

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS E FILOSOFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

RAFAELA DALLAGNOL

**AS MUDANÇAS NO PT: A TRANSFORMAÇÃO DE UM
PARTIDO DE MASSAS EM UM PARTIDO *CATCH-ALL***

Orientador: Prof. Dr. Pedro Célio Alves Borges

Goiânia

2006

RAFAELA DALLAGNOL

**AS MUDANÇAS NO PT: A TRANSFORMAÇÃO DE UM
PARTIDO DE MASSAS EM UM PARTIDO *CATCH-ALL***

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal de Goiás como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Área de concentração: Sociologia Política

Orientador: Prof. Dr. Pedro Célio Alves Borges

Goiânia

2006

AS MUDANÇAS NO PT: A TRANSFORMAÇÃO DE UM PARTIDO DE
MASSAS EM UM PARTIDO *CATCH-ALL*.

Dissertação defendida no Mestrado em Sociologia da UFG, em 18 de outubro de 2006 e aprovada pela Banca Examinadora, constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Pedro Célio Alves Borges (UFG)

Orientador

Prof.^a Dr.^a Débora Messenberg Guimarães (UnB)

Prof. Dr. Francisco Chagas Evangelista Rabêlo (UFG)

Prof.^a Dr.^a Silvana Krause (UFG)

Suplente

AGRADECIMENTOS

O processo de redigir uma dissertação de mestrado é lento e difícil. Há quem diga que é solitário, mas durante todo esse caminho de mais de dois anos temos o apoio de muitas pessoas. Pessoas que merecem toda a gratidão e meus sinceros agradecimentos. Agradeço primeiramente ao meu orientador, Prof. Dr. Pedro Célio Alves Borges, que vem me apoiando desde o terceiro ano da graduação com a inspiração para esta pesquisa e depois com sua contribuição decisiva no projeto de conclusão de curso. Agradeço também por suas observações sempre precisas, honestas e bem colocadas que me ajudaram na construção de um texto com mais qualidade ao longo do curso de mestrado.

Meus professores da graduação e do mestrado também merecem um agradecimento todo especial, pelo carinho e pelo apoio dado em toda a minha caminhada. Chamo especial atenção aos professores Francisco Chagas Rabêlo e Silvana Krause por suas contribuições tão importantes em minha qualificação.

Algumas amigas queridas também participaram deste longo processo. A minha querida Juliana pelo carinho e pelo apoio quando nem mesmo nos conhecíamos. A nossa sempre alegre e amada Ana Júlia, por seu eterno bom humor e sua sincera amizade. A minha mestre Maíra, pela ajuda psicológica e prática e pela amizade sempre atuante. A minha irmãzinha, Luciana, pela meiguice, dedicação e eterna confiança. Aos meus amigos, companheiros e colegas de dança pelos momentos de descontração e pelo eterno cuidado.

Agradeço também ao meu amigo, parceiro, companheiro, colega de profissão e namorado, Caio, sempre com seu amor e seu apoio nos momentos difíceis – que não foram poucos - e também nos mais felizes – que foram únicos.

Com grande ternura à minha madrinha e tia, Deni, pelo carinho, pela inspiração e pelo amor ao Partido dos Trabalhadores e a minha prima, afilhada e companheira, Nandinha pela sincera amizade. Com amor e toda a gratidão aos meus queridos pais, Delair e Joaquim, pelo amor incondicional e pelo apoio irrestrito em todas as ocasiões. E sempre a Deus pela fé, força e persistência na luta diária da vida.

SUMÁRIO

RESUMO.....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO 1	
O PROCESSO DE MUDANÇA DO PARTIDO DOS TRABALHADORES: UMA ABORDAGEM TEÓRICA.....	14
1.1) Partido Político: conceito e tipologia.....	16
1.2) A Lei de Bronze da Oligarquia e o <i>Trade-off</i>	20
1.3) Subordinação ao <i>marketing</i> político.....	23
1.4) Crise de representação e crise identitária do PT.....	32
CAPÍTULO 2:	
A TRAJETÓRIA DO PARTIDO DOS TRABALHADORES.....	39
2.1) O controle interno no PT e a oligarquização do partido.....	67
CAPÍTULO 3:	
A CAMPANHA ELEITORAL TELEVISIVA DO PT EM 2002.....	76
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	90
REFERÊNCIAS.....	94

RESUMO

O Partido dos Trabalhadores (PT) vive por transformações intensas desde sua fundação em 1980. Um partido que no início apresenta características de partido de massas, ao longo de mais de 25 anos de trajetória política chega à disputa eleitoral para a Presidência da República de 2002 como um partido *catch-all*. O PT vive as modificações dos partidos de esquerda, já discutida por Michels (1982) na tendência oligarquizante deste gênero de partido, passando pelo processo de *trade-off*, destacado por Przeworski (1995), com a diminuição da tendência classista e o aumento da tendência universalista. Essa mudança é vista por meio da análise das Resoluções dos Encontros Nacionais do PT nos anos de 1989, 1994, 1998 e 2001 e também das imagens da campanha eleitoral do PT exibidas na televisão em 2002. Imagens essas que apresentam a união de vários aspectos da mudança vivida pelo partido, a modificação em seu discurso e as estratégias de *marketing* político utilizadas.

PALAVRAS-CHAVE: *marketing* político, partido *catch-all*, partido de massas e Partido dos Trabalhadores (PT).

ABSTRACT

The Worker's Party (PT) lives intense transformations since its foundation in 1980. A party that in begins presents characteristics of a mass party, long more than 25 years of politics trajectory arrives at the electoral competition for presidente in 2002 like a catch-all party. The PT lives the modifications of the left party's, already discussed by Michels (1982) in the oligarchy tendency's of this kind of party, passing by the process of de electoral trade-off, pointed out by Przeworski (1995), with the fall of the classist tendency and the increase of the universalist tendency. This change can be view in the analisis of the resolutions of the nacional meeting's of the PT in the years of 1989, 1994, 1998 and 2001 and the images of the TV electoral campaign in 2002. Those images presents the union of some aspects of the change lives by the PT, like the modification in its politics speech and the politics marketing strategies.

KEY WORDS: *catch-all* party, mass party, Worker's Party (PT) and politics marketing.

INTRODUÇÃO

Esta dissertação trata dos partidos de esquerda que passam pelo processo de expansão eleitoral e, nas normas da democracia representativa, modificam-se objetivando o alcance do poder. A sociologia política tem reservado crescentes espaços ao tema, desde os primeiros estudos sobre os partidos social-democratas europeus, no início do séc. XX, até a intensificação das pesquisas após a segunda guerra mundial, observando a ascensão dos partidos socialistas em diferentes países. Uma das referências teóricas mais influentes nesse campo firmou-se com a tipologia de Duverger que, embora se refira aos partidos políticos em geral, mostra-se também operacional para investigar partidos de esquerda, socialistas ou de orientação explicitamente operária.

Para contribuir com as reflexões sobre as mudanças nos partidos de esquerda, teremos por objeto a experiência de crescimento e modificações vividas pelo Partido dos Trabalhadores (PT) no Brasil, desde sua formação em 1979 até a campanha eleitoral vitoriosa para a Presidência da República em 2002.

Na realização desta proposta buscaremos apoio nas formulações teóricas cujas hipóteses enfatizam a natureza dessas mudanças e das suas implicações na estruturação do sistema partidário e nos empreendimentos de democratização nos diferentes países. Entre outras fontes essenciais, as indicações clássicas sobre a oligarquização das organizações partidárias, feitas por Michels, e sobre os partidos de massas, de Duverger, são tomadas para compor o primeiro plano das referências teóricas aqui adotadas. A estas premissas serão acrescidos elementos de modelos mais recentes, estruturados para designar novos tipos e

situações partidárias, possíveis de complementar um quadro teórico que ilumine a compreensão do objeto e dos problemas que nos motivam. Temos em mente as discussões sobre os partidos *catch-all*, de Kirchheimer, e dos partidos de origem classista que, vistos por Przeworski, tenderam a discursos universalistas como parte dos *trade-offs* por que passaram em suas experiências de crescimento eleitoral. Essa caracterização das mudanças nos partidos abrangem os debates sobre a crise de representação política, que analisada em seus efeitos, por diferentes ângulos e linhas de interpretação, ressaltou o enfraquecimento das identidades político-partidárias, que procuraremos especificar em confluência com a crise identitária do PT.

A construção metodológica da pesquisa observa primeiramente a delimitação de diferentes momentos na vida dos partidos políticos, conforme os autores acima procederam na caracterização de seus respectivos objetos. Com variações de perspectivas e na extensão de suas análises, os caminhos seguidos em geral registram três fases nas transformações dos partidos. Michels atinge sua famosa “tendência de oligarquização” como etapa final e inevitável dos partidos, que sucede os momentos de formação e de desenvolvimento.

Tal abordagem cronológica reitera a crítica de Weber sobre a burocratização das organizações modernas, que marca os primeiros passos dessa linha e permanece na base de importantes estudos contemporâneos. O peso histórico e teórico de Michels, neste aspecto, amplia-se quando não se perde vista que sua teoria foi gerada em polêmicas com os intelectuais dos partidos socialistas do início do século XX, particularmente Gramsci, cuja matriz para compreensão dessas organizações também vale-se do recurso metodológico da periodização¹.

¹ Esta semelhança é percebida através da leitura de Cerroni (1979, P. 16/17), que destaca no modelo de Gramsci para estudo dos partidos revolucionários três fases distintas: a fase “pré-política” ou de “agregação corporativa”; a fase intra-uterina, em que o partido “supera os interesses econômico-corporativos e começa a avançar para sobre o horizonte político geral da convivência estatal”; e a terceira fase, denominada “fase política extra-uterina”, atingida quando o partido dispõe-se a disputas hegemônicas e para tanto passa a orientar seu discurso e estratégia de ação “para o conjunto da sociedade e não mais para apenas em relação aos membros de sua classe”.

A linha de argumentação seguida nas páginas adiante, concentra-se nas mudanças do PT de um partido de massas em um partido *catch-all*. Partindo da conceituação de Duverger (1979), o partido de massas possui fortes bases ideológicas, formado pelas classes médias e trabalhadoras na busca de maior participação política para estas camadas sociais, enquanto o partido *catch-all*, segundo Kirchheimer (apud CARVALHO, 1998), busca atingir diferentes segmentos do eleitorado a fim de alcançar a esfera governamental. A abordagem de Przeworski sugere semelhante distinção para auxiliar a percepção das diferenças substantivas a que estão sujeitos os partidos socialistas, que alteram a exclusividade dos conteúdos classistas em seus discursos originais para orientações universalistas, quando evoluem para, de fato, disputar o poder político através das eleições (Przeworski, 1995).

Um passo metodológico complementar foi a identificação e caracterização de elementos da propaganda profissionalizada nos discursos partidários do PT, em diferentes momentos, dado que, conforme visto acima, as transformações nos partidos de esquerda acabam por se expressar e tornarem-se visíveis no plano da comunicação política com o eleitorado e o restante do sistema político. Se antes de meados do século XX esses discursos eram transmitidos ao grande público por documentos e deliberações dos encontros partidários, a partir de então os meios de comunicação de massa, como a televisão, passam a ser os veículos principais. Estes novos instrumentos de transmissão da informação exigem linguagens e técnicas próprias de controle e trabalho com as imagens e com a palavra, que compõem os domínios do *marketing* político e eleitoral. Nas sociedades de massas, complexas e entrecortadas pela pluralidade das experiências individuais, a produção de sentidos políticos dá-se cada vez mais através dos componentes simbólicos, o que culmina por condicionar a eficácia das mensagens partidárias e a própria lógica da competição política ao campo da linguagem e dos significados.

O PT utiliza os veículos de comunicação de massa nos processos eleitorais que disputou, mas o fez, sobretudo, na programação eleitoral televisiva do PT divulgada no horário eleitoral gratuito de 2002. Para essa análise foram utilizadas as técnicas de análise semióticas, a partir de sua composição por signos icônicos, simbólicos e indiciáticos, através dos quais examinaremos os programas de propaganda eleitoral de Lula em 2002.

Também foram tomados como fontes importantes da pesquisa documentos partidários (resoluções, manifestos), para instrumentar a análise de discurso, buscando revelar a trajetória das mudanças ocorridas no PT. Um breve exercício de contextualização (hermenêutica) auxilia na qualificação pretendida pelas leituras dos documentos, permitindo concluir sobre as conjunturas políticas de cada inflexão partidária pesquisada.

O trabalho está organizado em três capítulos. O primeiro capítulo aborda teoricamente o tema da mudança partidária associando a teoria da lei de bronze da oligarquia, de Michels, o conceito de *trade-off*, de Przeworski, os conceitos de partido político, a partir de Weber e Sartori e a tipologia partidária de Duverger. Também são referidos no capítulo os debates sobre crise de representação política e as controvérsias sobre os efeitos do *marketing* político nas campanhas eleitorais.

O segundo capítulo dedica-se a reconstituir a trajetória política do PT através da leitura contextualizada de alguns dos documentos partidários principais, como o Manifesto, o Estatuto e o Programa de fundação do partido, de 1980; o discurso de Lula na 1º Convenção Nacional, de 1981; as resoluções do 6º Encontro Nacional, de 1989, do 9º Encontro Nacional, de 1994, do Encontro Nacional Extraordinário, de 1998, e do 12º Encontro Nacional, de 2001. A escolha destes documentos obedeceu a dois motivos: os quatro primeiros, por retratarem o momento da fundação do partido. Os demais pela proximidade de cada um destes encontros com as eleições presidenciais dos anos de 1989, 1994, 1998 e 2002.

No terceiro e último capítulo são analisadas as mudanças no discurso do PT e de Lula, com os decorrentes reflexos nas estratégias de busca da identificação eleitoral a partir da imagem e de *marketing* político, considerando aspectos textuais, imagéticos e discursivos analisados comparativamente aos documentos partidários e objetivando a percepção da modificação partidária do PT.

CAPÍTULO 1

O PROCESSO DE MUDANÇA DO PARTIDO DOS TRABALHADORES: UMA ABORDAGEM TEÓRICA

Em fevereiro de 2004 têm início as primeiras denúncias que caracterizam a chamada crise política do governo Lula e do Partido dos Trabalhadores (PT). O subchefe de assuntos parlamentares da Presidência da República, Waldomiro Diniz envolve-se em negociações para obter favorecimento em concorrências e receber dinheiro de forma ilegal para contribuições de campanhas eleitorais. O caso mostra o envolvimento de integrantes do governo federal com o jogo clandestino, fragilizando a imagem do ministro da Casa Civil. É instaurada, então, a CPI dos Bingos, para investigar o jogo clandestino e a participação de deputados e membros do governo no recebimento de propina (ENTENDA A CPI, 2005).

Em junho de 2005 a denúncia de que o petista Hugo Werle (gerente do IBAMA do Mato Grosso) está envolvido no esquema de liberação do corte ilegal de madeira em troca de propina, e ainda de que madeireiros do Pará recebem autorização para derrubar árvores em troca do financiamento de campanhas eleitorais agravam ainda mais a situação.

Como estopim da crise surge a denúncia do deputado Roberto Jefferson (PTB - RJ) que, em junho de 2005 acusa deputados federais do PP e do PL de receberem do tesoureiro do PT, Delúbio Soares, 30 mil reais para votar em projetos do interesse do Executivo. Segundo o deputado Roberto Jefferson, o dinheiro do "mensalão" vinha de estatais e empresas privadas e chegava a Brasília "em malas" para ser distribuído em uma

ação comandada pelo tesoureiro do PT, com a ajuda de "operadores", como o publicitário Marcos Valério Fernandes de Souza e o líder do PP na Câmara, José Janene. O publicitário Marcos Valério também avaliza, juntamente com Delúbio Soares e José Genuíno, o então presidente do PT, um empréstimo para o partido no Banco BMG, no valor 2,4 milhões de reais em 2003 e chega a pagar algumas parcelas, em atraso, de cerca de 350 mil reais. O ministro José Dirceu também é acusado de saber sobre o “mensalão” e de estar envolvido, o que implica sua renúncia da Casa Civil (VEJA, 2005).

Em julho do mesmo ano é descoberto o escândalo que envolve o assessor parlamentar do deputado José Nobre Guimarães (líder do PT na Assembléia Legislativa do Ceará e irmão de José Genuíno), José Adalberto da Silva, que carrega uma mala com 200 mil reais e mais 100 mil dólares escondidos na cueca, o que culmina na renúncia de José Genuíno da presidência do PT. Nesse mesmo mês, a CPI dos Correios acusa 15 deputados petistas de sacarem dinheiro das contas do empresário Marcos Valério no Banco Rural e que o ex-secretário geral do PT, Silvio Pereira, recebe de presente um carro Land Rover no valor aproximado de 73 mil reais de uma empresa que tem negócios com o governo, denúncias que fazem com que Silvio Pereira se desfilie do partido (ENTENDA A LIGAÇÃO, 2005).

Em agosto, o publicitário Duda Mendonça (responsável pela campanha eleitoral do PT vitoriosa em 2002) afirma que recebeu 10,5 milhões de reais pela campanha. Dinheiro proveniente de um caixa dois do partido e que foi enviado para uma conta ilegal no exterior. Logo em seguida, em setembro do mesmo ano, o presidente da Câmara dos Deputados, Severino Cavalcante, vê-se pressionado a renunciar motivado por acusações de que recebe um “mensalinho” do dono de um restaurante com sede no prédio da Câmara. A acusação que recai sob o presidente da casa é a cobrança de uma propina mensal de 10 mil reais para manter a concessão do restaurante (ENTENDA A CPI, 2005).

Este cenário de denúncias, escândalos, instalação de CPI's e cassação de mandatos (cujo primeiro alvo foi o ex-deputado Roberto Jefferson) caracteriza a maior crise política vivida pelo PT nos últimos 25 anos.

1.1) PARTIDO POLÍTICO: CONCEITO E TIPOLOGIA.

Para o entendimento da tipologia partidária usada neste texto, cabe, primeiramente, uma reflexão do conceito de partidos políticos. Weber (2003, p. 51) os qualifica como:

[...] um número relativamente pequeno de homens interessados pela vida política, isto é, para participar do poder, escolhe adeptos, apresenta-se ou apresenta seus protegidos como candidatos a cargos eletivos, reúne os recursos financeiros exigidos e põe-se à rua à procura de votos. .

Para Sartori (1982, p. 85), “um partido é qualquer grupo político identificado por um rótulo oficial que apresente em eleições, e seja capaz de colocar através de eleições, candidatos a cargos públicos”. Segundo os dois autores, a importância dos partidos políticos na composição da democracia representativa está na coordenação da participação popular, na conferência de inteligibilidade ao processo eleitoral, na ordenação da competição dos grupos pelo poder e na estimulação da negociação política e da construção de consensos.

A partir de uma síntese entre os conceitos de Weber e Sartori, os partidos políticos são definidos como uma reunião de pessoas que partilham de um ideal comum e apóiam-se por uma base que se une a esse grupo por meio da semelhança de suas prioridades.

Para colocar seus ideais em prática e defender seus interesses, tais grupos lançam-se na disputa eleitoral por cargos eletivos.

Na impossibilidade da participação direta no governo, os cidadãos sentem-se representados por um ou outro partido, por um ou outro candidato de determinado partido e os escolhem como seus representantes na esfera governamental. Leitão (1989, p. 72) destaca que os partidos políticos modernos têm como função atuar na formação

[...] da vontade política da sociedade, porquanto são verdadeiros veículos de comunicação entre o Estado e o indivíduo. Além de o fato de os partidos políticos transmitirem informações também transmitem reivindicações apoiadas por pressões. Além de expressarem posturas e comportamentos, os partidos canalizam a opinião pública muitas vezes caótica.

Os partidos políticos se configuram como instituições de representação que expressam reivindicações de diferentes segmentos sociais como um movimento de pressão para a realização de políticas públicas, responsáveis pela implementação do governo representativo e sensível². Eles têm a capacidade de manipular, modelar, representar, canalizar, organizar, expressar, agregar, selecionar, desviar e reformar a vontade pública (SARTORI, 1982). Como refere Carvalho (1998, p. 118), “ele[s] seleciona[m] e apresenta[m] na arena eleitoral, por exemplo, os temas que serão objeto de discussão entre os cidadãos e em torno dos quais a luta política tenderá a efetivar-se”. Dessa forma, os estudos contemporâneos tratam as instituições partidárias enfatizando em sua atuação a articulação de interesses particulares através de ideologias, os modos de projeção da sociedade no Estado e sua função como porta-voz do Estado perante a população.

A tipologia adotada para sustentar a hipótese desta pesquisa define-se a partir da classificação de Duverger – partidos de massas e partidos de quadros – embora existam outras classificações: os partidos reais e partidos pessoais, de Hume, os partidos de

² Para Sartori o governo não pode apenas atuar como representante da vontade popular, mas também apresentar-se sensível a seus apelos e necessidades.

patronagem e os partidos ideológicos, de Weber, os partidos de opinião e os partidos de massas, de Burdeau, os partidos de movimento e os partidos de conservação, de Nawiasky, bem como os partidos de representação individual e os partidos de integração social, de Neuman (LEITÃO, 1989).

