

*“Revisitando” algumas teses do passado:
a eleição de 2006 e a disputa antagônica entre PT e PSDB*

*“Revisiting” some theses of the past: the 2006 election and the
antagonistic dispute between PT and PSDB*

*“Revisitando” algunas tesis del pasado: las elecciones de 2006 y la
disputa antagónica entre PT y PSDB*

Introdução: aspectos centrais para o debate²

Uma vez mais, como nas eleições de 1994, 1998 e 2002, a disputa eleitoral pela Presidência da República ficou centrada nas candidaturas do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e do Partido dos Trabalhadores (PT). Em nossos últimos trabalhos, buscamos apresentar a relação antagônica emergente durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), veiculada pela televisão, como mais um fator relevante no processo de construção da intenção de voto (FREITAS, 2018b, 2019a, 2019b). Nosso entendimento é o de que o início da campanha eleitoral, e mais especificamente a propaganda eleitoral veiculada pela televisão (o HGPE), possibilita a confrontação de interpretações da realidade.

Os primeiros estudos iniciados nas primeiras décadas do século XX que buscaram dimensionar o impacto dos meios de comunicação de massa na sociedade, como, por exemplo, o de

1 Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGC POL) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Pelotas, RS, Brasil. Pesquisador do Grupo de Pesquisa “Ideologia e Análise de Discurso”. E-mail: <felipecorrall@gmail.com>

2 Agradeço os(as) pareceristas anônimos(as) da Revista Brasileira de Ciência Política por suas contribuições. Evidentemente, continuo como único responsável pelas falhas e omissões.

Harold Lasswell (MIGUEL, 2004c, p. 95), verificaram o usuário da mídia como um consumidor passivo que absorvia e transmitia sem nenhuma reflexão crítica os conteúdos passados pela mídia. Nesse mesmo sentido, os estudos produzidos entre 1940 e 1950 sobre comportamento dos eleitores (BERELSON; LAZARFELD; MCPHEE, 1954; LAZARFELD; BERELSON; GAUDET, 1968) verificaram que a informação passada pelos meios de comunicação de massa chega a um número pequeno de pessoas, e que essas, em seguida, repassam para outras pessoas: definida como “teoria do fluxo comunicacional em duas etapas”. Para essa corrente, o principal componente do processo de tomada de decisão por parte do eleitor (o voto), longe de ser a mídia, é o meio social (família, amigos, colegas de trabalho e vizinhos). O efeito da “dissonância cognitiva” – repelir informações contrárias às suas crenças – faz com que a opinião emergente no meio social funcione como uma barreira para outras opiniões vindas de fora desse meio.

Posteriormente, novas problematizações relacionadas à influência dos meios de comunicação de massa sobre a sociedade surgiram. Caminhos explicativos para essa influência passaram pela “hipótese da agenda-setting”, desenvolvida por McCombs e Shaw (1972). Os autores entendem que os meios de comunicação assumem relevância a partir da capacidade de indicar quais são os temas mais “importantes” num dado momento, influenciando tanto o cidadão comum quanto o governo e a elite política.³

Como observa Miguel (2004c, p. 103), o peso dos meios de comunicação de massa nos processos eleitorais é maior do que zero e, ao longo dos anos, desde a redemocratização, não podemos “fundamentar” que a capacidade de agendamento do debate político em contextos eleitorais (a agenda setting) se concentra a apenas um “ator” (meios de comunicação de massa, político ou público) (ALBUQUERQUE, 1996; ARRUGUETE, 2005; BIROLI; MIGUEL, 2013; CERVI; MASSUCHIN; TAVARES, 2012; LATTMAN-WELTMAN; CARNEIRO; RAMOS, 1994; MIGUEL, 1999a,

3 Para uma crítica, ver Miguel (2004c, p. 96-97).

2000, 2002, 2003, 2004a, 2004b; RUBIM, 1993), podemos, então, estabelecer os meios de comunicação como relevantes num processo eleitoral, seja qual for sua posição.

Em se tratando do comportamento eleitoral propriamente dito, Hutchings e Hakeem (2018) retomam pontos centrais sobre o debate “por que os cidadãos votam em um candidato em vez de outro?”. Rompendo com a crença de que tanto eleitores comuns como a elite política faziam suas escolhas políticas/eleitorais ancoradas na percepção ideológica que faziam dos partidos e dos candidatos, Lippman (2017), Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1968) e Berelson, Lazarsfeld e McPhee (1954) apontaram para a direção contrária: a de que os eleitores ignoram os fatos mais básicos da política (HUTCHINGS; HAKEEM, 2018, p. 70). Segundo os autores, o estudo de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1968) identificou dois efeitos da campanha eleitoral: reforçou as escolhas tomadas anteriormente e motivou as predisposições latentes dos eleitores descomprometidos. Isso levou Lazarsfeld, Berelson e Gaudet a criarem o “Índice de Predisposições Políticas” a partir de três características sociais com a intenção de compreender a decisão do eleitor (o voto): a primeira trata do *status* de classe de um cidadão; a segunda, da identificação racial ou religiosa de um cidadão; e a terceira, da região do país em que um cidadão mora e se essa é urbana ou rural.⁴

Mais tarde, Campbell, Converse, Miller e Stokes (1960), no livro que se tornou um “clássico”, *The American Voter*, a partir de críticas sobre as explicações demográficas e restritivas desenvolvidas por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1968) e Berelson, Lazarsfeld e McPhee (1954)⁵, indicaram que o comportamento eleitoral é uma ação individual que mantém ligação psicológica de identificação com algum partido político (semelhante à identificação com grupos étnicos, religiosos e de classe, por exemplo), ou seja, uma escolha (o voto) psicologicamente orientada; sem, no entanto, negligenciar

