, mas um programa de compromisso, olhando nos olhos das pessoas, sentindo o coração das pessoas (28/8).

Está aí - mais uma vez - o "olho no olho", símbolo do compromisso pessoal, combinado explicitamente com o apelo emocional que carrega. Para o PT, recorrer ao coração significava a um só tempo alvejar Fernando Henrique, que procurava a postura de "candidato da razão", e investir no fato de que era o partido com o compromisso social prioritário, uma questão que alcança a sensibilidade das pessoas (justiça social, miséria etc.). Por outro lado, ao sublinhar que conversou "com toda a sociedade brasileira", Lula tentava espantar o rótulo de candidato "de um só setor" - ilustrando tanto o problema do apelo classista *versus* apelo amplo, mencionado no capítulo 3, quanto a força da idéia de "unir o Brasil", explorada sobretudo por seu principal adversário.

A referência à emoção apareceu também em críticas aos "outros candidatos [que] fazem campanhas frias e sem alma" (locutor da Frente Brasil Popular pela Cidadania em 26/9). Lula, questionando as pesquisas de intenção de voto, cada vez mais desfavoráveis a ele, afirmava: "Eu quero avisar aos senhores que acreditam em números frios que, no dia 3 de outubro, quem vai ganhar as eleições é aquele que acredita na paixão, é aquele que acredita no amor, é aquele que acredita na fraternidade e na solidariedade do povo brasileiro" (28/9).

Igualmente, a valorização da emoção marcou o programa de encerramento da campanha de Lula. Lido pelo locutor, o texto dizia:

O próximo presidente do Brasil tem que merecer confiança e conhecer de perto a vida dos pobres. [...] Tem que governar *olhando nos olhos* das pessoas. Para ele, saúde, educação e emprego não podem ser promessas vazias. O próximo presidente do Brasil tem que ter coragem para enfrentar os mais fortes e *se emocionar* diante dos mais fracos [há uma pausa no texto, preenchida por imagens de Lula com um menino de rua que subiu ao palanque no comício do PT em São Paulo]. [...] Sua sinceridade e sua ligação com o povo têm que ser a garantia de que construiremos um novo país, com justiça, paz e dignidade. O Brasil precisa de um líder. O Brasil precisa de Lula (30/9; grifos meus).

A emoção surge, assim, como uma das características necessárias a um governante. Era uma das formas de torná-lo próximo ao povo. Único candidato "que fala ao povo de coração para coração", conforme salientava o locutor de sua campanha (28/9), Lula denunciava a frieza da tecnocracia e buscava recuperar o ser humano: "Os técnicos do Ministério da Fazenda estão habituados a trabalhar com números e mais números. Só que eles esquecem que por detrás de cada número tem um ser humano" (11/9).

Essa proximidade com o povo a campanha da Frente Brasil Popular pela Cidadania sempre valorizou e Lula demonstrava de diversas maneiras. Havia a história de vida do candidato, o percurso pelo interior do país, a

capacidade de se emocionar com os problemas do povo simples. E tinha também a sinceridade.

A honestidade, reivindicada sem exceção por todos os candidatos, é associada, em geral, à probidade no trato do dinheiro público e, em grau menor, ao mandamento "não mentir". Já a sinceridade possui exigências muito maiores: é mais do que simplesmente não mentir, é expressar *tudo*, inclusive sentimentos, emoções, impressões, em suma, a subjetividade. Por isso, a sinceridade é um valor pouco freqüente no discurso político. Costuma ser cobrada, isso sim, nos relacionamentos interpessoais. Ao ser apresentado como "sincero", o candidato é colocado num plano mais próximo do eleitor do que se fosse rotulado simplesmente como "honesto".

O apelo à sinceridade é ponto importante, por exemplo, no *jingle* de Lula, o mesmo da campanha presidencial de 1989:

Passa o tempo
e tanta gente a trabalhar;
de repente essa clareza pra notar
quem sempre foi sincero e confiar.
Sem medo de ser feliz,
quero ver chegar
Lula lá,
brilha uma estrela,
Lula lá,
cresce a esperança,
Lula lá,
o Brasil criança
na alegria de se abraçar (3/8).

A expressão "sem medo de ser feliz", central em toda a campanha do PT, é uma resposta direta à crítica mais comum dos adversários - para quem a ascensão do partido ao poder representaria algo temerário, um período de incertezas para o país: um "salto no escuro", enfim, como gostava de dizer Fernando Henrique Cardoso. Contra esse discurso conservador, o slogan apresenta um convite à mudança.

O "lá" do refrão, por sua vez, sugere da forma mais concisa possível o núcleo do poder no país, as mais altas posições de autoridade. O candidato surge como a encarnação da mudança. Trata-se de colocar "Lula lá", isto é, de mexer no centro do poder, entronizando o líder capaz de promover as transformações. O PT aparece, portanto, como herdeiro do "mudancismo" que caracterizou a oposição brasileira ao regime militar. A bandeira das "mudanças", com toda sua vagueza, simbolizava então a rejeição ao modelo vigente, embora não a adesão a algum projeto de oposição. Utilizá-la era uma forma de aproveitar a insatisfação difusa, sem ter construído o apoio a alguma alternativa.

No caso do MDB, o conteúdo do mudancismo estava ligado à redemocratização do país: revogação da legislação de exceção, reestabelecimento do Estado do direito, retorno das liberdades democráticas, eleições diretas para os cargos executivos. Parte de seu apelo, porém, vinha dos aspectos sociais e econômicos, ainda mais vagos, que a bandeira das mudanças incluía. No caso do PT, esse mudancismo "social" é o preponderante - aliado, sem dúvida, à defesa de padrões mais elevados de moralidade na administração pública. O conjunto do discurso é amplo e vago o suficiente para aglutinar um vasto espectro político, de capitalistas com preocupações sociais aos mais renitentes adeptos da ditadura do proletariado.

O verso final do *jingle* - "na alegria de se abraçar" - também é significativo. Reitera, uma vez mais, a proximidade nas relações interpessoais, sempre presente na campanha do Partido dos Trabalhadores.

Além dessas referências à mudança e à proximidade, o *jingle* traz apenas uma mensagem: a referência a "quem sempre foi sincero". De todas as qualidades possíveis do candidato, é destacada a sinceridade. É um valor sempre presente no discurso de Lula. "No dia 3 de outubro, eu tenho certeza

que ganharei essas eleições, porque a verdade prevalecerá sobre a mentira" (17/8), dizia o candidato. Ou então, "o povo já não suporta mais mentiras e a verdade prevalecerá" (19/8). O programa seguinte era anunciado como tendo por tema "verdade contra mentira" (21/8).

A ênfase neste ponto aumentou depois do escândalo que motivou a queda do ministro Rubens Ricupero. A principal autoridade da economia brasileira confessava enganar o povo, esconder dados, distorcer fatos. Lula queria marcar o contraste de seus atos em relação a tais procedimentos. Ao falar sobre o caso, o candidato chegou a recorrer à *Bíblia*: "A verdade nos libertará" (4/9). Também prometeu que iria "construir esse Brasil baseado sobretudo na verdade" (5/9). Verdade que, como dissera o locutor dos programas, é o "único valor capaz de construir uma nação" (4/9).

A referência à *Bíblia* talvez não tenha sido gratuita. Lula, logo depois do escândalo, numa das declarações mais infelizes da campanha, contrapôs a conhecida carolice de Ricupero à suposta descrença religiosa de Fernando Henrique: "O ministro [...] parecia tão cristão, tão bonzinho [...]. Imagino como não deve proceder um candidato ateu"²³. As clivagens religiosas não constituem um fator de primeira grandeza no jogo político brasileiro, mas uma confissão de descrença em Deus é uma escorregadela grave.

Fernando Henrique, que certamente perdeu votos na eleição para a prefeitura de São Paulo em 1985 por relutar em se declarar não-ateu, em 1994 não deixou margem a dúvidas. Afirmou sua fé sempre com ênfase, pôs fitinha do Senhor do Bonfim no pulso e chegou a ir à Bahia em julho para, como disse, "receber as bênçãos necessárias para seguir a campanha"²⁴. Ainda

²³ "Repercussão". *Folha de S. Paulo*, 4/9/94, p. Esp.-1.

²⁴ "Tucano reza e é homenageado". *Folha de S. Paulo*, 31/7/94, p. 1-7.

assim, sofreu alfinetadas como a de Lula. Felizmente para ele, os setores menos éticos da política brasileira, que em 1985 haviam propagado a ameaça do candidato "ateu e maconheiro", agora eram seus aliados.

Sempre preocupado em se aproximar dos eleitores, Lula gostava de narrar casos nos programas da televisão (e também em comícios). Falava de sua vida ou de pessoas que encontrara nas caravanas pelo país. As histórias reforçavam a necessidade do contato pessoal, do compromisso firmado "olho no olho", da proximidade com o povo. Casos como o do aposentado na cidadezinha da Amazônia, que perdeu o direito ao benefício por falta de documentos: "Eu peguei na mão dele, e eu fiquei imaginando, 'quanto hipocrisia no Brasil'. Porque para você provar que o cidadão trabalhou, nada melhor do que você pegar na mão da pessoa e ver a quantidade de calos. Porque vagabundo não tem calos na mão" (21/9).

O episódio ilustra a oposição entre a formalidade burocrática insensível vigente e a sensibilidade atuante para a qual Lula aponta. É claro que o candidato do PT dificilmente poderia propor que a carteira de trabalho fosse substituída pelas mãos espalmadas. O que ele sugeria era que, num governo de "olhos nos olhos", os casos individuais pudessem ser tratados com o bom senso da vida cotidiana. Lula incorporava um discurso de revolta contra a impessoalidade da máquina estatal, embora seja difícil imaginar como uma sociedade complexa possa ser gerida sem a burocracia.

A previdência social servia bem como exemplo porque, ao contar a história do trabalhador da Amazônia, Lula fazia lembrar de inúmeros casos opostos, fartamente noticiados pela imprensa na época: fraudadores que recebiam aposentadorias milionárias, embora *saltasse aos olhos* que não faziam jus a elas. Ao denunciar as mazelas da impessoalidade burocrática, o candidato da Frente Brasil Popular pela Cidadania fazia retornar a esperança

de uma sociedade transparente para si mesma, capaz de se gerir com os instrumentos informais da vida cotidiana.

No discurso de Fernando Henrique, como será visto no próximo capítulo, era possível identificar o tema da *unidade* como núcleo mítico. No discurso de Lula, esse núcleo estava ligado à *transparência*²⁵. A ênfase era dada às relações interpessoais diretas, tipificadas na idéia do "olho no olho" e na exaltação da sinceridade como valor relevante no campo político. A denúncia da impessoalidade dos mecanismos burocráticos juntava-se ao louvor da interação calorosa do cotidiano. Como corolário das duas proposições anteriores, há uma espécie de "nostalgia do fio de bigode": o compromisso firmado na confiança mútua e no bom-senso, só que agora envolvendo o Estado.

Fernando Henrique chegou a recorrer a um discurso semelhante - mas de forma puramente epidérmica. Num clipe que usou repetidas vezes, afirmava que iria conduzir sua campanha dando a mão e a palavra, "porque é dando a mão e a palavra que são feitos os contratos no interior e no coração do Brasil" (5/8). Essa frase de efeito um tanto demagógica, porém, pouco tem a ver com a maneira com que Lula se apropriava desta temática. Para o candidato do PT, o compromisso pessoal, firmado na confiança mútua, devia estar no cerne da gestão estatal. Compromisso do governante, assumido em contato íntimo com os governados e garantido pela sinceridade que marcaria a relação entre um e outros.

Tudo isso alimentava a visão de uma sociedade sem mistérios para si mesma, cuja gestão se daria sem mediações, utilizando os instrumentos simples da vida cotidiana. O discurso de Lula não chegava a configurar uma

²⁵ Embora a palavra poucas vezes fosse utilizada pelo candidato. Durante toda a campanha na TV. Lula usou-a apenas no programa de 19/9: "No meu governo, haverá transparência".

narrativa mítica completa - já foi afirmado que a mídia a obstrui, por sua tendência à diluição dos conteúdos - mas aparecia sob a forma de *flashes* marcantes, com forte carga imagética. *Mítico*, esse discurso se situava num plano impermeável à discussão racional. Sugeriria um arco temporal em que a burocratização estatal aparecia como um longo interregno nefasto, separando a sociedade transparente perdida nas brumas do passado de seu renascimento num futuro indefinido.

Além disso, o programa de governo do Partido dos Trabalhadores *não* apontava na direção que esse discurso indicava. Se o projeto do PT avançava para a democratização dos controles estatais sobre a sociedade, isso levaria, ao menos como repercussão imediata, à expansão e ao aprimoramento, não à supressão, desses controles. A modernização da máquina governamental significa, na verdade, burocratização. Não no sentido pejorativo do termo, que se tornou dominante, mas no sentido da aplicação impessoal de normas universais, *sine ira et studio*, como gostava de dizer Weber²⁶. Assim, ela representa a eliminação, por exemplo, do chamado "jeitinho", que é uma porta para a corrupção e o favorecimento ilícito, mas é também um canal através do qual as relações pessoais "quentes" se infiltram na impessoalidade burocrática.

O recurso mítico à transparência desloca a discussão das formas de democratização da gestão estatal, importantes justamente porque há opacidade. A permanente elaboração e aprimoramento de mecanismos de participação e controle popular sobre os aparatos de Estado se faz necessária porque estes aparatos não são transparentes, muito pelo contrário. E qualquer compromisso entre governante e governados, por mais "olho no olho" que

²⁶ Weber, "Os fundamentos da organização burocrática", p. 27.

seja, é pura demagogia se não é sustentado por uma armação institucional que permita a fiscalização de seu cumprimento.

O aprimoramento desses mecanismos de participação popular era uma das bandeiras históricas do Partido dos Trabalhadores. Era também a marca de suas administrações municipais, ao menos das melhor sucedidas. A ênfase na trajetória pessoal de Lula e em sua identidade com o eleitorado mais pobre, portanto, fazia a Frente Brasil Popular pela Cidadania desautorizar o que a sua plataforma de governo possuía de melhor.

5.5

Na propaganda eleitoral, diferentes valores buscavam ocupar o espaço da "competência". No discurso de Orestes Quércia e Esperidião Amin, era a "experiência"; no de Leonel Brizola, um tema próximo, sua "trajetória histórica". Fernando Henrique Cardoso, por sua vez, enfatizava o "preparo intelectual". Estava credenciado para isso por seu itinerário pessoal: seu ingresso no campo político se dera através da conversão de um tipo de capital simbólico (o prestígio acadêmico) que o singularizava no conjunto de candidatos. Quando aparecia como "intelectual" no horário eleitoral da TV, Fernando Henrique estava sublinhando o fato de possuir saberes especiais, que o credenciariam ao exercício da suprema magistratura da nação. Ao mesmo tempo, o candidato do PSDB-PFL-PTB precisava mostrar ao público que era um "homem de ação" - isto é, a imagem do intelectual era inflada e esvaziada, alternadamente, conforme as necessidades do discurso.

Lula enfrentava o problema oposto. Sua baixa escolaridade era um estigma, que os adversários não deixavam de explorar, de forma menos ou mais dissimulada. Contra a "sabedoria" de Fernando Henrique, que apresentava uma realidade opaca, só decifrável por uma razão especialmente

treinada, o candidato do PT ressaltava as virtudes da vivência - uma visão do real como transparente àqueles que o vivem. Assim, Lula estaria capacitado ao exercício do poder por sua própria história de vida - de pobre, retirante nordestino, operário. A vivência de Lula daria a ele um conhecimento privilegiado dos problemas nacionais, o conhecimento de quem os sofreu na própria pele, jamais alcançável pelo mero observador externo.