Duverger classifica os partidos em dois tipos quanto à forma de atuação e expansão organizacional: os partidos de massas; e os partidos de quadros. O partido de quadros origina-se na aristocracia parlamentar, que precisa se organizar, em vista da organização das classes médias e trabalhadoras. Os partidos de quadros compõem-se de pessoas ilustres, influentes e financeiramente capazes de contribuir com o partido e com as campanhas (DUVERGER, 1979).

Carvalho (1998, p. 109/112) considera que esse tipo de partido não destaca, em sua atuação, “as questões programáticas e ideológicas”, e sua ação visa à conquista de cargos governamentais eletivos. Ou seja,

[...] o partido de quadros caracteriza-se também por apresentar uma estrutura organizacional flexível, na qual os níveis hierárquicos encontravam-se pouco vinculados, e a influência da direção do partido sobre os órgãos locais e sobre o comportamento dos parlamentares era reduzida.

Já os partidos de massas são conceituados como partidos, cujo programa partidário, dá destaque a perspectiva ideológica. Formam-se nas classes médias e trabalhadoras, em virtude de sua necessidade de participar ativamente das ações políticas. Para Duverger (1979, p. 29), “os partidos de quadros correspondem aos partidos de comitê, descentralizados e fracamente articulados; os partidos de massas correspondem aos partidos alicerçados nas seções, mais centralizados e mais fortemente articulados”.

O PT surge, originalmente, como um partido de massas, mas sofre modificações a partir das experiências eleitorais, governamentais e parlamentares e do crescimento dos meios

de comunicação na esfera política. É por esse motivo que as mudanças sofridas pelo PT passam a caracterizá-lo como um partido *catch-all*, porque os partidos *catch-all* tentam atingir todos os grupos de eleitores possíveis, a fim de alcançar a vitória eleitoral, como explica Kirchheimer (apud CARVALHO, 1998, p. 115):

Seus traços principais são: um comportamento maximizador de ganhos eleitorais; uma atuação político-eleitoral de conteúdo abrangente; uma orientação direcionada para a ocupação de postos de governo; uma heterogeneidade social crescente de seus filiados; e uma diminuição de uma identidade política coletiva entre seus membros – a qual tinha sido proporcionada pelos partidos de massa aos seus integrantes.

Dois autores sugerem modelos para interpretar as modificações experimentadas por partidos socialistas de esquerda, assim como pelo PT: Michels, com sua teoria sobre a Lei de Bronze da Oligarquia, e Przeworski, em sua abordagem sobre o *trade-off*. É neste processo de alterações do PT de um partido de massas para um partido *catch-all* que se concentra a linha de argumentação deste estudo.

1.2) A LEI DE BRONZE DA OLIGARQUIA E O *TRADE-OFF*

Segundo Michels (1982), os partidos socialistas³ começam a se estruturar nas primeiras décadas do século XX. Esses partidos possuem grande necessidade de organização, de disciplina e de militância forte para ganhar a estima e a consideração dos partidos burgueses. Os partidos socialistas têm sua conduta e seus líderes voltados para a reivindicação dos direitos dos operários. Os trabalhadores participam da administração do partido, mas essa realidade se torna possível apenas em uma escala reduzida. A partir do crescimento numérico e dos progressos eleitorais, os partidos socialistas se modificam. Não atendem mais à diversidade das demandas apenas com atuações reivindicatórias isoladas, mas com a interação de suas atividades na arena política. Michels (1982, p. 54) considera que tais partidos passam a ter “um objetivo parlamentar. Sua atividade evolui sobre o terreno eleitoral e legalitário, seu fim imediato consiste na aquisição de uma influência parlamentar e seu fim último que chamamos a ‘conquista dos poderes públicos’”.

A partir do momento em que o chefe partidário e o partido socialistas entram no cenário parlamentar, ainda segundo Michels, eles estão sujeitos às mesmas tendências oligarquizantes dos partidos tradicionais. O partido socialista adere aos poucos ao jogo do processo democrático, com os objetivos de atingir o poder e ampliar a luta por seus princípios, mas recebe ao mesmo tempo os efeitos da oligarquização interna.

O desvio dos partidos socialistas de sua conduta original no sentido do fortalecimento de uma tendência oligarquizante é denominada por Michels a “lei de bronze da oligarquia”. Os sindicatos defendem o interesse dos proletários e se firmam, para isso, no socialismo. Mas eles necessitam, além da função econômica das associações, de um braço político. Para atingir o Estado democrático formam os partidos socialistas. Em sua busca por objetivos políticos institucionais, como as eleições, torna-se imprescindível a ampliação de

³ Michels dedica esse estudo ao caso particular do partido socialista alemão, mas estende seus resultados a outros partidos operários e direcionados à esquerda. Por isso o modelo de Michels compõe a abordagem metodológica desta pesquisa e na análise da mudança do PT.

seus membros, eleitores e líderes. Os líderes organizam o partido, a fim de dar a ele credibilidade e legitimidade. Quando esses mesmos líderes passam a se manter nos espaços de controle da estrutura partidária, obstruindo os movimentos de renovação, o partido cria um mecanismo interno de oligarquização, que segundo Michels (1982, p. 243) institui a lei de bronze da oligarquia.

A partir do momento em que atingem um certo grau de desenvolvimento e de poder, [os partidos socialistas] começam a se transformar pouco a pouco, adotando o espírito e muitas vezes também as formas da aristocracia que elas tinham amargamente combatido no passado. Mas contra a traição se dirigem, incessantemente, novos acusadores que, após uma era de combates gloriosos e de poder sem honra, terminam por misturar-se à velha classe dominante, cedendo o lugar a oponentes novos que, por sua vez, os atacam em nome da democracia.

O PT vem passando, ao longo dos seus 25 anos, por um caminho semelhante ao observado por Michels no início do século XX. Nessa trajetória ocorre o controle do comando partidário pelos mesmos líderes, que são sempre reconduzidos ou revezam-se nos cargos da comissão executiva, assim como fica evidente uma forte tendência de disciplinarização e oligarquização internas. O partido inicia sua caminhada política de uma forma, e para atingir seus objetivos político-eleitorais sofre diversas transformações no decorrer do tempo, o que permite que seja analisado a partir da lei de Michels.

Outro autor que examina as mudanças nos partidos de esquerda, tendo em vista as respostas emitidas diante dos processos organizacionais e ideológicos que demarcam o contexto das disputas eleitorais, é Przeworski. Para esse autor os grupos sociais unem os sujeitos individuais a partir da horizontalidade dos sentimentos que os levam a se organizarem enquanto classe. Os partidos políticos expressam esses grupos, embora não reflitam a estrutura da sociedade dividida em classes e, sim, forjem a identidade coletiva da classe. Os partidos de esquerda, que surgem na Europa a partir do século XX, apresentam-se

como as primeiras organizações político-representativas a se importarem com o apoio de classe no processo de formação e desenvolvimento das instituições eleitorais.

Segundo Przeworski, trata-se de partidos que apresentam uma diferenciação direta em relação aos demais partidos quanto à importância do suporte classista no processo eleitoral. Em geral são agremiações com maior tendência classista que os partidos tradicionais. Eles investem em seu fundamento de suporte e, originalmente, não buscam a aprovação de outras camadas da sociedade.

Os demais partidos caracterizam-se preferencialmente por orientar sua atuação segundo uma tendência universalista, mediante a qual perseguem uma sustentação cada vez mais genérica e universal, em busca da vitória nas urnas, independentemente de definirem sua sustentação, ou não, a partir dessa estratégia. O discurso universalista não particulariza as pessoas a partir de sua condição de classe. Como estratégia, seus elementos desconsideram a divisão social em classes.

Ainda segundo o autor, os partidos de esquerda equilibram propostas de governo, apoio eleitoral e ideologia partidária, de modo a aumentar as possibilidades da vitória eleitoral. Trata-se de uma transformação que promova o crescimento da universalização sem a perda de apoio das bases classistas originais. A quantidade de votos perdidos dos operários não pode superar os votos ganhos dos não-operários: o *trade-off*. Esses partidos tendem a perder votos ao adotar a estratégia universalista, porque, ao angariarem votos de outras classes, eles não reivindicam mais os interesses operários, mas os interesses que a classe têm em comum com outras classes. Para ganhar as eleições não podem manter-se totalmente fiéis à classe fundamental, mas também não podem deixar sua origem totalmente.

O PT vive uma seqüência de transformações que confirmam o seu *trade-off*. Na década de 1980 o PT define seu discurso ressaltando os ideais de defesa dos trabalhadores, mas a partir dos anos de 1990 (após a derrota eleitoral para a Presidência da República em

1989) dá início a um processo de mudanças no discurso, nos documentos oficiais, nas campanhas eleitorais, na imagem do partido e de seus candidatos e em seus principais símbolos.

Nessa busca de universalização, o PT acaba adotando outras referências ideológicas, outras estratégias de campanha eleitoral e outras posturas políticas. Modificando sua vocação original de partido de massas, converte -se no tipo *catch-all*. Aproxima-se assim, das tecnologias da comunicação e das técnicas de *marketing* político e eleitoral utilizados por este tipo de partido.

1.3) SUBORDINAÇÃO AO *MARKETING* POLÍTICO

Ao combinarem os procedimentos matiza-se o *trade-off* e o *catch-all*, os partidos de esquerda utilizam-se das novas tecnologias de informação, das estratégias de controle de imagens, dos veículos de comunicação de massa e das técnicas de *marketing* político. O *marketing* faz parte da esfera midiática, comercial e publicitária e desde o início do século XX integra a esfera política. Essa união se inicia com a propaganda dos regimes totalitários, e nos regimes democráticos torna-se um instrumento essencial para qualquer campanha eleitoral.⁴ (FIGUEIREDO, 1994).

⁴ O general Eisenhower torna-se o primeiro candidato a usar os serviços de uma agência de propaganda e publicidade na disputa eleitoral de 1952, nos Estados Unidos. A partir de 1956 o *marketing* ganha sua feição mais moderna e profissional, por causa de um maior período de prática e da difusão das campanhas eleitorais na televisão. Na Inglaterra a utilização de suas técnicas ocorre pela primeira vez em 1959 e na França em 1965.

No Brasil, a utilização do *marketing* pessoal e governamental vem ocorrendo desde os governos de Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek e no período da ditadura militar de 1964. Segundo Rego (1985, p. 14), nos processos eleitorais até este período, vêem-se

[...] conflitos de interesses, das pressões sociais, da quantidade de candidatos, da segmentação de mercado, das exigências de novos grupamentos de eleitores, do fortalecimento dos grupos de pressão, da competição desmesurada, da decadência da sociedade coronelista do país, da urbanização, da industrialização, dos novos valores ditados pela indústria cultural e do crescimento vegetativo da população.

Figueiredo (1994, p. 10) conceitua o *marketing* político como:

[...] um conjunto de técnicas e procedimentos que tem como objetivo adequar um(a) candidato(a) ao seu eleitorado potencial, procurando fazê-lo, num primeiro momento, conhecido do maior número de eleitores possível e, em seguida, mostrando-o diferente de seus adversários, obviamente melhor do que eles .

Rego, de certa maneira, centra sua análise nos procedimentos de construção de uma campanha eleitoral e de utilização das técnicas de *marketing* político por profissionais e candidatos. Vale dizer, o autor (1985, p. 14) conceitua o *marketing* político como “o esforço planejado para se cultivar a atenção, o interesse e a preferência de um mercado de eleitores, é o caminho indicado e seguro para o sucesso de quem deseja entrar na política”.

Duas perspectivas marcam as análises do *marketing* político e das técnicas de persuasão eleitoral e controle imagético. A primeira desenvolve a idéia de que as estratégias de *marketing* político, os meios de comunicação de massa e o trabalho com as imagens inseridas na propaganda política mostram aos eleitores imagens modificadas e reelaboradas do candidato e de seu partido. A interferência dos meios de comunicação no processo político deixa o sistema representativo vulnerável e fragiliza a ligação entre eleitor e candidato, que

passa a se processar as identificações cada vez mais através de imagens e menos nos conteúdos de discursos e compromissos programático-ideológicos.

A segunda linha pressupõe que, embora o *marketing* político trabalhe com técnicas de controle e modificação da imagem, alguns fatores limitam a sua ação, como a legislação eleitoral e o meio ambiente político-eleitoral do candidato, seu passado político e sua história de vida. Podem-se trabalhar imagens de um partido e de um candidato, mas não construí-las a partir de uma realidade inexistente ou fictícia. Portanto, percebe-se o *marketing* político como um instrumento eficiente na disputa eleitoral, mas não o único e decisivo elemento responsável pela vitória de um candidato. A vitória eleitoral de um candidato e de seu partido dependem de diversos fatores e entre eles está a organização da propaganda eleitoral em técnicas eficientes.

Podemos agrupar na primeira perspectiva, as indicações teóricas de Schwartzberg (1978) e Balandier (1982). Schwartzberg condena o envolvimento da política e do universo da imagem e da *mídia*. A política, para o autor, transforma-se em um cenário e os políticos tornam-se atores que representam papéis. Os eleitores perdem seu caráter de cidadãos políticos e ganham ares de telespectadores passivos. A imagem torna-se cada vez mais importante e fundamental para a definição do controle do poder no processo político. A política passa a ser um teatro de ilusões, e os políticos apresentam-se como estrelas solitárias que reinam nesse processo. As eleições transformam-se em uma grande farsa e os representantes deixam de representar os eleitores para tornarem-se seus ídolos personificados em figuras que atraem todos os olhares. Conforme o próprio Schwartzberg (1978, p. 202): “Desenvolve-se desta maneira a política da imagem, que hoje substitui a política do programa ou a política do partido. O perfil suplanta o programa e as imagens substituem a ideologia”.

Em um sentido próximo, Balandier vê a televisão como um meio capaz de enviar uma mensagem através da arte da construção imagética. Ela (a imagem) invade o cotidiano de

cada um com uma velocidade assustadoramente maior do que a da palavra. O poder está a cada momento mais íntimo da imagem e também mais próximo de dominá-la totalmente. Imagens estas que possuem o poder de criar o efeito de realidade naquilo que é imaginário. Balandier (1982, p. 23) considera que a mídia fabrica uma opinião pública particular, resultado da espetacularização da política.

Melhores equipados para produzir imagens, os governantes se encontram, entretanto, na situação paradoxal de ver essa capacidade enfraquecer-se por seu próprio uso. Eles têm que aprender a dominar uma nova tecnologia do simbólico e do imaginário, uma nova forma de dramaturgia da política.

A partir daí combinam as bases de Schwartzemberg e Balandier e as estende no sentido de buscar precisão a lógica da decisão do voto ante o potencial da mídia de viabilizar as operações do campo simbólico em contextos eleitorais. Novaro (1995), em sua análise da crise de representação sustenta que a interferência da esfera midiática na política tem efeitos perversos devido à instantaneidade do processo, à independência do atores sociais e políticos e à simbolização das campanhas eleitorais. Apoiado em Sennet e em Ferry (1992 apud Novaro, 1995, p. 87), conclui que “o império da manipulação mediática se identifica (...) com o desaparecimento do cidadão, das identidades e do eclipse do políticos”.

Em um mundo cercado pela interferência da mídia nos processos eleitorais, a escolha eleitoral ocorre de maneira diferenciada, segundo Silveira (2000, p. 127), de sorte que as modalidades de decisão e de identificação e julgamento político modificam-se

... a partir da expansão da mídia eletrônica, da propaganda publicitária, do *marketing* político e das modificações políticas que conduziram à desestruturação das lealdades anteriormente existentes e ao crescimento da volatilidade eleitoral.

Nessa perspectiva, ainda segundo Silveira (2000, p. 127) o eleitor escolhe candidatos capazes de “transmitir nas suas ações, nos seus gestos, imagens que possam ser acolhidas em seu quadro de referências valorativo e simbólico e reconhecidas como autênticas, através de consulta a sua sensibilidade e sentimentos internos”. Toma-se a decisão do voto de maneira individual e aparentemente autônoma. Como esse eleitor se fixa em imagens para a tomada de sua decisão, sua relação de identificação com o candidato se torna mais frágil e tênue. Esse novo eleitor é infiel, instável, volátil e independente. Portanto, qualquer outro candidato que venha a se encaixar em seu perfil preestabelecido de candidato ideal pode tomar o lugar do candidato antes preferido. Trata-se de um eleitor politicamente disponível.

O mesmo autor destaca a força e a importância das imagens e de sua construção neste novo processo eleitoral, pois elas funcionam como meios para que o eleitor defina o seu voto: o eleitor forma uma imagem de político desejável e por meio das imagens vinculadas nas campanhas eleitorais compõe um juízo sobre cada candidato e sobre qual deles está melhor adaptado ao seu modelo. As eleições tornam-se um jogo artístico em que são valorizados a sinceridade, a inteligência, a ousadia, o senso de justiça, a capacidade de diálogo, a segurança, a firmeza e a tranquilidade, como características principais do candidato. Silveira (2000, p. 130) salienta que

... as imagens formadas emocionalmente não são desfeitas por meios lógicos e racionais. O eleitor não se deixa convencer por argumentos lógicos, por provas e demonstrações lógicas, contrários às imagens cristalizadas no seu quadro de referência valorativa e simbólica, porque, quando consulta a sua sensibilidade, esses argumentos parecem falsos.

Integrando a segunda abordagem estão as noções de Bourdieu (1997), Castells (1999), Figueiredo (1994) e Venturi (2003). Para Bourdieu o campo político possui uma autonomia própria capaz de assegurar a distância entre a pressão das paixões e as formas

institucionais da democracia. Mas, por outro lado, a mídia e a televisão podem atuar como força que diminui essa distância, ou seja, a interferência do campo jornalístico no campo político pode enfraquecer a autonomia do último. O principal veículo de transmissão de imagens é a televisão e Bourdieu alerta para os riscos da transformação desse instrumento da produção cultural, que pode servir à democracia direta, em um instrumento de opressão simbólica (BOURDIEU, 1997, p. 92). O campo político, para Bourdieu é um espaço de lutas se realizando como poder simbólico e que é *performático* e afasta os que dele participam dos que não participam (*os profanos*) através do que ele designa como *conluio originário* (BOURDIEU, 2000)⁵.

Para se estruturar as críticas sobre a interferência dos meios de comunicação de massa na política, deve-se entender - como o faz Manuel Castells (1999, p. 368) reiterando os termos de Bourdieu - que os meios de comunicação convertem-se em um campo de disputa pelo poder, que envolve a política, já que “as informações políticas são capturadas essencialmente no espaço da mídia”. Segundo o autor (1999, p. 374) os meios de comunicação de massa não são o quarto poder, mas o instrumento através do qual se repassam e se transmitem as informações políticas para a sociedade.

Entretanto, o ponto crítico é que, sem a presença ativa da mídia, as propostas políticas ou os candidatos não têm qualquer chance de obter uma ampla base de apoio. A mídia não se aplica a todas as formas de fazer política, mas todas as formas de política têm necessariamente de passar pela mídia para influenciar o processo decisório. Deste modo a política está essencialmente inserida, em termos de substância, organização, processo e liderança, na lógica inerente do sistema dos veículos de comunicação, especificamente na nova mídia eletrônica.

Nos processos eleitorais essa interferência se dá diretamente através do *marketing* político, que na prática reúne os modos e os instrumentos técnicos para dar forma e linguagem específicas às intencionalidades dos atores políticos. Figueiredo (1994, p. 21) alerta para o

⁵ Ver especialmente o capítulo sobre o campo da representação política.

fato de que trabalhar na campanha de um candidato não compete, de início, elegê-lo a qualquer custo, mas aproveitar as demandas do eleitorado no sentido de valorizar as qualidades positivas do candidato e suas propostas, centrando-as nas expectativas e necessidades do eleitor.

Fazer *marketing* político é, portanto, entender o que os eleitores querem em um determinado momento e posicionar seu candidato de acordo com os anseios, as expectativas e as frustrações da população. É preciso fazer isso sem parecer artificial, sem forçar a barra.

Críticos do *marketing* político denunciam que os desejos e necessidades da população, expressos no período eleitoral, pelas pesquisas de opinião, são usados de forma a construir os discursos e as imagens veiculadas nas campanhas eleitorais. Discussão que alavanca o dilema político-legal sobre a proibição da divulgação das pesquisas de opinião, afinal, por que as pesquisas de opinião não devem ser divulgadas? Para responder a essa questão, Venturi (2003) destaca a hipótese do voto útil: se o candidato que o eleitor escolhe não tem chances de vencer o pleito eleitoral, ele escolhe o provável vencedor para votar. Quando o eleitor não tem um candidato escolhido, ele tende a votar no mais citado nas pesquisas, teoria do voto no cavalo vencedor. Segundo esses argumentos, a divulgação das pesquisas de opinião e seu uso pelos estrategistas das campanhas eleitorais prejudicam a democracia, pois influenciam de maneira direta e errônea o voto do eleitor.

Venturi discorda dessa abordagem, pois a influência das pesquisas de opinião no voto é mínima. Ele destaca que, segundo pesquisa Datafolha realizada em março de 1994, o eleitorado – sobretudo o de baixa renda – desconfia da credibilidade das pesquisas. E segundo esta mesma pesquisa, existem outros tipos de voto: o voto inútil ou voto no cavalo perdedor, em que o eleitor dá o voto ao candidato “lanterna” por pena, por protesto ou para não votar em branco.

