



ISSN 1414-7866 (versão impressa)
ISSN 2448-3605 (versão on-line)

Paraná Eleitoral
revista brasileira de direito
eleitoral e ciência política

Siglas em xeque: o fenômeno contemporâneo de troca de nomenclaturas dos partidos brasileiros

Bruno Conceição, Rodolfo Marques e Melina Morschbacher

Resumo

Este trabalho busca analisar o fenômeno contemporâneo da troca de nomenclatura dos partidos políticos brasileiros, alguns deles com vários anos de atuação. Quais seriam os ganhos e as desvantagens de os partidos, após vários ciclos eleitorais, se apresentarem ao eleitor sob outra nomenclatura? Esta pesquisa tenta dimensionar esse fenômeno por três eixos: 1) pela questão estratégica, na área de comunicação política, na medida em que isso pode acarretar flutuações de apoio do eleitorado pela mudança de uma marca tão consolidada; 2) pela perspectiva histórico-política de mudança dos nomes dos partidos; e 3) pela questão legal, sobre a proposta de lei que impede a alteração no nome dos partidos, que está sendo debatida no Congresso. Os dados sobre troca de nomes dos partidos foram coletados no Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Entre os principais achados da pesquisa está o fato de que a mudança do nome traz dividendos positivos para os partidos, mas negativos para o eleitor.

Palavras-chave: partidos políticos; troca de nomenclatura; Brasil.

Abstract

This study aims at analyzing the contemporary phenomenon of the nomenclatures change in Brazilian political parties, some of them with several years of performance. What would the gains and disadvantages of the parties be, after several electoral cycles, in presenting themselves to the elector under another nomenclature? This research tries to measure this phenomenon by three axes: 1) by the strategic question, in the area of political communication, to the extent that this can lead to fluctuations

Sobre os autores

Bruno Conceição é doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS). Sua tese de doutorado abordou a nacionalização dos partidos no Brasil. E-mail: brunopolitica@gmail.com

Rodolfo Marques é doutore em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e professor na Universidade da Amazônia (Unama). E-mail: rodolfo.smarques@gmail.com

Melina Morschbacher é doutora em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS) e professora universitária do Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes). E-mail: melina.ufrs@gmail.com

in support of the electorate by the change of such a consolidated brand; 2) by the historical political perspective of changing the names of the parties; and 3) by the legal question, on the proposed law that prevents the change in the parties names, which is being debated in Congress. Data on party name changes were collected from the Superior Electoral Court (TSE). Among the main findings of the research is the fact that the name change brings positive dividends for the parties, but negative for the voters.

Keywords: political parties; nomenclature exchange; Brazil.

Artigo recebido em 19 de novembro de 2018; aceito para publicação em 30 de novembro de 2018.

Introdução

A recente e massiva movimentação de partidos brasileiros para a troca de suas respectivas nomenclaturas não acontece por acaso, pois esse fenômeno está vinculado, de maneira mais abrangente, ao contexto político-partidário internacional. A crise de representação dos partidos políticos, seja europeus ou sul-americanos, trouxe o anseio de reaproximação entre estes e o povo. Tal reaproximação com o eleitorado acontece – de um lado – pela criação de novos partidos, que adquirem destaque veloz na competição eleitoral em razão do desgaste dos partidos tradicionais, e – de outro lado – pela adoção de *slogans* que simbolizam um sentimento ou captam algo que “as ruas” estejam esperando. Essa nova prática de adesão de eleitores tem gerado bons dividendos: de votos, com o crescimento de novos partidos, e de adeptos, por vezes fervorosos, desses novos partidos, em razão dos efeitos de maior proximidade das lideranças partidárias com as expectativas da população.

É um fenômeno que podemos demarcar como tendo início na Europa. Notadamente, esses novos partidos europeus carregam consigo a expectativa de dar “voz” aos anseios de cidadãos desamparados e desconfiados dos partidos tradicionais. Ou seja, há um vácuo de representação ocupado por esses novos partidos em um momento de auge da democracia de público, no qual a representação toma forma nos meios de comunicação de massa, e não somente nas ruas; as predisposições do eleitorado são flutuantes de acordo com o sucesso ou fracasso de carismáticas lideranças políticas em resolver questões socioeconômicas e de políticas públicas (Manin, 1995).

Isso pode ser observado em dois casos particulares. Primeiramente, o partido de esquerda Podemos, na Espanha, e depois o partido de centro-direita En Marche!, na França, que conquistaram muitos votos tentando fugir dos estereótipos dos partidos tradicionais. O Podemos foi criado com a finalidade de restaurar a credibilidade dos cidadãos na classe política. Originado em 2014, esse partido adota como pauta a crítica à austeridade econômica, ganhando adesão popular em torno do movimento 15-M, que fez protestos diários nas principais cidades espanholas contra a política econômica do país (Romão, 2015). O diferencial desse partido é a estreita ligação com as camadas da população insatisfeitas com os partidos tradicionais, aliado ao fato de que ele promete maior interação e participação dessa população na política. Na sua, até agora, curta existência, já adquiriu representatividade inesperada diante do descrédito dos políticos socialistas e conservadores espanhóis.

Na mesma direção de renovação da política, foi criado, em 2016, o movimento En Marche!, na França. De perspectiva de centro-direita, serviu de plataforma para o jovem político Emmanuel Macron criticar tanto a esquerda, do presidente socialista François Hollande, quanto a direita, representada pelo ex-presidente Nicolas Sarkozy. Com a política francesa sem novas ideias nos campos políticos tradicionais, o discurso do novo e da “República em Marcha” captou a paixão do eleitorado francês, concedendo a vitória eleitoral a Macron em 2017. Diferentemente do caso espanhol, no qual não há uma liderança tão acima das demais, o projeto político do En Marche! depende, em suma, do carisma do presidente Macron para se manter estável.