Na campanha do PT, a história de vida do candidato aparecia *pari passu* a outra experiência que o singularizava: as caravanas da cidadania, pré-campanha eleitoral que o levava aos mais distantes rincões do país. Lula podia dizer que conhecia o Brasil, não através dos livros, mas por ter estado em contato direto com seu povo. Para os petistas, esse compromisso direto, "olho no olho", do líder com a massa, era essencial. O sonho de uma relação não mediada entre povo e governo, uma relação que ultrapassasse os canais burocráticos e os mecanismos representativos formais, compunha o núcleo daquilo que o discurso de Lula possuía de mítico.

Da mesma forma que a realidade era transparente para quem a vivia, a sociedade era transparente para si mesma. Por isso, no lugar da rede de controles burocráticos e de instrumentos de fiscalização popular, necessária às sociedades democráticas complexas, bastaria a convivência comum de governantes e governados e o comprometimento pessoal dos primeiros diante dos últimos.

6 - Mito (IV): a unidade

6.1 - *Partidarismo e facciosismo. - Fernando Henrique Cardoso, encarnação da nacionalidade.*

6.2 - *Fernando Henrique e a necessidade da união. - Conservadorismo do discurso do candidato do PSDB-PFL-PTB.*

6.3 - *Conciliação nacional. - Unidade nacional. - A ilegitimidade do conflito.*

6.4 - *Futuro e destino do Brasil. - Stefan Zweig. - A geopolítica.*

6.5 - *Plano Real, materialização do interesse nacional.*

6.6 - *As "propostas concretas" na campanha eletrônica. - O papel da razão. - Collor e o mito político.*

6.7 - *Resumo do capítulo.*

6.1

A rejeição à política é, conforme foi visto, o elemento essencial dos mitos políticos. Ela aparece, sobretudo, no anseio por "união", na estigmatização do conflito. Está presente em discursos como o de Enéas Carneiro, para quem a sociedade "como um todo" deveria se unir "em torno de uma idéia central" (7/8). A discordância, a divergência, o desacordo, o dissenso, que são outros nomes para a diferença e a pluralidade, a desarmonia, enfim, assume, no discurso político, o pólo negativo.

Na teoria política, o conflito partidário (ou de facções) foi rejeitado durante séculos, como solapador da unidade necessária ao progresso da nação. É verdade que Maquiavel acreditava que uma dose de discórdia no seio da sociedade era boa para a liberdade - indicava participação política e garantia o equilíbrio de interesses. Para o pensador florentino, a desunião entre o povo e o senado, que a reflexão política renascentista tradicionalmente

estigmatizava como "tumultos", era nada menos do que a responsável pela grandeza da república romana¹.

Depois de Maquiavel, cuja influência sobre o pensamento político posterior foi prejudicada pela má fama que desde cedo o acompanhou, David Hume, no século 18, será o primeiro a admitir que a abolição dos partidos não é possível, "talvez nem desejável num governo livre"². Na mesma época, porém, Rousseau lançava um ataque às facções, "associações parciais a expensas da grande"³. A condenação dos interesses particulares é necessária à sua ficção da vontade geral, entendida não como a soma das vontades particulares ou a vontade da maioria, e sim como a vontade *do todo*, que o método democrático não institui, mas apenas identifica.

Hoje, é quase unânime o reconhecimento de que os partidos são instrumentos indispensáveis à democracia - apesar do influxo do pensamento de Rousseau sobre parcela importante das correntes de esquerda e, à direita, da tentação permanente da imposição de uma "ordem" indiscutível. No discurso político usual e na opinião comum, porém, permanecem a rejeição ao "facciosismo", o desânimo com a "confusão" criada pelos partidos e a nostalgia da "unidade nacional". A vontade geral pela qual se anseia não é, como para o filósofo genebrino, uma emanção da soberania popular. É produto da visão orgânica da nação.

Mais do que qualquer outro, Fernando Henrique investiu no discurso da "união", embora sem descer, à maneira de Enéas ou do almirante Fortuna, à condenação do jogo político democrático. "Não sou de [discriminar] é

¹ Maquiavel, *Comentários sobre a primeira década de Tito Lívio*, pp. 31-40. Sobre este aspecto do pensamento de Maquiavel, ver Skinner, *As fundações do pensamento político moderno*, pp. 201-2.

² Cit. in Sartori, *Partidos e sistemas partidários*, p. 27.

³ Rousseau, *Do contrato social*, p. 47.

partido tal ou qual, não. O Brasil precisa de uma soma, precisa de rumo e soma que aglutine", afirmava o candidato governista (3/8). Assim, ele defendia sua controversa aliança com o PFL, criticava o atribuído sectarismo do PT - sem citar um ou outro partido - e ainda investia numa linha de argumentação de fácil apreensão. Fernando Henrique, segundo um slogan muito utilizado, era "a mão que está unindo o Brasil" (8/8).

Unir o Brasil pode significar tanto construir um projeto político capaz de arrebatá-lo a opinião majoritária da população quanto eliminar as diferenças dos particulares em nome do todo. Um significado remete para a tarefa própria do político, que é exatamente a montagem desse projeto; o outro, para o registro mítico, em que a legitimidade do conflito é negada e um interesse primário, que prescindia da construção de qualquer projeto, é invocado. O conjunto da campanha de Fernando Henrique Cardoso apontava, sem sombra de dúvida, para esse segundo sentido.

É bastante significativo o principal *jingle* da campanha da coligação PSDB-PFL-PTB. Na voz de um famoso sanfoneiro e cantor, Dominginhos, a letra dizia:

Tá na sua mão,
na minha mão,
na mão da gente,
fazer de Fernando Henrique nosso presidente.
Tá na sua mão,
na minha mão,
na mão da gente,
o Brasil precisa muito da força da gente.
Levanta a mão!
Levanta a mão!
O Brasil precisa muito de você.
Levanta a mão!
Levanta a mão!
Fernando Henrique é o Brasil que vai vencer (5/8).

A mensagem central do *jingle* é a menção à força do povo, apelo retórico comum na campanha, uma força que consiste, na verdade, no poder de escolher este ou aquele candidato. Seu maior interesse, porém, reside no último verso. Tal como cantado, ele é ambíguo, permitindo ao menos três leituras:

i) *Fernando Henrique é o Brasil, que vai vencer*. A vírgula, assim inserida no verso, torna o candidato igual à nação. O Brasil, sempre visto como uma entidade una, está encarnado em Fernando Henrique Cardoso. O país (isto é, o candidato) está predestinado a vencer - presumivelmente, um embate com a anti-nação ou, ao menos, a não-nação. Este é um apelo que identifica o líder político com o país. Como se sabe que a expressão "Fernando Henrique é o Brasil" é necessariamente uma figura de retórica, a conclusão é que o candidato é o representante do Brasil na disputa, ou então que a vontade do país se confunde com a de Fernando Henrique, bem ao estilo populista.

A referência velada à anti-nação traça a linha divisória entre *nós* e *outros*, ficando o *nós* com os atributos positivos da nacionalidade. De forma mais direta, a mensagem aparecia nos programas do PDT que, à falta de um *jingle* mais elaborado, repetia os versos "o Brasil é Brizola/Brizola é Brasil" (10/8)⁴. No caso, porém, o "é" pode ser interpretado como "está do lado do" ou "é favorável a": fulano *é* Flamengo, beltrano *é* Vasco. O *jingle* do PSDB-PFL-PTB acrescentava um artigo definido que impedia tal interpretação. Fernando Henrique *é o* Brasil, mas fulano *não é o* Flamengo.

Um clipe veiculado no final da campanha reforça esta primeira leitura possível do verso final do *jingle*. Nele, o locutor simula a narração de um jogo

⁴ No programa de 21 de agosto foi apresentado o *jingle* completo, com apenas cinco versos: "O Brasil é Brizola/Brizola é Brasil./A força do povo/unido decidiu:/Brizola presidente do Brasil".

de futebol para dizer que, com cada simpatizante da candidatura governista conquistando novos adeptos, "vai dar Fernando Henrique, vai dar Brasil, zil, zil" (28/9). A mera substituição do nome do candidato pelo do país cria a impressão de sinonímia, que é exatamente o que o clipe busca produzir;

ii) *Fernando Henrique: é o Brasil que vai vencer*. Com os dois pontos, há uma versão atenuada da leitura anterior. O candidato deixa de ser igual ao país, mas ainda se apresenta como seu instrumento. Lê-se: através de Fernando Henrique, o Brasil vai triunfar. Os outros candidatos não saberiam promover os interesses nacionais - ou, pior ainda, não quereriam promovê-los, caso em que permanece a sugestão de um embate nação *versus* anti-nação;

iii) *Fernando Henrique é o Brasil que vai vencer*. Lida assim, sem vírgula nem dois pontos, a frase adquire significação bastante diferente. Ela sugere que há mais de um Brasil e que um deles, o que se identifica com a candidatura de Fernando Henrique, sairá vitorioso. A partir desse ponto, duas interpretações são possíveis. De acordo com a primeira, a mensagem é simplesmente que este Brasil do candidato governista será (via eleitoral) o vencedor: mera manifestação de confiança, comum em disputas eleitorais.

Pela outra interpretação, há um Brasil fadado a ser vitorioso, que é aquele ao qual se liga a candidatura de Fernando Henrique. Tratar-se-ia, então, de mais uma referência ao Brasil que resolve seus problemas, supera a crise e olha para o futuro (emblemático pelo Plano Real), em contrapartida àqueles que insistem em não ver soluções, os derrotistas - exemplarmente, os críticos do pacote econômico, isto é, os adversários do PSDB-PFL-PTB.

Não há uma leitura *correta*: a letra do *jingle* joga com a anfibologia, usa a capacidade de gerar várias interpretações. É uma ambigüidade freqüente na campanha, funcional para discursos que - conforme foi visto no capítulo 2 - atingem uma multiplicidade de públicos de forma indiferenciada. Em todas

as leituras possíveis do *jingle*, no entanto, Fernando Henrique aparece como o candidato do Brasil, da união do Brasil ou, pelo menos, do Brasil positivo, trabalhador e otimista que é, afinal, a parcela do país que importa e que deve impor seu vigor e sua mentalidade ao restante. O adversário era igualado à anti-nação, ao menos porque trabalhava por sua desunião ou arrastava-a ao derrotismo paralisante.

6.2

Fernando Henrique elaborou amplamente a argumentação em favor da união (o Brasil acima dos particularismos), articulada a outros temas recorrentes de sua campanha, num dos discursos mais significativos que pronunciou na TV. Usado em mais de um programa, esse pronunciamento é uma síntese dos elementos discursivos dos quais lançava mão o candidato governista. Sua importância e expressividade tornam necessário citá-lo na íntegra:

Tenho falado sempre da confiança que eu sinto no futuro do Brasil. E eu tenho boas razões para ter confiança. Uma dessas razões é que, hoje, o país está pronto pra dar o grande salto ao desenvolvimento, principalmente pro desenvolvimento social. Agora que nós conseguimos *botar a casa em ordem*, isso é possível. Mas existe uma outra razão que também é muito importante: é que depois de tantos anos de crises, confusões, a gente percebe, sente nas pessoas, uma disposição muito grande, muito positiva, pra *se unir e empurrar o Brasil pra frente*. Eu tenho andado por esse país afora. Tenho conversado com muita gente. E não vi ninguém achar que as soluções para os problemas vão ser encontradas com *raiva*, com *brigas*, com *radicalismo*, jogando *patrão contra empregado*, jogando uma região contra a outra, o homem do campo contra o homem da cidade. O povo não quer uma *aventura*. O cidadão quer saber, nesta campanha, como será possível construir um Brasil melhor - e melhor pra todos. O Brasil vive hoje um período de otimismo maduro - e tem razão pra confiar no seu futuro. É certo que ainda existe gente que acha que, *para eles ganharem, o Brasil tem que perder*. Gente que vive de multiplicar os problemas e *dividir as pessoas*. Nós queremos que o Brasil ganhe sempre, que os brasileiros ganhem, tenham mais escola, mais saúde, salários melhores. É hora de os brasileiros se *unirem* de verdade, *unir* o Brasil em torno de um projeto claro, de soluções viáveis, e não de lançar o país num *mar de dúvidas*. É hora de caminhar pra *frente*, não de ficar olhando pra *trás*. Nós queremos um salto para o desenvolvimento, e não um *salto no escuro*. Para que a vida das pessoas melhore, será preciso fazer mudanças profundas, reformar a Constituição,

e nada disso pode ser feito sem apoio, sem *união*. O presidente sozinho não consegue fazer tudo. Mas aí aparecem os *amigos da confusão* e dizem: "Ah, vai ter muita gente dando palpite e isso vai atrapalhar as decisões". Não é verdade. O povo brasileiro decidiu, no ano passado, que o regime de governo é presidencialista. Isso significa que o presidente da República tem o poder. Eu quero ser um presidente que vai ouvir as razões de todos, mas não vou abrir mão da responsabilidade de decidir (19/8; grifos meus).

O discurso salienta, em primeiro lugar, o *otimismo*, que foi um dos motes do PSDB-PFL-PTB. Fernando Henrique manifesta confiança no futuro do país, confiança que nasceu com o sucesso do Plano Real. O pacote econômico não é citado, mas a referência a ele é clara: foi o real que botou "a casa em ordem". Essa expressão e suas equivalentes, que o candidato usava com certa freqüência, transmitem uma visão administrativa e não-conflituosa da gestão de políticas públicas. Embora a noção do que é um lar organizado possa suscitar, em teoria, controvérsias, há na prática um amplo consenso entre as donas de casa. Uma voz discordante, que pretenda deixar o sofá na cozinha, o liquidificador no quarto e a louça suja, é facilmente desqualificável como insensata.

O símile "casa em ordem = país em ordem", portanto, permite a Fernando Henrique transmitir como sendo simples bom senso o que é fruto de uma visão política precisa. É a visão de que a estabilização monetária possui primazia absoluta em relação, por exemplo, à ampliação da oferta de emprego, a políticas redistributivas, à educação ou à solução das tensões sociais no campo e nas cidades, para citar apenas alguns pontos prioritários dos programas de seus adversários. O candidato do PSDB-PFL-PTB pôde usar com tranqüilidade sua metáfora porque se colocava ao lado da interpretação da realidade que a mídia havia construído ao longo de duas décadas de crise inflacionária. A visão política que Fernando Henrique transmitia como bom senso se tornara, de fato, um elemento do senso comum.

No final do discurso há uma manifestação da *firmeza* que se procurou atribuir ao candidato. Ao se afastar do credo parlamentarista que antes pregava, Fernando Henrique ressalta um dos aspectos mais criticáveis - e criticados - do presidencialismo: a personificação do embate político, em que o candidato substitui partidos e programas. E também a personificação do poder ("responsabilidade de decidir", no linguajar pudico da campanha), integralmente avocado pelo chefe de Estado.

Mas o núcleo do pronunciamento de 19 de agosto é a necessidade de união - de "se unir e empurrar o Brasil pra frente". Está presente, aqui, a idéia de que há um percurso linear, de que "pra frente" significa a mesma coisa de qualquer ângulo de visão. Justamente por isso, aliás, a união seria possível.

É interessante observar que a visão orgânica da nação só alcança seu corolário (se a nação é um organismo uno, unos serão seu interesse e sua "vontade") quando associada à filosofia do sujeito do utilitarismo. No que se refere aos indivíduos, porém, os postulados dessa filosofia do sujeito, que prevê um critério único de interesse e uma vontade ordenada e clara, já caíram em descrédito. Mesmo os modernos teóricos - utilitaristas - da escolha racional não se cansam em demonstrar a inconsistência da doutrina⁵.

O que ocorre de forma generalizada é a aceitação, no nível das sociedades, do pressuposto mais forte que o utilitarismo propunha para o indivíduo: a maximização da vantagem econômica como o único interesse relevante. Por isso, quando todos se unem para empurrar o Brasil para a frente, esse para a frente tem que ser o crescimento econômico, medido através do PIB ou de outro cálculo semelhante. A hegemonia do que André

⁵ Um bom exemplo é o livro de Elster, *Ulises y la sirenas*.