Se os partidos e candidatos dispõem dessas informações para montarem suas estratégias de campanha, prossegue Venturi, os eleitores também possuem o direito de acessá-las. Só com a divulgação das pesquisas o eleitor pode conhecer e refletir sobre a escolha dos outros eleitores, além da submissão delas a análises e críticas de especialistas, que podem trazer uma nova opinião e um novo debate aos eleitores. As discussões e os debates que surgem da divulgação das pesquisas geram dinamismo e maior participação política dos cidadãos, além das informações transmitidas pela imprensa e o horário eleitoral, que influenciam na escolha do eleitor (VENTURI, 2003).

Novaro (1995, p. 87), na mesma análise referida acima, destaca que

... a 'democracia audiovisual' não traz nenhuma consequência grave; antes, a entrada do político no audiovisual enriquece sua discursividade (Verón, 1992), tornando-a, junto às sondagens e outras técnicas de expressão, mais transparente e visível, mais exposta aos acontecimentos e mais atenta à opinião pública (Wolton, 1992). Sustentam inclusive que ela é a condição de possibilidade da democracia numa sociedade de massa (Vattino, 1990).

A relação entre a linha de argumentação proposta por esta pesquisa e o *marketing* político e eleitoral está em que o PT surge no período da redemocratização do país no fim de um regime autoritário e repressor como um partido de massas, em contexto de desenvolvimento dos meios de comunicação e complexificação da sociedade, que vão incidir nas novas formas de fazer política. Durante sua trajetória política, o PT transforma-se em um partido *catch-all*. Como o objetivo de partidos com esse perfil está na busca do máximo possível de votos, eles precisam utilizar técnicas de persuasão eleitoral e discursos que sejam capazes de atingir simultaneamente públicos múltiplos e diferenciados quanto às trajetórias sócio-culturais e às motivações políticas potenciais. Nesse aspecto, os meios de comunicação possuem um papel decisivo para o transporte de informações variadas a um público diversificado.

O crescimento dos meios de comunicação de massa e o surgimento do horário eleitoral gratuito garantem o acesso dos partidos políticos e candidatos a tais veículos de comunicação, ampliando o alcance das informações transmitidas durante a programação eleitoral. A dimensão das campanhas eleitorais aumenta, graças ao crescimento da transmissão de informações em nível nacional, pelos programas divulgados no rádio e na televisão.

A influência do *marketing* político, das técnicas de controle das imagens e a transformação do PT de um partido de massas para um partido do tipo *catch-all* podem ser percebidas ao longo de sua trajetória política, especialmente nos programas da campanha eleitoral de 2002 transmitidos no horário gratuito de televisão. Nessa campanha eleitoral o partido sofisticou a abordagem dos temas econômicos, tratando as alianças eleitorais de maneira diferenciada, debateu a reforma agrária sob outra perspectiva, aliou seus símbolos históricos aos ícones nacionais, para modificar, definitivamente, sua imagem e também a imagem de Lula.

Reportagens a respeito salientam que desde 1980 Lula aparece “... de camiseta, suado, de cabelos desgrelhados e dentes ‘desalinhados’. Também escorregava nas regras gramaticais (...) só aceitava os partidos com tradição de esquerda, que sempre defendeu” (MARINHEIRO, 2005, p. 1). A partir de 2002 a imagem se modifica: “... no lugar da camiseta, ternos Armani; os cabelos e a barba estão sempre aparados; o canino esquerdo foi aumentado para alinhar o sorriso (...) Evita os ‘pra mim fazer’ e cuida da conjugação dos verbos” (MARINHEIRO, 2005, p.1).

A mudança do PT de um partido de massas para um partido *catch-all*, sua conseqüente oligarquização e universalização, a constante utilização do *marketing* político em suas disputas eleitorais e a crise política de 2005 são vistos por alguns analistas como crise

identitária do partido. Vejamos como essa discussão se insere nos debates sobre a crise de representação política.

1.4) CRISE DE REPRESENTAÇÃO E CRISE IDENTITÁRIA DO PT

Ao longo da história, a representação política está em constante processo de mudança, às vezes conflituoso, às vezes pacífico, no qual instituições representativas são alteradas em suas formas, seu sistema e nas relações entre representantes e representados. A democracia ateniense torna-se a primeira experiência de representação direta, em que os habitantes da pólis, considerados cidadãos – homens, maiores de 21 anos e com renda específica – podem participar das decisões administrativas da cidade e das questões que envolvem as suas relações exteriores (MAFFRE, 1989).

Na maioria dos sistemas de governo das monarquias absolutas na Europa, ao final da Idade Média e início da Idade Moderna a representação política continuava derivada de uma ordem teocrática, a partir da qual o direito de governar emergia de origens divinas. O governante se intitula mandatário do povo, mas não recebe do mesmo essa autoridade, no contexto de uma legalização definida de cima para baixo. Após as revoluções modernas a necessidade de sentir seus interesses representados, suas idéias defendidas e suas reivindicações atendidas motiva a luta pela representação política através do voto e da escolha de representantes que participem das esferas do poder.

Em uma das elaborações que se tornaram referencia para a análise política contemporânea, Pitkin (1979, p. 11) considera a representação política como “algo pelo qual

valia a pena lutar, um dos ‘Direitos Universais do Homem’. Essa idéia consolida-se com a Revolução Americana e com a Revolução Francesa. Neste período algumas instituições representativas reformam-se e outras são introduzidas onde não existiam. A luta pela representação política passa a significar a luta pela democracia⁶.

Segundo Pitkin (1979, p. 16) nas democracias partidárias do século XX o povo escolhe seus representantes por meio do processo eleitoral, não participando diretamente da tomada de decisões, pois “o governo representativo é considerado o melhor substituto da democracia direta”. Para Leitão (1989, p. 26) a representação política pode ser definida como a

... delegação de poderes conferidos pelo povo, por meio de votos, a certas pessoas, a fim de que exerçam em nome dela as funções próprias dos órgãos eletivos da administração pública. É a relação existente entre o cidadão e o governante, na qual a ação do governante está de acordo com a vontade do cidadão. O governo representativo será, portanto, aquele que utiliza técnicas para assegurar a concordância entre as decisões governamentais e a vontade dos governados, destacando-se entre estas técnicas a eleição das autoridades.

A democracia representativa não pode ser entendida como uma resposta histórica às impossibilidades geradas pela democracia direta, isso porque a trajetória do conceito de democracia não é linear (DANTAS, 2006). No debate atual sobre democracia representativa, Macpherson destaca a importância do modelo de democracia de equilíbrio. Nesse modelo – surgido no início do século XX - o cidadão tem o papel de escolher os políticos que tomam as decisões por ele e a democracia não tem um fim moral, funciona apenas como método de governo. A capacidade de o cidadão trocar o governo diferencia esse tipo de democracia apática e sem participação da tirania e do autoritarismo (MACPHERSON, 1978).⁷

⁶ Dantas (2006) conceitua a democracia como o governo da maioria que tem como princípio básico a proteção dos direitos individuais e das minorias. Entre os direitos humanos fundamentais que qualquer governo democrático deve proteger, estão a liberdade de expressão, a liberdade de religião e de crença, o julgamento justo e a igual proteção legal e liberdade de organizar, denunciar, discordar e participar plenamente na vida pública da sua sociedade.

⁷ Macpherson também apresenta outros dois modelos democráticos. O modelo de democracia liberal foi a principal corrente democrática das nações ocidentais durante a Idade Moderna. Este aceitava a divisão da sociedade em classes, pois partia da sociedade capitalista de mercado, composta por um conjunto de indivíduos com interesses conflitantes, pelas leis da economia clássica e pela idéia de homem como maximizador de

Cada um dos processos de mudança e transição das formas de participação política e também da representação política caracterizam crises de representação política. No processo político brasileiro atual o descrédito da população em relação às instituições representativas exemplifica a crise (CAMPILONGO, 1988). A identificação ideológico-partidária entre eleitores e partidos políticos se enfraquece e a diferenciação dos eleitores sobre partidos de esquerda, direita e centro perde relevância formando momentos e situações em que a orientação do voto desloca-se de critérios ligados à identificação partidária.

Na perda da capacidade dos partidos de promoverem a representação entre cidadãos e Estado configura-se a crise de representação política. Novaro ressalta (1995, p.82) que

a dependência ou independência dos deputados em relação aos partidos, o respeito ou não aos programas, a articulação de interesses agregados e demais questões que vinham sendo discutidas deviam ser lidas à luz de um processo global, pelo qual os partidos não eram já o que costumavam ser (Panebianco, 1990), não controlavam os vínculos de representação, nem compunham a unidade da sociedade (Marramao, 1990).

O autor ainda destaca (1995, p. 81) que o controle dos representantes pelos partidos não é mais suficiente para superar a crise, atribuída à “complicada relação de mandato entre eleitores, partidos e eleitos”, mas ocorre o surgimento de um novo mediador mediatizado, é a videopolítica inserida na democracia audiovisual (NOVARO, 1995).

Este contexto de democracia audiovisual pode também remeter ao modelo de Bourdieu (2000), aqui já referido. Bourdieu vê o panorama político como processo de mudança das formas de representação política. A política possui um campo próprio e autônomo, com regras do jogo particularizadas, cujos integrantes do campo devem possuir um utilidades. Nos últimos anos do século XX o modelo de democracia de equilíbrio é repensado em muitos países. Prosseguindo com Macpherson, a nova organização social moderna e a nova cultura política democrática exigem uma maior cultura da participação. Desde então vêm surgindo indícios de mudança para outro modelo de democracia representativa, a democracia participativa. Isso vem ocorrendo devido ao crescimento dos movimentos comunitários e ONGs e da maior participação da classe trabalhadora no mundo do trabalho, da produção e da tomada de decisões.

habitus político especial e um *corpus* de saberes específicos, estabelecendo um *conluio originário* entre os participantes do campo político. Para aderir ao jogo e desfrutar de seus benefícios materiais e simbólicos deve-se firmar um contrato implícito, respeitar e aderir a regras. Radicalizando esta linha – em um processo de quase naturalizar a autonomização na linguagem do campo político – Latour (2004, p. 17) enfatiza que “a crise de representação não tem nada a ver com a repentina perda da qualidade dos políticos ou dos sábios: ela emerge quando queremos impor o jugo da transferência de informação a práticas que visam a outros fins”. Segundo o autor as críticas sobre a política são errôneas, pois tomam por reto, rápido e organizado, algo que é enrolado, indireto, tortuoso e não retilíneo. Quando é feito um julgamento reto do que é tortuoso o resultado é crítico, já que se julga um aspecto inexistente do objeto e que por isso não pode ser colocado em debate.

Inserida neste contexto - de crise de representação política ou alteração do quadro representativo - está o processo de modificação do PT de um partido de massas para um partido *catch-all*, como notabilizado por César (2000, p. 20), para quem “...hoje os partidos classistas têm sido substituídos pelos partidos ônibus ou agarra-tudo, tipo *catch-all*”.

Poderia-se entender este processo como uma crise interna do partido, por causa do envolvimento de membros do governo Lula em denúncias de corrupção e em esquemas ilegais e porque envolve um partido que se afirmou pelo discurso de defesa dos interesses dos trabalhadores e das máximas de ética e moral na política. Singer destaca que, nos primeiros anos após a formação do partido, o PT possuía escassos recursos para as campanhas eleitorais, porém uma vasta e atuante militância. Já na década de 1990 o partido pode angariar mais recursos financeiros com o Fundo Partidário e as contribuições das empresas, ao mesmo tempo em que crescia o seu eleitorado e diminuía a dependência dos militantes. Neste caminho, segundo Singer (2006, p. 1), que traz à tona a “lei de Michels”, as

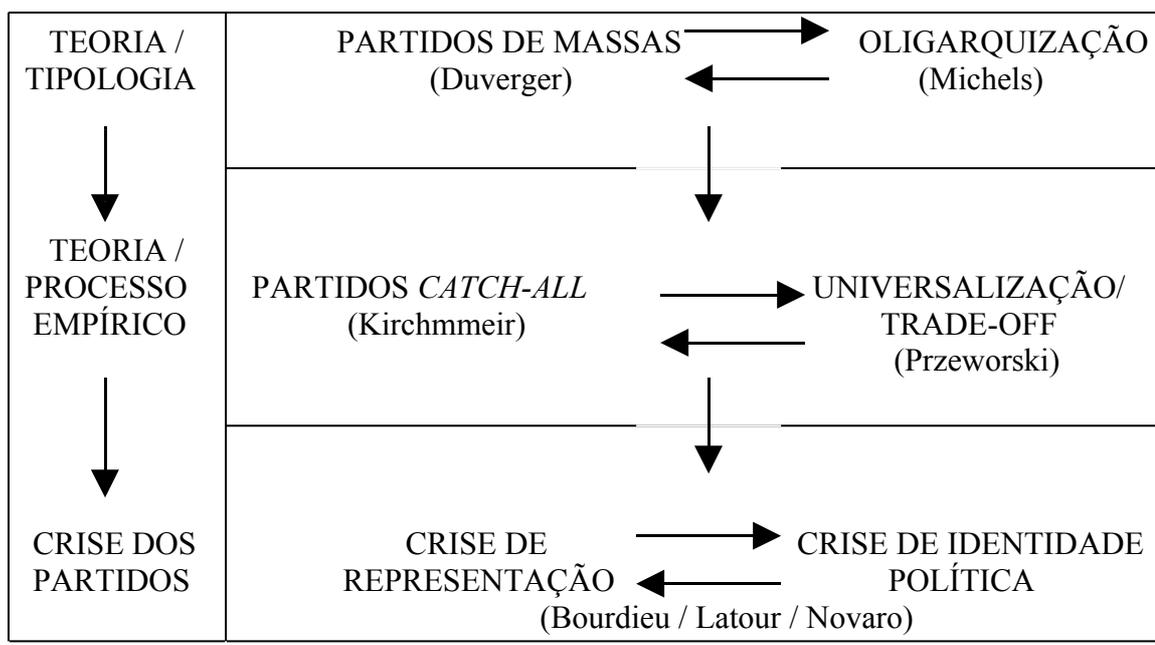
direções do partido se profissionalizaram e se burocratizaram, abrindo caminho para a ocorrência da crise.

Houve uma degeneração na condução do partido e que ele tem de examinar as causas que a provocaram, para corrigir seu rumo (ou seja,) o partido tem de reexaminar a forma como vem disputando e exercendo o poder. O grande desafio com que se defronta agora o PT é encontrar um novo rumo, em que a opção pela ética e a renúncia à fatura de dinheiro possam ser combinadas com a disputa, em pé de igualdade com os outros partidos, de eleições em todos os níveis.

É nesse novo quadro que a modificação partidária do PT mostra a sua nova face. O partido se engaja nas transações tradicionais da política brasileira, ao deixar de ser um partido opositor e se transformar em governo. Para alguns integrantes do partido e estudiosos da política brasileira, a crise de 2005 foi o reflexo do processo de crescimento do PT e não uma crise de identidade partidária, já que, segundo Arrighi – em entrevista a Lobato (2005, p. 1) – “todos os sistemas políticos são basicamente corruptos. O que eles conseguem realizar e alcançar é o que interessa. Eu, pessoalmente, sou contra todo tipo de corrupção, inclusive a intelectual. Gostaria de saber quem não seria corrupto em política”.

Ricardo Berzoini, presidente nacional do PT, em entrevista à revista *Teoria e Debate* (PEREIRA, 2006, p. 1), sinaliza a transmutação identitária do PT, que apresenta um crescimento ao incorporar em sua conduta partidária hábitos da política tradicional brasileira, apesar desse comportamento ter trazido grandes riscos ao partido. Ao atingir a esfera governamental, o partido cria “mecanismos de sustentação dessa atividade política, que no geral são bons mecanismos, mas às vezes não são tão bons assim”.

Sintetizando os elementos de reflexão teórica sobre mudanças nos partidos políticos, é possível chegar a uma visualização gráfica que articula conceitos e procedimentos necessários ao argumento da pesquisa, na seguinte forma:



As setas duplas verticais indicam relação de implicação entre os dois conteúdos, enquanto as setas horizontais transmitem a idéia de correlação e confluência.

As modificações no PT podem ser vistas em dois tipos de documentos selecionados para esta pesquisa: as imagens da campanha eleitoral do PT em 2002 e os documentos e resoluções essenciais de Encontros do partido. Mas antes da análise detalhada dessas imagens, torna-se imprescindível à análise da trajetória histórica do partido e de alguns documentos essenciais na percepção dessas mudanças.

CAPÍTULO 2:

A TRAJETÓRIA DO PARTIDO DOS TRABALHADORES

As medidas liberalizantes, a concessão da anistia, o restabelecimento, em parte, da liberdade de imprensa e a reforma partidária são alguns pontos que marcam o Governo Figueiredo (1979–1985). Diversos setores da sociedade se mobilizam politicamente, durante este período, estimuladas pelo processo de ‘abertura’. O país vive um intenso crescimento urbano e industrial, que ocasiona grandes transformações sócio-políticas. Meneguello (1989, p.25) enfatiza que dessas mudanças surgem novas lideranças ligadas aos setores industriais de ponta, o novo sindicalismo. Pressionado pela população “o regime reformulou o sistema partidário na clara intenção de cindir as forças oposicionistas e garantir a repressão das classes trabalhadoras”.

No contexto do final da ditadura militar e das greves do ABCD paulista os novos sindicalistas atuam juntamente com outros movimentos sociais na fundação do Partido dos Trabalhadores. Segundo Kinzo (1993), o PT surge no final da década 1970 com uma proposta programática na defesa da luta pela liberdade de organização partidária, por eleições livres e diretas em todos os níveis, pelo direito de votar e ser votado para analfabetos, cabos, soldados e marinheiros; da luta contra toda discriminação racial, econômica, social e política; contra a discriminação das mulheres; pela defesa do patrimônio cultural dos negros, dos índios e das minorias; pelo reconhecimento do direito de demarcação de terras indígenas, de sua propriedade coletiva e autodeterminação e defesa dos interesses dos trabalhadores em geral. Esta proposta se efetiva no momento em que o poder político representa demandas populares

fundadas nas organizações de base, para que se efetive o poder de decisão dos trabalhadores sobre a economia e demais níveis.

A autora avalia que contribuem para a fundação e constituição do PT sindicalistas, setores da Igreja Católica vinculados às Comunidades Eclesiais de Base, intelectuais da esquerda brasileira, o movimento estudantil, partidos e organização de tendência comunista ou trotskista, lideranças populares e da sociedade civil e parlamentares de esquerda. Dentre os grupos simpatizantes ao partido estão metalúrgicos, petroleiros, bancários, professores, artistas, jornalistas, funcionários públicos e donas-de-casa, na busca por melhores condições de vida, salário, trabalho, educação, moradia, transportes e saúde.

Para intelectuais e membros atuantes do partido, como Pomar (1988), o PT surge como um partido operário que rompe com os esquemas tradicionais deste tipo de partido no Brasil: não é um partido que se declara marxista ou leninista, não é composto por quadros, não possui trajetória histórica e não é clandestino. O PT é um partido de massas, democrático e socialista. E Pomar (1988, p.2) assim avalia esse partido, diante de suas características:

A ênfase exagerada no caráter de massas pode desfibrar o partido, tornando-o um aglomerado de pessoas com pouca ou nenhuma unidade de ação. O acento exclusivo no caráter democrático, sem incorporar a esse princípio a subordinação da minoria às decisões da maioria, pode transformar o PT numa organização frouxa e inativa. E a ânsia em definir desde já o caminho do socialismo, desligando essas definições do desenvolvimento da luta de classes concreta enfrentada pelas grandes massas trabalhadoras, pode nos conduzir a uma irremediável separação entre as direções e as bases e entre o partido e as massas.

Oliveira (1986) declara que no período de formação do partido, início da década de 1980, o PT tem dificuldades em se definir como socialista. Isso ocorre porque o partido não quer se ligar às experiências socialistas e repressoras já realizadas e também não deseja

possuir uma definição teórico-filosófica restrita. Aspecto que Singer (2001) destaca como a oscilação do PT entre a compatibilização da liberdade e do socialismo.

O PT se estrutura assumindo muito mais o papel de movimento social reivindicatório do que de partido político. Segundo Meneguello (1989), esse partido tem sua origem externa ao parlamento, organização interna intensa, forte articulação estrutural, centralização nacional, rigorosos requisitos para a filiação partidária, doutrinário articulado e relação específica entre as lideranças de partidos e seus parlamentares, o que é explicado do seguinte modo (1989, p. 36):

O PT é um partido de origem externa, extraparlamentar, de caráter societário; apresenta uma proposta definida de inserção da classe trabalhadora no sistema político; sua estrutura interna fundamenta-se em núcleos de base, órgãos básicos de trabalho e integração partidária; seu funcionamento interno define-se pela intensa articulação entre os órgãos estabelecidos de forma hierárquica. Quanto à participação, o PT define-se, em certo sentido, pela idéia 'integralista' de partido: visa uma profunda integração com seus membros através de atividades políticas e tarefas de organização permanentes, fora dos períodos eleitorais (reuniões, debates, festas, contribuições financeiras periódicas, edição de boletins e jornal etc.). Finalmente, quanto à ação política, o PT confere bem menos importância à atividade eleitoral e parlamentar do que os demais partidos, priorizando os laços com os movimentos sociais.