4 Esses mesmos pontos também foram tratados em BERELSON; LAZARSELD; MCPHEE, 1954.

5 Para suas críticas, ver Hutchings e Hakeem (2018, p. 71).

o papel dos grupos sociodemográficos.⁶ Esse último aspecto foi confirmado pelo estudo de Lewis-Beck, Jacoby, Norpoth e Weisberg (2008), no livro *The American Voter Revisited*, em que membros de um determinado grupo que se identificam com o grupo têm maior probabilidade de votar de acordo com o grupo, e que, complementarmente, se ligam mais a questões de um determinado partido ou visão de mundo do que de outro/outra. Segundo Hutchings e Hakeem (2018, p. 91), os achados de Campbell, Converse, Miller e Stokes (1960) – *The American Voter* – podem ser resumidos em três grandes pontos: a) pessoas se identificam psicologicamente com os partidos políticos, assim como se identificam com grupos religiosos, de classe, raciais e étnicos; b) a identificação com um partido político deve ser vista como um componente de longo prazo do sistema político; e c) a identificação partidária é relevante não apenas por seus efeitos diretos na escolha do voto, mas também por sua influência indireta nas atitudes associadas ao voto, ou seja, nas preferências políticas dos eleitores.

Nesta intersecção entre estudos mais voltados para a relação entre mídia e política e outros para o comportamento eleitoral, uma problemática, a partir de constatar-se a variação na intenção de voto durante o período eleitoral (AMES; BAKER; RENNÓ, 2008; BAKER; AMES; RENNÓ, 2006; CARREIRÃO, 2007; MENDES; VENTURI, 1994; MUNDIN, 2010, 2012), ganha relevância: qual elemento pode contribuir para explicar a variação da intenção de voto durante uma campanha eleitoral?

Nesse sentido, a variação da intenção de voto durante as campanhas eleitorais (AMES; BAKER; RENNÓ, 2008; BAKER; AMES; RENNÓ, 2006; MENDES; VENTURI, 1994), também verificada na eleição de 2006 (CARREIRÃO, 2007), pode ser causada por uma gama de fatores, como a própria campanha, a cobertura jornalística da grande mídia, os eventos políticos, econômicos e sociais

6 Em trabalho posterior, Converse (1966), tratando de “partidarismo”, chamou a atenção para o fato de circunstâncias fugazes, como, por exemplo, escândalos (corrupção) ou crises (econômicas), afetarem os resultados das eleições. Esses aspectos também foram indicados por Figueiredo (2007) e Mundim (2010, 2012) como elementos possíveis de impactarem uma eleição.

(MUNDIM, 2010, p. 396), e, influenciada, de igual forma, pelo processo de disputa política antagonicamente estruturado que emerge durante o HGPE (FREITAS, 2018b).⁷

Acrescentando o antagonismo nesse debate, em direção de corroborar com a perspectiva de Mundim (2010, 2012) de que as eleições propriamente ditas, como a cobertura jornalística dada pela grande mídia de modo geral, constituem uma relação dinâmica que respondem a uma série de acontecimentos e eventos que muitas vezes surgem na própria campanha e no HGPE⁸ decorrentes da disputa política/eleitoral⁹, passa a ser mais uma forma de buscar compreender (e problematizar) esta relação complexa entre política, mídia e voto. Por esses motivos, a dinâmica da eleição de 2006, em se tratando de intenção de voto e uma reeleitura a partir do conflito político antagonicamente estruturado entre as candidaturas de PSDB e PT, em virtude de seus históricos de disputas políticas eleitorais, que justificamos, de forma inicial, este retorno ao passado para este renovado olhar. Da mesma forma que a variação na opinião pública se mostra um fator essencial para estudos que buscam iluminar o efeito da mídia numa eleição (MUNDIM, 2010, p. 398), a mesma variação da opinião pública – e da intenção de voto – pode ser pensada a partir da dinâmica do conflito político que emerge durante o HGPE (FREITAS, 2018b, p. 589) e atribuída como seu fator de mudança de intenção de voto. Depois de comprovado o impacto do HGPE na intenção de voto (MUNDIM, 2010, 2012), nosso desígnio é o de demonstrar que o elemento substantivo que afeta diretamente esse processo de formação da vontade do

7 Sobre os efeitos de campanha, ver Gelman e King (1993) e Holbrook (1996); tratando da cobertura da imprensa, ver Shaw (1999) e Shaw e Roberts (2000). Os trabalhos de Freitas (2018b, 2019a, 2019b) atentam para os acontecimentos que se dão durante a disputa eleitoral.

8 Sobre a relevância do HGPE, ver Albuquerque (1995), Machado (2009), Dias (2013) e Freitas (2018a).

9 Mundim (2010, 2012) tece críticas aos estudos que entendem que a importância dos meios de comunicação, e a mídia em geral, perderam relevância (Coimbra, 2007; Kucinski, 2007). Numa outra leitura, Amaral (2007) identifica a imprensa como limitada em relação à emergência das massas na eleição de 2006. Para outras informações, ver Aldé, Figueiredo e Mendes (2007).

eleitor nessa dimensão específica – do HGPE – dá-se pela disputa política antagônica.¹⁰

A eleição para Presidente da República de 2006 foi marcada por eventos significativos: o “mensalão”¹¹ e o episódio sobre a compra do dossiê tucano. Em parte, esses acontecimentos explicam o maior interesse dos grandes meios de comunicação da grande mídia em tratar da eleição de 2006. Como apontado por Aldé, Figueiredo e Mendes (2007, p. 159), o volume da cobertura jornalística em 2006 sobre a eleição presidencial como um todo foi superior à cobertura mobilizada em 2002.¹²