Gorz chama de "razão econômica" do "mais é melhor (*plus vaut plus*)"⁶ permite que se aplique aos Estados a medida de interesse utilitarista que se provou imprópria para os indivíduos. Para o "Estado maximizador de utilidade", por assim dizer, o único critério é a prosperidade, uma vez que outros valores - como a justiça, a igualdade ou a liberdade - não são considerados.

Aqueles que não vêem a necessidade e a possibilidade da união que impelirá o país para a frente são os "amigos da confusão", interessados em alimentar o conflito. Disputas entre patrões e empregados aparecem, no discurso de Fernando Henrique, como algo causado pela "raiva" e pelo "radicalismo". Afinal, todos, do mais poderoso capitalista ao mais humilde trabalhador, fazem parte de um mesmo Brasil. Se brigam entre si não é que tenham divergências objetivas de interesses. A briga é que é provocada - "jogando patrão contra empregado", diz o candidato, enfatizando a participação consciente de uma terceira parte - por aqueles que têm interesses particulares (ou seja, particularistas) e que, para fazê-los triunfar, precisam impedir a união do Brasil.

Os amigos da confusão são, é óbvio, inimigos do Brasil - têm interesses opostos aos do país, que precisa perder para que eles ganhem. Fica evidente, mais uma vez, a disputa entre a nação, irmanada na busca de um objetivo unívoco, e a anti-nação, com interesses particulares. Fernando Henrique surge como a antítese desses interesses parciais; segundo um slogan da campanha, seria "um presidente do tamanho do Brasil", uma menção tanto à grandeza do país, que o candidato é capaz de abarcar e harmonizar, quanto à estreiteza imputada ao adversário.

⁶ A crítica apenas esboçada neste parágrafo é amplamente desenvolvida por Gorz, ver *Métamorphoses du travail*, esp. pp. 138-59.

O repúdio aos "interesses particulares" em nome de um interesse geral mais elevado é comum nos discursos conservadores. Esta foi historicamente uma das respostas às reivindicações dos trabalhadores. Quando o regime militar impunha um dos piores arrochos salariais da história do país, ao mesmo tempo em que a economia crescia aceleradamente, o ministro Delfim Netto reivindicava a primazia dos interesses do todo sobre os das partes: era preciso primeiro fazer crescer o bolo - que é de todos, é do país - para depois dividir.

Esse caráter conservador do discurso de Fernando Henrique Cardoso é reiterado pelas referências, no pronunciamento reproduzido acima, ao "mar de dúvidas", ao "salto no escuro" e aos "amigos da confusão". Em outro programa, Fernando Henrique resumia a eleição: "Nós vamos decidir como vai ser a nossa vida nos próximos quatro anos - se ela vai ser tranqüila, com rumo, [...] ou se vai ser uma interrogação" (26/8). Qualquer alternativa ainda não experimentada é vetada. Ao Partido dos Trabalhadores faltava experiência administrativa; mais ainda, seu programa apontava na direção de transformações na condução do governo, nas relações sociais etc. Portanto, um eventual governo petista era uma incógnita - algo intranqüilizador e potencialmente perigoso.

6.3

A união pregada por Fernando Henrique no discurso de 19 de agosto inclui também o perdão - ou melhor, a conciliação, velha tentação das elites políticas brasileiras: não é hora de "ficar olhando para trás". Lula chegou a denunciar o discurso de seu adversário, observando que "as pessoas que estão prometendo um futuro promissor não querem se responsabilizar com o passado. Até parece que o Brasil nunca teve governo" (17/8). De fato, havia

uma postura esquizofrênica, não só em Fernando Henrique como em vários outros candidatos. Na hora de exibir o currículo, de apresentar a "experiência administrativa", o passado era chamado a testemunhar. Na hora de cobrar coerência de propostas e de alianças, ele era obrigado a emudecer.

O tema da conciliação é imprescindível à idéia de união nacional; ambos têm em comum a recusa ao conflito político. As desavenças do passado, agora tidas por pequenas, não podem perturbar a ação conjunta no presente, já que há um objetivo maior comum, o bem da nação - expressão que surge como se tivesse um sentido unívoco. Todos compartilham a mesma meta, um "todos" que pode incluir também os adversários (quando a disputa é reduzida à competência) ou excluí-los (caso tenham má-fé e estejam contra a nação). Para o candidato governista, esta era uma idéia essencial a ser difundida, pois servia de justificativa à aliança eleitoral com o PFL. Em vários programas, o tema foi explorado de forma ainda mais clara do que no discurso de 19 de agosto.

Num deles, o locutor perguntava, enquanto a tela mostrava uma fotografia de Fernando Henrique Cardoso contraposta a uma interrogação (que simbolizava o adversário): "Nestas eleições você vai decidir [...] se o Brasil vai passar quatro anos buscando soluções - ou procurando culpados. Nestas eleições você vai decidir se vamos ter um governo a favor - ou contra" (29/8). Em mais uma variação sobre o tema, a tela mostrava primeiro a imagem de uma queda de braço, depois as mãos se dando. O locutor perguntava: "Você prefere o Brasil assim [queda de braço] ou assim [aperto de mãos]?" (16/9). Outra, ainda mais significativa, repetia a pergunta, mas tinha como primeira imagem punhos cerrados, reivindicando, e em seguida mãos abanando suavemente, com gritos de "Brasil!" ao fundo (19/9).

Em todos os casos, a idéia é buscar o que há de comum a todos os brasileiros e encontrar juntos as soluções, já que não existem conflitos de interesse - ao menos quando está em jogo o "interesse do Brasil", que é superior. Menos carregado que o de Fernando Henrique, o discurso de Lula também se vinculava a uma entidade una, que no caso era antes o povo do que a nação. A ele se opunha um *outro* que era referido vagamente, como "eles" ou então como "a elite dirigente deste país".

O problema não é usar a palavra "povo" (ou a palavra "nação", que, aliás, o candidato do PSDB-PFL-PTB pouco utilizava), mas o contexto em que ela aparece. "Nação", tanto quanto "povo", designa uma realidade - mas uma realidade simbólica, construída discursivamente, que existe apenas na medida em que é capaz de despertar sentimentos de pertencimento. Isso não quer dizer que seja uma realidade "menos real"⁷. Quer dizer apenas que a definição do que representam é parte da luta política. A evocação da nação tanto serve para aplinar os conflitos internos, como no discurso de Fernando Henrique e dos conservadores em geral, quanto para sustentar a bandeira do antiimperialismo que foi, até há bem pouco tempo, o principal traço da esquerda latino-americana. Como observa Marilena Chauí, "a Nação não é; ela se faz e se desfaz"⁸.

Por isso, pelo caráter simbólico e de luta política que possuem, essas realidades estão sempre a um passo de cair no registro mítico. É o que ocorre quando o povo (ou a nação) passa a ter uma vontade imanente, que independe

⁷ Benedict Anderson, que celebrou a definição de nação como "comunidade política imaginada", observa, com razão, que "todas as comunidades maiores do que as primitivas aldeias de contato face a face (e, talvez, até mesmo estas) são imaginadas. As comunidades não devem ser distinguidas por sua falsidade/autenticidade, mas pelo estilo em que são imaginadas". Anderson, *Nação e consciência nacional*, p. 15. A rigor, mesmo os laços familiares são em parte imaginados, já que, após a infância, nada obrigaria à manutenção de vínculos entre pais e filhos.

⁸ Chauí, *Conformismo e resistência*, p. 114; ênfases suprimidas.

das vontades expressas por aqueles que o formam. Este passo Fernando Henrique dá, com freqüência, quando opõe o Brasil aos "interesses particulares" de seus adversários. E quando exige a conciliação de todos em nome desse interesse nacional, negando legitimidade ao conflito dentro da sociedade - o que só é justificado pela imposição da vontade superior da nação.

6.4

A exaltação do otimismo, com que Fernando Henrique abre seu discurso de 19 de agosto, foi uma constante na campanha do candidato oficial. Já no programa inaugural, ele enfatizava o "grande país", com "todas as condições para dar certo" (3/8). Mais do que um simples olhar esperançoso na direção do porvir, estava presente a idéia de que há um futuro "esperando" o Brasil, um futuro de desenvolvimento e prosperidade. A crise, por mais profunda e perene que seja, sempre é um desvio; a rota natural é o progresso.

Para assinalar a força e o enraizamento dessa crença, basta observar sua permanência mesmo quando os meios de comunicação de massa, devido à própria lógica da produção cotidiana de jornais e noticiários radiofônicos e televisados de tamanho estandardizado, promovem a impressão de uma crise permanente. Afinal, todos os dias, mesmo nos momentos de maior marasmo, o jornal precisa chegar de manhã às bancas com a primeira página repleta de notícias que galvanizem a atenção dos leitores. Um escândalo de corrupção, uma reforma ministerial, uma decisão do Congresso, uma reviravolta partidária, uma alta de preços, qualquer material serve para estopim da "crise", que as manchetes de oito colunas alimentam, com tensão crescente, até o momento de substituí-la pelo problema seguinte. Mesmo assim, a idéia

de que o "natural" é que o amanhã seja melhor do que o hoje integra o senso comum.

A concepção do progresso como caminho natural era comum na campanha de diversos partidos. Estava evidente, sobretudo, no discurso desenvolvimentista de Orestes Quércia. Nas palavras do candidato do PMDB, "até hoje, o nosso povo não pôde alcançar o seu destino histórico de prosperidade e bem-estar num regime democrático" (28/9). Ele prometia, num artigo de jornal: "Meu governo acertará o encontro do Brasil com o seu futuro"⁹.

O apelo desse tipo de discurso é grande; afinal, são gerações ensinadas no credo do país de potencial ilimitado, cheio de riquezas inexploradas. Já está na carta de Caminha, na referência à terra "em que se plantando, tudo dá", e também na crença de que deus é brasileiro, fato incontestavelmente provado pela ausência, neste território tão vasto, de vulcões, furacões, terremotos e revoluções. A idéia é amplificada na obra de dezenas de escritores e poetas ufanistas, do conde Afonso Celso a Olavo Bilac, sem esquecer dos sambas-exaltação das escolas carnavalescas e das marchinhas da ditadura. Mais do que qualquer nacional, um austríaco expressou de forma cabal essa massa de impressões, que conforma efetivamente um mito: Stefan Zweig, na obra apropriadamente intitulada *Brasil, país do futuro*.

Hoje a estrela de Zweig anda bem apagada; ninguém mais se dá ao trabalho de ler seus romances históricos com toques psicanalíticos e moral liberal-democrática. Nos anos 30, porém, ele era uma celebridade. Angustiado pela situação política da Europa, à beira da guerra, visitou o Brasil a caminho

⁹ Orestes Quércia, "A utopia possível". *Folha de S. Paulo*, 17/4/94, p. 1-3.

da Argentina. Festejado por autoridades, intelectuais e jornalistas, escreveu o livro - que foi um grande sucesso, aqui e no exterior - e voltou para ficar. Fixou-se em Petrópolis, cidade em que cometeu suicídio em 1942¹⁰.

Zweig viu no Brasil nada menos que "uma espécie inteiramente nova de civilização"¹¹, marcada pelo conagraçamento das raças¹² e pela suavidade dos espíritos: mesmo no Estado Novo, quando "o Governo é considerado como ditadura, há aqui mais liberdade e mais satisfação individual do que na maior parte dos países europeus"¹³. Tudo isso é fruto de uma "disposição harmônica da natureza [que] aqui se transmitiu ao modo de vida de uma nação inteira"¹⁴. País-continente, como nenhum ufanista deixaria de assinalar¹⁵, o Brasil certamente sofreria com dificuldades neste ou naquele campo. Porém, "mil vezes ainda maiores são as possibilidades desta poderosa e abençoada parte do globo terrestre"¹⁶. Em suma, para Zweig, "quem vive neste país, ouve o sussurro forte das asas céleres do futuro"¹⁷.

Os militares também comungavam desta certeza, e um dos pilares da "geopolítica" nacional - a pseudo-ciência que alimentava a doutrina da Escola Superior de Guerra - era o "destino de grandeza" do país. Durante a ditadura, não se escondeu que a geografia (isto é, a natureza) indicava um destino, mas que o autoritarismo era necessário para não deixar o país se perder de seu

¹⁰ Para um relato da estadia de Zweig no Brasil, ver Dines, *Morte no paraíso*.

¹¹ Zweig, *Brasil, país do futuro*, p. 11,

¹² Id., pp. 15-6.

¹³ Id., p. 21. Sobre o espírito cordial do brasileiro, ver tb. pp. 83 e 157.

¹⁴ Id., p. 18.

¹⁵ Id., p. 11.

¹⁶ Id., p. 145.

¹⁷ Id., p. 148.

futuro¹⁸. O autoritarismo está sempre presente, de forma menos ou mais velada, nesse tipo de discurso. Afinal, se há um futuro já traçado, com um destino glorioso como ponto de chegada, qualquer projeto alternativo está vetado - ou, pior, é traição.

Enéas Carneiro, o candidato do Prona, ecoou o discurso militar ao pedir ordem unida no país - "todos falando a mesma língua, a língua de uma grande nação, próspera e rica, que será a maior nação do mundo no século 21" (10/8). Bem ao estilo "Brasil grande", o candidato discorreu sobre o 7 de setembro:

Nascia, naquele instante, a nação, abençoada pelo criador, que tinha tudo para se tornar a maior de todas as nações do mundo. É a região do planeta mais bem dotada de recursos naturais, da qual nenhuma outra sequer chega perto. Além disto, tem um povo generoso, que repudia a odiosa discriminação racial ou religiosa e que fala, de norte a sul, a mesma língua (7/9).

Fernando Henrique apelou para esse gênero de discurso como forma de explorar a onda de otimismo causada pelo Plano Real e, em medida muito menor, pela conquista do campeonato mundial de futebol. Ao mesmo tempo, cutucava os petistas, tidos como "derrotistas" tanto por denunciarem fragilidades do pacote econômico quanto pela ênfase com que apresentavam as mazelas sociais do país. A denúncia dos graves problemas nacionais - nas áreas de saúde, educação, condições de trabalho etc. - sofreu um processo de saturação. Insistentemente apresentados em programas políticos e reportagens jornalísticas, eles cansaram os espectadores.

Uma das críticas feitas pelos próprios petistas à campanha da Frente Brasil Popular pela Cidadania foi exatamente esta. O eleitor não gostava de ver na televisão as mesmas filas do posto de saúde ou do seguro-desemprego

¹⁸ O general Meira Mattos, eminente geopolítico, foi quem defendeu mais explicitamente a tese de que, sem o autoritarismo, "a nação se desencontrará de seu destino". Mattos, *Brasil: geopolítica e destino*, p. 72.

que já tinha que enfrentar no dia-a-dia. Em vez de problemas, dever-se-iam apresentar "propostas". Como as "propostas" escasseavam na campanha de televisão - e como, aliás, qualquer proposta deveria partir da análise do problema - o caminho era o escapismo, seguindo a receita bem-sucedida dos programas de entretenimento. O cidadão cansado não via mais a fila do Inamps, nem tampouco a possível solução para ela. Via o potencial ilimitado do grande país.

Os programas do PSDB-PFL-PTB pareciam fazer profissão de fé nas virtudes do pensamento positivo: quem não era otimista estava contra o Brasil. Lula, diz um dos assessores de Fernando Henrique no livro que escreveu sobre a eleição, "ostentava um semblante raivoso e *apenas criticava o país*"¹⁹. Esta confusão, que aqui parece ser o mero produto de um ato falho, foi central na campanha governista: apresentar os problemas nacionais sem ao menos tomar a precaução de envolvê-los num manto de ufanismo era *criticar o país*, isto é, estar contra o Brasil. Esse pecado os tucanos não cometiam. Usando um dos ícones de sua campanha - o outro era Tancredo Neves²⁰ - Fernando Henrique conclamava cada brasileiro "a imitar Juscelino no otimismo" (22/8). No programa de encerramento, o candidato expressou sua confiança de que "o Brasil pode ser uma das grandes potências do mundo. E isso não é exagero, não: é um pensamento do tamanho do Brasil. [...] Não é possível que um país com tanta terra, tanta gente, com tanto talento, com

¹⁹ Graziano, *O real na estrada*, p. 71; grifos meus.