Diante das diferentes visões sobre a formação ideológica do partido pode-se formar uma síntese que define o PT como partido de massas, "partido-movimento" (DULCI, 1996), democrático, de esquerda e com proposta ideológica socialista, mas não um partido socialista ligado à tradicional vanguarda dos partidos de esquerda.

Um dos idealizadores e fundadores do partido é o líder sindical metalúrgico Luís Inácio Lula da Silva. Lula nasce Luís Inácio da Silva, no dia 27 de outubro de 1945 na cidade de Guaranhuns, em Pernambuco. Filho de agricultores pobres do sertão nordestino, Aristides Inácio da Silva e Eurídice Ferreira de Mello. O pai vai para São Paulo, no mesmo ano do nascimento de Lula, na tentativa de conseguir uma vida melhor para a família. Em 1952, sua

mãe decide ir para São Paulo com seus seis irmãos em uma viagem de treze dias em um pau de arara.

Paraná (1996) destaca a vinda de Lula e sua família para a cidade de Santos e, logo com sete anos, ele começa a trabalhar como vendedor de amendoim, laranja e tapioca. Em 1956, com 11 anos, Lula inicia o trabalho, já na cidade de São Paulo, de auxiliar de tinturaria, engraxate e telefonista. Em 1960, Lula, com 15 anos, principia seu curso de torneiro mecânico no Senai, enquanto trabalha em uma fábrica de parafusos. Quando profissionalizou-se, em 1963, começa a trabalhar em uma empresa metalúrgica em São Bernardo do Campo. Alguns anos depois casa-se com Maria de Lourdes, mas a esposa e o filho que ela espera morrem em decorrência de uma hepatite.

Lula torna-se membro do sindicato e em 1969, membro da diretoria do Sindicato dos Trabalhadores das Indústrias Metalúrgicas e de Material Elétrico de São Bernardo do Campo e Diadema. Em 1972 elege-se novamente diretor do sindicato. Em 1975 chega a presidente, fundando o chamado novo sindicalismo ou sindicalismo autêntico. Meneguello (1989) salienta esse novo movimento sindical em sua diferenciação do antigo, porque antes de 1964 o movimento sindical defende a participação do Estado nas transformações da sociedade no contexto do nacional-desenvolvimentismo que marcou os anos 1950. O novo sindicalismo da década de 1970 defende a democratização do sistema político, a autonomia e liberdades sindicais, o direito de greve e mudanças na legislação trabalhista.

Em 1978, Lula reelege-se à presidência do sindicato e lidera a primeira greve dos metalúrgicos do ABCD paulista, movimento que se arrasta por todo aquele ano, reunindo mais de 150 mil trabalhadores. A abertura política do governo Geisel, o crescimento econômico, que deixou grande ônus para os aspectos sociais, a anistia e a liberdade de imprensa no Governo Figueiredo e o fortalecimento dos movimentos sociais urbanos e de

setores do moderno operariado industrial intensificam ainda mais a luta pela participação política.

Em 1979, Lula lidera mais uma greve, desta vez uma greve unificada de toda a categoria. Começam neste ano as primeiras discussões sobre a criação de um partido político dos trabalhadores. A forma adotada, pelos membros do movimento sindical, foi estruturar uma organização partidária para permitir lutar por suas reivindicações sociais e de outros movimentos, para posteriormente colocá-las em prática em um governo. Em outubro de 1979 surge o Partido dos Trabalhadores.

Desta data até o ano de 2006, são 27 anos de trajetória partidária. Nesta caminhada a mudança do PT de um partido de massas para um partido do tipo *catch-all* vai sendo estruturada, podendo ser observada através de alguns documentos partidários. Dentre eles encontra-se o Manifesto de Fundação, o Estatuto e o Programa do Partido, lançados em 1980, ano no qual, como ressalta Meneguello (1989, p.27), as eleições são adiadas para 1982 “na intenção de desgastar a imagem dos pequenos partidos frente à opinião pública”.

No Manifesto de Fundação ficam claros alguns aspectos fundamentais da configuração ideológica do partido. O PT nasce como um partido de explorados que defende os setores menos valorizados da sociedade. O Brasil está inserido em um cenário de luta de classes, em que a burguesia exploradora tornou-se a classe dominante, e como proprietária dos meios de produção explora e expropria os trabalhadores, classe dominada.

Neste documento (1980, p.1) o partido defende uma democracia exercida diretamente pelas massas trabalhadoras, o que acarreta a constituição de um governo socialista: “O PT nasce da decisão dos explorados de lutar contra um sistema econômico e político que não pode resolver os seus problemas, pois só existe para beneficiar uma minoria de privilegiados”. Segundo César (2002) neste documento o partido apresenta conceitos

amplos e pouco especificados, já com o intuito de aumentar a representatividade dos trabalhadores, proposta almejada pelo PT.

Como partido de massa, com origem externa ao parlamento e de extração popular, o PT nega-se a admitir a tendência burocratizante das suas formas de organização. A criação do PT se dá com o objetivo de disputar eleições e enviar trabalhadores ao Congresso, em Brasília, mas ameniza-se essa idéia aumentando a importância dos movimentos sociais na esfera política, como veículo da conquista do sufrágio e dos direitos dos trabalhadores, como aparece no Manifesto de Fundação (1980, p.2):

O PT quer atuar não apenas nos momentos das eleições, mas principalmente, no dia-a-dia de todos os trabalhadores [...] neste sentido proclama que sua participação em eleições e suas atividades parlamentares se subordinarão ao objetivo de organizar as massas exploradas e suas lutas.

Przeworski (1995) aborda este tema destacando que, já nas primeiras experiências em países europeus os partidos de esquerda temiam valorizar os postos representativos para que não ocorresse à perda dos ideais dos trabalhadores. Em abril de 1980 o sindicato dos metalúrgicos lidera uma greve de 41 dias no estado de São Paulo, paralisando 270 mil assalariados. Em junho de 1980 aprova-se o Estatuto e Programa do PT (TRAJETÓRIAS, 2005).

Em seu Estatuto o PT esclarece sua disposição hierárquica. Define os filiados como pessoas identificadas com o estatuto e o programa do partido, conscientes de seu papel de doutrinação e defesa dos ideais partidários, participando das tomadas de decisão e das receitas da instituição.

Relaciona, também, sua formalização em todos os níveis organizacionais: as convenções municipais, regionais e nacionais nos aspectos deliberativos, os diretórios

distritais, municipais, regionais e nacionais na direção e ação partidária, as bancadas municipais, estaduais e federais na ação parlamentar, as comissões executivas distritais, municipais, regionais e nacionais na execução das ações e o conselho de ética, o conselho fiscal e as secretarias municipais, regionais e nacionais na cooperação com o restante da estrutura partidária.

Vê-se neste documento duas aproximações com a teoria de Michels (1982). A organização interna do PT, proposta em seu estatuto faz parte dos requisitos necessários para a fundação do partido, exigidos pela Lei Orgânica dos Partidos Políticos. Mas estas medidas também podem ser vistas como, primeiramente, o processo de estruturação e disciplinarização dos partidos socialistas, que são necessárias pra que estes alcancem a estima e a consideração dos partidos burgueses e das massas. Em segundo lugar, mostra o esforço dos fundadores em evitar as tendências de oligarquização, através da importância dada pelo partido aos núcleos de base. Essas instâncias mostram-se como uma das questões mais interessantes e diferenciadoras do PT, devido à valorização que conferem às formas democráticas de participação política. A partir desse documento (1980, p.9) a composição destes núcleos se dá por “filiados de um mesmo domicílio eleitoral [que podem se organizar] por local de moradia, por categoria profissional, por local de trabalho ou por movimentos sociais”. A perspectiva de funcionamento destes núcleos concentra-se na aproximação dos filiados de acordo com suas semelhanças, agregando-os de maneira mais firme e permanente, para que possam preparar reivindicações, pedidos, denúncias, manifestações e votações, levadas ao diretório mais próximo.

Segundo Meneguello (1989, p. 101), o partido instituiu ainda outros mecanismos de participação interna como os internúcleos, “órgão [s] de caráter consultivo [que] representa[m] as decisões dos núcleos de base [...] com o objetivo de promover a articulação das bases partidárias”, os conselhos consultivos de representantes de núcleos, que têm por

função “canalizar as demandas das bases para as instâncias superiores e viabilizar um maior grau de informação entre os vários órgãos”, e os boletins, questionários, informativos e textos internos.

No Programa do PT (1980, p. 3) estão dispostos aspectos importantes da situação brasileira, como o combate à crescente internacionalização da economia e ao pagamento da dívida externa, a viabilização de uma reforma agrária ampla, maciça e sob o controle dos trabalhadores e a luta pela terra para quem nela trabalha ou quem dela foi expulso, assim como o apoio às lutas dos assalariados rurais, a defesa da renda mínima justa para os pequenos produtores e a expropriação imediata de toda terra disponível e improdutiva:

O PT defenderá uma política agrária que objetive o fim da atual estrutura fundiária. Combaterá também o fim da expropriação das terras improdutivas pelas grandes empresas nacionais e estrangeiras e incrementará a luta pela nacionalização da terra.

As medidas defendidas pelo Programa do partido deixam clara sua postura de ampliação, também presente no manifesto de lançamento (CÉSAR, 2002). Já no discurso de abertura da primeira Convenção Nacional do PT, em 1981, Lula descreve as preocupações, os posicionamentos ideológicos e as intenções práticas do partido em um momento político de reestruturação da democracia, da criação recente de novos partidos e dos debates sobre os caminhos para as primeiras eleições diretas para os cargos de prefeitos de capitais e cidades consideradas ares de segurança nacional e governador após o AI - 2. Essas eleições aconteceriam junto às eleições para vereador, deputado federal e estadual e senador.

Cabe reiterar que, nos primeiros momentos de sua estruturação, as propostas do PT não se esgotam na melhoria das condições de vida e de trabalho do operário explorado pelo capitalista, mas em alterar a relação entre capital e trabalho de forma radical. Lula, em seu

discurso (1981, p. 3), defende a criação de uma sociedade justa e sem explorados, a sociedade socialista, pretende a emancipação dos trabalhadores, feita pelos próprios trabalhadores:

Não queremos apenas melhorar as condições do trabalhador explorado pelo capitalista. Queremos mudar a relação capital e trabalho. Queremos que os trabalhadores sejam donos dos meios de produção e dos frutos de seu trabalho. E isso só se consegue com a política. O Partido é a ferramenta que nos permitirá atuar e transformar o poder neste país.

No discurso de Lula são apresentados posicionamentos em defesa reforma agrária radical, necessária e urgente. Estão em destaque neste documento (1981, p. 4) a divisão igualitária das terras produtivas é percebida como a cura para males como o desemprego, a urbanização desenfreada, a miséria e o êxodo rural: “O PT apóia e apoiará sempre a luta pela reforma agrária, pelo direito à terra para quem nela trabalha, pelos melhores preços dos produtos dos agricultores com a eliminação dos atravessadores ou intermediários”.

Neste discurso (1981, p. 6) o partido enfatiza apoio aos movimentos feministas, contra a discriminação dos negros, de apoio às minorias indígenas marginalizadas e contra o preconceito a homossexuais: “Somos pelo direito de as minorias se organizarem e defenderem o seu espaço em nossa sociedade”. Também é abordada a força e a viabilização dos núcleos de base e do orçamento participativo nos governos petistas, como forma de chamar a sociedade à participação democrática.

O documento (1981, p. 5) também declara o PT como um partido de massas que não valoriza as eleições em primeiro lugar e que, segundo sua perspectiva, não apenas falará em nome da classe trabalhadora, como irá permitir seu acesso ao poder:

Reconhecemos a autonomia do movimento popular frente ao Estado e aos partidos políticos. Por isso, não admitimos que o movimento popular seja reflexo ou extensão de nossa atividade

partidária, não queremos tutelá-lo. Ao contrário, é o nosso partido que deve exprimir os anseios do movimento popular, consolidando-os politicamente.

Persiste no discurso (1981, p. 5) a condenação da economia privatizante e exploradora e o diagnóstico de que “... a economia atual rege-se pelas flutuações do mercado e não pelas necessidades da nação. Esse modelo capitalista é essencialmente perverso e não cremos que ele possa ser remediado”. É reafirmado, constantemente (1981, p. 7) a capacidade do partido em estabelecer um governo forte e viável, assim como sua capacidade representativa da classe trabalhadora, expressa no crescimento do partido e de seus núcleos de base por todo o país:

Surgimos da classe trabalhadora neste país. E se não representássemos uma significativa parcela do nosso povo, não teríamos o notável crescimento que estamos tendo, a ponto de superar nossa capacidade de organizar os núcleos, que se multiplicam em todas as partes a cada dia.

Em 1982 realizam-se as eleições para prefeito e vereador, coincidindo com as escolhas de deputado federal, deputado estadual, senador e governadores. A temática de grande parte dos partidos que disputam estas eleições é a rejeição ao passado político da ditadura militar e a exaltação à formação de um Estado democrático. Meneguello (1989) não diferencia a campanha eleitoral do PT. Nela tem enfoque o lugar do passado repressor e a inovação política do partido, a reação ao voto útil e a força da identidade partidária nascidas dos movimentos sociais e das lutas de trabalhadores.

Criam-se expectativas positivas dentro do PT, devido à sua proposta política inovadora e ao seu programa identificado com os anseios populares. Mas o desempenho do partido fica abaixo do esperado. O PT elege em todo o país não mais que oito deputados federais, nove deputados estaduais, cento e dezoito vereadores e dois prefeitos (TRAJETÓRIAS, 2005).

Em agosto de 1983 ocorre a fundação da Central Única dos Trabalhadores (CUT) com o apoio do PT, que pretende unificar as lutas dos trabalhadores, formando um novo sindicalismo, autônomo e independente do governo. A crise econômica se aprofunda e mergulha o Brasil na inflação e na recessão. Crescem os partidos de oposição, fortalecem-se os sindicatos e as entidades de classe. Em novembro de 1983 o PT promove a organização do primeiro comício pelas Diretas Já, em São Paulo.

Em 1984, o país mobiliza-se na campanha pela eleição direta para a Presidência da República, as “Diretas Já”. O movimento tem como resultado a proposição da emenda constitucional Dante de Oliveira, que determina eleições diretas para a Presidência da

República, mas a mesma não é aprovada no Congresso Nacional. Parte dos setores conservadores, organizações de esquerda e dissidentes da ditadura negociam uma solução com o regime militar para a crise institucional e de legitimidade que se instala a partir da expressiva mobilização popular que pedia o voto direto a presidente. As lideranças do PMDB, que mantêm hegemonia do movimento “Diretas Já”, aliam-se aos dissidentes do PDS (partido do governo) formando a Aliança Democrática, para lançar Tancredo Neves e José Sarney à presidente e vice, nas eleições prevista 15 de janeiro de 1985, no sob voto indireto. O PT se posiciona contrariamente à chapa Tancredo-Sarney e à eleição “indireta”, por acreditar que esta medida é uma traição aos ideais do movimento das Diretas Já (TRAJETÓRIAS, 2005).

Após a vitória da Aliança Democrática, Tancredo Neves inicia-se, em 1985, a chamada ‘Nova República’, período iniciado com o Governo Sarney. No início de seu governo são convocadas eleições para o Congresso Constituinte, para realizar-se em 1986, junto com as eleições dos governadores estaduais. A Comissão Executiva de 1984 é alterada em 1985 com os mesmos componentes, excluído apenas Luiz Eduardo Greenhalgh.

As eleições de 1986 têm um resultado importante para o PT, pois Lula obteve uma vitória decisiva como o deputado constituinte mais votado do país com 651.763 votos e o partido expande suas bancadas na Câmara dos Deputados e no Senado, além de crescer expressivamente na maioria das assembleias legislativas estaduais.

Após as eleições de 1982, a campanha das Diretas Já e as eleições de 1985 e 1986 o PT amplia as discussões sobre sua definição ideológica. César considera que é em 1987, no 5º Encontro Nacional do PT, que o partido define-se, explicitamente como socialista. Esse Encontro marca discussões internas no próprio partido. Francisco Weffort sustenta que o PT é um partido de massas e também um partido de lutas em sua definição ideológica, mas não possui a necessidade de se definir quanto ao sentido teórico e filosófico. Ou seja, o PT não se encerra na teoria marxista, (leninista ou trotskista), já que o partido não nasceu de alguma

definição teórica exclusiva, e sim, de ações práticas diferenciadas que reúnem militantes de diferentes concepções, comprometidas com os direitos dos trabalhadores.

Já Tarso Genro considera a necessidade de o partido definir uma teoria, que oriente sua ação junto aos movimentos sociais e perante o conjunto da política brasileira e da América Latina. O PT deve em sua proposição, aprofundar as definições programáticas, explicitando a viabilização de sua nova perspectiva socialista.

Raul Pont vai além, reafirmando a importância do 5º Encontro⁸ pela definição do PT como um partido socialista, pela melhor caracterização do tipo de partido que o PT pretende ser e pela elaboração de uma estratégia de lutas e pelo socialismo no Brasil. Ainda segundo Pont, o PT define-se como um partido de massas, de vanguarda – quanto à luta pelos desfavorecidos do capitalismo, democrático e pluralista – devido à diversidade dentro da classe operária.

Neste contexto político, iniciam-se os trabalhos para a elaboração da nova constituição brasileira, sob a presidência do deputado Ulysses Guimarães. Promulgada em 5 de outubro de 1988, a nova Constituição, dentre outras definições institucionais, ampliou e fortaleceu a garantia de direitos individuais e das liberdades públicas no país. Fixou a independência entre os Três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário), estabeleceu as eleições diretas para presidente da República, com extensão do voto aos analfabetos.

Na revista Teoria e Debate, que divulga o debate teórico no interior do PT, Abramo (1988, p. 2) argumenta que a constituinte, eleita em 1986, é o instrumento de manutenção das elites que apoiaram a realização das eleições indiretas no Colégio Eleitoral, em 1985 e a constituição não se apresenta como “soberana, democrática, popular e autônoma. Tem de ser controlada e submissa, com poderes emanados do Executivo”. O PT participa da elaboração da constituição inspirado nas deliberações do 5º Encontro, com um projeto

⁸ A referência feita ao 5º Encontro faz-se necessária devido à mudança na definição ideológica do PT e pelo fato destas mesmas concepções serem novamente discutidas e reforçadas no 6º Encontro Nacional, documento analisado nesta pesquisa.

organizado, que prioriza a defesa dos direitos dos trabalhadores e a reforma agrária, tendo como proposta a democratização do serviço público e o acesso das classes trabalhadoras ao poder.

Também em 1988 acontecem eleições municipais no país, nas quais o PT participa aliado com partidos de esquerda (PCB, PCdoB, PSB, PV, PDT e PH). Estas alianças eleitorais marcam o início do crescimento eleitoral do partido, e a diminuição do caráter de partido-movimento, que caracterizou suas origens. Como resultado o PT conquista trinta e seis prefeituras, em doze estados diferentes, incluindo as de cidades importantes como São Paulo, Porto Alegre, Vitória, Santo André, São Bernardo do Campo, Diadema, Campinas, Santos, além de mais mil e sete vereadores (TRAJETÓRIAS, 2005).

No ano de 1989 acontecem as eleições diretas para a Presidência da República, as primeiras desde a instalação da ditadura militar, em 1964. Segundo Sampaio o processo eleitoral se dá em meio a uma grave crise econômica, caracterizada pela diminuição do dinamismo da economia, pelo aumento da inflação, pelo insucesso do Plano Verão, pelo aumento do desemprego e dos problemas sociais. E também em meio a uma crise institucional, na qual os políticos nunca foram tão aviltados pela opinião pública.

Em meados de 1989, no 6º Encontro Nacional do PT, é lançada oficialmente a candidatura Lula, convocando eleitores e filiados a participarem ativamente da campanha eleitoral, cuja multiplicação e reconhecido ativismo, refletem o crescimento institucional do partido nas eleições de 1988, e contribuindo para o desgaste do Governo Sarney (CÉSAR, 2002). Os debates sobre o movimento sindical e sua independência em relação aos partidos políticos e ao governo mantêm-se nas propostas deste encontro. Combate-se duramente o Governo Sarney, em razão dos inúmeros problemas econômicos e sociais que se agravam no país. Neste documento (1989, p. 2) “é visível o fracasso da estratégia política de transição controlada, de passagem da ditadura militar para um governo civil autoritário, comandado pelo falido Governo Sarney”.

A Resolução do 6º Encontro (1989, p. 4) critica e denuncia as demais candidaturas, em discurso influenciado pelo tom político-ideológico adotado pelo partido, “classista” e “socialista” no Encontro de 1987. Brizola é visto como opositorista, tendo

... adocicado, cada vez mais, seu programa. Abandonou explicitamente a tese da reforma agrária, é absolutamente vago em relação ao problema da dívida externa. As convenções que mantém com os militares conduzem à aceitação da tutela das Forças Armadas sobre a sociedade brasileira.