Na eleição de 2006, o tema corrupção, ventilado com ênfase na grande mídia e em seus programas jornalísticos, indicando a realidade construída daquele momento, em se tratando do conflito político que aflora no HGPE, não ganhou grande destaque. Carreirão (2007, p. 110) e Rennó (2007, p. 278) afirmam que os casos de corrupção (“mensalão” e o dossiê) não pesaram no voto da grande maioria do eleitorado. A principal explicação para a corrupção não ter afetado a candidatura petista se deu por fatores econômicos: crescimento econômico, inflação baixa, aumento do poder de consumo, ampliação do Bolsa Família e manutenção dos programas de redistribuição de renda (CARREIRÃO, 2007; HUNTER; POWER, 2007; LICIO; RENNÓ; CASTRO, 2009; RENNÓ, 2007; SINGER, 2009; ZUCCO, 2008).¹³

Num outro viés explicativo, Almeida (2008, p. 59) entende que tanto Geraldo Alckmin como Luiz Inácio Lula da Silva (doravante Lula) exploraram, principalmente, “apelos eleitorais” baseados

10 Além disso, o HGPE como observado a partir da teoria e da metodologia propostas neste artigo pode ser um meio informativo capaz de contrapor as “Fake News”, ponto relevante na eleição de 2018 no Brasil.

11 O Mensalão foi um “escândalo” de corrupção envolvendo o governo do PT e sua base aliada, caracterizado pelos pagamentos mensais a parlamentares em troca de apoio político no Congresso e pela utilização de “caixa dois” nas campanhas políticas do PT.

12 Em 1998, a cobertura da grande mídia, por meio de seus programas jornalísticos, foi reduzida, ou, como prefere Miguel (1999a), silenciada. Já a partir de 2002, esse “interesse” pela política foi ampliado (MIGUEL, 2004a).

13 Da mesma forma, podemos afirmar que a corrupção também não pesou no voto nas eleições de 2010 e 2014. No entanto, mostrou-se variável relevante na eleição de Jair Bolsonaro em 2018. Encontra-se em andamento uma pesquisa envolvendo esses aspectos da (na) eleição de 2018.

numa racionalidade pragmática. Em certa medida, relacionando essas informações com os achados de Carreirão (2007, p. 112), entende-se que a vitória de Lula se deu por um voto pragmático, ligado a avaliação que o eleitor fez do primeiro mandato do governo Lula. Isso se torna mais claro e explicativo quando pensamos a disputa política eleitoral durante o HGPE, que ajudou a sedimentar e dar o “tom” da campanha que, por sua vez, foi “dominada” e direcionada conforme a estruturação discursiva da candidatura petista. Ou seja, a candidatura petista buscou deslocar o tema da corrupção do centro do debate político promovido no HGPE dando outro tom ao agendamento do debate eleitoral.¹⁴

A cobertura da imprensa, a propaganda política partidária, os debates e o HGPE são variáveis comunicacionais que interferem na decisão do voto (MUNDIM, 2010, p. 408).¹⁵ Nossa intenção aqui é a de apresentar o conteúdo tratado no HGPE entre PSDB e PT e sua relação antagonicamente instituída como o elemento relevante dessa variável de influência do voto. Não cabe aqui contrapor os estudos que identificaram a importância da avaliação positiva por parte do eleitor em relação ao primeiro governo Lula como principal variável explicativa para a vitória do petista, mas, de forma complementar, mostrar que a disputa antagônica entre PSDB e PT e a estruturação deste debate ajudou sobremaneira a deslocar o sentido de corrupção, colaborando para essa avaliação positiva, como, conseqüentemente, para a vitória de Lula.

Com isso, o objetivo deste artigo consiste em demonstrar a construção antagônica entre os discursos produzidos pelas candidaturas de PSDB e PT realizados durante o HGPE veiculados pela televisão na eleição presidencial de 2006, que colocou o plano econômico como o ponto nodal desse conflito. O retorno ao passado neste artigo se justifica por quatro motivos principais: a) foi a primeira eleição para Presidente da República em que o PT concorria como

14 Contrariando, em parte, as verificações de Miguel (1999b; 2003; 2004b), o HGPE se mostra relevante numa disputa política eleitoral possibilitando a produção de “seus próprios sentidos e discursos” (FREITAS, 2018b).

15 Os estudos de Mendes e Venturi (1994), Rennó e Spanakos (2006), Figueiredo (2007) e Lourenço (2007), apenas para citar alguns, corroboram com essa afirmação.

situação; b) pouca atenção foi dada a emergência do conflito político nessa eleição e na própria disputa – mais uma vez antagônica – entre PSDB e PT; c) o conceito de antagonismo tem capacidade heurística que nos permite compreender qual elemento imerso no HGPE é capaz de alterar (ou produzir) a intenção de voto do eleitor; e d) que esta eleição foi o ponto inicial do discurso contra a corrupção que levou ao *impeachment* de Dilma Rousseff (PT) em 2016, como a derrota de Fernando Haddad (PT) em 2018.

O esforço do artigo, então, é o de apontar a construção discursiva antagônica entre candidaturas como elemento relevante numa disputa política e eleitoral. Este retorno ao passado não se trata de construir uma releitura a partir de elementos políticos que só foram percebidos depois daquele tempo. Trata-se, antes, de apresentar outra perspectiva a partir do próprio contexto estudado, visando, por um lado, resgatar o conflito político e, por outro, abrir possibilidades para estudos dessa natureza aspirando compreender continuidades e descontinuidades nas relações políticas que se mostram no HGPE.