Segundo Filipe Romão (2015), esses dois casos não podem ser desconectados da crise política e financeira que atravessa a maioria dos países europeus. Dessa forma, há um ambiente de oportunidade no cenário político para que esse discurso de renovação se prolifere na sociedade, incorporado nas nascentes siglas emergidas nos últimos anos. No cenário brasileiro, esses fatores estão presentes, de forma potencializada, em decorrência do processo de *impeachment* presidencial ocorrido em 2016 e dos constantes escândalos de corrupção que cruzam as legendas dos mais distintos espectros ideológicos. Portanto, parecido com o caso europeu, há um desejo de renovação política que pode ser incorporado tanto por novos partidos quanto, mais surpreendentemente, pelos partidos tradicionais, repaginados na sua identidade.

Porém, esse quadro nos traz certas interrogações: essa estratégia, por vezes considerada pela opinião pública como pura “artimanha”, é vantajosa para reconstruir a imagem dos partidos? Seria, por outro lado, legal dentro do ordenamento constitucional brasileiro? E ainda mais importante: é eficiente para atrair o eleitorado que possui desconfiança da sigla? Essas questões geram debate na academia e na sociedade que merece maior problematização. O objetivo da pesquisa é apresentar os ganhos e as desvantagens da troca de nomenclatura dos partidos em meio às tentativas das organizações partidárias de salvarem seu capital eleitoral durante as crises políticas de corrupção que, a cada ano, assolam as siglas.

Nosso objetivo é debater quais são os princípios que norteiam as organizações partidárias na troca das siglas. Para dar conta disso, este artigo divide-se em três seções. Na primeira, discutimos como a comunicação política identifica a “marca” da sigla para seu sucesso eleitoral e quais são as consequências positivas e negativas que a alteração na nomenclatura partidária incide sobre o cidadão e o partido. Na segunda seção, mostramos como, historicamente, os partidos brasileiros se movem para alterar sua nomenclatura quando a imagem partidária está desgastada diante do eleitorado. Na terceira seção, debatemos essa troca pela via legal, por meio do Projeto de Lei 8546/2017, que trata da proibição da alteração nos nomes das siglas partidárias. Ao final, apontamos quais são as perspectivas para os partidos tradicionais nesse cenário de mudanças.

Comunicação política e troca de nomenclatura: uma estratégia eficaz?

Atualmente, no cenário discutido, torna-se lícito acreditar que a alteração na nomenclatura das siglas converte-se em uma estratégia política utilizada pelos partidos para a conquista de votos. Percebe-se, pois, uma tendência de modernização das imagens das organizações partidárias, em especial depois dos grandes e sistemáticos escândalos de corrupção e desgaste da imagem dos políticos. Os casos europeus trazem à tona o poder do *marketing* e da comunicação política para a sobrevivência dos velhos partidos e, também, para o surgimento de novos.

Dentro das perspectivas do *marketing* político, é necessário entender as agremiações partidárias como produtos e os eleitores como clientes/consumidores. Assim, considerando-se que marcas são nomes, é importante ressaltar a ideia de *branding* dentro do contexto de construção de uma marca e de sua imagem (Aaker e Joachimsthaler, 2007). O termo *branding* significa tornar uma marca reconhecida e influente para o público ao qual ela se destina. Os nomes das agremiações partidárias são marcas que revelam determinados conceitos e posicionamentos a serem captados ou absorvidos pelo consumidor-eleitor.

Nesse contexto, a modificação dos nomes dos partidos está diretamente ligada, também, ao processo de reposicionamento das agremiações, buscando melhorar, distanciar, ou remover sua imagem de fatos negativos no intento de maximizar seus dividendos políticos (Torquato, 2014). Portanto, a troca de nomes de partidos se insere no contexto mercadológico de reposicionamento e, acima de tudo, corresponde a uma estratégia de comunicação política, tentando buscar nomes mais “palatáveis” e “acessíveis”, para que um número maior de eleitores possa aderir às suas ideias e se sentir novamente atraído ao partido.

Um aspecto que precisa ser ressaltado é o da persuasão no campo da comunicação política. O que diferencia a comunicação/promoção no contexto do *marketing* é exatamente a ideia do convencimento – ou seja, despertar uma atitude positiva do consumidor em relação aos produtos e serviços oferecidos (Gomes, 2004; Weber, 2000). Nesse contexto, há o *marketing-mix* – também descrito como composto de *marketing* –, que agrega os seguintes elementos: produto, preço, praça e promoção. Esses conceitos podem ser entendidos dentro do *marketing* político como: a) o *produto* sendo o partido ou o político; b) o *preço* sendo o valor percebido e/ou a imagem que transparece para o cidadão; c) a *praça* sendo a área de atuação dos políticos e das agremiações partidárias, no caso, a eleição; e d) a *promoção* sendo as estratégias de comunicação com e persuasão do público (Aaker e Joachimsthaler, 2007; Torquato, 2014). Uma mudança de nomenclatura pode acarretar alterações na forma ideológica do partido, na forma como ele é percebido pelo eleitorado, no modo como atua na competição eleitoral e nas estratégias de exposição ou divulgação da nova marca.

Ainda dentro desse campo, trabalha-se com o conceito de dissonância cognitiva¹ e reforço de marcas e *slogans* das próprias agremiações. Como marcas são nomes e estes denotam conceitos ao público, a dissonância cognitiva ocorre quando existe diferença entre a imagem planejada e a projetada em relação ao grau de percepção do receptor da mensagem. Quanto maior for a dissonância cognitiva por parte da percepção das pessoas/eleitores, tanto pior para os partidos políticos e seus representantes. Ou seja, mudanças radicais na nomenclatura podem, em vez de trazer renovação na imagem partidária, resultar em crise de identidade partidária para o eleitor, pois o eleitorado pode ficar confuso com as ideias que a sigla defende com a nova marca.

O papel dos profissionais da comunicação política é, portanto, trabalhar na projeção de uma imagem positiva dos partidos representados e, por consequência, diminuir ou evitar a dissonância cognitiva deles com o público alvo (Aaker e Joachimsthaler, 2007; Torquato, 2014). As funções gerais da propaganda² dentro do contexto da comunicação política são três, como se observa, resumidamente, no Quadro 1:

Quadro 1 – Funções da propaganda

	Função	Conceito
1	<i>Brand awareness</i>	Função definida por buscar deixar a marca conhecida para o público, pelo nome em si e/ou por uma representação gráfica.
2	<i>Recall</i>	Geração da lembrança a respeito da mensagem publicitária veiculada ao público por parte dele próprio.
3	<i>Trial</i>	Tarefa da propaganda de despertar no público o sentimento e a vontade de experimentar aquilo que está sendo oferecido.