Ulysses Guimarães é criticado por sua participação no partido do Governo Sarney (PMDB) e acusado de dar continuidade às políticas vigentes, caso seja eleito. Neste documento (1989, p. 4), Collor é considerado uma aventura eleitoral, um político com passado duvidoso, com ausência de uma proposta de governo, oscilando “entre a ingovernabilidade e a repressão aos setores populares, para poder aplicar uma política de arrocho salarial”.

A partir de não enxergar, nos demais partidos, alternativas viáveis para expandir a política de alianças e, diante da situação de crise socioeconômica do Brasil, o PT apresenta a candidatura de Lula. Sua proposta centra-se em construir um governo capaz de dar aos trabalhadores acesso ao poder, proporcionar mudanças econômico-sociais radicais e a construção de uma democracia sólida e participativa. Um governo capaz de promover a desprivatização do Estado, acabar com a corrupção e eliminar os privilégios. A reforma agrária continua como tema importante para a solução dos problemas nacionais, juntamente com a defesa dos direitos dos negros, das mulheres e dos grupos indígenas.

Mantém-se o projeto de um governo petista que possa desestabilizar a dominação burguesa, mas a forma de implementação da sociedade socialista sofre modificações, apesar

do partido prosseguir explicitamente na opção pelo socialismo (CÉSAR, 2002). Nesta Resolução (1989, p. 4), o partido passa a não mais propor

... um programa socialista inexecutável e que nos isolaria. [A vitória do PT] não só viabilizaria um governo democrático-popular, mas estaremos forjando as condições políticas e sociais para transformações socialistas no país. Só um governo do PT, com Lula presidente, junto com as forças democráticas e populares, pode terminar com a atual política, dirigida para o pagamento da dívida externa e a manutenção da dominação imperialista sobre o país, abrindo caminho para a resolução, pelos trabalhadores, da crise que atravessa a nação.

O PT apresenta neste documento algumas mudanças no discurso. A primeira de cunho ideológico, quando valoriza mais as alianças eleitorais e dá menos ênfase ao papel dos movimentos sociais. O partido vem diminuindo, aos poucos, sua tendência classista e orientando seu discurso pela importância dos mecanismos eleitorais (PRZEWORSKI, 1995). A segunda modificação reflete-se no uso da palavra revolução. Segundo Singer (2001, p. 31), compreende-se o termo revolução de duas formas. A primeira como a tentativa de derrubar autoridades políticas com o uso da violência e a outra como qualquer mudança fundamental. Tomando as devidas proporções, o PT transita entre estas duas definições quando deslancha sua fase de fortalecimento. A disputa eleitoral de 1989 torna-se um dos momentos em que começa a haver a modificação da primeira forma para a segunda: "... [o PT] evolui da ênfase na ocupação do Estado pelo proletariado para a proposta de uma profunda transformação social, que é denominada, nos documentos internos de 'Revolução Democrática'".

Carreirão (2002) afirma que em 1989 o segundo turno fica bastante dividido por possuir um candidato de esquerda e outro de direita. À esquerda, Lula e o PT são associados à idéia de caos e desordem, apesar da forma de implementação da sociedade socialista já ter sido modificada e "amenizada" no discurso do partido, um processo que vem ocorrendo no nível interno do partido e nas eleições regionais. A insatisfação da população com o Governo Sarney e a valorização de características pessoais de um candidato como Fernando Collor de

Melo, de quem foram destacados a jovialidade, a renovação política, a atitude compromissada com a nação e a honestidade, apresentam-se como variáveis explicativas da decisão do voto do eleitor em 1989⁹. Nestas eleições, os 37,86% de votos recebidos por Lula não são suficientes para superar os 42,75% recebidos por Collor.

Depois da derrota da candidatura de Lula, em um período de tantas expectativas de vitória, surgem as análises sobre a derrota petista. Em algumas correntes internas do PT (Falcão 1990, p. 2) essa conjuntura marca a escolha do povo pela fantasia, na fuga da realidade crítica da vida de cada um. O povo não opta pela veracidade da candidatura Lula, jogando suas esperanças em Collor, “um astro, um ilusionista, um homem cheio de truques – um farsante”. Apesar da derrota, estas eleições tornam-se importantes para o PT, que transforma-se no maior partido de esquerda do país, superando o PDT, a partir do momento em que Lula sai da disputa reconhecido como a liderança mais forte do Brasil, em oposição a Collor.

O arrocho salarial, os planos econômicos desastrosos, o confisco da poupança popular nos bancos e os escândalos de corrupção marcam o Governo Collor. Deputados do PT pedem a montagem de uma CPI para a investigação das denúncias. O resultado desse processo para o partido aparece na forma de sua intensa participação popular na luta pelo *impeachment* do presidente Collor, que renuncia em dezembro de 1992. Segundo Dirceu (1993, p. 3), para o PT, o *impeachment* simboliza duas grandes vitórias políticas:

... a primeira, a cassação constitucional do presidente que coloca em risco o projeto neoliberal que Collor assumiu e levou à prática. A segunda é a ampliação da democracia. Com a participação sem precedentes da sociedade, ainda que de forma restrita, da opinião pública organizada e das entidades nas decisões políticas antes exclusivas das elites dominantes ou do estamento militar.

⁹ Pesquisa realizada pelo Datafolha: principais motivos do voto, em alguns candidatos no 1º turno das eleições presidenciais de 1989, dezembro/1989 (apud CARREIRÃO, 2002).

O resultado das eleições municipais de 1992 são positivas para o PT. O partido elege 53 prefeitos, 38 vices e 1050 vereadores, além de, segundo Dias (1993), estar presente em praticamente todas as disputas do país e ampliar sua rede eleitoral, participando das eleições em 2500 municípios. Em abril de 1993, Lula inicia a “Caravana da Cidadania”, uma caminhada de 30 mil quilômetros pelas regiões mais pobres do país, na qual foram percorridos 350 municípios brasileiros em 26 estados diferentes.

Pela ótica do partido, a partir de Duarte (1993, p. 2), até o início do ano de 1994, o país está em crise: 30 milhões de marginalizados, atraso educacional, defasagem tecnológica, esgotamento do modelo de desenvolvimento neo-liberal, inflação alta, recessão profunda, colapso financeiro do Estado, dívida interna e externa, desorganização do serviço público e falência do sistema político.

Neste mesmo ano o PT organiza seu 9º Encontro Nacional. Destina-se o Encontro (1994, p.1) à discussão da campanha eleitoral, seus rumos, seus problemas e as soluções para os mesmos: “A partir de agora, todas as energias de nosso partido, de cada um dos militantes filiados e simpatizantes devem concentrar-se na eleição de Lula Presidente, de nossos candidatos ao governo e ao Senado, à Câmara e às Assembléias Legislativas”. Neste documento (1994, p. 16) expõem-se técnicas de *marketing* político a serem na campanha eleitoral, como a procura de pontos positivos no candidato Lula para que estes possam neutralizar os pontos negativos “que os adversários, certamente, levantarão”.

Por isso, sua artilharia [dos adversários] visará, precisamente, esse alvo em nossa conduta, inventando, distorcendo, com o objetivo de desfazer essa distinção e nivelar nossa imagem na vala comum dos políticos brasileiros. Mas, desde o primeiro momento, será preciso aplicar vacinas, imunizando a opinião pública contra as mentiras que os adversários inventarão a nosso respeito.

No 9º encontro (1994, p. 11), os núcleos de base transformam-se em comitês de base. O partido convoca filiados e simpatizantes para atuarem em suas localidades de residências nos comitês de base, que funcionam de forma parecida com os núcleos de base, com uma única diferença importante: estavam voltados exclusivamente para a organização da campanha eleitoral: “Os comitês Lula precisam ser semeados ao milhares e milhares, por todos os cantos do país, constituindo-se como poderoso instrumento de organização dessa participação popular e como verdadeira alma de toda a campanha”.

Os movimentos sociais e sindical, anteriormente valorizados pelo discurso do partido, não são mais tratados como suficientes na luta pelo processo de mudança: “Se continuarmos insistindo na luta meramente corporativa, restrita às questões econômicas imediatas, de caráter apenas sindical, não estaremos respondendo por inteiro às necessidades de nossas respectivas categorias” (1994, p. 12).

Críticas são feitas ao partido na campanha de 1989, como por exemplo, a falta de formação acadêmica de Lula, que nesta resolução são rebatidas através da argumentação sobre a sensibilidade do candidato com os problemas do povo e sua vasta aprendizagem na escola da vida.

Defende-se nesta Resolução (1994, p. 13), as alianças partidárias em termos de qualidade e não de quantidade: “A construção do mais amplo leque de alianças partidárias que seja possível em torno do programa de governo transformador constitui também eixo central de nossa estratégia”. Em 1994 o partido determina alianças mais amplas (que incorporem PSDB, PDT e PMDB), mas continua a criticar o apoio do empresariado representado pelo PFL. Aparece, novamente, o crescimento gradual da tendência mais universalista do que

classista. Para chegar ao poder necessita-se ter votos além da classe trabalhadora (PRZEWORSKI, 1995).

O partido propõe a discussão da dívida externa e não mais o combate aberto ao pagamento da mesma. Persiste na resolução do 9º Encontro (1994, p. 2) o combate ao neoliberalismo e às privatizações, modernizações econômicas que sacrificam o povo: “A vitória de Lula e seu governo de reformas democráticas e populares significarão uma derrota profunda do projeto neoliberal e do secular domínio das classes dominantes sobre a política brasileira”.

O posicionamento do PT frente às candidaturas adversárias ocupam parte do discurso do 9º Encontro Nacional de 1994. São feitos elogios à Brizola por sua conduta no passado, embora também sejam apontadas suas remotas possibilidades de vitória, devido aos seus altos índices de rejeição no Rio de Janeiro e no Rio Grande do Sul e ao apoio dado a Collor no processo de *impeachment*. A candidatura de Esperidião Amim é tida como instrumento de preservação partidária do PPR, já que suas chances de vitória também são apresentadas como praticamente nulas. A Resolução critica Quécia por sua associação à corrupção.

Fernando Henrique Cardoso passa a representar, portanto, o único adversário competitivo de Lula nas eleições. Fernando Henrique recebe críticas devido ao seu apoio ao empresariado, aos banqueiros, às relações de proximidade com o capital estrangeiro e à utilização eleitoreira do Plano Real, que, segundo o PT, não passará de mais um plano de controle da inflação sem sucesso à longo prazo.

Apesar da certeza da vitória pelos petistas a estabilidade e a eficácia do Plano Real levam Fernando Henrique Cardoso vencer as eleições no primeiro turno. A população opta

pelo voto econômico, no qual a aprovação da política econômica do governo determina a vitória do ex-ministro da Fazenda.

Nas análises internas do partido, Feuerwerker (1994, p. 4) aponta algumas interpretações para a derrota petista:

Em primeiro lugar, a debilidade das ligações orgânicas do partido e de seus políticos com as classes sociais potencialmente mais interessadas na implantação de um programa de governo como o da Frente Brasil Popular, tais esforços ainda não resultaram nacionalmente em vínculos tão sólidos que sejam capazes de resistir a vendavais como o do real. Outro dado a ser pesado é a fraqueza operacional que o PT e a esquerda demonstraram nas eleições. Em poucas palavras, não se montou uma máquina compatível com a potencialidade eleitoral. A falta de dinheiro, menos que uma desculpa, é mais uma evidência dessa fraqueza. Sobre a tão discutida política de alianças, parece evidente que ela mostrou pouca flexibilidade.

E em segundo lugar pela força do Plano Real: uma articulação político-empresarial com objetivos puramente eleitorais. Ainda segundo Feuerwerker (1994, p. 3) Fernando Henrique organiza seu plano para que atinja o êxito no segundo semestre de 1994:

Aqui, Fernando Henrique Cardoso passa a se apresentar como "o homem que baixou a inflação"; o candidato cujo programa não está apenas no papel, já foi passado à prática; o político que pode realizar um governo de maioria, estável - requisito essencial para a continuidade da luta antiinflacionária; o nome com o preparo intelectual indispensável à condução do país nesse difícil período...

Mesmo assim, Lula cresce a votação em relação ao pleito de 1989, de 17% para 27% dos votos válidos e o PT elege dois governadores (Espírito Santo e Distrito Federal) e quatro senadores (Acre, Distrito Federal, Rio de Janeiro e Sergipe) (SINGER, 2001).

Em 1998 inicia-se o segundo Governo Fernando Henrique, cujo saldo, segundo a oposição petista (Souza 1998, p. 2), são as conseqüências da política neoliberal, que

... abriu exageradamente as fronteiras para as importações, atingiu duramente a indústria nacional, criou dependência com o capital especulativo internacional, elevou os juros internos a patamares sufocantes e causou desastres terríveis ao patrimônio nacional, com a explosão das falências e concordatas na indústria e no comércio e provocou a inadimplência generalizada.

No novo panorama político de 1998, o PT organiza o seu Encontro Nacional Extraordinário. Continuam as críticas ao neoliberalismo e às políticas de privatização, sendo que o PT, entidades populares, partidos de esquerda e setores da sociedade civil se colocam como a grande força de oposição à política de internacionalização da economia brasileira promovida pelo Governo Fernando Henrique Cardoso.

A prioridade dada ao debate sobre a construção da sociedade socialista diminui na Resolução de 1998 (p. 7):

O Programa não se confunde com o programa socialista do PT ou com os dos outros partidos da Frente. Suas reivindicações se inserem em uma transformação de longo prazo e refletem o Brasil e o mundo que queremos, ainda que esses objetivos não sejam alcançados no prazo de um governo. As reformas que o programa propõe, ainda que situadas no marco de uma sociedade capitalista, se chocam com o capitalismo realmente existente no Brasil.

Condena-se neste documento (p. 1) a emenda da reeleição: “A aprovação da emenda da reeleição, no ano passado, reafirmou a força do compromisso histórico conservador que levou Fernando Henrique Cardoso à Presidência, apoiado na mais ampla coalizão das classes dominantes da história republicana”. Fernando Henrique Cardoso é caracterizado como negligenciador dos problemas agrários, do problema da seca no nordeste, da exclusão social, da violência, do desemprego e do sucateamento das universidades.

Como em 1994, nesta resolução (1998, p. 2) foram mantidas e ampliadas as alianças: “O PT deve continuar na experiência de 1989 e 1994, mantendo a frente com o PSB e PCdoB, ampliando-a para o PDT, sem descartar alianças com personalidades do PMDB que se opõem ao neoliberalismo e ao governo Fernando Henrique Cardoso”. A política de alianças partidárias, ampliada nas resoluções do 9º Encontro Nacional, de 1994 e no Encontro Nacional Extraordinário, de 1998, reforça a tendência destacada por Filho, que já em 1995, a atenção do partido era exclusiva para os embates eleitorais.

A indicação do nome de Leonel Brizola para a vice-presidência da República, ao lado de Lula, torna-se o aspecto mais surpreendente da resolução de 1998 (p. 3): “O PDT indicará o nome do ex-governador Leonel Brizola a vice, o que viabiliza e consolida a Frente e será um fator de mobilização de nossos militantes”. O PDT aparece como o partido capaz de consolidar a frente de alianças e mobilizar os militantes e Brizola é colocado no papel de importante liderança para a realização deste projeto. Candidato que já foi chamado de vago e caudilhistas ultrapassado, é aceito como componente não só da política de alianças, mas da cúpula de um possível governo. O fato de Brizola ter aceitado concorrer a vice-presidente na chapa de Lula, confirma o crescimento do PT no campo da oposição.

O programa do partido para a campanha de 1998 fundamenta-se em três eixos principais: o social, o nacional e o democrático, onde tem destaque o papel primordial do programa do orçamento participativo, como sendo uma escola de cidadania que permite a

criação de novos direitos e o fortalecimento da República. Segundo um membro do partido, Gushiken (apud SPINA, 1998), este programa trás de forma clara, que os setores miseráveis da sociedade brasileira passaram, no Governo Lula, por um processo civilizatório, com mais emprego, educação e saúde.

Persiste, neste documento, a crítica a Enéas, tido como um candidato errático e a Ciro Gomes, pela falta de estrutura partidária e nem militância suficientemente fortes. Considera-se competitiva apenas a candidatura de Fernando Henrique Cardoso, que abusa da máquina administrativa, da mídia e das críticas à Lula e ao PT.

No início da campanha eleitoral de 1998, a população está descontente com o desemprego, mas ainda acredita no Plano Real, ou seja, não há a relação entre a piora crescente do país e a política governamental (POMAR, 1998). A população passa a valorizar no momento do voto o desempenho do governo a partir, principalmente, da avaliação do Plano Real¹⁰. A valorização de outros fatores, como os atributos pessoais que um candidato ideal deve ter, seu nível de cultura e seu grau de honestidade e inteligência¹¹, pesam neste momento. Lula, que está ligado, em 1989 e 1994, à idéia de compromisso social e conhecimento dos problemas do povo, passa, em 1998, a representar um ideal de renovação e de relação de amizade com o povo¹². Já Fernando Henrique Cardoso encarna o papel do candidato preparado para enfrentar crises econômicas internacionais.

O resultado do primeiro turno das eleições de 1998 garante 53% dos votos válidos para Fernando Henrique e 31% para Lula – mais do que Brizola e Lula obtiveram juntos nas eleições de 1994 – prevalecendo, novamente, a tendência do voto econômico, pois devido à

¹⁰ Pesquisa realizada pelo Datafolha e Fundação Perseu Abramo: correlação gama entre intenção de voto e avaliação do Plano Real, segundo escolaridade, nov/97 a set/98 apud CARREIRÃO, 2002.

¹¹ Pesquisa realizada pela Fundação Perseu Abramo: principais razões do voto em Fernando Henrique Cardoso nas capitais brasileiras, nov/97 a set/98 apud CARREIRÃO, 2002.

¹² Pesquisa realizada pela Fundação Perseu Abramo: principais razões do voto em Lula nas capitais brasileiras, nov/97 a set/98 apud CARREIRÃO, 2002.

estabilidade do Plano Real e ao controle da inflação, os brasileiros elegem Fernando Henrique Cardoso.

As proximidades das eleições municipais de 2000 marcam muitas discussões entre membros e militantes do partido, sendo um dos mais importantes, o debate sobre a valorização da via eleitoral no PT, levantado na revista Teoria e Debate (1999, n. 41). Temer (1999, p. 4) destaca que o PT e Lula só são alternativa de poder no momento em que radicalizam a conduta e o discurso. Quando a moderação não é mote de campanha eleitoral o PT obteve

... os mais importantes resultados exatamente no campo das batalhas mais difíceis, no qual os índices iniciais de pesquisa eram mais desfavoráveis, mas também no qual o partido resolvera que suas armas eram a militância, a estrela e um programa de promessas radicais. Quando se escorou em altos índices de pesquisa para incorporar valores que não eram seus, pecando pela inautenticidade apenas para buscar "ampliar" suas bases de sustentação, quebrou a cara.

O PT, ainda segundo Temer (1999), nasce na luta por reformas econômicas e sociais profundas capaz de renovar a prática da política pelo discurso da radicalidade. As derrotas anteriores nas eleições majoritárias de 1989, 1994 e 1998 não podem dar razão aos setores moderados do partido que optam pela valorização e priorização da via eleitoral.

Francisco de Oliveira (apud HADDAD, 1998, p. 3) também já havia argumentado sobre o tema, quando afirmou:

Eu sou um PT light... Acho que o PT não tem de que se envergonhar nesse curto período de existência, em que contribuiu enormemente para a democratização da vida brasileira (...) O que o PT não deve nunca tentar fazer é parecer bonzinho (...) O que está aí é muito forte e o PT se assustou. Mas ele tem que continuar a dizer a esse país que ele precisa de reformas vigorosas, profundas.

Na revista Teoria e Debate (2001, n. 46), Dirceu (2001), em sua análise das eleições municipais de 2000, enumera a vitória do PT em 187 municípios, a eleição de 131 vice-prefeitos e 2485 vereadores. Das 62 maiores cidades do país o PT governa, a partir de 2001, 16 e 6 capitais, dentre elas São Paulo. Segundo ele, isso se dá devido a uma campanha eleitoral unitária, à solidariedade interna e ao fortalecimento dos símbolos partidários.

A resolução do 12º Encontro Nacional do PT (2001) apresenta algumas particularidades em sua forma de apresentação. Sua elaboração ocorre a partir de cerca de 80 tópicos que abordam temas específicos, como críticas ao Governo Fernando Henrique Cardoso, combate aos preconceitos de origem racial, de gênero e sexual, reforma agrária e políticas públicas de assistência social e combate à fome. A maior parte contextualiza o processo histórico brasileiro, com destaque para a raiz dos problemas econômicos do país. Elabora-se toda essa historicização para explicar o plano de governo do partido para as eleições de 2002. Um plano detalhado e bem estruturado, destacando a necessidade de promover a reforma tributária, a reforma urbana e a inclusão social, acabar com a concentração de renda, com a violência, com o latifúndio e com o desemprego e valorizar a universidade pública, a saúde e a segurança.