Com esse objetivo em foco, são utilizados os aspectos teóricos e metodológicos da teoria do discurso de Laclau e Mouffe (LACLAU; MOUFFE, 2015; LACLAU, 2000, 2011, 2013, 2014), enfatizando os conceitos de discurso e antagonismo, imprescindíveis para a captura dos sentidos discursivos que aqui são demonstrados. Nesse sentido, entendemos que a teoria do discurso desenvolvida por Ernesto Laclau e Chantal Mouffe possibilita um renovado olhar tanto teórico como metodológico em casos empíricos que abordem o HGPE.

Para isso, este artigo está dividido em três seções, mais a conclusão. Na primeira seção são apresentados os conceitos de discurso e antagonismo conforme a teoria do discurso de Laclau e Mouffe, os quais são utilizados como ferramenta teórica e metodológica. Na segunda seção é exposto o discurso produzido pela candidatura do PSDB. Na terceira seção, o discurso produzido

pela candidatura do PT. Por fim, na conclusão, são apresentados os resultados objetivos deste estudo.¹⁶

A Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe: elementos teóricos e metodológicos da análise

Para Laclau e Mouffe (2015, p. 181-182), todo objeto é objeto de uma formação discursiva em que nenhuma significação pode ser constituída fora disso, ou seja, todo objeto é objeto de discurso. O discurso se forma a partir de práticas articulatórias e significativas que constituem e organizam relações sociais, no qual o linguístico não pode ser visto separado do social, rechaçando toda e qualquer separação entre práticas discursivas e práticas não discursivas, pois o discurso não possui um caráter meramente mental, mas sim material.

Toda configuração social é uma configuração significativa, pois são atribuídos aos eventos sociais diferentes significados. Discurso, deste modo, é entendido a partir de um conjunto de elementos em que as relações desempenham um papel constitutivo na sua simbolização. O campo discursivo é o espaço em que diversas formações discursivas entram em concorrência umas com as outras, formando um jogo de equilíbrio instável. Um discurso se forma sempre na tentativa de dominar o campo da discursividade, buscando, deste modo, se constituir como um ponto nodal, um ponto privilegiado, um discurso hegemônico (LACLAU; MOUFFE, 2015, p. 187).¹⁷

A articulação discursiva, para existir, precisa de um exterior constitutivo, e esse exterior constitutivo é a marca do antagonismo, é o discurso antagônico. Isso significa que a relação antagônica dá início à construção de identidades políticas a partir de uma relação com o “Outro”; o antagonismo, marcado pela falta, pelo deslocamento de toda identidade (LACLAU, 2000, p. 55-56), é a possibilidade da articulação que formará o discurso e, por consequência,

16 Não só por motivo de espaço, mas, também, por questão de objetivo do artigo, não trataremos numa seção específica das formações de PSDB e PT e de suas trajetórias até a eleição de 2006. Para isso, ver Freitas (2018a).

17 Para mais informações sobre a definição de discurso, ver Burity (2014).

se condensará a partir de um ponto nodal. O ponto nodal dessa formação discursiva assume uma característica fundamental na construção do próprio discurso, pois é por meio dele que se estabelece a união entre os momentos diferenciais.

Um ponto nodal é onde as significações são articuladas, e é delimitado pelo seu corte antagônico, seu exterior constitutivo, ou seja, em uma disputa discursiva um ponto nodal sempre tem o seu antagônico. Portanto, todo ponto nodal se constitui em uma luta por hegemonia e, neste sentido, quando uma determinada identidade se hegemoniza, esvaziando sua particularidade inicial, se torna, necessariamente, um significante vazio.

Todo discurso busca hegemonizar-se, ou seja, uma identidade tenta impor sua particularidade sobre a outra, mesmo que seu sentido nunca seja plenamente constituído; e é disso que decorre a impossibilidade de totalização, a impossibilidade da formação de um discurso pleno. Todo instante hegemônico necessita de uma relação antagônica, pois o momento em que uma identidade particular “atinge” a hegemonia é precedido por algum discurso que o antagonizava ou ainda se mantém como antagônico.

No espaço do social pode haver vários pontos de hegemonia decorrentes dos antagonismos. Todos os discursos buscam universalizar seus conteúdos particulares, ou seja, toda formação discursiva tem como objetivo expandir seu sentido na busca de se tornar um discurso sistematizador, um discurso hegemônico. Nas palavras dos autores:

[...] a hegemonia emirja num campo atravessado por antagonismo e, portanto, supunha os fenômenos da equivalência e os de fronteira. Porém, inversamente, nem todo antagonismo supõe práticas hegemônicas. (LACLAU; MOUFFE, 2015, p. 215).

Para além da divisão do espaço do social em dois polos antagônicos (no sentido do populismo desenvolvido por Laclau (2013)), é preciso compreender a hegemonia a partir da fragmentação e da

formação de disputas discursivas específicas. Nesse sentido, quando tratamos de uma disputa imersa no espaço do social, mas que não coloca em “xeque” sua estruturação mais estável (sua hegemonia ainda incontestável), mas sim uma disputa mais “particularista”, é possível identificar dois discursos hegemônicos a partir da posição de seus momentos.

Segundo Laclau e Mouffe (2015, p. 218-219), nenhuma lógica hegemônica pode dar conta de uma totalidade do social, ou seja, nenhuma determinada identidade pode representar o todo social, pois todo processo hegemônico necessita de uma relação de antagonismo. Com isso, todo processo hegemônico tem o seu lado negativo – entendidos como pontos de tensão. Além do mais, como já dito, toda hegemonia se constitui a partir de relações antagônicas, tornando-se um significante vazio.