Fonte: Adaptado de Bruno (2017).

Resta ressaltar dentro deste debate sobre comunicação que os *slogans* têm sido uma estratégia que vem sendo adotada amplamente

1. Para mais informações, cf. o texto de Roberta Figueiredo disponível em: <<https://bit.ly/2QiCwcn>>. Acesso em: 20 out. 2018.
2. Para mais informações, cf. Bruno (2017).

nos últimos anos pelos partidos políticos brasileiros. Os *slogans* possuem força imagética maior para chamar a atenção do cidadão e despertar um sentimento positivo de sua parte por meio de frases ou lemas que reflitam aspectos positivos na sociedade. Os partidos, ao mudarem seus nomes para esse formato de *slogan*, buscam simplificar a relação com seu público e garantir, na medida do possível, um laço simbólico comum com parcela significativa do eleitorado.

Dessa forma, a identificação partidária por siglas, pela qual os eleitores, principalmente os novos, precisam buscar a definição de cada letra do nome partidário para tentar identificar qual é o projeto político-ideológico do partido, torna-se cada vez mais obsoleta em um cenário de velocidade da informação e imediatismo. Ao se direcionar em explicitar com *slogans* a marca partidária, os partidos podem estar se aproximando, quase de maneira instantânea, tanto de velhos quanto de novos eleitores, que possuem lembranças e sentimentos positivos com determinadas ideias, como: progresso, democracia, patriotismo, movimento, mudança, poder etc. Na prática, são colocados como nomenclaturas partidárias termos de fácil absorção pelo público em geral, favorecendo a captura de eleitores pouco ideológicos – pois essa é uma marca dos sistemas partidários atuais: o diminuto perfil ideológico dos partidos (Kirchheimer, 2012). Na próxima seção, será mostrado como essa tendência de troca de nome partidário para *slogans* é muito recente no país, em especial considerando-se as peculiaridades e heterogeneidades da política brasileira na redemocratização.

Histórico da mudança de nomenclaturas partidárias no Brasil

A marca da organização partidária no Brasil é de frequente interrupção da sua atividade no século XX. Isso foi uma barreira para os partidos brasileiros se consolidarem, tanto na arena eleitoral quanto na organizativa, até a abertura democrática, em 1985 (Soares, 2001). Mesmo com o incentivo ao pluripartidarismo, o sistema partidário brasileiro teve um número acentuado de extinções ou fusões logo nos primeiros anos da redemocratização. Nessa situação instável, a troca de nomes dos partidos foi frequente. No começo da década de 1980, vários partidos foram criados e desapareceram sob diferentes circunstâncias: fusão de legendas, perda de lideranças, falta de estrutura partidária, falta de recursos financeiros etc. (Paiva *et al.*, 2008).

Seria possível afirmar que o momento de virada no jogo político brasileiro, no qual os partidos tornaram-se mais estáveis, foi a criação da Lei 9.096, de 19/09/1995 – a Lei dos Partidos Políticos (Ribeiro, 2008). Entre outras coisas, essa lei permitiu o crescimento das estruturas partidárias em razão do aumento substancial de recursos financeiros para as legendas. O Fundo Especial de Assistência Financeira aos partidos políticos – conhecido como fundo partidário – repassa verbas de forma proporcional ao tamanho das bancadas, de cada legenda, da eleição anterior.

De forma adicional, a nova legislação concedeu ampla autonomia para o uso desses recursos, algo poderoso nas mãos dos líderes partidários, que podem influenciar financeiramente o futuro político das facções internas de suas respectivas legendas (Ribeiro, 2008). O critério proporcional da divisão do financiamento estatal favorece os partidos mais antigos, possuidores de visibilidade e *recall* maior do eleitorado, que recebem mais rendimentos do fundo partidário. No Quadro 2, são apresentadas as informações de longevidade temporal e troca de nomenclatura dos partidos brasileiros desde o período de redemocratização:

Quadro 2 – Longevidade e troca de nomenclatura dos partidos brasileiros

Partido	Número	Ano de Registro	Alteração no nome da legenda	Situação
Democratas	25	1986	Sim	Ativo
PAN	26	1995	Não	Inativo
PC do B	65	1988	Não	Ativo
PCB	21	1996	Não	Ativo
PCO	29	1997	Não	Ativo
PDT	12	1981	Não	Ativo
PEN	51	2012	Não	Ativo
PGT	30	1995	Não	Inativo
PHS	31	1997	Sim	Ativo
MDB	15	1981	Sim	Ativo
PMB	35	2015	Não	Ativo
PMN	33	1990	Não	Ativo
Progressistas	11	1980	Sim	Ativo

[continua na próxima página]

Partido	Número	Ano de Registro	Alteração no nome da legenda	Situação
PPL	54	2011	Não	Ativo
PPS	23	1992	Não	Ativo
PR	22	2006	Não	Ativo
Prona	56	1990	Não	Inativo
PRB	10	2005	Sim	Ativo
Pros	90	2013	Não	Ativo
PRP	44	1991	Não	Ativo
PRTB	28	1997	Não	Ativo
PSB	40	1988	Não	Ativo
PSC	20	1990	Não	Ativo
PSD	55	2011	Não	Ativo
PSDB	45	1989	Não	Ativo
Democracia Cristã	27	1997	Sim	Ativo
PSL	17	1998	Não	Ativo
PSOL	50	2005	Não	Ativo
PSTU	16	1995	Sim	Ativo
PT	13	1982	Não	Ativo
PTB	14	1981	Não	Ativo
PTC	36	1985	Sim	Ativo
PV	43	1993	Não	Ativo
Solidariedade	77	2013	Não	Ativo
Rede Sustentabilidade	18	2015	Não	Ativo
Podemos	19	1997	Sim	Ativo
Novo	30	2015	Não	Ativo
Avante	70	1994	Sim	Ativo

Fonte: Brasil (2018).