A Resolução do 12º Encontro (2001, p. 3) mostra um conjunto de mudanças fortemente estruturadas e bem explicadas, passando a imagem de um PT organizado, disciplinado, com apoio especializado, equilibrado e sem o discurso revolucionário ou radical para resolver os problemas. Continua o combate à política privatizante e aos acordos com o FMI, do Governo Fernando Henrique Cardoso: “Estamos vivendo um momento de profundamento da crise do neoliberalismo no Brasil e de seu núcleo político, o PSDB”. O programa do partido propõe a crítica e a ruptura com o neoliberalismo. Já quanto à dívida externa, apresenta uma proposta de controle e negociação.

Direciona-se uma pequena parte do documento à abordagem da campanha eleitoral e da política de alianças para 2002. A importância da via eleitoral já está implícita nesta resolução. Vê-se a candidatura Lula como forte, organizada e a única capaz de trazer de volta a esperança da sociedade na política.

Têm novamente destaque na Resolução de 2001, as respostas às constantes críticas feitas pelos adversários, contra Lula. A diplomacia, o equilíbrio e o apoio intelectual surgem como resposta à falta de instrução acadêmica, ao discurso radical, às medidas inviáveis e às críticas à política econômica. Este documento busca refletir um PT fortalecido, revitalizado, estruturado e organizado.

Alves (2001) destaca que o segundo Governo Fernando Henrique Cardoso, que termina em 2002, é marcado pelo enfraquecimento do bloco partidário governista, pela estagnação econômica, pela crise dos paradigmas neoliberais, pelo insucesso das reformas sociais e pelo enfraquecimento do PSDB e de José Serra (futuro candidato à presidência) perante a opinião pública.

Garcia (2002) também ressalta que sem promover reformas importantes, como as da previdência, tributária, agrária, trabalhista e política, Fernando Henrique Cardoso passa a administrar problemas em sua base de sustentação, alimentados pelas barganhas políticas dos partidos no Congresso Nacional. As denúncias de corrupção também estão destacadas no documento de 2001. Um dos casos mais discutidos foram com os episódios de desvio de verba de obras públicas, envolvendo o nome do juiz aposentado, Nicolau dos Santos Neto. Somado a este cenário estão a lembrança do racionamento de energia, episódio em que os consumidores diminuem seu consumo em 20%, e o debate sobre o efeito da crise argentina, marcando o início do ano eleitoral de 2002.

A disputa eleitoral se inicia com seis candidatos: Lula (PT), Anthony Garotinho (PSB), Ciro Gomes (PPS), José Maria Almeida (PSTU), José Serra (PSDB) e Rui Costa

Pimenta (PCO). Luiz Inácio Lula da Silva é pela quarta vez o candidato do PT à Presidência da República e em entrevista à Spina e Azevedo (2002, p. 3) explicita a organização de sua campanha eleitoral, que se dá em torno da proposta de que

... eleger um governo petista significa acabar com a miséria e com a fome que ainda castigam quase 50 milhões de pessoas em nosso país. Significa possibilitar que a grande maioria do povo brasileiro obtenha cidadania, que os jovens não tenham que enfrentar as incríveis dificuldades que eu e tantas pessoas passamos na vida. Melhorar o Brasil significa mudar de rumo, afastando o nosso país da situação de vulnerabilidade a que foi levado pela atual política econômica. Significa retomar o desenvolvimento com distribuição de renda e justiça social.

A realidade brasileira da crise do modelo neoliberal e do enfraquecimento do bloco governista, segundo Dulci (2003) abriram caminho para o crescimento do PT, que se mostra como um partido com 23 anos de trajetória política, programa de governo alternativo, alianças partidárias amplas, unidade, entusiasmo da militância, coordenação organizada, candidato à Presidência em sintonia com a população, candidato à vice em sintonia com o empresariado e estruturação e competência da programação eleitoral no rádio e na televisão.

O resultado das eleições confirma as expectativas petistas: Lula obtém 46% dos votos, Serra 23%, Garotinho 17% enquanto Ciro fica com 11%. Disputam o segundo turno o candidato José Serra - apoiado pelo governo e com a desvantagem de estar ligado à toda a situação de crise do período - e Lula. Lula elege-se o primeiro presidente de origem trabalhadora, pobre e de esquerda do Brasil no final do ano de 2002, com 61,27% dos votos em segundo turno.

A análise da trajetória política do PT e de alguns de seus documentos oficiais demonstra mudanças no discurso do partido. As principais são o aumento da tendência universalista, a diminuição do apelo classista, o crescimento da importância da via eleitoral, a oligarquização e hierarquização interna do partido e a maior utilização das estratégias de *marketing* político e eleitoral nas campanhas eleitorais e na propaganda das administrações

petistas. Essas transformações refletem uma alteração mais profunda no PT: sua modificação de um partido de massas para um partido *catch-all*.

2.1) O CONTROLE INTERNO NO PT E A OLIGARQUIZAÇÃO DO PARTIDO

Uma das marcas das mudanças no PT pode ser sintetizada nos quadros abaixo, em que aparecem as composições da Comissão Executiva Nacional, desde a fundação do partido até o período 2001-2005. Os nomes que mais se repetem nos cargos dirigentes refletem a oligarquização do partido, como referida por Michels, revelando a estruturação e permanência de um núcleo petista dirigente, ao longo do tempo.

QUADRO 1: - MICHELS, A LEI DE BRONZE DA OLIGARQUIA E O PT (1979 a 2001)

COMISSÃO EXECUTIVA NACIONAL DO PT - 1979 à 1983				
out/79	jun/80	jul/80	ago/81	ago/83
Jacó Bittar	Luiz Inácio da Silva	Lula	Lula	Lula
Arnóbio Silva	Jacó Bittar	Olívio Dutra	Olívio Dutra	Olívio Dutra
Edson Khair	José Ibrahim	Jacó Bittar	Jacó Bittar	Francisco Weffort
Henos Amorina	Olívio Dutra	Domingos Freitas Diniz	Domingos Freitas Diniz	Domingos Freitas Diniz
José Ibrahim	Apolônio de Carvalho	Antonio Carlos	Apolônio de Carvalho	Aírton Soares
Lula	Joaquim Arnaldo		Francisco Weffort	Manoel da Conceição
Manoel da Conceição	Wanderly Farias de Souza		Clóvis Ilgenfritz	Apolônio de Carvalho
Olívio Dutra	Antonio Carlos		Hélio Bicudo	Joaquim Arnaldo
Paulo Skromov	Luiz Soares Dulci		Luiz Eduardo Greenhalgh	Clóvis Ilgenfritz
Wagner Benevides	Freitas Diniz		Aírton Soares	Hélio Bicudo
Ignácio Hernandez	Manoel da Conceição		Manoel da Conceição	Luiz Eduardo Greenhalgh
Luiz Soares Dulci	Osmar Mendonça		Antônio Carlos de Oliveira	Helena Grecco
Francisco Auto	Francisco Weffort		Helena Grecco	Manoel da Conceição
Firmo Trindade	Wagner Benevides		Joaquim Arnaldo	Antônio Carlos de Oliveira
Carlos Borges	Hélio Doyle			
Godofredo Pinto				
Sidney Lianza				

QUADRO 1 (cont.)

COMISSÃO EXECUTIVA NACIONAL DO PT - 1984 à 1988				
abr/84	ago/85	ago/86	mar/87	jan/88
Lula	Lula	Lula	Lula	Olívio Dutra
Olívio Dutra	Olívio Dutra	Olívio Dutra	Olívio Dutra	Jacó Bittar
Jacó Bittar	Jacó Bittar	Jacó Bittar	Jacó Bittar	Hélio Bicudo
Domingos Freitas Diniz	Domingos Freitas Diniz	Apolônio de Carvalho	Clóvis Ilgenfritz	Djalma Bom
Apolônio de Carvalho	Apolônio de Carvalho	Francisco Weffort	Hélio Bicudo	Luiz Eduardo Greenhalgh
Francisco Weffort	Francisco Weffort	Clóvis Ilgenfritz	Luiz Eduardo Greenhalgh	Luís Soares Dulci
Clóvis Ilgenfritz	Clóvis Ilgenfritz	Hélio Bicudo	Djalma Bom	Perseu Abramo
Hélio Bicudo	Hélio Bicudo	Djalma Bom	Perly Cipriano	Paulo Delgado
Luiz Eduardo Greenhalgh	José Álvaro Moisés	Perly Cipriano	Eurides Mescolotto	Wladimir Pomar
Paulo Otávio Azevedo Jr	Paulo Otávio Azevedo Jr	Eurides Mescolotto	Wladimir Pomar	Eurides Mescolotto
Antônio José C.B de Medeiros	Antônio José C.B de Medeiros	Wladimir Pomar	Luís Soares Dulci	José Dirceu
Izabel Picaluga	Izabel Picaluga	José Dirceu	Perseu Abramo	Geraldo Magela
Irma Passoni	Irma Passoni	Paulo Otávio Azevedo Jr	Geraldo Pastana	Hamilton Pereira
José Álvaro Moisés		Luiza Erundina	Paulo Delgado	José Genoíno
			Eduardo Suplicy	João Machado
			Geraldo Magela	César Alvarez
			Darci Accorsi	Gilberto Carvalho
			Marcelo Deda	Marcelo Deda
			Athos Pereira	

QUADRO 1 (cont.)

COMISSÃO EXECUTIVA NACIONAL DO PT - 1988 à 1997				
dez/88	jul/90	jun/93	out/95	jan/97
Olívio Dutra	Lula	Lula	Luís Soares Dulci	Luís Soares Dulci
Jacó Bittar	Luís Soares Dulci	Luiz Eduardo Greenhalgh	Perseu Abramo	José Dirceu
Francisco Weffort	Perseu Abramo	João Machado	Geraldo Pastana	Francisco Rocha
Hélio Bicudo	Eurides Mescolotto	Hamilton Pereira	José Dirceu	Cândido Vaccarezza
Luís Soares Dulci	José Dirceu	Marco Aurélio Garcia	José Genoíno	Arlindo Chinaglia
Perseu Abramo	Hamilton Pereira	Eduardo Suplicy	Marco Aurélio Garcia	Joaquim Soriano
Paulo Delgado	José Genoíno	Aloísio Mercadante	Aloísio Mercadante	José Juca Alves
Wladimir Pomar	João Machado	Telma de Souza	Telma de Souza	Perseu Abramo
Eurides Mescolotto	Marco Aurélio Garcia	Rui Falcão	Delúbio Soares	Geraldo Pastana
José Dirceu	Luiz Gushiken	Gilberto Carvalho	Clara Ant	Marina Silva de Souza
Geraldo Magela	César Alvarez	Tatau Godinho	Gilberto Carvalho	Maria do Rosário Caiafa
Hamilton Pereira	Gilberto Carvalho	José Luiz Fevereiro	Benedita da Silva	Marco Aurélio Garcia
José Genoíno	Benedita da Silva	Lauro Marcondes	Luiza Erundina	Luiza Erundina
João Machado	Augusto de Franco	Luci Choinaki	Cândido Vaccarezza	Telma de Souza
Avelino Ganzer	Raul Pont	Vera Gomes	Maria do Rosário Caiafa	Delúbio Soares
Valdi Camárcio	Valério Arcary	Lúcia Carvalho	Marina Silva de Souza	Clara Ant
César Alvarez	Markus Sokol	Arlete Sampaio	José Juca Alves	Gilberto Carvalho
Marcelo Deda	Eduardo Jorge	Augusto de Franco		Benedita da Silva
	Jorge Almeida	Jorge Almeida		

QUADRO 1 (cont.)

COMISSÃO EXECUTIVA NACIONAL DO PT - 1997 à 2001		
set/97	1999	dez/01
José Dirceu	José Dirceu	José Dirceu
José Genoíno	José Genoíno	José Genoíno
Marco Aurélio Garcia	Marco Aurélio Garcia	Romenio Pereira
Aloísio Mercadante	Delúbio Soares	Valter Pomar
Delúbio Soares	Arlindo Chinaglia	Luiz Soares Dulci
Calra Ant	Valter Pomar	Delúbio Soares de Castro
Francisco Rocha	Sônia Hipólito	Sílvio Pereira
Arlindo Chinaglia	Geraldo Pastana	Joaquim Soriano
Joaquim Soriano	Iara Bernardi	Jorge Almeida
Jorge Almeida	Silvio Pereira	Aloizio Mercadante
Markus Sokol	Vicente Trevas	Benedita da Silva
Maria do Rosário Caiafa	Ozéas Duarte	Heloisa Helena
Vera Gomes	Marcelo Sereno	Humberto Costa
Joana D'Arc	Carlos Polto Meio	José dos Reis Garcia
Valter Pomar	Gilney Viana	Maria Eunice Wolf
Sônia Hipólito	Carlos Odas	Marina Silva
Heloísa Helena	Maria Luiza da Costa	Marlene Rocha
Marlise Fernandes		Marta Suplicy
Sávio Bones		Ricardo Berzoini
Tilden Santiago		Vicente Trevas
		Marcelo Sereno
		Conceição Nascimento
		Martvs das Chagas
		Rodrigo Abel
		João Bosco Senra
		Ozeas Duarte
		Francisco Campos

QUADRO 2: A OLIGARQUIZAÇÃO DO PT

COMISSÃO EXECUTIVA NACIONAL DO PT – 1979 à 2001			
DIRIGENTE	PERÍODO	NÚMERO DE MANDATOS	TEMPO DE PERMANENCIA TOTAL
LUÍS SOARES DULCI	out/79 - jul/80 abr/84 - ago/85 mar/87 - 2005	13	23 ANOS
OLÍVIO DUTRA	out/79 - jul/90	11	11 ANOS
LULA	out/79 - mar/87 jul/90 - out/95	10	13 ANOS
JOSÉ DIRCEU	ago/86 - mar/87 jan88 - jun/93 out/95 - 2005	9	18 ANOS
JACÓ BITTAR	jun/80 - ago/83 abr/84 - jul/90	9	11 ANOS
JOSÉ GENOÍNO	jan/88 - jan/97 set/97 - 2005	8	18 ANOS
PERSEU ABRAMO	abr/84 - ago/85 mar/87 - jun/93 out/95 - set/97	7	11 ANOS
HÉLIO BICUDO	ago/81 - ago/83 abr/84 - jul/90	7	10 ANOS
MARCO AURÉLIO GARCIA	jul/90 - 2005	7	16 ANOS
FRANCISCO WEFFORT	jun/80 - jul/80 ago/81 - ago/83 abr/84 - mar/87 dez/88 - jul/90	7	11 ANOS
VALTER POMAR	ago/86 - jul/90 1999 - 2005	6	12 ANOS
LUIZ EDUARDO GREENHALGH	ago/81 - ago/83 abr/84 - ago/85 mar/87 - jul/90 jun/93 - out/95	6	12 ANOS
DJALMA BOM	abr/84 - jul/90	6	7 ANOS
APOLÔNIO DE CARVALHO	jun/80 - jul/80 ago/81 - ago/83 abr/84 - mar/87	6	8 ANOS
CLÓVI ILGENFRITZ	ago/81 - ago/83 abr/84 - jan/88	5	8 ANOS
EURIDES MESCOLOTTO	ago/86 - jun/93	5	8 ANOS
GILBERTO CARVALHO	jan/88 - jan/97	5	10 ANOS
MANOEL DA CONCEIÇÃO	out/79 - ago/83 jun/93 - out/95	5	8 ANOS
DELÚBIO SOARES	out/95 - 2005	5	10 ANOS
GERALDO PASTANA	abr/84 - ago/85 mar/87 - jan/88 1999 - 2005	4	11 ANOS

JORGE ALMEIDA	jul/90 - out/95 jan/97 - 1999 dez/01 - 2005	5	14 ANOS
HAMILTON PEREIRA	jan/88 - out/95	4	8 ANOS
DOMINGOS FREITAS DINIZ	jun/80 - abr/84	4	5 ANOS
PERLY CIPRIANO	abr/84 - jan/88	4	5 ANOS
PAULO DELGADO	abr/84 - jan/88	4	5 ANOS

Ao observar as composições das Comissões Executivas Nacionais do PT, desde a fundação do partido (Quadro 1), nota-se que alguns nomes apresentam-se repetidas vezes. Os então sindicalistas Lula, Jacó Bittar e Olívio Dutra são os mais constantes no processo que culminam nas três comissões provisórias do partido, formadas em outubro de 79, em junho e em julho de 1980. Além desta primeira etapa de fundação, pode-se perceber duas outras etapas na trajetória do PT, no que diz respeito às composições da cúpula nacional petista.

O período de 1981, quando é eleita a primeira Comissão Executiva Nacional, até o mandato que se finda em dezembro de 1988 marca uma das fases de organização do comando partidário petista. É visível o predomínio de um núcleo dirigente, que vem desde as primeiras formações provisórias. Desse comando participam Lula, Olívio Dutra, Jacó Bittar, Francisco Weffort, Luis Soares Dulci, Clóvis Ilgenfritz, Hélio Bicudo e Luiz Eduardo Greenhalgh, cada um ocupando postos na Executiva Nacional do partido pelo menos em cinco ocasiões diferentes. A este núcleo juntam-se Apolônio de Carvalho e Domingos Freitas Diniz, com quatro participações.

A eleição da Comissão Executiva Nacional do PT, em dezembro de 1988, demarca etapa distinta na composição de seu grupo dirigente que vai até 2001. Algumas figuras históricas saem dos postos formais de comando e outras entram. O núcleo que mais se mantém constante é formado por Luís Soares Dulci, José Dirceu, José Genoíno, Marco Aurélio Garcia, Aloísio Mercadante e Delúbio Soares, com ocupação de cargos dirigentes por pelo ou menos quatro vezes cada. Outros nomes importantes no período, no partido e fora dele, também aparecem mais de duas vezes na Comissão, como Lula, Perseu Abramo, Hamilton Pereira, Telma de Souza, Valter Pomar, Benedita da Silva, Heloisa Helena e Silvio Pereira.

A distinção entre estas duas fases auxilia a identificar os momentos de conservação oligárquica e, na medida e natureza em que ocorrer, de renovação no grupo

dirigente formal do PT. Olívio Dutra, Jacó Bittar, Francisco Weffort, Clóvis Ilgenfritz e Hélio Bicudo saem definitivamente do comando formal do partido, a partir de 1988. Situação similar a esta é a de dirigentes que deixam de ocupar cargos, mas reconhecidamente permanecem com influência política interna e, mesmo, com atuações de representação do partido perante a opinião pública e o sistema político. Estas são as condições, em especial, de Luiz Eduardo Greenhalgh e de Lula, que, respectivamente, vão integrar a Comissão Executiva, ocupando cargos, somente em uma e em duas ocasiões posteriores a 1988. Outros dois nomes se destacam por perpassarem os dois períodos determinados: José Dirceu e Luís Soares Dulci.

A constante repetição de alguns nomes na composição das Comissões Executivas Nacionais do PT sinaliza a oligarquização no partido, discutida por Michels. A extensão do movimento sindical metalúrgico do ABCD paulista em braço partidário é um dos fatores explicativos desse processo, assim como a fixação de lideranças tradicionais no interior do partido. As linhas gerais nesse sentido aparecem com evidência, sobretudo, no Quadro 2, no qual alguns os nomes mais longevos na direção petista permanecem por cerca de 15 anos (em média), chegando a participarem de até 10 mandatos na Executiva Nacional.

Cabe lembrar nesse exercício sobre a oligarquização do PT, que a repetição dos mesmos ocupantes nos cargos dirigentes constitui um indicador quantitativo do processo, que deve ser complementado com a identificação das figuras de proa na ação partidária petista, dentro e fora do partido. Neste caso, o noticiário da imprensa e a literatura dedicada a caracterizar a organização, as lideranças e as dinâmicas da luta interna petista são as fontes para confirmar o afunilamento do comando petista nos nomes aqui registrados.

CAPÍTULO III

A CAMPANHA ELEITORAL

TELEVISIVA DO PT EM 2002

A análise dos programas de campanha eleitoral do PT na televisão, para a Presidência da República em 2002, utiliza as mesmas variáveis da análise dos documentos oficiais do PT no capítulo anterior. São observados nos programas os modos como as alterações nos posicionamentos partidários no debate político-econômico do país (inflação, desconcentração da renda, reforma agrária, dívida externa, etc) acabam refletindo as mudanças no âmbito da sua orientação teórica e da sua autodefinição como partido político. Ou seja, as transformações de um partido classista para assumir discursos universalistas e buscar ampliação das bases eleitorais, culminando numa organização do tipo *catch-all*. Dois novos elementos são trabalhados a partir da análise das imagens veiculadas na TV: introdução das técnicas de *marketing* eleitoral no discurso e os signos imagéticos aí utilizados.

A imagem é um conjunto de signos que remete a um significado, representando fenômenos concretos ou abstratos, sendo que a imagem se apresenta como o significante, sua interpretação como o significado e o objeto a que se refere como o referente (JOLY, 1996). Esse método (semiótico) consiste em analisar o modo de produção de sentido dos fenômenos sociais e a sua condição de produzir interpretações, através da identificação dos signos. Por

meio do exercício semiótico a análise dos signos alcança uma tipologia própria, apresentada quanto à forma e quanto à relação significante referente. (SANTAELLA, 1983).