Segundo Laclau, “um significante vazio é, no sentido estrito do termo, um significante sem significado” (LACLAU, 2011, p. 67). Um determinado discurso, um ponto nodal, abarca tantos significados de vários momentos que se articularam em torno desse ponto nodal que ele acaba esvaziando suas particularidades e representando outras particularidades dessas identidades articuladas com ele.

Para Laclau (2011, p. 75), o significante pode estar vinculado a distintos significados. Isto significa que demandas diferentes, com sentidos diferentes, se articulam em torno de um ponto nodal, um ponto que teve a sua particularidade universalizada, portanto, tornando-se um significante vazio. Segundo Laclau, o significante vazio, uma diferença particular que assumiu o papel de representação – sem deixar de ter sua particularidade – representa todas as identidades particulares que estão articuladas com esse significante.

A existência de forças antagônicas e a instabilidade das fronteiras entre elas, que constitui a relação entre equivalência e limite, são marcadas pela relação de flutuação entre elementos que aparecem nesses discursos ainda em formação, o que possibilita a construção de uma hegemonia. Portanto, por meios desses processos são construídos os discursos, sempre numa relação complexa e antagônica.

Para Laclau e Mouffe (2015, p. 202), todo discurso que nega o outro se constitui como antagônico, pois ao mesmo tempo em que ele delimita seu corte antagônico, seu opositor, ele se constitui como “ele mesmo”. As lutas democráticas emergem num contexto marcado por uma dupla característica que pode parecer paradoxal: o campo é relativamente suturado e, ao mesmo tempo, as identidades sempre deslocadas (LACLAU, 2000, p. 37) expressam seu caráter fragmentado. Isso implica a compreensão de que o espaço social é formado por uma multiplicidade de práticas que não esgotam a realidade referencial e empírica dos agentes que fazem parte dela (LACLAU; MOUFFE, 2015, p. 210-211).

A lógica antagônica possibilita compreender as relações políticas a partir de identificações, demonstrando que tais lutas não resultam de identidades prontas, mas sim as formam. Neste sentido, a realidade social não pode ser simplesmente descrita por relações preestabelecidas, mas sua complexidade aparece no instante em que tais relações se mostram sempre precárias e contingentes – o momento de suas formações a partir de determinadas disputas por sentidos.¹⁸

No que se refere aos aspectos metodológicos da teoria do discurso aqui utilizada, bem como a estratégia organizacional propiciada pela mesma, é necessário capturar a formação da realidade construída – neste caso o HGPE e a disputa política eleitoral entre as candidaturas do PSDB e do PT – e nela identificar os elementos dispersos que apresentem regularidades na produção de sentidos. Isso se estrutura em cada formação discursiva a partir da relação antagônica estabelecida, ou seja, as disputas por determinados sentidos.¹⁹ Identificadas as regularidades nos (dos) elementos, estes passam a ser chamados de momentos discursivos, os quais, como já mencionado, são carregados de sentidos. Realizado o processo, o próximo passo é identificar, a partir da formação dos momentos, o ponto privilegiado dessa formação, ou seja, o ponto que condensa e constitui o discurso, o ponto nodal (neste contexto de 2006 o plano

18 Sobre antagonismo, no sentido trabalhado neste artigo, ver Mendonça (2003, 2012).

19 Existem outras formas de trabalhar, de forma metodológica, a teoria do discurso de Laclau e Mouffe. Ver, por exemplo, Pinto (2017).

econômico assumiu essa característica discursiva). Isso identificado, a etapa seguinte é apontar, a partir da relação antagônica estabelecida entre os discursos, a estruturação dessa formação discursiva; a relação antagônica, o ponto de antagonismo, será representada, neste momento, pelo ponto nodal – como já afirmamos no decorrer deste texto, toda relação política se constitui de forma antagônica, ou seja, toda relação de articulação interna de um determinado discurso só é possibilitada por um exterior ameaçador (seus sentidos contrários). Este momento é o momento da formação/reconfiguração de identidades a partir de identificações políticas precárias e contingentes; a relação, propriamente dita, estabelecida a partir do antagonismo entre os discursos formados a partir dos pronunciamentos contidos nas candidaturas do PSDB e PT durante o HGPE na eleição de 2006.²⁰

O Plano Econômico segundo o discurso da candidatura do PSDB

O “ponto privilegiado” na relação antagônica estabelecida entre as candidaturas de PSDB e PT foi concentrado em torno da “política econômica” e do “plano econômico”, o que serviu de subsídio para o argumento referente à geração de emprego e à política de desenvolvimento. Assim, nesta seção são apresentados os sentidos e os momentos na formação da cadeia discursiva da candidatura do PSDB. Para isso, foram transcritos ao todo 48 programas eleitorais do PSDB veiculados durante o HGPE²¹: 34 do primeiro turno e 14 do segundo. Dos 34 programas do primeiro turno, 10 programas abordaram o tema referente à reestruturação do plano econômico e à necessidade de gerar emprego e promover o desenvolvimento econômico, o que representa 29,4% do total do primeiro turno. No segundo turno, essa relação aumentou, pois 5 dos 14 programas (35,7% do total transcrito) trataram da reestruturação do plano

20 Tratando da teoria do discurso de Laclau e Mouffe, desatam-se, em âmbito nacional, as coletâneas organizadas por Mendonça e Rodrigues (2014), Lopes e Mendonça (2015), Silva, Coelho, Costa e Freitas (2017), Mendonça, Rodrigues e Linhares (2017) e Mendonça e Linhares (2021 – no prelo). Essas coletâneas contêm estudos teóricos e empíricos, abordando diferentes áreas do conhecimento, como ciência política, educação, psicologia e sociologia.