²⁰ Num *take* usado muitas vezes nos programas, Fernando Henrique Cardoso dizia que conduziria sua campanha "com a mão de Tancredo e as metas de Juscelino" (5/8). As cinco metas do candidato eram inspiradas no governo JK e a mão, logotipo da campanha, já fora símbolo de Tancredo. Dos presidentes brasileiros, Juscelino Kubitschek e Tancredo Neves, o empreendedor e o conciliador, são os únicos que mantêm uma aura de prestígio incontroverso (ao contrário de Getúlio Vargas, cuja imagem é cindida entre o ditador e o pai dos pobres).

tantas possibilidades, pense pequeno. Eu convido você, Brasil, neste dia 3 de outubro, a pensar grande" (30/9).

O medo da pecha de derrotista levava, por exemplo, o almirante Fortuna a afirmar que conhecia "o Brasil, seus problemas e suas soluções" (10/8). Falar só dos problemas era crime de lesa-otimismo. A frase do almirante vai sugerir, porém, que as soluções estão dadas (pela natureza?), não que devem ser construídas. Um *jingle* de campanha de Fernando Henrique segue na mesma direção:

O Brasil tem problemas, tem sim,
mas também ele tem solução,
tanto mar, tanto rio, tanto chão.
É preciso somente
cuidar desta gente,
tratar com carinho,
mostrar o caminho
que leva ao futuro.
É o futuro não é
nenhum salto no escuro,
o futuro está perto,
ao alcance da mão (7/8).

Observe-se que há o caminho que leva ao futuro, futuro não determinado mas que sem dúvida é luminoso - em oposição ao "salto no escuro" daqueles que se recusam a trilhar a senda correta.

Mais uma vez, a crença no desenvolvimento nacional está apoiada em suas riquezas naturais ("tanto mar, tanto rio, tanto chão"). A extensão territorial do Brasil é um componente básico do discurso ufanista. A valorização da natureza se faz a expensas da história, num processo que, como observa Marilena Chauí, está representado até no pavilhão nacional. "A bandeira brasileira não exprime o político, não exprime a história. É um símbolo da natureza: floresta, ouro, céu, estrela e ordem"²¹.

²¹ Chauí, "Raízes teológicas do populismo no Brasil", p. 23.

Outro *jingle* do PSDB-PFL-PTB se aproxima mais claramente da idéia do "Brasil-grande":

Firme, honesto, competente,
 Fernando Henrique presidente
 vai fazer tudo, fazer o Brasil gigante,
 vai continuar mudando
 e o que é mais importante:
 ele vai pensar na gente (3/8).

Tudo acompanhado de imagens do "povo brasileiro", com seus contrastes: um jovem de bicicleta e um velho de carroça, um menino estudando e um peão da construção civil mourejando, um vaqueiro e um pescador. Quando Dominginhos, também aqui o cantor do *jingle*, entoia o verso final, surge a indefectível criança sorrindo, imagem da esperança no futuro.

Enquanto no *jingle* principal de Fernando Henrique, referido antes, "o Brasil precisa muito da força da gente", nestes dois últimos o povo aparece como ente passivo: a ser cuidado, tratado com carinho e guiado, no primeiro, ou precisando de alguém que pense nele, no segundo. A figura do presidente da República adquire dimensões heróicas. Num *jingle*, implicitamente, cabe a ele indicar o caminho ao povo. No outro, explicitamente, ele recebe o poder de "fazer tudo" (que, em algumas versões, é reduzido a um banal "vai fazer muito"). A Fernando Henrique é atribuído o papel de depositário de todas as esperanças e de encarnação da vontade popular. O candidato governista se mostra - de modo contrário a todas as expectativas - próximo à caracterização do populismo, que, segundo Francisco Weffort, é uma forma de exaltação do poder público traduzida na exaltação a uma pessoa, vista como a imagem desejada para o Estado²².

²² Weffort, *O populismo na política brasileira*, p. 36.

O outro, o adversário, surge no discurso do PSDB-PFL-PTB como aquele que impede Fernando Henrique de "fazer tudo", isto é, de implementar ainda mais a vontade do povo. Um dos programas da televisão foi dedicado a pretensas perguntas de eleitores. Uma delas, cheia de rodeios (começava com "eu não acredito nisso"), indagava sobre o caráter eleitoreiro do plano econômico. Fernando Henrique responde acusando os adversários de terem impedido a adoção do plano mais cedo:

Olha, se o plano tivesse sido eleitoreiro, tinha sido feito antes. Não foi feito antes porque não deixaram. Eu não tenho culpa, ao contrário. E o plano tá bem feito. Com eleição ou sem eleição, o Brasil precisava de um plano para combater a inflação - ou vamos esperar primeiro a eleição e o povo vai perder cada vez mais? Nós tínhamos que agir. Eu agi desde o início, o presidente apoiou sempre [...]. Se virou agora próximo das eleições um plano bom, só foi próximo das eleições porque não nos deixaram fazer antes. Por mim eu teria feito muito antes (31/8).

O bem está encarnado no plano, ou melhor, no candidato. Os adversários ocupam o papel do empecilho. Não há desavença legítima. Se o plano é bom (para o país), quem não quer que ele seja implementado está contra o país. Uma vez na presidência, Fernando Henrique mostraria indiscutível coerência com este discurso: continuaria acusando outros, em especial o Congresso, pelos desacertos e vacilações de seu governo.

6.5

O intelectual pôde encarnar o herói graças ao Plano Real. O pacote econômico lançado por Fernando Henrique Cardoso quando ministro da Fazenda do governo Itamar Franco foi explorado ao máximo pelo candidato, tornando-se um grande protagonista da campanha eletrônica. No início, Fernando Henrique procurava refutar as acusações de que o plano era "eleitoreiro". No programa inaugural, falou sobre sua passagem pelo ministério e o lançamento do plano em termos defensivos. "Eu não era

candidato a presidente da República coisíssima nenhuma", assegurava. "Eu era candidato a me salvar da fogueira que é o Ministério da Fazenda" (3/8).

Depois, escorado no prestígio popular das medidas econômicas, o candidato governista passou à ofensiva. Ser contra o Plano Real era ser contra o Brasil. Os adversários torciam contra o plano: torciam contra o Brasil. A equação, toda ela uma série de equivalências, ficava completa. O Brasil era igual ao plano, o plano era igual a Fernando Henrique, portanto...

A campanha do PSDB-PFL-PTB enfatizava essa equivalência de forma pouco dissimulada. Fernando Henrique, dizia o locutor, era o candidato que estava "do lado do equilíbrio, do bom-senso e da responsabilidade. Do lado do Plano Real. Do lado do Brasil" (21/9). Deduzia-se que os adversários, contrários a Fernando Henrique e, portanto, ao Plano Real, eram desequilibrados, insensatos, irresponsáveis e, acima de tudo, anti-brasileiros.

A derrota da inflação mostrava que Fernando Henrique *realmente* encarnava a possibilidade de união de todos os brasileiros. Afinal, segundo o senso comum, a inflação prejudicava a todos, sem distinção, ricos e pobres. O ex-ministro da Fazenda era o candidato da união, como ele mesmo anunciava, o candidato do Brasil, pois fora capaz de realizar uma aspiração geral, transcendente aos interesses particulares, uma aspiração da nacionalidade, que era a estabilização monetária.

O grande símbolo do Plano Real usado durante a campanha foi a moeda metálica. Clipes veiculados com insistência mostravam o que era possível comprar agora com uma moedinha de 50 centavos, numa confusão proposital entre alteração do padrão monetário, estabilidade econômica e ampliação do poder aquisitivo da população (12/8)²³. O candidato reforçava

²³ Uma versão infantil (a moedinha comprando brinquedos e doces) foi veiculada em 19/8.

essa confusão: "Onde eu chego, o povo me diz: 'Segura o real! Segura o real!' E quem ensinou a dizer isso foram as moedinhas, que antes não compravam nada, e hoje compram" (12/8).

Fernando Henrique havia "levantado a moedinha" - quase literalmente, pois antes ninguém se daria ao trabalho de se curvar para apanhá-la do chão (7/8). Agora, iria "levantar o Brasil". Foram veiculadas muitas variações sobre esse tema. No programa sobre saúde pública, por exemplo, era utilizada uma musiquinha:

Primeiro ele cuidou
da saúde do dinheiro.
Agora o real vai cuidar
da saúde do povo brasileiro (5/8).

Outro clipe da campanha mostrava variedades agrícolas sendo plantadas - feijão, café, milho - e, no final, a moedinha. Locutor: "Esta é a semente de um Brasil novo" (28/8).

Nos comícios do PSDB-PFL-PTB, cabos eleitorais previamente instruídos jogavam moedinhas no palanque. O candidato interrompia seu discurso, inclinava-se para pegá-las e soltava a frase de efeito: "Vou guardar, porque agora isso vale". A moeda metálica simbolizava o êxito do plano econômico e era a caução para o resgate do orgulho patriótico. Cada brasileiro carregava no bolso, por assim dizer, a propaganda de Fernando Henrique.

Os adversários exploravam o escândalo que causou a queda de Ricupero? Estavam contra o país: "Meus adversários querem derrubar a minha candidatura de qualquer jeito - nem que isso custe o real. Nem que isso custe o futuro. [...] Quem ama o Brasil não comemora inflação. [...] Não é hora de pensar em si. É hora de cada candidato lembrar que é um cidadão. É hora de pensar no povo e no Brasil" (Fernando Henrique, em 4/9, no primeiro programa de televisão após o *affaire* Ricupero). O candidato denunciava

aqueles que "torcem contra o real, mas não têm coragem de dizer" (11/9). Também o locutor fazia referências aos que "foram contra e fizeram de tudo para que o plano não fosse implantado" (19/9).

Um samba enfatizava a equivalência entre criticar o plano, ser adversário de Fernando Henrique e torcer contra a estabilização da economia (e, portanto, contra o Brasil). As imagens eram de uma mão tocando um pandeiro, que num lado tinha escrito "contra" e, no outro, "a favor". A letra explorava a ambigüidade da posição dos adversários de Fernando Henrique, que denunciavam a fragilidade do pacote econômico mas se viam constrangidos a prometer "salvá-lo":

Que é que houve, Maria,
de que lado eles estão, afinal?
Uma hora dizem que gostam do plano,
outra hora atacam o nosso real.
Essa gente não merece confiança,
amigos da onça, amigos da inflação.
Eles torcem pela carestia
e que se dane a nossa nação (9/9).

A expressão "amigos da inflação" - Fernando Henrique usou, em outro programa, "amigos da carestia" (7/9) - para caracterizar os adversários é significativa²⁴. A inflação era, há vinte anos, a inimiga nº 1 do país. Se alguém é amigo dela, será, sem sombra de dúvida, também inimigo do Brasil. Os versos finais reforçam essa idéia, usando uma imagem violenta - "que se dane a nossa nação" - perfeita para veicular a oposição entre o interesse geral, representado por Fernando Henrique e materializado no Plano Real, e os

²⁴ Num discurso em Duque de Caxias (RJ), em setembro, Fernando Henrique jogou pesado nesta linha de argumentação: "De pouco adianta os nossos adversários berrarem. Eles erraram. Eles combateram o Real, *eles eram pela inflação* e nós acabamos com a inflação, para ajudar o povo brasileiro" (cit. in Graziano, *O real na estrada*, p. 113; grifos meus). O livro de Graziano, assessor de Fernando Henrique, reproduz extensamente discursos do candidato durante a campanha. Apesar do indisfarçado viés da seleção, que busca retratar o "estadista", fica patente a recorrência dos temas mais caros à propaganda na televisão - otimismo, união, razão.

interesses particulares dos adversários. O candidato conseguiu, assim, inverter a posição defensiva inicial. Eleitoreiro não era o pacote econômico baixado às vésperas do pleito, o "nosso real" que já virara patrimônio da nação, mas as tentativas de tirar proveito político dos percalços do plano.

O samba foi veiculado durante a polêmica sobre a primeira inflação do real. Mais uma vez, o PSDB-PFL-PTB embaralhava visão crítica, derrotismo e "torcer contra o Brasil". Se os adversários de Fernando Henrique Cardoso faziam críticas ao pacote econômico, argumentavam que não seria eficiente (como no caso, com a revelação de um índice inflacionário maior que o esperado para o mês de agosto) ou que teria efeitos perversos, eram derrotistas. E, apenas por se oporem à onda de otimismo dominante, estavam contra a nação.

6.6

Os discursos analisados neste capítulo e nos dois anteriores mostram uma disputa por valores simbólicos: autoridade, firmeza, experiência, vivência, preparo. A campanha não se deu, decerto, apenas em torno desses valores. Eles tanto permeavam mitos políticos quanto projetos - e os candidatos de fato representavam projetos distintos. Representavam, embora muitas vezes sem a clareza desejada, respostas diferentes (e divergentes) aos diversos temas da agenda política do momento (reforma do Estado, reforma agrária, combate ao desemprego etc.). Se a ênfase foi dada ao mito, é porque o mito é o objeto específico da pesquisa. Não deve obscurecer, como já foi dito na introdução, o fato de que os *flashes* míticos são apenas um elemento dentro de um todo complexo, que é o discurso político.

Os candidatos apresentavam, também, "propostas concretas", mesmo que vagas. Quércia discorreu longamente, em seus programas, sobre as

regiões de desenvolvimento que iria implantar no país. Amin propôs incentivar o turismo. Brizola garantiu a difusão dos CIEPs. Lula disse quantos milhões de empregos iria gerar, após assentar tantos milhões de trabalhadores rurais sem terra. Fernando Henrique falou sobre seu plano viário e prometeu não mexer nas aposentadorias. Até Caetano Matanó Jr., candidato do PTdoB depois impugnado pelo TSE, pôde propor como meta - concretíssima - de seu governo a volta da "nota de comportamento" nas escolas primárias²⁵.

É claro que o simples fato de apresentar propostas, ter um programa de governo, possui um valor simbólico. Fernando Henrique, sensível a isso, apresentou um plano de governo "fantasma" na televisão, só com a capa. Desmascarado pela imprensa, o fato foi explorado pelos adversários (programas da Frente Brasil Popular pela Cidadania, em 2/9, e do PMDB, em 4/9). O PSDB-PFL-PTB não revidou diretamente as críticas, mas fez questão de logo mostrar imagens do miolo do livrinho (5/9)²⁶. E assim como propostas concretas se tornam valores simbólicos, os atributos da racionalidade eram também explorados como um apelo emocional ao eleitor. Foi o que fez, sobretudo, Fernando Henrique, o candidato, segundo seu locutor, "do equilíbrio, do bom senso e da responsabilidade" (21/9).

Em artigo escrito após a eleição, um entusiasta do candidato governista exaltou - com exemplar deslumbramento basbaque - o caráter "racional" da candidatura Fernando Henrique. Não resisto a citar um longo parágrafo:

²⁵ Ainda com a legalidade de sua candidatura sendo julgada, ele participou de um ciclo de debates com os candidatos na TV Cultura de S. Paulo. Matanó Jr. foi entrevistado em 19 de julho.

²⁶ A partir de 9 de setembro, cada proposta apresentada pelo PSDB-PFL-PTB na televisão remetia a uma página do programa - uma forma de lembrar sempre que Fernando Henrique tinha um plano de governo *de verdade*.