Quanto à forma, são nomeados três tipos principais: os *signos plásticos* (cores, formas e texturas), os *signos lingüísticos* (textos) e os *signos imagéticos*. Segundo a relação entre significante e referente o método semiótico identifica *signos icônicos* - relação de analogia entre o significante e o referente; *signos indiciáticos* - relação causal entre o significante e o referente; e *signos simbólicos* - relação convencional entre o significante e o referente. Portanto, a leitura e a qualificação das imagens políticas selecionadas como estratégicas na propaganda eleitoral petista, que ocupam o presente capítulo, obedecerão estes critérios de classificação dos signos imagéticos.

A campanha eleitoral do PT na televisão no primeiro turno de 2002 apresentou trinta e nove programas, que foram levados ao ar entre 20 de agosto e 03 de outubro, sempre em dias alternados e com transmissões à tarde e à noite.

O discurso petista de afirmação da necessidade de mudança geral na situação sócio-econômica e institucional do país permanece, ao modo dos discursos proferidos nas eleições anteriores. Mas, como já se podia observar nos documentos e resoluções do partido desde 1994, em que substitui-se o termo “sociedade socialista” por “sociedade democrática e popular”, na campanha televisiva de 2002 não se faz qualquer referência ao debate sobre o caráter socialista do partido ou sobre a implementação de uma sociedade socialista a partir da vitória de Lula. O desaparecimento de temas e polêmicas considerados importantes no momento da fundação partidária e do 6º Encontro Nacional, em 1989, demonstra que não é vontade do partido dedicar-se a referências explicitamente doutrinárias no decorrer da campanha eleitoral.

A abordagem de questões macro-econômicas, relativas ao modelo de desenvolvimento e às suas conseqüências sociais, toma conta de cerca de doze dos trinta e

nove programas. Nesses programas Lula destaca a importância da geração de empregos, do crescimento econômico, das cooperativas de trabalhadores, da indústria agropecuária e o problema do desemprego e do primeiro emprego. A terminologia utilizada para tratar dos temas de política econômica não se refere diretamente nem às suas formas técnicas nem ideológicas. A crítica conceitual ao neoliberalismo, à internacionalização da economia, aos acordos com o FMI e à política de privatizações ocupa o pano de fundo dos discursos e só eventualmente é explicitada. Apenas em um programa, no dia 10 de setembro aborda-se de forma direta o combate ao neoliberalismo - lembrado e enfatizado nas resoluções 6º Encontro Nacional de 1989, do 9º Encontro Nacional de 1994, do Encontro Nacional Extraordinário de 1998 e do 12º Encontro nacional de 2001:

Lula: “Temos que mudar o atual modelo econômico, temos que investir na produção, reduzir impostos, aumentar as exportações e reduzir os juros. Só assim nossa economia vai voltar a crescer e a gerar os empregos que o povo brasileiro tanto precisa” (Programa eleitoral de 10 / 09 / 2002).

A ênfase no crescimento econômico dá a dimensão da importância, vista pelo PT, que o bom andamento da economia tem no momento do voto. Daí ser possível compreender o motivo pelo qual, na maioria dos programas, Lula e o PT se comprometem com a continuidade de linhas gerais da gestão econômica que marcou o governo contra o qual se define como oposição, especialmente as medidas para a estabilidade monetária.

No que diz respeito à dívida externa, o PT evita o tom de alternativas radicais (a moratória e outras formas de “negociação soberana”, que tiveram destaque em eleições anteriores) nas poucas vezes em que o tema ocupou o espaço da propaganda na TV. Esta omissão deve ser registrada, ao se recordar o compromisso que um mês antes da votação todos os candidatos à Presidência firmaram (inclusive Lula), de cumprir o acordo com o FMI assinado pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso.

Lula: “Como tenho afirmado durante toda essa campanha vamos honrar todos os compromissos assumidos pelo governo brasileiro. Vamos manter a inflação sob controle e as metas de superávit primário que forem necessárias. Mas temos que mudar essa política econômica perversa que paralisou a nossa economia, aumentou a nossa dependência externa, fragilizou nossas empresas, causando o maior desemprego da nossa história e a menor taxa de crescimento dos últimos 50 anos (Programa eleitoral de 18 / 10 / 2002).

A reforma agrária é citada em apenas duas ocasiões no primeiro turno. A primeira vez, no segundo programa da campanha e, depois, no programa de 21 de setembro, que trata de propostas para incentivo à indústria agropecuária. Lula defende uma reforma agrária pacífica, com a garantia de apoio ao grande e pequeno criador e combate apenas às terras improdutivas e à exploração da terra. A abordagem desse tema é breve, pois seguia-se o objetivo estratégico de ganhar apoio entre os agricultores e pecuaristas, mas sem perder o apoio dos movimentos sociais e sindicais e dos segmentos urbanos favoráveis à reforma agrária.

Lula: “É uma questão de honra, pra mim, levar, definitivamente, a paz ao campo com uma reforma agrária organizada e pacífica, sempre em terras ociosas, como prevê a constituição. Se você tem sua terra e produz, vai ser incentivado por mim a produzir cada vez mais, afinal o Brasil precisa disso” (Programa eleitoral de 21 / 09 / 2002).

As coligações com o PC do B e o PSB prosseguem no núcleo da política de alianças do PT e procuram expandir-se para englobar, de imediato, o PL do candidato a vice-presidente, José de Alencar. O que diferencia os programas do primeiro turno, dos documentos analisados anteriormente é a ênfase na aliança promovida com o empresariado. O partido que em sua formação propugnava pela alteração no controle da estrutura produtiva e que o operariado tomasse a direção da nação passa a discursar a favor de um pacto entre empregados e patrões para viabilizar o crescimento econômico do país: Lula: “É por isso que

a minha proposta de fazer um grande pacto social entre governo, empresários e trabalhadores pe cada vez mais aceita e cada vez mais compreendida por todos” (Programa Eleitoral de 10 / 09 / 2002).

Nesse aspecto, cabe registrar que, embora as críticas ao empresariado e às altas taxas de juros continuem merecendo alguma ênfase nas resoluções nacionais do partido, a nova disposição política encaminha para que se escolha o empresário José de Alencar para ocupar a vaga de vice-presidente na chapa de Lula. Explicações da aliança com o empresariado são feitas em oito programas, destacando que a política de Lula e de um governo petista diferencia-se substantivamente da instalação de uma ditadura do proletariado, e define-se pela busca de crescimento do país, sob um modelo de desenvolvimento que propicie distribuição justa e equitativa da renda. Para isso, Lula procura reiteradamente demonstrar às classes que não votam no PT as mudanças em sua postura, a começar pela adoção do reconhecimento de que a aliança com os empresários é condição para produzir a governabilidade futura e angariar maior credibilidade externa ao governo petista. Talvez este seja o ponto chave para ilustrar a mudança partidária na campanha eleitoral, pois o PT obtém respaldo internacional, apoio no meio empresarial e junto aos setores financeiros, concomitantemente ao aumento das intenções voto nos setores das classes médias e altas e de grande parte da mídia. Nessa linha, o PT obtém, ainda, êxito complementar em seus antigos esforços de afastar de si as imagens de radicalismo do discurso e de orientação política exclusivamente classista.

Lula: “Quero aproveitar para dizer também aos empresários que o Brasil precisa muito deles para esse grande desafio de voltar a crescer, gerar empregos e exportar. E que eles terão da minha parte todos os incentivos necessários, mas quero dizer também, claramente, que este será um país da produção e não da especulação. Um país do trabalho sério, do lucro justo e não um país dos aproveitadores, dos sonegadores e dos agiotas que sugam nosso povo e nossa economia” (Programa eleitoral de 20 / 08 / 2002).

O destaque dado à atuação do partido junto aos movimentos sociais, que marca os documentos de fundação e a Resolução do 6º Encontro Nacional (1989), não se faz notar na programação da campanha eleitoral de 2002, em ausência que evidencia a valorização dada pelo partido aos embates eleitorais, este, aliás, um enfoque institucionalista condenado nos documentos de fundação, que, antes fora amenizado na Resolução do 6º Encontro e, depois, tido por superado, como vimos ao tratar das resoluções posteriores.

As estratégias de *marketing* político assumem o primeiro plano de toda a programação eleitoral do PT. Pode-se dividir a abertura do programa de Lula em duas partes. A primeira corresponde aos movimentos de exposição da logomarca “Lula presidente”. Essa imagem aparece no início da transmissão da propaganda eleitoral. Nos nove primeiros programas o logotipo possui uma diagramação em estilo computadorizado de fundo cinza, formando signos plásticos que sugerem modernidade e tecnologia ao programa eleitoral. Nos demais programas, a diagramação textual continua a mesma, mas o fundo inicialmente em cinza passa a ser vermelho, fazendo retornar um elemento de intensa elevada carga simbólica para o PT.

Outro signo simbólico que também que é mantido com proeminência nas imagens da propaganda de TV é a estrela petista. Ela aparece nas imagens somente sete programas depois de iniciada a propaganda partidária na televisão, com frequência, mas não de forma sistemática, e sim em algumas dramatizações e em cenas da campanha nas ruas e de comícios.

A segunda modalidade de utilização do *marketing* corresponde ao uso constante dos signos indiciáticos no início de cada programa. Seus produtores utilizam principalmente imagens de um escritório repleto de técnicos e gráficos, entre eles intelectuais e profissionais renomados na opinião pública. A recorrente imagem do escritório é um referente importante para buscar associação causal e direta com as idéias de competência, organização e

capacitação. O apoio dessas pessoas procura dar à Lula credibilidade frente a faixas do eleitorado até então refratárias a apoiar o PT nas eleições.

A campanha do primeiro turno está repleta de signos icônicos, liderados por depoimentos frequentes de populares, artistas e outras figuras respeitáveis nas diferentes profissões e meios sociais. Os primeiros depoimentos são de pessoas desempregadas, que pretendem transmitir ao público a dimensão da dor e do sofrimento de alguém que esteja desempregado e sem condições para custear uma vida digna à sua família. As pessoas ajudadas pelos financiamentos do Banco do Povo também aparecem em depoimentos, juntamente com moradores do Vale do Jequitinhonha, vítimas da fome e jovens pobres e sem experiência em busca do primeiro emprego.

Explora-se o depoimento de personalidades políticas estrategicamente identificadas por pesquisas de opinião: Marta Suplicy, na defesa de programas educacionais; Itamar Franco apresentando apoio à campanha do PT e à sua aliança com o empresariado; e o presidente do sindicato dos metalúrgicos do ABC, Luiz Marinho, argumentado que, apesar da mudança de postura, Lula e o PT ainda possuem o apoio do movimento sindical. A campanha do PT faz veicular ainda depoimentos dos empresários Ivo Rosset, presidente da Valisére, Eugênio Stuard, diretor presidente da Gradiente, Antônio Russo Neto, vice-presidente das indústrias exportadoras de carne e do candidato à vice-presidência, José Alencar, demonstrando a importância da aproximação entre o PT e o empresariado.

Ivo Rosset: “Para ser sincero até hoje nunca votei no Lula. Mas sem dúvida, o seu projeto para o primeiro emprego sinaliza o começo de uma nova relação entre governo, empresários e trabalhadores e todos vão ganhar. É assim que se combate o desemprego, com criatividade e eficiência” (Programa eleitoral de 12 / 09 / 2002).

Nas gravações de Lula em ambientes externos, as imagens adquirem significado direto quando remetidas ao tema tratado pelo candidato. São exemplos destas imagens as

cenas dos discursos de Lula em um estaleiro e na fábrica da Volkswagen, para expor suas propostas de combate desemprego; na sede da EMBRAER, em sua abordagem sobre a competência, modernidade e capacidade da indústria brasileira; na cooperativa de café COCAMAR quando promete incentivos à criação de cooperativas em todo o Brasil; e, do mesmo modo, no curral da Fazenda Santa Inês, onde instala cenário para explicar as linhas de sua política de apoio à agropecuária.

As explicações do programa de governo do PT são feitas de forma icônica, devido à busca de clareza na divulgação das propostas, para que todos os eleitores possam compreender as idéias de Lula e de sua equipe. As propostas de governo seguem formas resumidas e envolvidas por *slogans* e sínteses de notórias intenções didáticas em doze programas sobre crescimento econômico e geração de empregos, quatro programas sobre saúde e alto preço dos remédios, em cinco outros sobre educação e em dois programas dedicado às propostas para a segurança pública e o combate à fome.

O último ícone destacado na campanha de Lula no primeiro turno são as imagens da campanha eleitoral nas ruas. Comícios, manifestações de apoio popular e passeatas são convertidos em cenários naturais da propaganda na TV. Este tipo de imagem procura fazer referências diretas e imediatas à força da mobilização popular auferida pela candidatura petista e ao crescimento na motivação da militância (e do eleitorado), sendo explorada em doze dos trinta e nove programas de Lula.

Lula apresenta-se vestido, em grande parte dos programas, com ternos bem cortados e alinhados, camisas brancas e gravatas vermelhas. Cabelos sempre arrumados e discurso coeso e gramaticalmente correto. A nova imagem de Lula exhibe um político experiente e um estadista confiável. Como já havia ocorrido em outras campanhas eleitorais, o refrão da vinheta principal também se transforma, ele mesmo, em outro símbolo do momento

de mudanças no país e da esperança na vitória de Lula e do PT: “...é só você querer / que amanhã assim será / agora é Lula / agora é Lula / é Lula”.

No segundo turno das eleições de 2002, o horário eleitoral gratuito vai ao ar de 14 a 25 de outubro. A programação do PT compõe-se de vinte e quatro programas exibidos à tarde e à noite, com duração de dez minutos em cada horário. O foco constante é a vitória no primeiro turno, seguindo estratégia de demonstrar o crescimento eleitoral de Lula e do partido, agora já como alternativa política factível e possibilidade de um governo diferente no país. O PT elege representantes em vinte e quatro estados, compondo bancada de noventa e um deputados federais. Informações como estas são exibidas através da retransmissão de imagens da própria programação regular da televisão, geradas em telejornais de diversas emissoras, além das imagens da campanha e dos números do PT no primeiro turno.

A antes almejada mudança na esfera produtiva, e que foi especialmente marcante na resolução partidária de 1989, é suprimida do discurso em 2002. O pacto social entre governo, empresários e trabalhadores torna-se um dos motes também no segundo turno. Para afastar todos os riscos de instabilidade econômica sob o eventual governo petista, Lula reafirma que os compromissos firmados com o FMI no governo passado serão honrados¹³, haverá diminuição da dependência externa do país, aumento do número de empregos, redução dos juros, manutenção do superávit comercial e estímulos ao crescimento no setor produtivo.

A ênfase em temas econômicos ocorre em quatro programas. Neles o neoliberalismo, outra vez, não é combatido diretamente. Mas a política de privatizações continua alvo de severas críticas. A proposta do PT para que o país saia da crise política e econômica vivida em 2002 é de se constituir um governo de “união nacional”. Em sua formulação, o partido apresenta a superação da crise através da união entre especialistas e representantes dos trabalhadores. A aliança com o empresariado outra vez recebe destaque

¹³ Em agosto de 2002, FHC promove encontros com os quatro candidatos à Presidência da República, no Palácio do Planalto. Estes encontros discutiram os acordos com o FMI, procurando diminuir a especulação econômica e dividir o ônus da crise com os candidatos à sua sucessão (ALDÉ, 2002).

especial em situações de dois programas. Numa Lula debate com empresários o primeiro emprego e, noutra, é explícita através de depoimento do candidato à vice-presidência, José Alencar.

O PT mantém sua frente de alianças do primeiro turno, ampliando-a com a adesão do PSB e PPS. O primeiro programa desta etapa apresenta um auditório repleto de personalidades políticas do PT e de outros partidos, onde Garotinho manifesta apoio à candidatura Lula. Em seguida, no mesmo ato, Ciro Gomes pede para seus eleitores do primeiro turno votarem em Lula, em razão de que suas propostas de mudança do país são semelhantes.

Dois temas não são lembrados nos programas do segundo turno: a reforma agrária e o papel dos movimentos social e sindical na orientação política do PT. Os temas saúde pública, alto preço dos remédios, educação, desemprego, indústria agropecuária e primeiro emprego aparecem em treze programas distintos. As discussões de temas e propostas de governo passam a ser transmitidos, no segundo turno, com cenários em fundo azul e ilustrações de cada tema abordado. Lula traja constantemente terno escuro, camisa branca e gravata vermelha, figurino que se complementa com um *boton* do PT na lapela.

Em todos os programas depoimentos são novamente utilizados, reforçando os signos icônicos, ou seja, a analogia direta entre significante (depoimentos) e referente (assunto). As pessoas aparecem nas ruas falando sobre os temas abordados e reclamando da administração do país, que não resolve os problemas graves da economia e das desigualdades. Essa estratégia, recorrente em programas eleitorais na televisão, destaca a realidade social através das pessoas que a vivenciam, promovendo a identificação entre os eleitores e as imagens exibidas.

Alguns programas exibidos no primeiro turno são repetidos com a mesma logomarca de abertura de diagramação em fonte computadorizada e fundo vermelho, em

busca da idéia de modernidade e competência. O signo simbólico da cor vermelha vem acompanhado também da estrela petista. Referindo-se a esta campanha, o publicitário Duda Mendonça – coordenador do *marketing* político da campanha eleitoral de Lula – afirma que o vermelho e a estrela estão presentes nesta campanha eleitoral, mais do que em qualquer outra (DISPUTA, 2003).

As cores do partido aparecem bem mais no segundo turno, assim como a estrela, resultado das análises da votação que trouxeram mais segurança para a exploração dos símbolos tradicionais do partido. Mas, ao mesmo tempo, também estão mais presentes nos programas as cores tradicionalmente associadas ao Brasil (o verde, o amarelo, o azul e o branco), em uma alusão a um governo petista para todos os brasileiros, e não apenas para as classes trabalhadoras. Pode-se notar nesta ampliação de cores um aspecto da diminuição da tendência classista do PT e o aumento do conteúdo universalista em seu discurso.

A primeira imagem transmitida depois da abertura é a do escritório repleto de lideranças políticas e intelectuais de prestígio, os signos indiciáticos. Como ocorre no primeiro turno, essa imagem torna-se freqüente no segundo, reforçando a idéia de competência e organização da equipe de Lula. O recorrente destaque dos debates do primeiro turno também reforça a idéia da competência e tentam afastar as críticas à incapacidade de governar e às lacunas na formação escolar de Lula.

Outra inovação cênica nos programas do segundo turno é o auditório que faz perguntas à Lula sobre os temas apresentados. Os assuntos são reprisados resumidamente e as pessoas do auditório fazem perguntas pessoalmente a Lula, que as responde destacando seu programa de governo. Há um clima de gravação e de bastidores que quer passar a idéia de espontaneidade e de aproximação entre os eleitores e Lula.

A vinheta de abertura da campanha permanece a mesma da utilizada no primeiro turno, com a chamada “Lula Presidente” envolta pelas cargas simbólicas da cor vermelha e da

estrela. Um novo elemento faz notar: a música de fundo destaca a palavra mudança, a mudança que o Brasil precisa naquele momento para sair da crise. O refrão do primeiro turno, “Agora é Lula”, continua no programa, além de músicas gravadas por artistas de grande apelo popular, como Zezé de Camargo & Luciano, Caetano Veloso e Maria Betânia, e de inserções livres que se alternam para falar do medo, do desemprego, da fome, da falta de crescimento econômico e da necessidade de mudança.

As dramatizações continuam sendo utilizadas nas programações do PT no segundo turno. Pequenos vídeos com cenas da realidade social brasileira realçam os temas de cada programa, com músicas tocantes e textos apelativos. Em todos estes programas o discurso de Lula relata a crise em cada uma destas áreas e as soluções apresentadas pelo programa de seu partido.

Poucas vezes o opositor de Lula, José Serra é lembrado. Em um programa são destacadas as constantes críticas de Serra à Lula e até mesmo o número de vezes em que elas são feitas pelo candidato do PSDB. Esta é a estratégia de Lula e do PT que, liderando as pesquisas de opinião, não pautam sua campanha eleitoral na crítica ao adversário. Serra, ao contrário, chega a usar o depoimento da atriz Regina Duarte, proferindo um discurso de medo da vitória de um governo do PT. Este discurso é rebatido com inúmeras demonstrações de competência e com o discurso da segurança econômica e o exemplo das administrações petistas pelo país, ao lado de manifestação de outra atriz, Paloma Duarte, defendendo o PT e Lula.

No último programa do PT no segundo turno, todos os apresentadores aparecem juntos em um cenário branco e vermelho apresentando os motivos trabalhados em todos os programas da campanha eleitoral, com um *make off* da própria produção televisiva: cidades e estados visitados, número de passeatas, discursos, viagens e imagens das gravações dos bastidores dos programas. Constrói-se a imagem do outro lado de uma campanha eleitoral, o

lado humano. Em seu discurso de despedida Lula agradece sua esposa Marisa, José Dirceu, a coordenação da campanha, os governadores, prefeitos, parlamentares e filiados do partido, a equipe do programa de rádio e da televisão, a equipe de *marketing* político e principalmente o eleitor. No fim o auditório canta o tema “Está chegando a hora”, em alusão à vitória eminente no dia 27 de outubro de 2002.