Percebe-se que temos três ciclos de criação dos partidos no Brasil. O primeiro emerge do período de abertura de direitos políticos, ainda sob o regime civil-militar, daqueles partidos que aproveitaram o retorno de lideranças exiladas ou foram criados em virtude do seu posicionamento combativo ao regime – casos de PDT, MDB (ex-PMDB) e PT. Mesmo aquelas lideranças que colaboraram com o regime civil-militar aproveitaram a abertura política para criar

partidos alheios à interferência militar, casos do Democratas (ou DEM, ex-PFL), e do Progressistas (ex-PP e PPB). Desse ciclo inicial de geração de partidos, quase todas as siglas tiveram que passar por um teste importante de sobrevivência partidária: a perda de seu principal líder. O MDB perdeu Ulysses Guimarães³, o PDT perdeu Leonel Brizola⁴ e o DEM perdeu Antônio Carlos Magalhães (ACM)⁵. Apesar das flutuações de votos a cada pleito, esses partidos permaneceram sendo muito relevantes na política nacional. Portanto, o teste da longevidade mostra que desses partidos, oriundos do começo da redemocratização, todos estão inseridos na vida política brasileira, com menor ou maior destaque na participação efetiva no poder executivo ou mesmo no papel minoritário de oposição parlamentar.

O segundo ciclo de novos partidos, da década de 1990 até meados da década de 2000, é formado por legendas de médio a pequeno porte com interesses voltados para grupos específicos do eleitorado. É de se destacar, dessa época, o PV, conectado com causas de proteção ambiental, o PSOL, ligado aos interesses dos trabalhadores em uma vertente de combate radical ao interesse do capital financeiro na política, e ainda o PRB, partido voltado aos eleitores de matriz religiosa neopentecostal. Basicamente, essas novas organizações partidárias buscaram se desvencilhar da imagem dos partidos tradicionais, fornecendo novos elementos de discussão para o eleitorado.

O último ciclo de criação de legendas é bem recente, com partidos tendo menos de dez anos de atuação, mas conseguindo rapidamente possuir relevância política. Em comum, a direção de buscar o centro da política brasileira, como é o caso do PSD – assumidamente contrário a ser rotulado tanto de esquerda quanto de direita –, cuja estratégia foi ser pragmático nas suas alianças. É o caso também do Solidariedade, fundado em 2013, que abarcou vários políticos de centro para suas fileiras, obtendo bons resultados eleitorais (Conceição, 2018). Alguns partidos que mudaram

3. Principal político no combate do MDB ao regime civil-militar e um dos principais articuladores da Constituição Federal de 1988.
4. Um dos políticos mais emblemáticos da história brasileira, tanto na experiência democrática de 1946-1964 quanto na redemocratização.
5. Político baiano importante, que ajudou a sustentar os governos do presidente Fernando Henrique Cardoso (1994-2002).

de nome ou resultaram de um processo de fusão foram o PHS⁶, o PP⁷, o PSDC⁸, o PTC⁹, o PRB¹⁰, e o PR¹¹, sendo este último fruto da união de dois partidos que tinham similar margem de votos válidos antes da fusão (PL e Prona) (Brasil, 2018).

A alteração na nomenclatura partidária foi um fato raro neste período democrático, já que esse é um recurso utilizado, na maioria das vezes, em casos de fusão de partidos ou de renovação da imagem da sigla. O caso mais recente de troca de nomenclatura de um partido tradicional é o do Partido do Movimento Democrático

6. “Finalmente em 28.01.2000, o Partido da Solidariedade Nacional – PSN, requereu mediante expediente protocolizado sob nº 374/2000, juntada aos autos da supramencionada petição, nova mudança de nomenclatura e sigla para Partido Humanista da Solidariedade – PHS, deferida em sessão de 30.05.2000, nos termos da Resolução/TSE nº 20.636, publicada no Diário da Justiça de 25.08.2000” (Brasil, [200?]).
7. “Em sessão do dia 29.05.2003 o Partido Progressista Brasileiro – PPB teve deferido o pedido de mudança de nomenclatura e sigla para Partido Progressista – PP (PET 104, Resolução nº 21.401, publicada no Diário da Justiça de 04.07.2003)” (Brasil, [200?]).
8. “O Partido Democrata Cristão – PDC, por seu presidente nacional, o Sr. José Maria Eymael, solicitou a concessão do registro provisório, o qual originou o processo de registro nº 268. Antes mesmo de ser levado a julgamento, o referido partido, mediante petição protocolizada sob nº 7606/95, juntada ao processo acima citado, solicitou a esta egrégia Corte para que fosse mudada a nomenclatura e sigla para Partido Social Democrata Cristão – PSDC, sendo deferida em sessão de 17.08.1995, nos termos da resolução/TSE nº 19.333, publicada no Diário da Justiça de 06.09.1995” (Brasil, [200?]).
9. “Por último, o PRN, mediante petição protocolizada sob nº 25225/ e 25325/2000, juntada a supracitada petição, requereu nova mudança de nomenclatura e sigla para Partido Trabalhista Cristão – PTC, deferida em sessão de 24.04.2001, nos termos da Resolução/TSE nº 20.796, publicada no Diário da Justiça de 08.06.2001” (Brasil, [200?]).
10. “Mediante petição protocolizada sob nº 13318/2005, Sanny Braga Vasconcelos, OAB/DF 18.965, requereu a mudança de nomenclatura e sigla Partido Municipalista Renovador – PMR, para Partido Republicano Brasileiro – PRB, deferida em sessão de 11.03.2006, nos termos da resolução/TSE nº 22.167, publicada no Diário da Justiça de 31.03.2006” (Brasil, [200?]).
11. “Os presidentes nacionais do Partido Liberal – PL e do Partido de Reedificação da Ordem Nacional – PRONA, em 07.11.2006, requerem a esta Corte, mediante petição protocolizada sob nº 24.858/2006 (RGP 305), o pedido de fusão do PL com o PRONA, dando origem ao Partido da República – PR, deferido, nos termos da resolução/TSE nº 22.504, publicada no Diário da Justiça, em 12.02.2007” (Brasil, [200?]).