21 Esse dado representa sua totalidade (menos os programas repetidos).

econômico. Com estes totais, temos, em 2006, 15 de 48 programas transcritos (ou 31,25% do total) mencionando o “realinhamento do plano econômico”.

Verificamos na constituição do discurso da candidatura tucana a emergência de dois fluxos de sentidos, os quais foram classificados como momentos: “limitação do governo petista” e “corrupção e o medo da continuidade”. A relação entre esses momentos originou o discurso da candidatura peessedebista, intitulado “Projeto Nacional de Desenvolvimento”.

Momento 1: Limitação do governo petista

Um dos principais sentidos atribuídos ao PT é a limitação de seu governo e se refere ao imposto. Podemos perceber isso nas palavras de Alckmin:

ALCKMIN: Pode notar, nos últimos 4 anos o governo ficou mais preocupado em aumentar imposto do que investir em educação. É a tal história, o governo é rápido na hora de avançar no bolso do trabalhador, mas na hora de devolver uma educação de qualidade, aí é na base do não vi nada, não sei de nada, não é comigo. Tá errado. O meu jeito é diferente (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 22/08/2006).

Conforme a passagem acima, o governo petista se preocupou em aumentar impostos sem reverter para a sociedade serviços essenciais. Além disso, o candidato faz uma alusão ao “mensalão”, informando que Lula “nunca sabe de nada do que acontece em seu governo”.

Ao se referir às práticas do governo petista, Alckmin destaca a forma errada de governar do PT. Podemos perceber isso no excerto que segue:

ALCKMIN: Boa noite. Moradia é um dos maiores problemas da nossa população, e não dá para entender como isso não

anda direto, como é que não melhora. Quer dizer, até dá. É que o atual governo está trabalhando errado. Veja só uma notícia que saiu no jornal nessa semana [imagem do Jornal Valor Econômico: Baixa renda perde desconto no financiamento da casa própria]. A população de baixa renda perdeu o desconto da Caixa para financiar imóvel usado, quer dizer, de novo sobrou para o mais pobre. Eu não sei se nesse caso o atual presidente não viu nada, também não sabe de nada. Mas é gozado, como é que tem dinheiro para propaganda e para tanta bobagem e não tem dinheiro para financiar casa para quem precisa. Como é que tem dinheiro para criar milhares de cargos para o partido dele, e não tem dinheiro para casa do pobre. Isso é desperdício do seu dinheiro. E tá aí mais uma diferença entre o atual presidente e eu (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 26/08/2006).

Conforme o próprio candidato do PSDB, o governo de Lula trabalha errado, retirando benefícios da população de baixa renda que agora não tem mais as vantagens para a compra da casa própria, cria cargos para seu partido e, com isso, desperdiça o dinheiro do povo. Ainda nesta mesma linha de argumentação, a questão do aumento do imposto por parte do governo de Lula é um dos elementos mais destacados por Alckmin, como podemos perceber na passagem a seguir:

ALCKMIN: O principal problema do Brasil é o desemprego. É nisso que um presidente responsável precisa se concentrar, mas precisa ter firmeza e visão de conjunto e trabalhar com o pé no chão. Os jornais da semana passada mostraram [imagem do Jornal Correio Brasiliense: Nunca o brasileiro pagou tanto imposto]: os brasileiros nunca pagaram tanto imposto. [Imagem do Jornal Zero Hora: Carga de impostos é mais alta da história] A nossa carga de impostos é a mais alta da história, e desmente o discurso do governo [Jornal Valor Econômico: Carga tributária sobe e desmente discurso do

governo]. Enquanto isso o desemprego sobe e a renda cai, quer dizer, o governo nunca pegou tanto dinheiro dos brasileiros, só que as coisas não melhoram. Sabe por quê? Porque o governo gasta errado e gasta mal. Em vez de gastar mais de 1 bilhão em propaganda, tem que gastar com construção de escolas. Em vez de gastar rios de dinheiro com cargos de confiança, tem que gastar com obra de água encanada, esgoto, casa, que, além de tudo, dão emprego. E aqui tá mais uma diferença entre o atual presidente e eu. Ele é o presidente do imposto cada vez mais alto. Eu vou ser o presidente do imposto cada vez mais baixo. Ele arrecada muito e gasta errado. Eu vou baixar imposto e investir naquilo que interessa pra você [...] Não é aumentando imposto, como faz o atual presidente, que o Brasil vai resolver as coisas, nem gastando errado, é ao contrário. [...]. Então o presidente não pode fazer que não sabe, que não viu. Tem que mexer nisso, não pode ficar viajando com proposta mirabolante. Tem que trabalhar com realismo, com planejamento e melhorando todos os dias. É por isso que eu vou colocar em prática o projeto nacional de desenvolvimento, que começa com plano de obras, para gerar emprego, melhorar a vida do brasileiro e para o nosso país dar um salto para o futuro. O caminho do Brasil não é imposto e mais imposto, sufocando as empresas e os trabalhadores. É um plano nacional de desenvolvimento. Menos imposto e mais emprego. É seriedade com seu dinheiro. E é assim que eu vou agir como presidente (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 29/08/2006).