Em relação à forma, a candidatura de Fernando Henrique materializou-se como permanente exorcismo da paixão como móvel de adesão eleitoral. Recusou todas as identificações fortes compreendidas como premissas viabilizadoras de opções eleitorais. Desafiando a ecologia passional da eleição presidencial anterior, ousou vestir-se com um manto apolíneo e alexandrino perante uma sociedade acostumada aos êxtases dionisiacos. Sob este aspecto, sua candidatura representou uma ruptura com a nossa tradição ibérica e barroca, sempre marcada pelo voluntarismo e pela permanente necessidade de liturgias de catarse em busca de uma unidade imaginária e perdida. Este rebaixamento da paixão acabou por contaminar, pela centralidade da candidatura de Fernando Henrique, todo o jogo da campanha e o processo eleitoral, desdramatizando-os radicalmente²⁷.

O trecho é ilustrativo pela contradição patente entre forma e conteúdo. Que campanha racional era esta, que suscitou apologia tão apaixonada? Ou, para usar a terminologia do autor, como um candidato apolíneo e clássico provocou arroubo tão barroco e dionisiaco? Na verdade - e é isso que ele não pode ou não quer entender - a campanha do PSDB-PFL-PTB usou a razão como apelo emocional. Uma razão que não só era contrastada à emoção que o PT valorizava, mas que se mostrava como o atributo capaz de apreender o interesse do todo em contraposição às partes. Fernando Henrique, o "candidato do bom senso", também por isso era o "candidato do Brasil".

Talvez não seja possível perceber, na campanha eleitoral de 1994, um discurso tão claramente mítico quanto o de Fernando Collor em 1989. O candidato do PRN apresentava a si mesmo como Salvador da Pátria - trata-se, aliás, de um mito político "clássico". A alcunha de "caçador de marajás" concedia-lhe uma aura heróica. Nem as referências, nos *jingles* do PSDB-PFL-PTB, a Fernando Henrique como alguém igual ao Brasil e capaz de "fazer tudo", nem a insistência da Frente Brasil Popular pela Cidadania na necessidade de um líder, que só poderia ser Lula, se assemelham à postura de Collor. Tampouco a crítica às elites brasileiras, pelo PT, é comparável à que fazia o paladino dos descamisados. Lula inseria sua crítica no quadro de uma

²⁷ Barboza Filho, "A desdramatização da mudança ou o 'desencantamento' do Brasil", p. 148.

análise, é certo que muito difusa, da estrutura social brasileira. Collor a colocava na moldura de uma luta do bem contra o mal.

Na campanha de Collor, a imagem de Salvador da Pátria era absolutamente central. Era a grande idéia-força que mobilizava seus seguidores. Mais do que qualquer candidato das eleições presidenciais de 1994, Collor construiu sua imagem em torno de um mito, utilizando as técnicas publicitárias mas evitando a diluição de conteúdo própria do discurso publicitário. Foi uma aposta de risco - se não "pegasse", reduziria sua candidatura a um gueto. Neste sentido, como visto no capítulo 4, quem mais se aproximou de Collor foi Enéas Carneiro.

A idéia da nação como uma coletividade orgânica, com uma vontade própria, una, identificável, está presente no discurso de quase todos os candidatos - ela ou sua correlata, a idéia de povo. Fernando Henrique, sobretudo, era o "candidato do Brasil", em oposição aos "amigos da confusão". Lula, ao condenar a "elite dominante", se punha ao lado do povo brasileiro, que essa elite dominava. Brizola queria representar "o nosso povão" contra o candidato das elites, "produto de um grande conluio contra os interesses do nosso país" (5/9), num segundo turno que seria "o maior espetáculo da história" (26/9). Enéas era a esperança do Brasil contra os traidores e vendilhões que queriam entregar o país ao estrangeiro.

A maioria desses candidatos, porém, usava a imagem "orgânica" da nação e do povo dentro de um discurso de senso comum. Trata-se, de fato, de uma idéia generalizada, que ajuda a sustentar as nações enquanto comunidades políticas imaginadas. Como ressalta Benedict Anderson, a nação é imaginada enquanto *comunidade*, isto é, "como um companheirismo

profundo e horizontal"²⁸. Por isso, a ênfase na desigualdade e nas diferenças é incompatível com a exaltação à nação. Bom exemplo disso foi o discurso da esquerda nacionalista dos anos 50 a 70, focado no combate ao imperialismo e obrigado a relevar a exploração interna.

Se a tendência à visão orgânica da nação está presente no senso comum e no pensamento político corrente, o caso de Fernando Henrique é diferente. Houve um *investimento* mais significativo nessa idéia. Ele explorou de forma sistemática a idéia da unidade, que formou o núcleo mítico de seu discurso. Explorou-a como estratégia pensada de enfrentamento com seu principal adversário, pintado com as cores do incitador de confrontos e germe de desuniões.

O candidato do PSDB-PFL-PTB "unia o Brasil", enquanto seu adversário mais próximo "jogava patrão contra empregado". Nessa estrutura discursiva, os conflitos de interesse dentro da sociedade, a começar pelos conflitos de classe, são secundários (e, portanto, superáveis). Todos podem e devem viver em harmonia, em nome de um interesse mais elevado e comum a todos, o interesse da nação. A luta contra a inflação e, mais ainda, a arma usada para derrotá-la, o Plano Real, simbolizavam a possibilidade e a necessidade desta harmonia. Os conflitos internos, aliás, não são sequer a manifestação de interesses objetivamente divergentes, mas o produto de pessoas mal-intencionadas, que se nutrem da desarmonia para alcançarem seus objetivos particulares e contrários à nacionalidade.

²⁸ Anderson, *Nação e consciência nacional*, p. 16. O caso de "povo" é diferente, uma vez que o termo é usado tanto em sentido amplo, abrangendo todos os cidadãos de um país, quanto em sentido restrito, incluindo apenas uma parcela, em geral "os de baixo", que não fazem parte das elites governantes. Em geral, mas não sempre, pois Hobbes restringe o termo na direção oposta, igualando o povo ao detentor do poder soberano e chegando a afirmar que "numa *monarquia*, os súditos são *multidão*, e o rei, embora um paradoxo, é *povo*" (Hobbes, *De cive*, p. 161).

Fernando Henrique, coerente com essa imagem, mostrava-se superior às batalhas políticas. Dizia não se importar com os partidos políticos e desdenhava os problemas que a aliança de sua agremiação, o PSDB, com o PFL causavam: eram "politiquice"²⁹. A campanha eleitoral ficava reduzida a um concurso de competência administrativa, já que a discussão propriamente política era banida.

Assim, a idéia mítica da unidade do corpo social - da nação - foi um elemento chave no discurso da campanha do PSDB-PFL-PTB. De acordo com o modelo sugerido no primeiro capítulo, Fernando Henrique apresentava seu projeto político como transcendendo a condição de simples projeto: era a expressão da "vontade nacional". A contraface desse discurso, a estigmatização de um segmento perverso, que joga contra a unidade e ameaça a nação, também está presente - são os "amigos da confusão" aos quais o candidato do governo costumava se referir.

No limite, é possível falar de "conspiração", que, segundo Raoul Girardet, é outro dos mitos políticos clássicos³⁰. Esse elemento estava presente no discurso de Fernando Collor, sobretudo na campanha para o segundo turno, inserido numa moldura anticomunista³¹. Fernando Henrique Cardoso não dá esse passo em direção ao complô. Quem o dá é, mais uma vez, Enéas Carneiro, que denuncia a combinação de todos os seus adversários, não apenas para derrotá-lo como para vender a pátria. "Na verdade, eles estão juntos, conspirando contra o Brasil", dizia o candidato do Prona, brandindo o documento do Diálogo Inter-Americano - segundo ele,

²⁹ Gabriela Wolthers, "Fernando Henrique diz que está cansado de 'politiquice'", *Folha de S. Paulo*, 9/4/94, p. 1-5.

³⁰ Girardet, *Mitos e mitologias políticas*, pp. 25-62.

³¹ Ver Albuquerque, "Querem roubar as cores da bandeira nacional!", pp. 110-1.

uma iniciativa de Washington com o objetivo de eliminar a soberania dos países latino-americanos - assinado tanto por Lula quanto por Fernando Henrique (26/9).

Portanto, apesar da imagem "racional" que buscava exibir, a campanha de Fernando Henrique teve por fio condutor a pregação da unidade e a recusa à diferença que são o fulcro do que mais irracional - e propriamente mítico - existe no discurso político. O alicerce dessa pregação era o Plano Real. O plano de estabilização econômica cumpriu então um leque de papéis aparentemente paradoxal na campanha governista. Por um lado, realçava o desempenho do candidato, que solucionara o problema tido como crucial na vida nacional. Atingiria, assim, a parcela do eleitorado que se guia pela *performance* do governo e faz do pleito um julgamento sobre a ação governamental - o comportamento "racional" limitado, que as teorias concorrenciais da democracia prevêem³². Por outro lado, o plano corroborava o discurso da unidade nacional e da recusa ao conflito, atingindo o público sensível ao registro mítico.

É claro que não se pode dividir claramente o eleitorado entre "racionais" e "irracionais", com cada faceta do discurso de Fernando Henrique atingindo ou um ou outro grupo. A decisão do voto não é resultado de mecanismos unívocos em cada indivíduo. Da mesma forma, os dois lados da moeda são complementares, já que a avaliação da *performance* passa por critérios que a outra faceta ajuda a fornecer - e, inversamente, a verossimilhança da figura de Fernando Henrique como encarnação da unidade da nação depende de uma certa interpretação de seu desempenho ministerial.

³² A formulação mais completa é a da teoria "econômica" da democracia; ver Downs, *An economic theory of democracy*. Uma fundada crítica das incoerências de Downs (e de outros autores assemelhados) é feita por Przeworski, *Estado e economia no capitalismo*, pp. 14-43.

6.7

Na campanha eleitoral, Fernando Henrique Cardoso procurou reiteradamente se apresentar como o candidato do *todo* contra os particularismos: como encarnação da unidade do Brasil. O alvo era Lula. Enquanto o candidato da Frente Brasil Popular pela Cidadania representava interesses parciais e incentivava o conflito dentro da sociedade, Fernando Henrique falava em nome do Brasil e mostrava o caminho para a união de todos os brasileiros, independente de suas diferenças. Em suma, o candidato da coligação PSDB-PFL-PTB defendia o interesse geral da nação - *era* a nação no pleito.

O mito no discurso de Fernando Henrique, portanto, é o mito da *unidade*. É a idéia de que *há* uma vontade da nação (que o candidato expressaria), superior aos interesses particulares; uma vontade única e, portanto, não-conflituosa. O corolário só pode ser a negação da política, isto é, a negação do fato de que uma vontade coletiva é sempre uma construção precária, revogável e fruto de processos conflituosos.

O candidato do PSDB-PFL-PTB pôde encarnar esse sentimento de unidade devido ao Plano Real. A inflação tinha sido, por duas décadas, o inimigo público nº 1. Era, segundo a retórica oficial, nefasta *a todos*. Ao derrotá-la, Fernando Henrique realizou uma aspiração geral. Durante a campanha, foi intensamente explorada a similaridade entre a nação, a nova moeda e seu criador. Os adversários do candidato governista (e do plano de estabilização econômica) eram, desta forma, deslocados para a posição de *anti-nação*. Eram os "amigos da inflação", por criticarem as medidas econômicas e não partilharem do otimismo reinante, e também "amigos da confusão", por indicarem focos de conflito dentro da sociedade.

Graças também ao Plano Real, Fernando Henrique Cardoso pôde utilizar - mesmo sem jamais ter chefiado um poder executivo estadual ou

municipal - o discurso da experiência administrativa. Ele era o responsável pela vitória sobre a inflação, realizara o que todos os ministros da Fazenda anteriores haviam tentado em vão. Seu principal oponente, ao contrário, representaria um "salto no escuro". Não apenas era desprovido de experiência, como também apresentava uma proposta transformadora, cujo resultado era certamente uma incógnita. A campanha do PSDB-PFL-PTB foi, assim, no sentido estrito da palavra, *conservadora*: tratava-se de evitar o desconhecido.

Além de candidato da unidade, Fernando Henrique se apresentou como candidato da *razão*. São, na verdade, duas faces da mesma moeda. Se não há conflito de interesses, então bastam os atributos da razão para identificar o melhor caminho para todos. E, inversamente, apenas essa razão será capaz de abarcar o todo, sem particularismos.

Conclusão

"Apresentei os princípios e vi os casos singulares se curvarem como por si sós", disse Montesquieu no prefácio a *O espírito das leis*. Talvez o sonho de todo pesquisador seja chegar a esta certeza, não digo nem no prefácio, mas na conclusão de seu trabalho. Infelizmente, não acontece desta forma. Por trás das barreiras de palavras bem escolhidas, se escondem fragilidades e incoerências que, muitas vezes, nem o próprio autor é capaz de definir com precisão: mas sente que estão ali, que o texto mostra mais convicção e certeza do que seria legítimo deixar transparecer. É claro que não admitirá essa perplexidade a ninguém. Althusser precisou estar internado num manicômio para confessar, com rara franqueza, o pavor que sentia com a publicação de seus livros, que iriam revelar ao vasto público todos os seus "artifícios e imposturas"¹.

Mesmo assim, creio estar sendo honesto ao pensar que esta tese obteve razoável êxito em alcançar seus objetivos. O mais ambicioso deles era sustentar a pertinência do conceito de mito político, uma vez redefinido. A expressão "mito político" é usada de forma frouxa, seja como sinônimo de juízo falso, seja como analogia superficial com a teoria antropológica, quando não como mera referência a mais uma das bizarras conceituais de um escritor

¹ Althusser, *O futuro dura muito tempo*, p. 133.

esquecido, Georges Sorel². O mito político foi aqui sintetizado como sendo a expressão politicamente relevante da rejeição à própria política, isto é, ao conflito no seio da sociedade. Não pretendo ter "descoberto" alguma essência, já que os fenômenos sociais não se prestam a isso, mas simplesmente ter apresentado uma descrição/explicação mais rigorosa e relevante para os discursos políticos que em geral eram enquadrados na categoria bastante difusa do mito. Além disso, creio que o conceito permite apreender os elementos míticos presentes nos discursos políticos corriqueiros.

Raoul Girardet, em seu conhecido tratado sobre as mitologias políticas, inclui a Unidade como um dos grandes pólos míticos, ao lado do Salvador, da Idade de Ouro e da Conspiração³. Mas não é difícil perceber o tema da rejeição ao conflito nos outros "conjuntos mitológicos". Está evidente nos discursos voltados à denúncia de conspirações, que apontam um grupo real ou imaginário como sendo a causa das desavenças internas. Outro autor francês - não mais Girardet, e sim Girard - via, na lógica do "bode expiatório", um mecanismo de canalização para o exterior da violência latente, que teria efeitos desagregadores caso eclodisse na própria comunidade. Ele identificava aí o fundamento dos mitos nas sociedades primitivas.

O mito da Idade de Ouro, por sua vez, representa a nostalgia ou a esperança de uma sociedade em harmonia consigo mesma. Esse elemento está presente - e é central - tanto nos milenarismos cristãos quanto nas promessas de comunismo, para citar apenas os dois exemplos mais corriqueiros. O Salvador, enfim, para dar conta de toda a tipologia de Girardet, é ele próprio a

² Talvez agora menos esquecido, se é que se pode tomar por sintoma o fato de que, durante o período de redação desta tese, vieram à luz, com mais de 80 anos de atraso, *duas* edições brasileiras de *Réflexions sur la violence*.

³ Girardet, *Mitos e mitologias políticas*, pp. 141-75.

encarnação da unidade social, que passa a falar por sua boca. Torna-se, assim, o depositário da vontade do coletivo, que deve se impor às vontades individuais ou setoriais e, portanto, mais uma vez, elimina o conflito. Se todos esses discursos possuem o mesmo substrato, entende-se porque eles aparecem tantas vezes combinados: o Salvador esconjurando o complô e levando o grupo à Idade de Ouro.