Brasileiro (PMDB). Nascido MDB durante os primeiros anos de ditadura civil-militar, atuou em oposição aos militares e contra o partido oficial da ditadura, a Aliança Renovadora Nacional (Arena), tornando-se um dos veículos responsáveis pela redemocratização lenta, gradual e segura na década de 1980 (Kinzo, 1988; Stepan, 1986). O fortalecimento partidário só ocorre na eleição de 1974, na qual obtém expressivos resultados – sendo este o primeiro revés dos militares nas urnas.

A partir desse momento, até assumir a Presidência da República com José Sarney, em 1985, o partido torna-se um dos maiores beneficiados do fim do regime civil-militar, mesmo enfrentando a reforma partidária de 1979, que foi arquitetada pelos militares para enfraquecer o MDB e dividir as oposições nascentes. Após a reforma partidária, todas as siglas partidárias passaram a ter a palavra “partido” em seus nomes, renomeando o MDB como PMDB. Os dirigentes decidiram acatar essa imposição da justiça eleitoral.

De 1985, até os dias atuais, o PMDB passou a ser visto como agremiação muito forte no Congresso Nacional, possuindo, ao mesmo tempo, características de fisiologismo político, sempre aliado aos “governos de plantão”, além de governar várias unidades da Federação. Desde esse momento, tornou-se um fator de estabilidade institucional na redemocratização. Nos anos 1990, o partido teria enfrentado uma “conversão institucional”, de modo a encarar as novas questões postas pela redemocratização. Assim, o partido se perderia num conflito interno entre *oposicionistas* e *governistas*, algo que marcou a mudança da liderança nacional do partido após a morte de Ulysses Guimarães.

Natalia Maciel (2014) sustenta que a herança governista do PMDB é a mesma das velhas raposas que compunham o antigo PSD, fundadoras do MDB, como Ulysses e Tancredo Neves. Assim, com a democracia restabelecida e a morte da última raposa, Guimarães, o partido enfrentou profunda indefinição quanto ao seu perfil e objetivo político. Dessa luta interna, emergiu vitorioso o campo que ela denomina de *governistas*, liderado por Michel Temer, que assume a presidência do partido e adota medidas de isolamento e progressivo enfraquecimento de alas oposicionistas. As principais características do PMDB no jogo político seriam: a *centralidade*, entendida como sua posição de centro no espectro político, dada a ausência de programa, e o *peso*, traduzido no grande número de

cadeiras parlamentares (Maciel, 2014). Assim, ao voltar a ser chamada de MDB, a agremiação busca reposicionamento no mercado, tentando melhorar sua imagem com o público-eleitor ao retornar aos bons tempos de ações democráticas, perdidas durante o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff em 2016.

O PFL foi o primeiro partido a adotar a estratégia de *slogan* como nome partidário, ao se rebatizar, em 2007, como Democratas; ficou, no entanto, sendo designado pela sigla de DEM. Essa alteração envolveu muito a vertiginosa queda eleitoral da legenda após sair do Governo Federal com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2002. Segundo dados de Sara Epitácio e Roberta Resende (2013), o PFL, durante os mandatos do tucano Fernando Henrique Cardoso, teve significativa importância para a manutenção da coalizão governamental que o sustentava, bem como participação marcante na aprovação de projetos oriundos do Executivo.

O PFL, no auge da década de 1990, chegou a ocupar ministérios-chave do Governo: Previdência, Meio Ambiente, Minas e Energia, Esporte e Turismo e até Defesa (Epitácio; Resende, 2013). Essa força partidária do PFL estava fortemente atrelada à parceria com o PSDB. Na medida em que os tucanos começaram a se desgastar no Governo Federal, isso também foi sentido pelo seu fiel parceiro.

A ida para a oposição trouxe custos muito altos para o PFL. A perda de recursos nas pastas ministeriais, além da diminuição de parlamentares nas eleições seguintes trouxe um cenário de crise partidária que demandou a estratégia de mudança na nomenclatura em 2007. O enfraquecimento do partido na oposição foi sentido na organização partidária, que perdeu muitos membros nesse processo de refundação (Epitácio; Resende, 2013). O declínio eleitoral só começou a ser contornado muito recentemente, nas eleições de 2014, nas quais o partido obteve fôlego novo (Conceição, 2018).

Portanto, a simples mudança de nomenclatura como estratégia de manter a sobrevivência partidária não funciona de maneira imediata. É um processo de longo prazo, no qual o eleitor precisa se familiarizar com os possíveis novos objetivos do partido reformulado. O caso, até certo ponto, de êxito na renovação do nome partidário do Democratas pode ter servido de baliza para os movimentos atuais de adoção de *slogans* como marca por outras legendas. Contudo, essa estratégia está cercada de ambiguidades jurídicas que vem enfrentando contestação, conforme veremos na próxima seção.

O Projeto de Lei 8.546/2017

Nesta seção, pretendemos discutir como a troca de nomenclaturas das siglas enfrenta contestações no campo legal. Como visto anteriormente, a movimentação para alteração no nome das legendas tem ganhado adesão de muitos partidos, que buscam adotar um lema que defina sua identidade. Saímos da ideia de sigla, um conjunto de letras que oculta o projeto ideológico dos partidos, para entrarmos no *slogan*, uma expressão simbólica do que o partido almeja defender ou expressar. Nessa nova safra, temos expressões que já foram acolhidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE): Democratas, Novo, Rede Sustentabilidade, Patriotas e Avante. Há outras expressões que querem ganhar espaço nos próximos anos: livres, trabalhistas etc.

Todavia, da mesma forma que essa movimentação vem ganhando simpatia entre a classe política, ela é vista com desconfiança. Algumas legendas não estariam modificando sua nomenclatura para se dissociar da imagem negativa causada, possivelmente, por más gestões ou escândalos de corrupção? O quanto isso prejudica a responsabilização vertical do eleitor, ou seja, a capacidade cognitiva de o cidadão determinar quem é responsável por determinada ação, certa ou errada, em determinada política pública? Um estudo mostra que o cidadão brasileiro vem tendo déficits progressivos na construção da identificação de responsividade dos seus representantes – dessa forma, perdendo a capacidade de premiar ou punir eficazmente a classe política (Rebello, 2013). O quanto isso poderia aumentar com a alteração de nomenclaturas de partidos tradicionais?