Nas discussões de vários temas é possível estabelecer nítidas aproximações com as noções de Przeworski. Abordagens sobre o caráter socialista do PT não são feitas nesta programação eleitoral, o que indica a adoção de uma estratégia universalista pelo partido, já que em outras campanhas eleitorais as discussões sobre este tema foram acusadas de prejudicar a imagem do partido frente aos setores mais tradicionais e conservadores da sociedade (PRZEWORSKI, 1995).

Pode ser percebida a passagem do PT pelo processo de *trade-off*, analisado por Przeworski, na opção por não discutir, durante a programação eleitoral de 2002, formas de pagamento da dívida externa. Essa estratégia revela a tentativa do PT de, nos últimos anos, reduzir o radicalismo de seu discurso e a imagem do caráter classista que resulta da invocação partidária às lutas dos trabalhadores. Os documentos de fundação condenam o pagamento da dívida, mas a resolução do 12º Encontro Nacional adota um posicionamento de negociação da mesma, evidenciando a tendência universalista adotada.

Também pode ser referida como ilustração à Przeworski, a brevidade da abordagem à reforma agrária, pois torna-se necessário ganhar o apoio dos agricultores e pecuaristas, mas sem perder o apoio dos movimentos sociais e sindical e dos favoráveis às bandeiras de justiça social no campo. Assim como nos debates sobre as alianças partidárias: Lula: “Com os nossos aliados formamos uma grande base de apoio, o que nos garante a tão necessária governabilidade para fazer as reformas que o Brasil precisa” (Programa eleitoral de 14 / 10 / 2002).

Torna-se necessário o equilíbrio das novas alianças, sempre minimizando os riscos de perda de votos e apoios tradicionais na classe trabalhadora, no sentido de reconstruir a imagem do eleitor sobre a nova condição do PT, não mais como um partido de massas (de caráter predominantemente classista), mas como um partido *catch-all*, de tendência universalista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação foram trabalhadas as mudanças ocorridas no Partido dos Trabalhadores ao longo de sua trajetória política. O PT modifica seu discurso político, sua imagem de partido político e suas propostas para alterar as formas institucionais e a estrutura sócio-econômica do país, assim como seu líder mais importante, Lula, transforma sua imagem pessoal, sua maneira de falar e o radicalismo de seu discurso. Todas estas modificações foram sendo percebidas ao longo de mais de 25 anos do PT, sobretudo, através das resoluções de alguns encontros nacionais do partido (1989, 1994, 1998 e 2001) e também das imagens da propaganda eleitoral na televisão em 2002, para a presidência da República. O processo que consideramos essencial para orientar a compreensão das transformações ocorridas no PT reuniu os elementos de sua alteração de um partido de massas para um partido *catch-all*, o aumento de sua tendência universalista em detrimento da diminuição de sua tendência classista e o processo de *trade-off*.

A análise dos seus documentos de fundação (Manifesto, Estatuto, Programa e discurso de Lula na primeira convenção) procurou mostrar que o PT passa por modificações substantivas em sua orientação teórica, que ainda assim permanece indefinida em vários aspectos. Enquanto o PT insiste em auto-definir-se como partido democrático, de esquerda e de massas, na resolução do seu 6º Encontro Nacional (1989) declara-se abertamente socialista. Ao longo dos anos, o apelo do socialismo vai se enfraquecendo para não mais ser comentado na resolução do 12º Encontro Nacional, 2001, e nos textos e discursos da campanha televisiva de 2002.

Para sustentar sua auto-definição como um partido de trabalhadores e de esquerda, o PT sempre ressaltou vínculos mantidos com os movimentos social e sindical e a importância dada às disputas eleitorais. Nos documentos de fundação a via eleitoral é colocada em segundo plano diante da sua atuação junto aos movimentos sociais. A partir de 1989 as disputas eleitorais aumentam em importância conceitual nos debates, resoluções e documentos oficiais do partido até tornarem-se o foco de ação do partido, na resolução do 12º Encontro Nacional, que dá o tom da orientação à campanha eleitoral de 2002. A ligação do partido com o movimento sindical e a centralidade da atuação ao lado dos movimentos sociais são referidas pela última vez na resolução do 6º Encontro Nacional (1989).

Por sua vez, os debates de temas da política econômica são os que mais se fazem notar em todos os documentos partidários. O combate à internacionalização da economia, às privatizações e, enfim, às diretrizes e ajustes neoliberais, antes enfatizados no Programa de fundação do partido, permanecem em todas as resoluções de encontros e também na campanha televisiva do PT em 2002. Mas, por outro lado, a maneira de abordar o pagamento da dívida externa e a reforma agrária modifica-se visivelmente nos sucessivos textos partidários. No Programa de fundação do partido é defendida a moratória da dívida. Já em 1994, a posição muda para negociação da dívida. A possibilidade de negociação é reafirmada na Resolução do 12º Encontro de 2001 e, por fim, acaba esquecido nos pronunciamentos da televisão em 2002.

A defesa de uma reforma agrária radical e urgente praticamente compõe um dos eixos programáticos do discurso de Lula na primeira Convenção e no 6º Encontro Nacional do partido. Também este tema é omitido nas resoluções do 9º Encontro Nacional (1994) e do Encontro Nacional Extraordinário (1998), e tampouco entra na propaganda eleitoral do partido em 2002, sendo mencionado apenas na resolução do 12º Encontro Nacional de 2001

apenas a partir de uma ótica do planejamento técnico requerido pela colonização e assentamentos, sem menção à natureza do conflito agrário em si.

Outro debate que passa por modificações substantivas é o da política de alianças do partido. Nos primeiros documentos ela se configura restrita e fiel às concepções ideológicas do PT e da esquerda em geral. A partir de 1994 começa-se a tratar com pragmatismo crescente a aproximação com outras forças sociais e políticas, admitindo mesmo coligações com PMDB e PSDB. Em 1998 inclui o PDT, de Leonel Brizola, e na programação da campanha eleitoral de 2002 mais a retórica deste processo de ampliação se estende até englobar o inclusive o PFL.

Todas essas mudanças demonstram que o PT, auto-referido e publicamente reconhecido desde o nascedouro como um partido de massas, foi modificando, em essência, sua orientação classista e vivenciando um progressivo aumento na perspectiva universalista de mesma natureza ao *trade-off* que Przeworski sistematizou sobre o crescimento eleitoral dos partidos de esquerda na Europa. Esta tendência do partido ocorre ao lado de um processo de hierarquização e oligarquização internas que permitiu também concluir nos termos que levaram Michels a concluir sobre a Lei de Bronze das Oligarquias. Essas mudanças de certa forma refletem nos programas do horário eleitoral gratuito do partido em 2002, podem ser vistas nas modificações do tratamento de temas centrais ao discurso (privatizações, dívida externa, reforma agrária, alianças partidárias, etc...) empiricamente, as mudanças no PT acumularam evidências igualmente expressivas, como as que se procurou analisar no terceiro capítulo, na alteração da imagem do partido e de Lula e na reorganização de signos simbólicos, icônicos, indiciáticos e plásticos segundo estratégias de *marketing* político. Em conjunto essas transformações alinhavam o processo de condução do partido ao tipo *catch-all*.

Não se pretende esgotar a compreensão das mudanças partidárias no PT com esta dissertação. O trabalho aqui realizado pretende apenas colaborar com as reflexões em curso, a

partir de algumas fontes importantes, sobre o processo de oligarquização e os efeitos práticos do em um partido de esquerda brasileiro, podendo ser também estendida a outros partidos e instituições representativas, assim como aprofundada na análise do próprio PT.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALANDIER, Georges. *O poder em cena*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

CAMPILONGO, Celso Fernandes. *Representação Política*. Rio de Janeiro: Editora Ática, 1988.

CARREIRÃO, Yan de Souza. *A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras*. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

CARVALHO, Maria Izabel Valladão de. *Crise ou falência: partidos políticos ontem e hoje* in: CARVALHO, Maria Izabel Valladão de. e RUA, Maria das Graças (Orgsorgs). *O Estudo da política. Tópicos selecionados*. Brasília: Paralelo 15, 1998.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. V.2. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CÉSAR, Benedito Tadeu. *PT: a contemporaneidade possível*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2002.

CERRONI, Umberto. *Teoria do Partido Político*. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1982.

DUVERGER, Maurice. *Os membros dos partidos* in: CARDOSO, F. H. e MARTINS, C. E. *Política e Sociedade*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

FIGUEIREDO, Ney Lima. *Jogando para ganhar*. São Paulo: Geração Editorial, 1994.

FIGUEIREDO, Rubens. *O que é Marketing Político?* São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

_____(org.). *Marketing Político e Persuasão Eleitoral*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. São Paulo: Papirus, 1996.

KINZO, Maria D'Alva Gil. *Representação Política e Sistema Eleitoral no Brasil*. São Paulo: Edições Símbolo, 1979.

_____. *Radiografia do quadro partidário brasileiro*. São Paulo: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung, 1993.

LATOURE, Bruno. Se falássemos um pouco de política? in: *Revista Política e Sociedade*, Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política Vol. 1 n. 4 – Florianópolis: UFSC: Cidade Futura, 2004 – p. 11 a 40.

LEITÃO, Cláudia Sousa. *A Crise dos Partidos Políticos Brasileiros (Os dilemas da Representação Política do Estado Intervencionista)*. Fortaleza: Tipoprogresso, 1989.

MACPHERSON, C. B. *A Democracia Liberal: Origens e Evolução*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

MAFFRE, Jean-Jaques. *A Vida na Grécia Clássica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

MENEGUELLO, Rachel. *PT, a formação de um partido (1979–1982)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

MICHELS, Robert. *Sociologia dos Partidos Políticos*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1982.

NOVARO, Marcus. O debate contemporâneo sobre a representação política in: *Revista Novos Estudos*. São Paulo: CEBRAP, nº42, julho 1995.

OLIVEIRA, Francisco de. *Qual é a do PT? In: E agora PT: caráter e identidade*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986.

PARANÁ, Denise. *O filho do Brasil: de Luiz Inácio a Lula*. São Paulo: Xamã, 1996.

PITKIN, H. F. *O conceito de representação* in: CARDOSO, F. H. e MARTINS, C. E. (Orgs.) *Política e Sociedade*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

PRZEWORSKI, Adam. *Estratégia partidária, organização de classe e votação individual* In: *Capitalismo e Social-democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995 – p. 121 a 160.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. *Marketing político e governamental: um roteiro para campanhas políticas estratégicas de comunicação*. São Paulo: Summus, 1985.

SANTAELLA, Lucia. *O que é Semiótica?* São Paulo: Brasiliense, 1983.

SARTORI, Giovanni. *Partidos e Sistemas Partidários*. Brasília: Editora da UNB, 1982.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gerárd. *O Estado Espetáculo*. Rio de Janeiro / São Paulo: Difel, 1978.

SILVEIRA, Flávio Eduardo. *A dimensão simbólica da escolha eleitoral* in: FIGUEIREDO, Rubens (org.). *Marketing Político e Persuasão Eleitoral*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

SINGER, André. *O PT*. São Paulo: Publifolha, 2001.

VENTURI, Gustavo. *Opinião pública, legislação eleitoral e democracia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

WEBER, Max. *A política como vocação*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2003.

FONTES ELETRÔNICAS

ABRAMO, Perseu. Proibido ficar perplexo. *Teoria e debate*, ano 02, n. 03, junho de 1988. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=320>. 22 ago. 2006.

ALDÉ, Alessandra. *As eleições presidenciais de 2002 nos jornais*. Disponível na internet. http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/alceu_n6_Alde.pdf /22 de agosto de 2006.

ALVES, Myrian Luiz. A travessia: os desafios de 2001. *Teoria e debate*, ano 14, n. 47, fevereiro/março/abr il de 2001. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1512> 22 ago. 2006.

AZEVEDO, Ricardo de & SPINA, Rose. Um novo contrato social: entrevista com Luiz Inácio Lula da Silva. *Teoria e debate*, ano 15, n. 51, jun/hojul.ho/agosto de 2002. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1635> 07 jul. 2006.

_____. Mudança desde o início: entrevista com Luiz Dulci. *Teoria e debate*, ano 16, n. 52, dezembro de 2002 e janeiro/fevereiro de 2003. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1863> 07 jul. 2006.

CAPISTRANO FILHO, David. Sobre a diferença e outros prêts-à-porter. *Teoria e Debate*, ano 9, n. 29, jun./jul./ago. 1995. Disponível em: <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1671> Acesso em: 07 jul. 2006.

DANTAS, Humberto. *Democracia Participativa: uma nova forma de entendermos a democracia*. Disponível em: <www.al.sp.gov.br/web/instituto/democrac.htm> Acesso em: 03 de jan. 2006.

DIAS, José Américo. Um bom sinal. *Teoria e debate*, ano 08, n. 20, fevereiro/março/abril de 1993. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=922> 15 jun. 2006.

DIRCEU, José. Daqui pra frente – Brasil agenda 93. *Teoria e debate*, ano 08, n. 20, fevereiro/março/abril de 1993. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=900> 15 jun. 2006.

_____. PT é o grande vitorioso. *Teoria e debate*, ano 14, n. 46, novembro/dezembro de 1999 e janeiro de 2001. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1494> 15 jun. 2006.

DISCURSO de Lula na primeira convenção nacional do PT. Referência obtida via base de dados in: Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. *Fundação Perseu Abramo*, 1981. Disponível na internet www.fpabramo.org.br 27 mar. 2005.

DISPUTA nos municípios terá padrão de comunicação. *Partido dos Trabalhadores*, 01 de set. 2003. Disponível na internet. http://www.pt.org.br/site/secretarias_def/secretarias_int.asp?cod=1148&cod_sis=22&cat=30 15 jun. 2006.

DUARTE, Ozéas. Sem fantasias doutrinarias. *Teoria e debate*, ano 08, n. 21, maio/junho/julho de 1993. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=949>: 17 maio de 2006.

DULCI, Luiz. 15 anos de PT: Política como grande arte. *Teoria e debate*, ano 10, n. 30, novembro/dezembro de 1995 /janeiro de 1996. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1996> 17 maio de 2006.

ENTENDA A CPI dos Bingos. *Folha Online*, 06 dez. 2005. Disponível na internet.<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u74415.shtml>. 12 dez. 2005.

ENTENDA A LIGAÇÃO entre Marcus Valério e as denúncias de Jefferson. *Folha Online*, 28 jun. 2005. Disponível na internet.<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u70167.shtml>. 12 dez. 2005.

ESTATUTO do Partido dos Trabalhadores.Referência obtida via base de dados:in: Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. *Fundação Perseu Abramo*, 1980 Disponível na internet.www.fpabramo.org.br 27 mar. 2005.

FALCÃO, Rui. A magia da direita no novo governo. *Teoria e debate*, ano 04, n. 09, janeiro/fevereiro/março de 1990. Disponível na internet.<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=581> 17 maio de 2006.

FEUERWERKER, Alon. Divagações sobre a eficácia de um plano. *Teoria e debate*, ano 09, n. 25, junho/julho/agosto de 1994. Disponível na internet<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1252> 22 abr. 2006.

Garcia, Marco Aurélio. Balanço da era FHC. *Teoria e debate*, ano 15, n. 51, junho/julho/agosto de 2002. Disponível na internet<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1637> 22 abr. 2006.

GENRO, Tarso. Um novo partido socialista de massas. *Teoria e Debate*, ano 2, n. 4, set. 1988. Disponível em: <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=339>> Acesso em: 28 mar. 2006.

HADDAD, Fernando. Política de antivalor e outras políticas: entrevista com Francisco de Oliveira. *Teoria e Debate*, ano 11, n. 37, fev./mar./abr. 1998. Disponível em: <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=2503>> Acesso em: 28 mar. 2006.

LOBATO, Elvira. Para historiador italiano, política é sempre corrupta: entrevista com Giovanni Arrighi. *Folha Online*, 10 de out. 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1010200505.htm>> Acesso em: 30 de ago. 2006.

MANIFESTO de Lançamento. Referência obtida via base de dados: : Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. Fundação Perseu Abramo, 1980 Disponível na internet. www.fpabramo.org.br 27 mar. 2005.

MARINHEIRO, Vaguinaldo. Bonzinho, destemperado e professor iniciam horário político eleitoral para lapidar esteriótipo. *Folha Online*. 02 de junho de 2002. Disponível na Internet. <http://www.folhaonline.com.br/arquivofolha/eleicoes2002> 20 nov. 2006.

_____. Lula abandona estilo Tê e aposta em Parreira para não ser tetra. *Folha Online*. 18 de agosto de 2002. Disponível na Internet. <http://www.folhaonline.com.br/arquivofolha/eleicoes2002> 20 nov. 2006.

PEREIRA, Hamilton. A construção da unidade: entrevista com Ricardo Berzoini. *Teoria e Debate*, ano 19, n. 66, abr/maio/jun. 2006. Disponível em: <<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=2859>> Acesso em: 28 mar. 2006.

POMAR, Wladimir. Ato de hoje constroem o amanhã. *Teoria e Debate*, ano 2, n. 4, setembro 1988. Disponível em: <<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=338>> Acesso em: 29 abr. 2006.

PONT, Raul. Pluralismo, disciplina e internacionalismo. *Teoria e debate*, ano 03, n. 05, janeiro/fevereiro/março de 1989. Disponível na internet. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=468> 29 abr. 2006.

PROGRAMA de fundação do Partido dos Trabalhadores. Referência obtida via base de dados: in: Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. *Fundação Perseu Abramo*, 1980 Disponível na internet. www.fpabramo.org.br 27 mar. 2005.

SAMPAIO, Plínio de Arruda. Depende da gente. *Teoria e debate*, ano 03, n. 06, abril/maio/junho de 1989. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=475> 29 abr. 2006.

SINGER, Paul. O PT em transformação. *Folha Online*, 15 de maio de 2006. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz1505200608.htm> Acesso em: 30 de ago. 2006.

SOUZA, Hamilton Octávio de. Eleição e desgaste do modelo neoliberal. *Teoria e debate*, ano 12, n. 38, maio/junho/julho de 1998. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=2384> 08 maio 2006.

SPINA, Rose. Três campanhas: entrevista com Wladimir Pomar e Luiz Gushiken. *Teoria e debate*, ano 12, n. 37, fevereiro/março/abril de 1998. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=2507> 08 maio 2006.

TEMER, Milton. PT pra quê? *Teoria e debate*, ano 13, n. 41, maio/junho/julho de 1999. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1232> 26 jun. 2006.

TRAJETÓRIAS: da origem do Partido dos Trabalhadores à vitória de Lula. Referência obtida via base de dados: in: Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. *Fundação Perseu Abramo*, 2005. Disponível na internet www.fpa.org.br/memoria/trajetorias2003/trajetorias.htm 27 mar. 2006.

VEJA as suspeitas que pesam sobre o tesoureiro do PT. *Folha Online*, 02 jul. 2005. Disponível na internet <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u70028.shtml> 14 out. 2005.

WEFFORT, Francisco. Consolidar o partido, construir a democracia. *Teoria e debate*, ano 02, n. 04, setembro 1988. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=337> 26 jun. 2006.

RESOLUÇÕES DE ENCONTROS E CONGRESSOS DO PT

6º ENCONTRO Nacional do PT: as bases do plano de ação do governo, diretrizes para a elaboração do programa de governo, as eleições presidenciais e a candidatura de Lula e o momento atual e nossas tarefas. Referência obtida via base de dados: Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. *Fundação Perseu Abramo*, 1989. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/wfdownloads/viewcat.php?cid=31> 27 mar. 2005.

9º ENCONTRO Nacional do PT: carta-compromisso dos candidatos proporcionais e majoritários do PT, a conjuntura e a campanha e resolução sobre a fidelidade partidária. Referência obtida via base de dados: in: Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. *Fundação Perseu Abramo*, 1994. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/wfdownloads/viewcat.php?cid=34>. 27 mar. 2005.

ENCONTRO Nacional Extraordinário. O fim de um ciclo. Referência obtida via base de dados: Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. *Fundação Perseu Abramo*, 1998. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/wfdownloads/viewcat.php?cid=37> 27 mar. 2005.

12º ENCONTRO Nacional do PT. Referência obtida via base de dados: in: Resoluções de Encontros e Congressos & Programas de Governo. *Fundação Perseu Abramo*, 2001. Disponível na internet <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/wfdownloads/viewcat.php?cid=38> 27 mar. 2005.

FONTES AUDIOVISUAIS:

Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, Lula, PT, 2002 – eDe 20/08 à 12/09. DOXA (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública. Rio de Janeiro, IUPERJ. 2006. DVD.

Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, Lula, PT, 2002 – De 14/09 à 03/10. DOXA (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública. Rio de Janeiro, IUPERJ. 2006. DVD.

Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, Lula, PT, 2002 – De 14/10 à 18/10. DOXA (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública. Rio de Janeiro, IUPERJ. 2006. DVD.

Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, Lula, PT, 2002 – De 18/10 à 22/10. DOXA (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública. Rio de Janeiro, IUPERJ. 2006. DVD.

Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, Lula, PT, 2002 – De 22/10 à 25/10. DOXA (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública. Rio de Janeiro, IUPERJ. 2006. DVD.