Na campanha presidencial brasileira de 1994, que forneceu o *corpus* discursivo para o trabalho, com dificuldade poder-se-ia apontar um "mito político" equivalente aos exemplos estudados por Girardet em seu livro - com exceção, talvez, do chamamento messiânico do candidato do Prona, Enéas Carneiro. Há, antes de mais nada, que lembrar do caráter da mídia, em especial a televisão, para a qual o *corpus* foi produzido. O mito, é possível dizer, usando as metáforas de McLuhan, é excessivamente "quente" para um meio tão "frio". Não que a televisão elimine o recurso mais pesado ao discurso mítico: bastar lembrar da campanha de Fernando Collor, em 1989. Apenas aumenta seus custos, torna-o mais arriscado e exige, talvez, um *feeling* mais apurado, quanto às condições de sua recepção, para evitar que o discurso se reduza ao grotesco e ao patético.

O estudo da campanha de 1994 procurou exatamente apreender o mito perpassando o discurso político mesmo quando não há "o mito" - isto é, a narrativa plenamente estruturada do Salvador, da Conspiração etc. Convém realçar alguns pontos principais, sobretudo porque a exposição nos três capítulos voltados à campanha ficou mais difusa, entremeada que precisava estar com os elementos mais descritivos.

A *autoridade* foi louvada por vários candidatos - sobretudo Orestes Quécia e Enéas Carneiro, mas também Fernando Henrique - como um atributo pessoal indispensável ao presidente da República. É conveniente

ressaltar: um atributo pessoal, isto é, uma capacidade subjetiva de comandar. No entanto, para que essa virtude ganhasse tamanha centralidade, o subtexto necessário era uma visão da Presidência como centro indiscutível e irrecorrível do poder no país. Era uma autoridade que se exercia contra o parlamento e contra as pressões da sociedade. A fixação desse centro de poder unívoco e inequívoco é uma das respostas à ameaça da dissensão no seio da sociedade. Quando a fonte de autoridade é uma só e todos a identificam, os conflitos podem ser extirpados *in limine*.

Seria vão procurar todo o arazoado do parágrafo anterior na campanha de Quércia. Alguns de seus elementos são entrevistados, aqui e ali. Mas creio que já ficou claro que, dadas as características da mídia, em vez de narrativas míticas completas, via de regra só se encontrarão *flashes* soltos. A exaltação quercista da autoridade não foge à regra. Seu sentido e seu suporte mítico só são percebidos quando a unidade, que o presidente encarna, é contraposta à divisão típica do parlamento. O Quércia que afirmava, em 1994, que o chefe do executivo devia ter "comando" sobre o Congresso é o sucessor daquele que, em 1993, na campanha para o plebiscito sobre forma e regime de governo, denunciava a inépcia do poder legislativo. Seu discurso não pairava solto no ar. Dialogava com elementos vivos da "cultura política" brasileira: o personalismo, o desprezo pelas instituições parlamentares, a proeminência absoluta do executivo sobre os outros poderes. Em especial, dialogava com o sentimento difuso, mas nem por isso menos atuante, de que a delegação de poderes num pleito majoritário cria uma identidade mágica entre o chefe, no topo da pirâmide do poder, e a massa, lá embaixo, que nele votou⁴.

⁴ Ver, a esse respeito, O'Donnell, "Democracia delegativa?", pp. 30-1.

Embora haja uma diferença de qualidade, o mito difuso da autoridade presidencial faz parte da mesma "família" que o mito do Salvador da Pátria. Em ambos, a unidade da nação aparece encarnada em uma pessoa, que é a um só tempo sua representação e sua garantia. Num discurso como o de Quércia, esse processo de encarnação era mágico-institucional: passava pelas eleições. O discurso do Salvador, ao contrário, enfatiza as qualidades únicas do líder, que o tornam perfeito para o papel, independente da sagração institucional. Enéas Carneiro percorreu o caminho que levava do elogio da autoridade à figura do Salvador. Com isso, aproximou-se - a despeito de todas as diferenças de imagem e de programa - da campanha de Fernando Collor, em 1989. O candidato do Prona foi, na campanha presidencial de 1994, o único a se enquadrar de forma cabal num modelo "clássico" de mito político.

O apelo à autoridade não foi o único elemento mítico presente no discurso de Quércia. O candidato do PMDB também utilizou, em sua campanha, a idéia da "igualdade de oportunidades" - no que foi, em realidade, a tentativa de importação de um mito político, o mito que é um dos cimentos da coesão social nos Estados Unidos. Nesta sociedade em que as oportunidades de ascensão social estão abertas para todos, a competição generalizada anula o conflito (e, também, a solidariedade). Trata-se de um *mito político* plenamente configurado, no sentido que foi dado ao conceito. Ele deforma a percepção da realidade, ocultando os fatores estruturais da desigualdade nas sociedades capitalistas; e, com isso, expressa a rejeição a um conflito que foi despido de suas motivações concretas.

Mais importante ainda, na campanha quercista, foi a ênfase à experiência do candidato - a experiência administrativa, de um ex-governador de estado e ex-prefeito municipal, que ele compartilhava com Leonel Brizola e Esperidião Amin. Era a maneira que Quércia e os outros dois tinham de

ocupar o espaço da *competência* para governar. Fernando Henrique disputava este mesmo espaço com outro valor, o preparo intelectual (como, em menor medida, Enéas Carneiro); Lula, com a vivência. O discurso da competência adquire tonalidade mítica quando é desvinculado da enunciação do projeto político: quando se torna o elogio da competência "em abstrato". O subtexto, sempre presente mas raras vezes manifestado, é que todos, independente da posição de onde falam, buscam o mesmo bem comum. O importante, então, é apenas saber qual é o mais capaz de alcançá-lo. Só a premissa de um bem comum *já dado*, e não construído *na e pela* disputa política, dá sentido à exaltação da competência pela competência.

O elogio da vivência, da história de vida, da experiência sensível e sentida, foi a maneira que Lula - sem experiência administrativa e com baixa escolaridade - encontrou para disputar o discurso da competência. A opção estava ligada à idéia de *transparência*, que formou o núcleo mítico da campanha da Frente Brasil Popular pela Cidadania. Transparência em dois sentidos distintos e complementares. Em primeiro lugar, transparência da realidade para quem a vive. Somente aquele que sofre um problema poderia de fato entendê-lo, saber resolvê-lo e se comprometer a isso. Desta forma, todos os adversários de Lula, membros da elite nacional, estavam desqualificados. Mas, além disso, a identidade de aspirações do povo brasileiro (a ampla maioria da população, desprivilegiada e sofrida) estava dada pela própria realidade, pelas condições de vida adversas das quais compartilhavam.

Transparência, depois, da sociedade para si mesma. O discurso de Lula voltava, insistentemente, à denúncia da máquina impessoal do Estado, incapaz de levar em conta a experiência vivida das pessoas comuns; e também à afirmação das virtudes do compromisso direto, não mediado, do governo

com o povo (o "olho no olho"). Essa sociedade transparente, que o PT parecia almejar, desprezava as mediações institucionais e os mecanismos de representação em troca da harmonia - mítica - produzida pela plena identidade entre governantes e governados. É claro que a campanha de Lula desmentia, e com freqüência, sua própria visão mítica. Na campanha da Frente Brasil Popular pela Cidadania, tanto quanto na de Quércia ou de Fernando Henrique, os elementos míticos se misturavam a outros componentes importantes, num todo complexo e contraditório.

Mais do que na campanha de Lula, porém, na de Fernando Henrique Cardoso o mito serviu de espinha dorsal. O candidato do PSDB-PFL-PTB investiu pesadamente no tema da *unidade* - que está, conforme o conceito desenvolvido nesta tese, no coração dos mitos políticos. Fernando Henrique unia o Brasil, enquanto os adversários (sobretudo Lula, seu concorrente mais próximo) defendiam interesses particulares e alimentavam conflitos. Ele pôde assumir este papel graças ao Plano Real, o pacote econômico baixado pelo governo às vésperas das eleições. O plano derrotou a inflação, tormento que, segundo a representação difundida pela mídia durante anos, prejudicava todos os brasileiros, sem distinção. Por isso, o herói da luta antiinflacionária podia pretender, com legitimidade, falar pela totalidade do corpo social.

O acadêmico Fernando Henrique Cardoso falava em nome da razão; o ministro-herói do combate inflacionário, em nome da nação. Eram as duas faces de uma mesma moeda⁵: somente a razão treinada do intelectual seria capaz de abarcar a totalidade de um real que não era transparente, como para Lula, mas opaco. O candidato governista *demonstrava* a existência de um interesse nacional comum, transcendente às clivagens existentes na sociedade,

⁵ A moedinha de 50 centavos que Fernando Henrique tantas vezes usou na campanha, para simbolizar a estabilidade monetária a que o país chegara graças ao Plano Real.

através do plano econômico, e *assinalava a si próprio* como encarnação deste interesse, graças à razão.

Portanto, creio que foi verificada a presença de uma certa quantidade de elementos míticos na campanha de 1994, congruentes com a definição de mito político trabalhada no primeiro capítulo - elementos ligados aos temas da autoridade, da igualdade de oportunidades, da competência, da transparência e da unidade. Às vezes, irrompiam com nitidez total em meio ao discurso; ou então permaneciam no fundo do palimpsesto, deslocando sentidos, reformando conotações. Em qualquer caso, o pleno significado do mito só é decifrável à luz do imaginário político no qual ele trafega e ao qual se dirige.

Há uma tensão permanente entre o desejo de criar identidades coletivas e produzir unidade - característico de todos os projetos políticos que aspiram à hegemonia - e o reconhecimento da legitimidade do conflito dentro da sociedade, essencial à política democrática. Existe uma fronteira tênue, mas crucial, entre a construção da unidade em torno do projeto e o apelo a uma unidade transcendente ao corpo social. No segundo caso, o discurso político não resiste à tentação de voltar-se contra si mesmo (ao incorporar a rejeição à política). É o que fazem os mitos.

Mas, se este tipo de discurso é eficaz, por que os políticos abster-se-iam de utilizá-lo? Afinal, eles são "políticos". Estão em meio a uma luta encarniçada pelo poder. Ademais, o político que sofresse pruridos éticos e se recusasse ao apelo mítico estaria abrindo o caminho para outros, menos escrupulosos, que triunfariam na cena pública. Em suma, volta-se à questão da "incompatibilidade essencial" entre ética e política. Qualquer tentativa de integrar as duas esferas é desqualificada como lírica, purista e ingênua.

Retomo agora os principais argumentos *contrários* a esta conclusão, sugeridos ou explicitados ao longo do texto. Em primeiro lugar, é preciso

rechaçar a visão de que, na política, os "bons" devem usar os mesmos meios que os "maus" - meios que, no caso, incluem a manipulação de consciências - para impedir sua vitória. Esta é uma visão associada, em geral, a uma utilização capciosa da distinção weberiana entre ética da convicção e ética da responsabilidade, em que a última (que se refere antes à necessidade de aceitar certas soluções de compromisso, inadmissíveis de um ponto de vista "principista") é reduzida à *não-ética*.

Por trás disto, há uma concepção profundamente elitista. Uns poucos iluminados determinam onde está o bem, onde está o mal. A massa, incapaz de zelar por seus próprios interesses, precisa apenas ser manobrada com habilidade. Ora, uma das premissas da democracia é que o povo é o mais indicado para definir quais são os "bons" e quais são os "maus". A ética do discurso político é necessária a fim de que esta seleção possa ser feita com conhecimento de causa.

Na verdade, o que existe é uma versão disfarçada do velho "os fins justificam os meios": impedir a vitória do mistificador justifica o recurso à mistificação. Levado ao extremo, este raciocínio vai desculpar a fraude, o assassinato político, o terror. Quando uma razão superior se julga capaz de identificar o caminho do bem, também julgará que deve trilhá-lo, custe o que custar. Ora, uma das lições mais valiosas de Hannah Arendt é a idéia de que nós não controlamos o destino de nossas ações. Agir na política é *sempre*, de alguma maneira, um "salto no escuro". O bem futuro é sempre uma incerteza, portanto não é um aval legítimo para o mal presente⁶.

O ponto central - voltando à questão, mais corriqueira, da manipulação eleitoral - é que a *rationale* da democracia representativa exige

⁶ Ver, em especial, Arendt, *A condição humana*, pp. 209, 241, 248-9; Arendt, *Origens do totalitarismo*, pp. 512-26. Uma reflexão assemelhada está in Elster, *Making sense of Marx*, p. 117.

uma ética da representação política (e, portanto, do discurso), sem a qual se torna desprovida de sentido. Se a opção dos representados é motivada de forma fraudulenta, todo o processo está comprometido. Não custa reiterar: se o candidato não anuncia, com honestidade, o projeto que pretende encarnar, as políticas das quais buscará ser a ferramenta, o vínculo representativo se torna oco.

Será possível uma representação autêntica, quando basta olhar em volta para perceber quão grande é a parcela de manipulação na política? Não seria melhor, *mais realista*, aceitar como inelutável este déficit ético e conviver com ele? Como resposta, é possível reproduzir o que Slavoj Žižek diz a respeito da ideologia:

Tudo depende de persistimos nesta posição impossível: embora nenhuma linha demarcatória clara separe a ideologia e a realidade, embora a ideologia já esteja em ação em tudo o que vivenciamos como "realidade", devemos, ainda assim, sustentar a tensão que mantém viva a *crítica* da ideologia⁷.

Mesmo que a manipulação contamine toda a política, mesmo que toda política seja, ao menos em parte, manipulação, é preciso negar a equivalência entre manipulação e política, para sustentar a crítica da política manipulativa.

A persistência na "posição impossível" não é apenas uma resposta moral contra o rebaixamento ético da atividade política. É uma das formas práticas de combatê-lo. A visão "realista" de que "a política é assim mesmo", isto é, um campo regido pela enganação e pelo ludíbrio, ajuda a alargar o hiato entre política e ética. Inversamente, a disseminação da exigência de certos padrões éticos na política contribui para estabelecê-los. No mínimo, como observou Pierre Bourdieu, eleva "o custo do esforço de dissimulação

⁷ Žižek, "O espectro da ideologia", p. 22.

necessário para mascarar a distância entre o oficial e o oficioso, o proscênio e os bastidores da vida política"⁸.

Para que tal exigência de fato se difunda, é necessário romper o círculo vicioso criado pelo discurso "realista", no qual uma política cada vez mais depauperada do ponto de vista ético alimenta e é alimentada pelo olhar cínico que se lança sobre ela. Creio que existe aqui um ponto de cruzamento entre representação e participação. A ampliação das esferas de participação tem, como efeito previsível, a melhoria na qualidade da representação. É possível dizer que os mecanismos participativos promovem uma espécie de "redistribuição do capital político", dando à larga base de despossuídos (deste capital) melhores condições para avaliar o comportamento daqueles que o detêm. Eles fomentam, em suma, aquela "educação política de toda a massa do povo", da qual Rosa Luxemburg era entusiasta⁹. A ampliação, na base, da capacidade de compreensão do jogo político e, portanto, de fiscalização sobre os representantes é um fator propício à disseminação da exigência de mais ética na esfera política.

Um último ponto, apenas *en passant*: a vinculação entre as possibilidades de alargamento da participação política e as condições de vida da população. Para não se cair na ficção de "um 'céu político' completamente independentizado da base material", como diz Atilio Borón¹⁰, cumpre lembrar que o aprimoramento do regime democrático não é apenas - nem mesmo de forma preponderante - uma tarefa de engenharia institucional. O gozo dos direitos políticos depende do acesso a determinadas condições materiais mínimas. Neste sentido, a crítica marxista ao caráter meramente formal da

⁸ Bourdieu, *Raisons pratiques*, p. 244.

⁹ Ver Luxemburg, *A revolução russa*, p. 90.

¹⁰ Borón, "A sociedade civil depois do dilúvio neoliberal", p. 72.

democracia burguesa não perdeu nada de sua atualidade, sobretudo nos países do chamado Terceiro Mundo.