No ano de 2017, o Projeto de Lei (PL) 8.546 foi apresentado pelos deputados federais Maria do Rosário (PT/RS) e Betinho Gomes (PSDB-PE) com o intuito de barrar a troca constante de nomes de partidos. A proposta veta alterações nas nomenclaturas após o registro no TSE. O PL 8.546/2017

acrescenta § 4º ao art. 7 da Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995, para vedar a mudança do nome ou sigla do partido após o registro do seu estatuto no Tribunal Superior Eleitoral, ressalvados os casos de fusão ou incorporação partidária. (Brasil, 2017)

A justificativa dos parlamentares está assentada em vários aspectos que podem ser observados no excerto a seguir:

O nome partidário é um importante atalho cognitivo para os eleitores e cidadãos em geral. É um parâmetro que condensa informações sobre a atuação pregressa e sobre as propostas presentes dos candidatos de determinada sigla. Assim, é por meio do nome do partido que os eleitores conseguem identificar a defesa de determinadas plataformas ou programas partidários. Dessa maneira, eleitores procuram apoiar ou rechaçar os partidos de acordo com seus programas partidários. A mudança de nome partidário, comportamento que está começando a se tornar comum no país, dificulta a prestação de contas democrática e pode comprometer a credibilidade do sistema político.

Na competição política partidária, a necessidade de prezar pela reputação deve ser um incentivo para que as lideranças partidárias persigam uma atuação ética e exijam o mesmo de seus correligionários. Também, é um incentivo para que ocorra um alinhamento entre os programas e promessas de campanha e as ações do partido no Legislativo e no Executivo. O nome do partido passa a ser responsável pela criação de expectativas e de laços de confiança entre eleitores e políticos, baseado num histórico de ações passivo de ser monitorado pelos cidadãos. Por sua vez, a possibilidade de mudança de nome gera problemas de assimetria informacional, comprometendo os parâmetros que os eleitores dispõem na hora de decidir sobre seu voto. Ainda, gera um desincentivo à preservação da reputação, favorecendo condutas reprováveis, implicando em quebra de laços de confiança entre os cidadãos e o sistema democrático/partidário.

Assim, a ideia deste projeto de lei busca evitar que os partidos políticos mudem de nome apenas com finalidades eleitoreiras, com o objetivo de escapar à má fama que eventualmente possam ter adquirido. Pois não basta apenas mudar o nome, e manter os políticos, cúpula partidária e, principalmente, manter as práticas e ideias em ação. Além disso, vedação de mudança de nome partidário não apenas pretende uma melhor prestação de contas junto ao eleitor, mas também procura contribuir no enraizamento partidário, e na identificação entre eleitores e partidos. O que entendemos que pode ser prejudicado com constantes mudanças do nome e da sigla partidária.

A principal consequência desse projeto será contribuir para fortalecer o sistema partidário. Nesse momento crítico, nosso país precisa de

reformas que fortaleçam as instituições, que construam credibilidade e que aproximem a população do Estado. Impedir práticas que vêm se demonstrando perniciosas à nossa democracia, como a mudança de nome dos partidos, torna-se uma condição fundamental para se restabelecer a estabilidade e a capacidade de ação estatal, fatores tão necessários para retomarmos o desenvolvimento econômico e social brasileiro. (Brasil, 2017)

Podemos diferenciar as justificativas dos parlamentares para a proibição na troca de nomes dos partidos em três eixos que se entrecruzam: 1) *accountability* ou responsabilização vertical; 2) identidade com o eleitorado; e 3) fortalecimento partidário. Conforme antecipamos, a questão da responsabilização da classe política pode ficar dificultada em razão da troca constante de nomes dos partidos. Num contexto em que o eleitor tem mais afinidade com candidatos do que partidos, o desaparecimento de siglas consolidadas no imaginário político pode implicar demora em o eleitor associar a nova marca ao grupo político-ideológico preferencial (Rebello, 2013).

Tal situação pode levar aos outros dois aspectos mencionados pelo PL: perda da identidade entre partidos e eleitores, assim como enfraquecimento dos partidos mais competitivos. De um lado, pode-se esperar um cidadão mais desconfiado dos partidos, na medida em que sua identidade ideológica muda conforme os fatos políticos vão ocorrendo; de outro lado, pode-se prever um cenário partidário mais fragmentado, na medida em que o custo para se criar uma legenda é muito baixo no país. Em resumo, é possível perceber que uma simples alteração na marca de um partido pode implicar grandes consequências para a informação cognitiva do eleitorado e a estabilidade do sistema partidário.

A deputada federal Maria do Rosário, em parceria com o cientista político Guilherme de Queiroz Stein, reafirmou essa posição em artigo opinativo no jornal *O Estado de São Paulo*. A parlamentar acrescenta que “assolados por uma grave crise de legitimidade e confiança, diversos partidos brasileiros têm procurado alterar seus nomes como uma tentativa de recuperar sua credibilidade”, e proibir isso permitiria uma maior prestação de contas, pois

o nome do partido carrega a reputação deste, seu histórico de fracasso ou sucesso na gestão pública, de comportamento ético ou de

desvios e de posicionamentos ideológicos. Dessa forma, é um parâmetro informacional importante, que quando alterado pode causar distorções, afetando o funcionamento do sistema democrático. (Rosário; Stein, 2018)

Basicamente, o argumento central da troca de nome partidário vai na direção da sobrevivência eleitoral ou organizativa em detrimento de uma verdadeira renovação de concepção ideológica-programática. Interromper esse tipo de prática propiciaria à população continuar recompensando os partidos mais fortes. Se por acaso os partidos que estivessem em via de desgaste não conseguissem se recuperar eleitoralmente, a alternativa seria a fusão com outros ou até mesmo a extinção de seu projeto político.