Conforme o candidato peessedebista, o governo do PT aumenta imposto, causa o aumento do desemprego, fez a renda da população baixar, mantém altos gastos com propaganda e cargos de confiança. Tais elementos apresentados culminam com a afirmação, por parte do candidato do PSDB, de que Lula é o presidente do imposto alto. Neste mesmo sentido:

LOCUTOR: O Brasil de Lula é campeão mundial de juros altos, mas não investe, não conserta as estradas, não estimula as empresas e não gera emprego. O brasileiro hoje trabalha 4 meses por ano só para pagar imposto, mas não tem escola decente, não tem saúde decente, não tem segurança. A economia mundial vive seu melhor momento nos últimos 20 anos, só que o Brasil de Lula não aproveita. Ano passado, a China cresceu quase 10% [9,7%], nossos vizinhos Uruguai [6%], Peru [6%] e Chile [6%] cresceram 6%, só ficamos à frente do Haiti [2,1%], um pequeno país devastado pela guerra [crescimento do Brasil foi 2,3%]. E da Argentina, o Brasil de Lula perde de goleada [9,1%]. Por tudo isso, é hora de eleger um governante experiente e que já mostrou que sabe fazer. Geraldo baixou o imposto do pão, da farinha, do sapato, do cimento, de mais de 200 produtos. Geraldo baixou o imposto de 620 mil micro e pequenas empresas, as que geram mais emprego no Brasil. E para voltar a crescer, nosso país precisa investir em grandes obras. Geraldo investiu em estradas, metrô, casas populares, saneamento. Geraldo Alckmin, um presidente com a grandeza do Brasil com a grandeza dos brasileiros. ALCKMIN: É neste Brasil que eu acredito. Um país com menos impostos e mais empregos. Com juros mais baixos e mais investimentos na saúde, na educação. Enfim, um Brasil do trabalho e da seriedade (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 17/08/2006).

Ainda se referindo ao alto custo do imposto para a sociedade, e que o governo do PT não reinveste esse imposto em obras que beneficiam a população, o programa do candidato peessedebista enaltece o bom momento que atravessa a economia mundial, informando que o Brasil não aproveita tal momento para crescer economicamente. Fazendo uma comparação com países da América Latina, o programa de Alckmin acena para a necessidade de investir em grandes obras para fazer o país voltar a crescer.

Alckmin: Pois é, o Brasil poderia estar muito melhor se tivesse o projeto nacional de desenvolvimento. Você pode perguntar: mas, ô Geraldo, o que isso vai me beneficiar? É que quando um governo tem um plano, ele investe em obra para fazer casa, estrada, água, esgoto, hospital, isso gera emprego, movimenta a economia. As empresas voltam a investir, o salário melhora, a sua vida melhora. Mas isso, se o governo gastar direito. Por exemplo, cadê o Fome Zero? [imagem do Jornal Valor Econômico: Ajuda do governo não chega a quem passa fome] Tá aí mais uma diferença entre o atual presidente e eu. Em vez de propaganda eu decidi trabalhar, para ajudar a combater a fome (...) (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 26/08/2006).

Por fim, o candidato do PSDB reitera a necessidade de pensar num projeto nacional de desenvolvimento que invista em diversas áreas, estimulando a economia e gerando mais empregos; pontos criticados em seu programa eleitoral a partir da ausência de políticas voltadas para isso por parte do governo Lula. Nesse contexto, o candidato aproveita para fazer críticas à forma como o Programa Fome Zero estava sendo conduzido pelo governo de Lula, pois este não estaria cumprindo com sua função de levar comida às pessoas mais necessitadas.

Assim, o primeiro momento do discurso antagonicamente construído pela candidatura do PSDB em 2006 ficou simbolizado a partir da ideia de “limitação do governo petista”.

Momento 2: Corrupção e o medo da continuidade

Outros sentidos emergem vinculados aos escândalos de corrupção e indicam que a credibilidade de um governo serve como elemento para atrair novos investimentos. Podemos perceber isso no programa eleitoral de Alckmin:

LOCUTOR: Você já parou pra pensar no mal que a corrupção faz ao Brasil? Waldomiro, mensalão, caixa 2, dinheiro na cueca,

sanguessuga, corrupção nos Correios. Ninguém aguenta mais ouvir falar em tanta corrupção. E o pior é que nos últimos 2 nos foi assim, uma notícia atrás da outra. Vários ministros do atual presidente foram denunciados e tiveram que pedir demissão. Tiveram que depor na polícia. Altos dirigentes do PT, como o tesoureiro Delúbio, estão sendo acusados por crime. O Procurador Geral denunciou 40 pessoas, a maioria por roubo de dinheiro público. E na lista, tinha gente com sala no Palácio do Planalto bem perto da sala do presidente Lula. O Brasil hoje está na lista dos países mais corruptos. A perda com a corrupção é maior do que o gasto com o Bolsa Família. E quando um país tem muita corrupção, as empresas deixam de investir, e isso calça desemprego. Instituições sérias, como o Banco Mundial, decidiram que não vão dar mais financiamento para países corruptos. Isso vai prejudicar obras importantes como metrô, redes de água e esgoto, estradas. Um presidente que não controla seus ministros e que alega que não viu nada, que não sabe de nada, faz mal para o Brasil e para os brasileiros. Pense nisso e mude de presidente (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 29/08/2006).

Conforme o programa da candidatura peessedebista, a corrupção envolvendo o PT e o então Presidente da República, Lula, além dos gastos com corrupção, afasta o investimento e gera desemprego. Portanto, a perda de credibilidade e a perda de financiamento causada pela corrupção prejudicam obras de infraestrutura que necessitam de investimento – um modelo danoso para o Brasil. Nesta mesma linha, Alckmin afirma o seguinte:

ALCKMIN: Eu quero deixar muito claro aqui para você algumas diferenças entre o atual presidente e eu, até para que você possa comparar melhor e escolher melhor. O atual governo aumento imposto em cima de imposto nas costas do trabalhador e da classe média. O resultado é esse aí [imagem

do Jornal Correio Braziliense: Nunca o brasileiro pagou tanto imposto], o brasileiro nunca pagou tanto imposto como agora. [imagem do Jornal Zero Hora: Carga de impostos é a mais alta da história] A nossa carga de impostos é a mais alta da história. Então tá aqui a primeira diferença. O atual presidente é o do imposto cada vez mais alto. Eu quero ser o presidente do imposto cada vez mais baixo. Outra diferença. O atual presidente diz que a saúde no Brasil está quase perfeita. Não tá não. Eu sou médico, entendo do assunto, e acho que a gente precisa melhorar e muito a saúde. E mais uma. Ano passado, todo mundo se lembra da vergonha do mensalão, das denúncias, dos ministros afastados. O presidente adotou a política do não sabia de nada, não viu nada, e tudo aquilo que você já conhece. Por isso eu estou aqui, olho no olho com você, pra dizer que eu sou diferente dele, diferente (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 31/08/2006).