Falou-se, em boa parte desta conclusão, de "aperfeiçoamento democrático". Que as democracias que aí estão não são perfeitas, é uma constatação banal. Provavelmente nunca o serão. Buscar a melhoria do regime democrático, buscar aproximá-lo de seu ideal, torna-se, assim, uma tarefa permanente e nunca concluída. A "posição impossível" da exigência de uma ética do discurso político é parte deste esforço sempre inacabado, mas necessário. Posição utópica, sim, mas no melhor sentido da palavra: recusa da capitulação diante do "realismo", afirmação constante da liberdade de re-criar o mundo social. Afinal, como dizia o poeta:

Sem a loucura que é o homem
Mais que a besta sadia,
Cadáver adiado que procria?¹¹

¹¹ Pessoa, "Mensagem", in *Obra poética*, p. 10; grafia atualizada.

Bibliografia

- ALBUQUERQUE, Afonso de - "Querem roubar as cores da bandeira nacional!": Collor e o uso político dos símbolos nacionais no horário gratuito de propaganda eleitoral", in FAUSTO NETO, Antonio; BRAGA, José Luiz; e PORTO, Sérgio Daryell (orgs.) - *Brasil: comunicação, cultura & política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.
- "Política versus televisão: o horário gratuito na campanha presidencial de 1994", in *Comunicação & Política*, nova série, v. I(3). Rio de Janeiro, 1995, pp. 49-54.
- "Sem montagens e sem trucagens: a nova legislação eleitoral", in *Comunicação & Política*, nova série, v. I(2). Rio de Janeiro, 1995, pp. 184-6.
- ALTHUSSER, Louis - *O futuro dura muito tempo*. Trad. de Rosa Freire d'Aguiar. S. Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- ANDERSON, Benedict - *Nação e consciência nacional*. Trad. de Lólio Lourenço de Oliveira. S. Paulo: Ática, 1989.
- ANDERSON, Perry - "Balanço do neoliberalismo", in SADER, Emir e Pablo GENTILI (orgs.) - *Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático*. Trad. de Luis Fernandes e Emir Sader. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- ANGEL, Pierre - *Essais sur Georges Sorel: vers un idéalisme constructif*, v. 1. Paris: Marcel Rivière, 1936.
- ANSART, Pierre - *La gestion des passions politiques*. Lausanne: L'Âge d'Homme, 1983.
- APOSTOLIDÉS, Jean-Marie - *O rei-máquina: espetáculo e política do tempo de Luís XIV*. Trad. de Claudio Cesar Santoro. Rio de Janeiro: José Olympio; Brasília: Editora UnB, 1993.
- ARAGÃO, Maria Lucia P. de - "A paródia em *A força do destino*", in *Tempo Brasileiro* n° 62. Rio de Janeiro, 1980, pp. 18-28.
- ARATO, Andrew - "A antinomia do marxismo clássico: marxismo e filosofia", in HOBBSAWM, Eric J. (org.) - *História do marxismo* v. 4. Trad. de Carlos Nelson Coutinho e Luiz Sérgio N. Henriques. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- ARENDT, Hannah - *A condição humana*. Trad. de Roberto Raposo. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.
- *A dignidade da política*. Org. de Antônio Abranches. Trad. de Helena Martins. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1993.

- *Entre o passado e o futuro*. Trad. de Mauro W. Barbosa de Almeida. 2ª ed. S. Paulo: Perspectiva, 1988.
- *Origens do totalitarismo*. Trad. de Roberto Raposo. S. Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- AZEVEDO, Clovis Bueno de - *A estrela partida ao meio: ambigüidades do pensamento petista*. S. Paulo: Entrelinhas, 1995.
- BAAKLINI, Abdo I. - *O Congresso e o sistema político do Brasil*. Trad. de Beatriz Lacerda. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.
- BACZKO, Brosnislaw - *Les imaginaires sociaux: mémoires et espoirs collectifs*. Paris: Payot, 1984.
- BAKHTIN, Mikhail - *Questões de literatura e de estética*. Trad. de Aurora Fornoni Bernardini et al. S. Paulo: Editora Unesp; Hucitec, 1988.
- BALANDIER, Georges - *As dinâmicas sociais: sentido e poder*. Trad. de Gisela Stock de Souza e Hélio de Souza. S. Paulo: Difel, 1976.
- *Le pouvoir sur scènes*. (Nova edição, revista e ampliada.) Paris: Balland, 1992.
- BARBOZA FILHO, Rubem - "A desdramatização da mudança ou o 'desencantamento' do Brasil", in *Dados* vol. 38(1). Rio de Janeiro, 1995, pp. 145-62.
- BARTHES, Roland - *Elementos de semiologia*. Trad. de Izidoro Blikstein. S. Paulo: Cultrix, 1972.
- *Mitologias*. Trad. de Rita Buongermino e Pedro de Souza. 8ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand-Brasil, 1989.
- BASTIDE, Roger - "Mythes et utopies", in *Cahiers Internationaux de Sociologie* nº 28. Paris, 1960, pp. 3-12.
- BERELSON, Bernard R., Paul F. LAZARFELD e William N. MCPHEE - *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press, 1954.
- BERNSTEIN, Richard - *Beyond objectivism and relativism*. Philadelphia: University of Pensilvannia Press, 1988.
- BÍBLIA sagrada*. Trad. de Ludovico Garmus et al. Petrópolis: Vozes, 1982.
- BLOCH, Marc - *Os reis taumaturgos*. Trad. de Júlia Mainardi. S. Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- BOBBIO, Norberto - "Ética e política", in *Lua Nova* nº 25. Trad. de Marcos Tadeu del Roio. S. Paulo, 1992, pp. 131-40.
- *As ideologias e o poder em crise*. Trad. de João Ferreira. Brasília: Editora UnB; S. Paulo: Polis, 1990.
- BOGART, Leo - *Silent politics: polls and the awareness of public opinion*. New York: Wiley-Interscience, 1972

- BORÓN, Atilio - "A sociedade civil depois do dilúvio neoliberal", in SADER, Emir e Pablo GENTILI (orgs.) - *Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático*. Trad. de Luis Fernandes e Emir Sader. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- BOUDON, Raymond - *L'inégalité des chances: la mobilité sociale dans les sociétés industrielles*. Paris: Armand Colin, 1973.
- BOURDIEU, Pierre - *A economia das trocas linguísticas*. Trad. de Sergio Miceli et al. S. Paulo: Edusp, 1996.
- *As regras da arte*. Trad. de Maria Lucia Machado. S. Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- *Coisas ditas*. Trad. de Cássia R. da Silveira e Denise Moreno Pegorim. S. Paulo: Brasiliense, 1990.
- *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Genève: Droz, 1973.
- *La distinction*. Paris: Minuit, 1979.
- *Le sens pratique*. Paris: Minuit, 1980.
- *O poder simbólico*. Trad. de Fernando Tomaz. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand-Brasil, s.d.
- *Questions de sociologie*. Paris: Minuit, 1994.
- *Raisons pratiques: sur la théorie de l'action*. Paris: Seuil, 1984.
- *Réponses: pour une anthropologie réflexive*. Entrevistas a Loïc J. D. Wacquant. Paris: Seuil, 1992.
- BOURDIEU, Pierre e Jean-Claude PASSERON - *La reproduction: éléments pour une théorie du système d'enseignement*. Paris: Minuit, 1970.
- BOVERO, Michelangelo - "Ética e política entre maquiavelismo e kantismo", in *Lua Nova* n° 25. Trad. de Letizio Mariconda e Pablo Rubén Mariconda. S. Paulo, 1992, pp. 141-66.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio - "Para que serve o voto? (As eleições e o cotidiano na periferia de São Paulo)", in LAMOUNIER, Bolívar (org.) - *Voto de desconfiança: eleições e mudança política no Brasil, 1970-1979*. Petrópolis: Vozes, 1980.
- CARDOSO, Fernando Henrique - *Mãos à obra, Brasil: proposta de governo*. Brasília: sem indicação de editora, 1994.
- CARVALHO, José Murilo de - *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. S. Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CASSIRER, Ernst - *El mito del Estado*. Traducción de Eduardo Nicol. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.
- *Esencia y efecto del concepto de simbolo*. Traducción de Carlos Gerhard. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

- CASTORIADIS, Cornelius - *A instituição imaginária da sociedade*. Trad. de Guy Renaud. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.
- CHALIAND, Gérard - *Mitos revolucionários do Terceiro Mundo*. Trad. de Antonio Monteiro Guimarães Filho. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.
- CHAMPAGNE, Patrick - "Les sondages, le vote et la démocratie", in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* n. 109. Paris, 1995, pp. 73-92.
- *Faire l'opinion: le nouveau jeu politique*. Paris: Minuit, 1990.
- CHAUÍ, Marilena - "Público, privado, despotismo", in NOVAES, Adauto (org.) - *Ética*. S. Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal da Cultura, 1992.
- "Raízes teológicas do populismo no Brasil: teocracia dos dominantes, messianismo dos dominados", in DAGNINO, Evelina (org.) - *Anos 90: política e sociedade no Brasil*. S. Paulo: Brasiliense, 1994.
- *Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. 3ª ed. S. Paulo: Brasiliense, 1989.
- COHEN, Abner - *O homem bidimensional*. Trad. de Sônia Côrrea. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- COHEN, Bernard C. - *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press, 1969.
- COMTE, Auguste - *Système de politique positive*, t. 4. 3ª ed. Paris: Carilian-Gœury et Dalmont, 1895.
- CRANSTON, Maurice - "Política e ética", in KING, Preston (org.) - *O estudo da política*. Trad. de José Luiz Porto de Magalhães. Brasília: Editora UnB, 1980.
- DAHL, Robert A. - *Um prefácio à democracia econômica*. Trad. de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.
- DAHRENDORF, Ralf - *Reflexões sobre a revolução na Europa*. Trad. de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.
- DEBRAY, Régis - *Critique de la raison politique*. Paris: Gallimard, 1981.
- *O Estado sedutor: as revoluções midiológicas do poder*. Trad. de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1994.
- *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente*. Trad. de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DELUMEAU, Jean - *Mille ans de bonheur*. Paris: Fayard, 1995.
- DIAP (Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar) - *Quem foi quem na Constituinte*. S. Paulo: Cortez, Oboré, 1988.
- DIAZ GUERRA, Marino - *El pensamiento social de Georges Sorel*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, 1977.

- DIMENSTEIN, Gilberto e Josias de SOUZA - *A história real: trama de uma sucessão*. S. Paulo: Ática, Folha de S. Paulo, 1994.
- DINES, Alberto - *Morte no paraíso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1981.
- DOWNS, Anthony - *An economic theory of democracy*. New York: Harper & Brothers, 1957.
- DUBUISSON, Daniel - *Mythologies du XX^e siècle*. Lille: Presses Universitaires de Lille, 1993.
- ECO, Umberto - *Viagem na irrealidade cotidiana*. Trad. de Aurora Fornoni Bernardini e Homero Freitas de Andrade. 9^a ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.
- EDELMAN, Murray - "Political language and political reality", in *Political Science and Politics* v. XVIII(1). New York, 1985, pp. 10-9.
- *Pièces et règles du jeu politique*. Traduit de l'anglais par Christian Cler. Paris: Seuil, 1991.
- *The symbolic uses of politics*. Urbana: University of Illinois Press, 1985.
- ELIADE, Mircea - *Mefistófeles e o andrógino*. Trad. de Ivone Castilho Benedetti. S. Paulo: Martins Fontes, 1991.
- *Mito do eterno retorno*. Trad. de José Antonio Ceschin. S. Paulo: Mercuryo, 1992.
- *Mito e realidade*. Trad. de Pola Civelli. 2^a ed. S. Paulo: Perspectiva, 1986.
- ELSTER, Jon - *Making sense of Marx*. Cambridge: Cambridge University Press; Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1985.
- *Ulises y las sirenas: estudios sobre racionalidad e irracionalidad*. Traducción de Juan José Utrilla. México: Fondo de Cultura Económica, 1989.
- ENGELS, Friedrich - "Discours d'Elberfeld", in MARX, Karl e F. ENGELS - *Utopisme et communauté de l'avenir*. Introduction, sélection et traduction de Roger Dangeville. Paris: Maspero, 1976.
- EXPEDITO FILHO - *Nos bastidores da campanha: crônica de uma vitória*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994.
- FORTES, Luiz Roberto Salinas - "Nota introdutória", in LEFORT, Claude - *As formas da história*. 2^a ed. S. Paulo: Brasiliense, 1987.
- FOUCAULT, Michel - *L'ordre du discours*. Paris: Gallimard, 1990.
- FREUND, Julien - *L'essence du politique*. Paris: Sirey, 1978.
- FURET, François - *Le passé d'une illusion: essai sur l'idée communiste au XX^e siècle*. Paris: Robert Laffont/Calmann-Lévy, 1995.
- GARCÍA-PELAYO, Manuel - *Los mitos políticos*. Madrid: Alianza, 1981.

- GARRETÓN, Manuel Antonio - "Do autoritarismo à democracia política: uma transição a reinventar?", in *Tempo Brasileiro* nº 106-7. Trad. de Carlos Sepúlveda. Rio de Janeiro, 1991, pp. 21-31.
- GENTILE, Emilio - "Itália fascista: do partido armado ao Estado totalitário", in GENTILE, Emilio e Renzo de FELICE - *A Itália de Mussolini e a origem do fascismo*. Trad. de Fátima Conceição Murad. S. Paulo: Ícone, 1988.
- GIANNOTTI, José Arthur - "Tráfico de esperanças", in *Novos Estudos Cebrap* nº 26. S. Paulo, 1990, pp. 25-38.
- GIDDENS, Anthony - *As conseqüências da modernidade*. Trad. de Raul Fiker. S. Paulo: Editora Unesp, 1991.
- GIRARD, René - *A violência e o sagrado*. Trad. de Martha Conceição Gambini. Rio de Janeiro: Paz e Terra; S. Paulo: Editora da Unesp, 1990.
- *Des choses cachées depuis la fondation du monde*. Recherches avec Jean-Michel Oughourlian et Guy Lefort. Paris: Bernard Grasset, [1986].
- GIRARDET, Raoul - *Mitos e mitologias políticas*. Trad. de Maria Lucia Machado. S. Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GOMES, Wilson - "Estratégia retórica e ética da argumentação na propaganda política", in FAUSTO NETO, Antonio, José Luiz BRAGA e Sérgio Daryell PORTO (orgs.) - *Brasil: comunicação, cultura & política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.
- "Propaganda política, ética e democracia", in MATOS, Heloiza (org.) - *Mídia, eleições e democracia*. S. Paulo: Scritta, 1994.
- "Duas premissas para a compreensão da política espetáculo", in FAUSTO NETO, Antonio e Milton José PINTO (orgs.) - *O indivíduo e as mídias*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.
- GORZ, André - *Adeus ao proletariado*. Trad. de Ângela Ramalho Vianna e Sérgio Góes de Paula. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.
- *Les chemins du paradis: l'agonie du capital*. Paris: Galilée, 1983.
- *Métamorphoses du travail: quête du sens. Critique de la raison économique*. Paris: Galilée, 1988.
- GRAMSCI, Antonio - *Concepção dialética da história*. Trad. de Carlos Nelson Coutinho. 8ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- *Maquiavel, a política e o Estado moderno*. Trad. de Luiz Mário Gazzaneo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.
- GRAZIANO, Francisco - *O real na estrada: a campanha de Fernando Henrique à presidência*. S. Paulo: Paulicéia, 1995.
- HABERMAS, Jürgen - "Três modelos normativos de democracia", in *Lua Nova* nº 36. Trad. de Gabriel Cohn e Álvaro de Vita. S. Paulo, 1995, pp. 39-48.