Críticas a esse PL ressaltam que a proposta atinge pesadamente a liberdade de organização partidária. Se um dos pilares da democracia moderna é a liberdade de associação e de pensamento, vetar a troca de algo tão essencial para um partido, que é sua imagem identitária, estaria sendo uma medida controversa. Neste excerto, mostramos o que a Constituição Federal de 1988 regulamenta sobre a atividade partidária no país:

Art. 17. É livre a criação, fusão, incorporação e extinção de partidos políticos, resguardados a soberania nacional, o regime democrático, o pluripartidarismo, os direitos fundamentais da pessoa humana e observados os seguintes preceitos:

I – caráter nacional; II – proibição de recebimento de recursos financeiros de entidade ou governo estrangeiros ou de subordinação a estes;

III – prestação de contas à Justiça Eleitoral;

IV – funcionamento parlamentar de acordo com a lei.

Art. 17 § 1º É assegurada aos partidos políticos autonomia para definir sua estrutura interna e estabelecer regras sobre escolha, formação e duração de seus órgãos permanentes e provisórios e sobre sua organização e funcionamento e para adotar os critérios de escolha e o regime de suas coligações nas eleições majoritárias, vedada a sua celebração nas eleições proporcionais, sem obrigatoriedade de vinculação entre as candidaturas em âmbito nacional, estadual, distrital ou municipal, devendo seus estatutos estabelecer normas de disciplina e fidelidade partidária. Os partidos políticos, após adquirirem personalidade

jurídica, na forma da lei civil, registrarão seus estatutos no Tribunal Superior Eleitoral.

§ 3º Os partidos políticos têm direito a recursos do fundo partidário e acesso gratuito ao rádio e à televisão, na forma da lei.

§ 4º É vedada a utilização pelos partidos políticos de organização paramilitar. (Brasil, 1988)

Nota-se que em nenhum momento o art. 17 da Constituição Federal limita a alteração da nomenclatura partidária. Sendo livre a criação dos partidos e assegurada sua autonomia interna, nos parece nítido que qualquer PL que impeça a alteração no nome da legenda fere o princípio da autonomia partidária. Se um dos pilares da democracia moderna é a liberdade de associação e pensamento, vetar a troca de algo tão essencial para um partido, que é sua imagem identitária, estaria sendo uma medida, para dizer o mínimo, controversa. Estaria sendo impedido à própria atualização ideológica de partidos e a possibilidade de querer incluir novos elementos a sua doutrina política.

Caso o PL 8.546/2017 consiga êxito – está ainda sendo discutido no Legislativo –, outros projetos poderiam ser aventados pelos parlamentares para evitar novas alterações da imagem partidária. Por exemplo, seria lícito um partido trocar a cor da bandeira partidária? Digamos que o PT, reconhecido pela cor vermelha, queira adotar as cores da bandeira do Brasil a partir das eleições de 2020; ele deveria ser proibido de fazê-lo, por conta de sua identificação histórica com a coloração vermelha? Não seria uma intromissão grande nas decisões internas da legenda? Da mesma forma, se um partido associado com um número – o 45 do PSDB, por exemplo – quiser alterá-lo, esse partido deveria ser impedido de fazê-lo só porque o eleitor está acostumado a votar no número 45?

São questionamentos válidos para identificar que a questão de proibir a troca de nomes dos partidos atinge em cheio a autonomia partidária, em que pese a nobre intenção de facilitar a informação política para o eleitor. Haverá ganho de um lado, caso o PL consiga ser aprovado, mas também pode-se abrir brechas para que a classe política engesse a atuação dos seus rivais. Tal medida pode gerar uma série de minirreformas políticas que atuem para homogeneizar os partidos, favorecendo, provavelmente, os tradicionais.

O PL 8.546/2017 está tramitando¹² em regime de prioridade, porém ainda está em análise na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC) da Câmara dos Deputados, embora tenha recebido parecer¹³ favorável do relator, o deputado federal Marco Maia (PT/RS), pela sua constitucionalidade. Na justificativa do voto, foi considerado que:

Sob o prisma da constitucionalidade material, não vislumbramos *nenhuma ofensa* aos princípios e regras que regem o ordenamento jurídico pátrio. Com efeito, o princípio da autonomia partidária, inscrito no art. 17, §1º, da Constituição da República, que garante aos partidos políticos autonomia para definir sua estrutura interna, organização e funcionamento, não é absoluto, devendo o partido observar as limitações legalmente estabelecidas. A proposição é dotada de *juridicidade*, uma vez que inova no ordenamento jurídico, atende ao princípio da generalidade normativa e respeita os princípios gerais do direito. Quanto ao *mérito*, consideramos de fundamental importância a preocupação dos nobres deputados em estabelecer limites para alteração do nome ou sigla partidária, uma vez que a denominação da agremiação é peça fundamental para identificação, por parte do eleitor, da história política dos partidos. (Brasil, 2018, grifos do autor)

Obviamente, o PL nº 8.546/2017 ainda precisa passar pelo plenário da Câmara dos Deputados, onde deve enfrentar muitas objeções e resistências das principais lideranças partidárias interessadas em renovar a imagem de seus respectivos partidos. Além disso, pode sofrer emendas substitutivas para enquadrar casos especiais, nos quais a mudança substancial do estatuto ou do programa partidário permita a alteração no nome para evitar incoerências ideológicas. Contudo, essa discussão só será feita, se não for arquivada ainda em 2018, na próxima legislatura, com a mudança de perfil médio dos parlamentares. Até lá, cabe à classe política decidir da maneira como convier a organização e imagem das suas respectivas legendas.

12. Para se saber mais detalhes a respeito do andamento do PL no contexto da Câmara dos Deputados, cf. Brasil (2017).

13. Para acompanhar o conteúdo referente ao parecer do relator que tratou da matéria, cf. Brasil (2018).

Considerações finais

Esta análise buscou apresentar o fenômeno da troca de nomenclaturas dos partidos, por vários eixos, de forma a introduzir o debate em vez de encerrá-lo. Acreditamos que é uma questão que ainda vem sendo pouco debatida pelos pesquisadores de vários campos da Ciência Política. Entretanto, a temática merece tratamento analítico e acompanhamento sistemático da sua evolução, na medida em que mais partidos trocam de nomenclatura. Até porque esse fenômeno pode afetar a sobrevivência eleitoral e organizativa dos partidos, caso ela seja malsucedida em renovar a imagem das legendas e, por consequência, fracassar na atração de novos eleitores.

Debatemos aqui a questão da estratégia política de alterar a marca ou identidade dos partidos em um sistema partidário tão fragmentado quanto o brasileiro. Verificamos que tal medida traz dividendos positivos e negativos para uma legenda. O principal dividendo é atrair novos eleitores para uma marca “nova”. Isso parece muito adequado para que partidos de médio e pequeno porte consigam alavancar sua capilaridade pelo território. Contudo, para os partidos tradicionais, isso parece uma estratégia arriscada, na medida em que mexe com uma imagem já consolidada. Tanto é verdade que o PMDB só retrocedeu ao velho *status* de MDB porque, naquela época, o partido era associado aos valores democráticos – algo que pretende restaurar, já que foi um dos partidos articuladores do processo de *impeachment* presidencial de 2016, que abalou as instituições políticas brasileiras.

Em seguida, verificamos o histórico político recente de troca de nomenclatura dos partidos. Foi importante perceber que isso aconteceu muito nos primeiros anos de redemocratização. Na década de 1990, contudo, houve queda e normalização dos nomes dos partidos – acontecendo a retomada das trocas de nomenclaturas no final dos anos 2000, com o diferencial, inédito, do uso de *slogans*.

Essa ação tem sido atacada por parlamentares e pela opinião pública, que enxergam esse recurso como estratégia com vistas apenas a ludibriar a população quanto à associação de determinado partido com a corrupção. Ou seja, é uma estratégia que visa apenas limpar a imagem desgastada de algumas legendas em detrimento de propor uma nova ideologia ou projeto político. Para tentar limitar

essa situação, está em andamento o PL 8.546/2017, que impede a troca da nomenclatura partidária, exceto em casos de fusão de partidos ou de incorporação de um partido por outro. Iniciativa de dois parlamentares de partidos tradicionais e representativos do Brasil, PT e PSDB, essa ação jurídica pode indicar os possíveis prejudicados de uma permissividade na alteração de nomenclaturas das legendas concorrentes. Os custos desses partidos de grande porte em modificar sua imagem são arriscados, enquanto os partidos de médio e pequeno porte podem usar essa autonomia organizativa atual para restaurar sua imagem.

No entanto, por mais que esse PL possa facilitar a responsabilização dos partidos diante do eleitorado, ele ataca a autonomia partidária na sua livre escolha de decisão. Se o contexto político brasileiro é caótico e fragmentado, não será apenas esse projeto que irá permitir aos eleitores maior informação para aderir a um projeto político. Deve-se perceber, assim, que o cidadão não deve ser protegido em demasia, pois é capaz, vide as sucessivas eleições na redemocratização, de diferenciar projetos políticos, mesmo que mudem de aspecto.

Referências

- AAKER, D.; JOACHIMSTHALER, E. (2007). *Como construir marcas líderes*. Porto Alegre: Bookman.
- BRASIL. (1988). *Constituição (1988)*. Brasília, DF: Senado. Disponível em: <<https://bit.ly/1bJYlGL>>. Acesso em: 19 ago. 2018.
- _____. (2017). PL 8546/2017. *Câmara dos Deputados*, Brasília, DF. Disponível em: <<https://bit.ly/2QBTvWw>>. Acesso em: 6 dez. 2018.
- _____. (2018). Projeto de Lei nº 8.546, de 2017. *Câmara dos Deputados*, Brasília, DF. Disponível em: <<https://bit.ly/2zNcjbT>>. Acesso em: 24 ago. 2018.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. [201?]. *Comissão de sistematização: partidos políticos registrados no TSE*. Brasília: [s.n.], 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2WR1VZD>>. Acesso em: 24 ago. 2018.
- BRUNO, E. (2017). Brand awareness: entenda o que é a consciência de marca e por que isso importa para a sua empresa. *Marketing de Conteúdo*, [S.l.]. Disponível em: <<https://bit.ly/2OFV30K>>. Acesso em: 20 out. 2018.
- CONCEIÇÃO, B. (2018). *Nacionalização partidária em marcha: processo de distanciamento dos partidos brasileiro da regionalização (1945-2014)*. 2018. 183 f.

- Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- EPITÁCIO, S; RESENDE, R. (2013). De governista por excelência à oposição: o declínio eleitoral do PFL/DEM na Câmara Federal brasileira de 1998 a 2010. In: GALLO, C. A. *et al.* (orgs.). *Ciência política hoje*. Porto Alegre: Evangraf. p. 221-240.
- GOMES, W. (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo, Paulus.
- KINZO, M. (1988). *Oposição e autoritarismo: gênese e trajetória do MDB (1966-1979)*. São Paulo: Vértice.
- KIRCHHEIMER, O. (2012). A transformação dos sistemas partidários da Europa Ocidental. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n. 7, p. 349-85.
- MACIEL, N. (2014). *Velhas raposas, novos governistas: o PMDB e a democracia brasileira*. 2014. 225 f. Tese (Doutorado em ciência Política) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- MANIN, B. (1995). As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, n. 29, p. 5-34.
- PAIVA, D. *et al.* (2008). A evolução do sistema partidário brasileiro: número de partidos e votação no plano subnacional 1982-2006. *Opinião Pública*, Campinas, v. 14, n. 2, p. 432-53.
- REBELLO, M. (2013). *Partidos e governos nas sombras: clareza de responsabilidade, responsabilização eleitoral e sistema partidário no Brasil*. 2013. 203 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- RIBEIRO, P. (2008). *Dos sindicatos ao governo: a organização nacional do PT de 1980 a 2005*. 2008. 306 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- ROMÃO, F. (2015) Podemos e Ciudadanos: o fim do bipartidarismo em Espanha? *Relações Internacionais*, Lisboa, vol. 1, n. 1, p. 81-95.
- ROSÁRIO, M.; STEIN, G. Q. (2018). Fortalecimento da democracia representativa. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo. Disponível em: <<https://bit.ly/2RyBq90>>. Acesso em: 23 ago. 2018.
- SOARES, G. (2001). *A democracia interrompida*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas.
- STEPAN, A. (1986). *Os militares: da abertura à nova república*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- TORQUATO, G. (2014). *Novo manual de marketing político*. São Paulo: Summus.
- WEBER, M. H. (2000). *Comunicação e espetáculos da política*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.