- *Consciência moral e agir comunicativo*. Trad. de Guido A. de Almeida. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- *Habermas: sociologia*. Org. e trad. de Barbara Freitag e Sergio Paulo Rouanet. S. Paulo: Ática, 1980.
- *Mudança estrutural da esfera pública*. Trad. de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*. Traducción de José Luis Etcheverry. Segunda reimpresión. Buenos Aires: Amorrortu, 1986.
- *The theory of communicative action*, 2 v. Translated by Thomas McCarthy. Boston: Beacon Press, 1989.
- HABIB, Laurent - "La communication électorale: quelles difficultés?", in *Pouvoirs* n° 63. Paris, 1992, pp. 91-101.
- HARVEY, David - *A condição pós-moderna*. Trad. de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. S. Paulo: Loyola, 1992.
- HIRSCHKOP, Ken - "Bakhtin, discourse and democracy", in *New Left Review* n. 160. London, 1986, pp. 92-113.
- HIRST, Paul - *A democracia representativa e seus limites*. Trad. de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.
- HOBBS, Thomas - *De cive: elementos filosóficos a respeito do cidadão*. Trad. de Ingeborg Soler. Petrópolis: Vozes, 1993.
- *Leviatán o la manera, forma y poder de una república eclesiástica y civil*. Traducción y prefacio de Manuel Sánchez Sarto. 2ª edición. México: Fondo de Cultura Económica, 1980.
- HOFER, Walther - *Dossier do nacional socialismo*. Trad. de Osvaldo Aguiar. Lisboa: Aster, s.d.
- KATZ, Elihu e Paul F. LAZARSFELD - *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. New York: Free Press, 1964.
- KEETER, Scott - "The illusion of intimacy: television and the role of candidate personal qualities in voter choice", in *Public Opinion Quarterly* v. 51, n. 3. Chicago, 1987, pp. 344-58.
- KINZO, Maria D'Alva Gil - "O quadro partidário e a Constituinte", in LAMOUNIER, Bolívar (org.) - *De Geisel a Collor: o balanço da transição*. S. Paulo: Sumaré, 1990.
- *Radiografia do quadro partidário brasileiro*. S. Paulo: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung, 1993.
- LACLAU, Ernesto - "Os novos movimentos sociais e a pluralidade do social", in *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 1(2). Traduzido por Tradutec. S. Paulo, 1986, pp. 41-7.

- LAITIN, David D. - *Hegemony and culture*. Chicago: The University of Chicago Press, 1986.
- LANG, Kurt e LANG, Gladys Engel - "Los 'mass-media' y las elecciones", in MORAGAS, M. de (org.) - *Sociología de la comunicación de masas III: propaganda política y opinión pública*. Trad. de Esteve Riambau i Saurí. 2ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1986.
- LASSWELL, Harold - "A linguagem do poder", in LASSWELL, H. (org.) - *A linguagem da política*. Trad. de Lúcia Dauster Vivacqua e Silva e Sônia de Castro Neves. 2ª ed. Brasília: Editora UnB, 1982.
- LAZARFELD, Paul. F., Bernard BERELSON e Hazel GAUDET - *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Third edition. New York: Columbia University Press, 1969.
- LEAL, Victor Nunes - *Coronelismo, enxada e voto*. 5ª ed. S. Paulo: Alfa-Ômega, 1986.
- LEFORT, Claude - "O nome de Um", comentário a LA BOÉTIE, Etienne de - *Discurso da servidão voluntária*. Trad. de Laymert Garcia dos Santos. 4ª ed. S. Paulo: Brasiliense, 1987.
- *As formas da história*. Introdução de Luiz Roberto Salinas Fortes. Trad. de Luiz Roberto Salinas Fortes e Marilena Chauí. 2ª ed. S. Paulo: Brasiliense, 1987.
- *Pensando o político*. Trad. de Eliana M. Souza. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.
- LÊNIN, Vladimir Ilich - *Que fazer?* Sem indicação de tradutor. S. Paulo: Hucitec, 1978.
- LIMA, Venício A. de - "Medios de comunicación y democracia: la construcción de un presidente brasileño", in *Telos* n° 29. Madrid, 1992, pp. 121-34.
- "Propaganda política no rádio e na televisão", in MATOS, Heloiza (org.) - *Mídia, eleições e democracia*. S. Paulo: Scritta, 1994.
- "Televisão e poder: a hipótese do 'cenário de representação da política' (CR-P)", in *Comunicação & Política*, nova série, v. I(1). Rio de Janeiro, 1994, pp. 5-22.
- LINS, Osman - *Avalovara*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.
- LIPSET, Seymour Martin - *Political man: the social bases of politics*. Garden City: Anchor Books, 1963.
- LIPSET, Seymour Martin e Reinhard BENDIX - *Movilidad social en la sociedad industrial*. Traducción de Ricardo Malfe. Buenos Aires: Eudeba, 1963.
- LISPECTOR, Clarice - *A hora da estrela*. 17ª ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990.
- LÖWY, Michael - "A escola de Frankfurt e a modernidade: Benjamin e Habermas", in *Novos Estudos Cebrap* n° 32. Trad. de Murilo Marcondes de Moura. S. Paulo, 1992, pp. 119-27.
- LUXEMBURG, Rosa - *A revolução russa*. Trad. de Isabel Maria Loureiro. Petrópolis: Vozes, 1991.

- MACPHERSON, C. B. - *A democracia liberal: origens e evolução*. Trad. de Nathanael C. Caixeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- MALINOWSKI, Bronislaw - *Magic, science and religion and other essays*. London: Souvenir Press, 1974.
- MAQUIAVEL - *Comentários sobre a primeira década de Tito Lívio*. Trad. de Sergio Bath. Brasília: Editora UnB, 1979.
- MARX, Karl - *O 18 Brumário de Luís Bonaparte*, in MARX, K. e Friedrich ENGELS - *Obras escolhidas* v. I. Sem indicação de tradutor. S. Paulo: Alfa-Ômega, s.d.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich - *L'idéologie allemande*. Traduction de Henri Auger, Gilbert Badia, Jean Baudrillard, Renée Cartelle. Paris: Éditions Sociales, 1971.
- MATOS, Heloiza - "Agenda temática da pesquisa em comunicação política", in MATOS, H. (org.) - *Mídia, eleições e democracia*. S. Paulo: Scritta, 1994.
- MATTOS, general Meira - *Brasil: geopolítica e destino*. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora; José Olympio, 1975.
- MCLUHAN, Marshall - *Understanding media: the extensions of man*. London: Routledge & Kegan Paul, 1964.
- MELLO, Geraldo Anhaia - *Muito além do Cidadão Kane*. S. Paulo: Scritta, 1994.
- MIGUEL, Luis Felipe - "Sentidos do passado: nação, tradição e história na campanha eletrônica para o plebiscito de 21 de abril de 1993", in *Comunicação & Política*, nova série, v. III(2). Rio de Janeiro, 1996, pp. 126-44.
- *À sombra dos generais: militares e civis na "Nova República"* (dissertação de Mestrado). Brasília: Faculdade de Estudos Sociais Aplicados da Universidade de Brasília, 1992.
- MOISÉS, José Álvaro - "Eleições, participação e cultura política: mudanças e continuidades", in *Lua Nova* n° 22. S. Paulo, 1990, pp. 133-87.
- NOZICK, Robert - *Anarquia, Estado e utopia*. Trad. de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.
- O'DONNELL, Guillermo - "Democracia delegativa?", in *Novos Estudos Cebrap* n° 31. S. Paulo, 1991, pp. 25-40.
- OFFE, Claus - *Problemas estruturais do Estado capitalista*. Trad. de Barbara Freitag. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- ORWELL, George - *A collection of essays*. New York: Doubleday, 1954.
- OSAKABE, Haqira - "A palavra imperfeita", in *Remate de Males* n° 7. Campinas, 1987, pp. 167-71.
- PAQUOT, Thierry - "Sorel, retour, détour", apresentação a SOREL, Georges - *La décomposition du marxisme*. Paris: P.U.F., 1982.
- PATEMAN, Carole - *Participação e teoria democrática*. Trad. de Luiz Paulo Rouanet. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

- PESSOA, Fernando - *Obra poética*. 9ª ed. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1985.
- PITKIN, Hanna Fenichel - *The concept of representation*. Berkeley: University of California Press, 1972.
- PLANO de governo Quêrcia*. Sem indicação de local: sem indicação de editora, [1994].
- PORTIS, Larry - "Présentation" a SOREL, Georges - *Présentation et textes choisis*. Traduit par Martine Echard et Christiane Passevant. Paris: Maspero, 1982
- PRZEWORSKI, Adam - *Capitalismo e social-democracia*. Trad. de Laura Teixeira Motta. S. Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- *Estado e economia no capitalismo*. Trad. de Argelina Cheibub Figueiredo e Pedro Paulo Zahluth Bastos. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- RAPOPORT, Anatol - *Lutas, jogos e debates*. Trad. de Sérgio Duarte. Brasília: Editora UnB, 1980.
- RESZLER, André - *Mythes politiques modernes*. Paris: P.U.F., 1981.
- RIVIÈRE, Claude - *As liturgias políticas*. Trad. de Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Imago, 1989.
- RODRIGUES, Leôncio Martins - "As eleições de 1994: uma apreciação geral", in *Dados* v. 38(1). Rio de Janeiro, 1995, pp. 71-92.
- RODRIGUES, Rui e Marcus SOKOL - "O marketing eleitoral de Fernando Henrique e Lula". Entrevistas, in *Comunicação & Política*, nova série, v. I(1). Rio de Janeiro, 1994, pp. 117-24.
- RONDELLI, Elisabeth e Maria Helena WEBER - "Ensaio das eliminatórias (os media e o campeonato eleitoral)", in *Comunicação & Política*, nova série, v. I(1). Rio de Janeiro, 1994, pp. 41-52.
- ROUANET, Sergio Paulo - "Dilemas da moral iluminista", in NOVAES, Adauto (org.) - *Ética*. S. Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1992.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques - *Do contrato social*. Trad. de Lourdes Santos Machado. 4ª ed. S. Paulo: Nova Cultural, 1987.
- RUA, Maria das Graças - "Mídia, informação e política: a eleição presidencial brasileira de 1994", in *Comunicação & Política*, nova série, v. I(3). Rio de Janeiro, 1995, pp. 77-94.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas - "Comunicação, espaço público e eleições presidenciais", in *Comunicação & Política* v. 9(2-3-4). S. Paulo, 1989, pp. 7-21.
- "Dos poderes dos media: comunicação, sociabilidade e política", in FAUSTO NETO, Antonio, José Luiz BRAGA e Sérgio Daryell PORTO (orgs.) - *Brasil: comunicação, cultura & política*. Rio de Janeiro: Diadorim. 1994.
- SADEK, Maria Tereza - "A Justiça Eleitoral no processo de redemocratização", in LAMOUNIER, Bolívar (org.) - *De Geisel a Collor: o balanço da transição*. S. Paulo: Sumaré, 1990.

- SALES, Teresa - "Raízes da desigualdade social na cultura política brasileira", in *Revista Brasileira de Ciências Sociais* n° 25. S. Paulo, 1994, pp. 26-37.
- SALLUM JR., Brasília, Eduardo P. GRAEFF e Elisabeth Gomes de LIMA - "Eleições presidenciais e crise do sistema partidário", in *Lua Nova* n° 20. S. Paulo, 1990, pp. 69-87.
- SARTORI, Giovanni - *A teoria da democracia revisitada*, 2 v. Trad. de Dinah de Abreu Azevedo. S Paulo: Ática, 1994.
- *Elementi di teoria politica*. Bologna: Il Mulino, 1987.
- *Partidos e sistemas partidários*. Trad. de Waltensir Dutra. Brasília: Editora UnB; Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- SAUVY, Alfred - *Mythologie de notre temps*. Paris: Payot, 1971.
- SCHMITT, Carl - *O conceito do político*. Trad. de Álvaro L. M. Valls. Petrópolis: Vozes, 1992.
- SCHUMPETER, Joseph - *Capitalismo, socialismo e democracia*. Trad. de Sergio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard - *O Estado espetáculo: ensaio sobre e contra o star system em política*. Trad. de Heloysa de Lima Dantas. S. Paulo: Círculo do Livro, s.d.
- SCHWARZ, Roberto - *Ao vencedor as batatas*. 3ª ed. S. Paulo: Duas Cidades, 1988.
- SKIDMORE, Thomas - *Brasil: de Castelo a Tancredo*. Trad. de Mário Salviano Silva. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- SKINNER, Quentin - *As fundações do pensamento político moderno*. Trad. de Renato Janine Ribeiro e Laura Teixeira Motta. S. Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SOREL, Georges - "Préface" a SELIGMAN, Edwin R.-A. - *L'interprétation économique de l'histoire*. Paris: Marcel Rivière, s.d.
- *La décomposition du marxisme*. Présentation de Thierry Paquot. Paris: P.U.F., 1982.
- *Les illusions du progrès*. 4^{ème} édition. Paris: Marcel Rivière, 1927.
- *Matériaux d'une théorie du prolétariat*. Réimpression de l'édition de Paris, 1921. Paris: Slaktine, 1981.
- *Présentation et textes choisis*. Présentation de Larry Portis. Paris: Maspero, 1982.
- *Réflexions sur la violence*. Préface de Jacques Juillard. Paris: Seuil, 1990.
- STAROBINSKI, Jean - *Jean-Jacques Rousseau: a transparência e o obstáculo*. Trad. de Maria Lúcia Machado. S. Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- STUDART, Hugo (org.) - *Os presidenciais: vida, obra e promessas dos candidatos ao Palácio do Planalto*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1994.
- TCHAKHOTINE, Serge - *Le viol des foules par la propagande politique*. "Nouvelle édition revue et augmentée". Paris: Gallimard, 1952.

- THOMPSON, E. P. - *A formação da classe operária inglesa*, v. 3: *A força dos trabalhadores*. Trad. de Denise Bottmann. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- TREJO DELARBRE, Raúl - "Telecracia no es democracia", in *Comunicação & Política*, nova série, v. I(3). Rio de Janeiro, 1995, pp. 107-26.
- TRINDADE, Hélió - *Integralismo: o fascismo brasileiro na década de 30*. S. Paulo: Difel; Porto Alegre: UFRGS, 1974.
- VASCONCELLOS, Gilberto - *Ideologia curupira: análise do discurso integralista*. S. Paulo: Brasiliense, 1979.
- VESTERGAARD, Torben e Kim SCHRÖDER - *A linguagem da propaganda*. Trad. de João Alves dos Santos. S. Paulo: Martins Fontes, 1988.
- VEYNE, Paul - *Le pain et le cirque: sociologie historique d'un pluralisme politique*. Paris: Seuil, 1976.
- WEBER, Max - "Os fundamentos da organização burocrática: uma construção de tipo ideal", in CAMPOS, Edmundo (org.) - *Sociologia da burocracia*. Trad. de Edmundo Campos. Rio de Janeiro: Zahar, 1966.
- *Ciência e política: duas vocações*. Trad. de Leonidas Hegenberg e Octany Silveira da Mota. 5ª ed. S. Paulo: Cultrix, 1985.
- *Economia e sociedade*, v. 1. Trad. de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. Brasília: Editora UnB, 1991.
- WEFFORT, Francisco - *O populismo na política brasileira*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- WOLF, Naomi - *O mito da beleza*. Trad. de Waldéa Barcelos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.
- ZIZEK, Slavoj - "O espectro da ideologia", in ZIZEK, S. (org.) - *Um mapa da ideologia*. Trad. de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- ZWEIG, Stefan - *Brasil, país do futuro*. Trad. de Odilon Galotti. Rio de Janeiro: Guanabara, 1941.

Periódicos

Folha de S. Paulo, S. Paulo, coleção de fevereiro a outubro de 1994. Consultada também através do CD-ROM *Folha 94*, que contém a íntegra das edições daquele ano.

Veja, S. Paulo, coleção de fevereiro a outubro de 1994.