Conforme Alckmin, o governo de Lula do PT é marcado pelo imposto alto, por ser um governo corrupto e sem posição. Não distante disso, outro sentido em relação à posição adotada pelo PT e pelo seu candidato pode ser atrelado a “política do medo”, referindo-se ao chamado “falso dossiê”.

LOCUTOR: Jornal *O Globo* de hoje [imagem do Jornal *O Globo*: PT usará facção do crime para abafar dossiê]. Folha [imagem do Jornal *Folha de São Paulo*: Campanha de Lula ataca a família de Alckmin e recua]. Veja [imagem da Revista *Veja*: O terrorismo do PT – a campanha de Lula adota a tática de usar boatos para prejudicar adversário], a campanha de Lula usa boatos para prejudicar Geraldo Alckmin. Tá certo isso? Preste atenção no que está acontecendo nesta eleição. Montaram até um falso dossiê contra o Geraldo. Gente muito próxima do presidente está envolvida no escândalo. Teve até gente do PT que foi presa com essa montanha de dinheiro [imagem de uma mesa com várias cédulas de dinheiro (reais

– notas de R\$ 50 e R\$ 100)]. E hoje faz 31, 31 dias que o governo Lula não revela de onde veio o dinheiro. O Lula manda nos ministros, manda na Polícia Federal e manda no PT. Então porque ninguém, nem o Lula, revelam de onde veio o dinheiro para prejudicar Geraldo Alckmin? A gente vai engolir mais essa? Abra o olho, e vote por um Brasil decente (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 16/10/2006/ST).

Em outra passagem, o programa eleitoral do candidato do PSDB amplia os sentidos em relação ao “falso dossiê”:

LOCUTOR: Você já prestou atenção no que o Lula promete e no que acontece de verdade? Veja só o que o Lula disse no seu primeiro programa desse segundo turno – LULA: Quero, antes de tudo, fazer uma campanha de paz, sem baixarias. LOCUTOR: pois bem. Na mesma semana, o próprio Lula saiu espalhando boatos sobre Geraldo Alckmin; o PT atacou até a família do Geraldo Alckmin. Isso é fazer campanha limpa? Por que o Lula não chama os amigos dele e do PT e manda esclarecer de onde veio o dinheiro para prejudicar Geraldo Alckmin? Faz mais de um mês e Lula diz que não sabe de nada. Não é a primeira vez que Lula diz que não sabe de nada. Veja o que Lula dizia quando ele pediu seu voto em 2002 – LULA: Qual é a diferença do PT? É que nós temos uma exigência ética [...]. A cada eleição o PT cresce mais, porque sabe governar com planejamento, dedicação e, sobretudo, com seriedade e respeito pelo seu dinheiro. LOCUTOR: E você lembra o que aconteceu: dinheiro do mensalão, dinheiro do caixa 2 do PT, dinheiro na mala, dinheiro na cueca. E o Lula diz que não sabia de nada. Agora veja mais essa que o Lula dizia em 2002 pra pedir o seu voto – LULA: Seu ganhar as eleições, todo mês os ministros terão de prestar conta, porque nós vamos cobrar de cada ministro o que está acontecendo em cada área. LOCUTOR: E você lembra o

que aconteceu. José Dirceu, denunciado como o chefe da quadrilha do mensalão, ministro de Lula. Palocci, acusado de crime no caso do caseiro, ministro de Lula. Humberto Costa, denunciado pela justiça no caso da máfia dos vampiros, ministro de Lula. Anderson Adauto, um dos 40 denunciados no esquema do mensalão, ministro de Lula. Luiz Gushiken, outro denunciado no esquema do mensalão e que continua ministro de Lula pago com o seu dinheiro. E Lula disse que não sabia de nada. Em 2002, para ganhar o seu voto, o Lula prometeu – LULA: Meu programa de governo está escrito que o Brasil precisa criar no mínimo 10 milhões de empregos. LOCUTOR: E, logo depois de assumir, Lula prometeu de novo – LULA: O espetáculo do crescimento vai começar a acontecer no nosso querido país. LOCUTOR: E não foi nada disso que aconteceu (PROGRAMA ELEITORAL ALCKMIN/PSDB, HGPE, 17/10/2006/ST).

Referindo-se à posição agressiva da candidatura de Lula, o locutor do programa eleitoral de Alckmin atribui essa posição à compra do “falso dossiê”. Além disso, o governo petista é caracterizado como antiético, adotando uma política agressiva e mentirosa. Sendo assim, além de ser qualificado como um governo corrupto e sem controle por parte de seu comandante – Lula –, pois afirma sempre que não sabe de nada do que se passa e se passava em relação ao escândalo do “mensalão”, o governo petista não gerou emprego e crescimento como prometeu.

Isto feito, podemos perceber o segundo momento do discurso antagonicamente construído pela candidatura do PSDB em 2006, simbolizado a partir da ideia de “corrupção e o medo da continuidade” como estruturante do discurso da candidatura peessedebista.

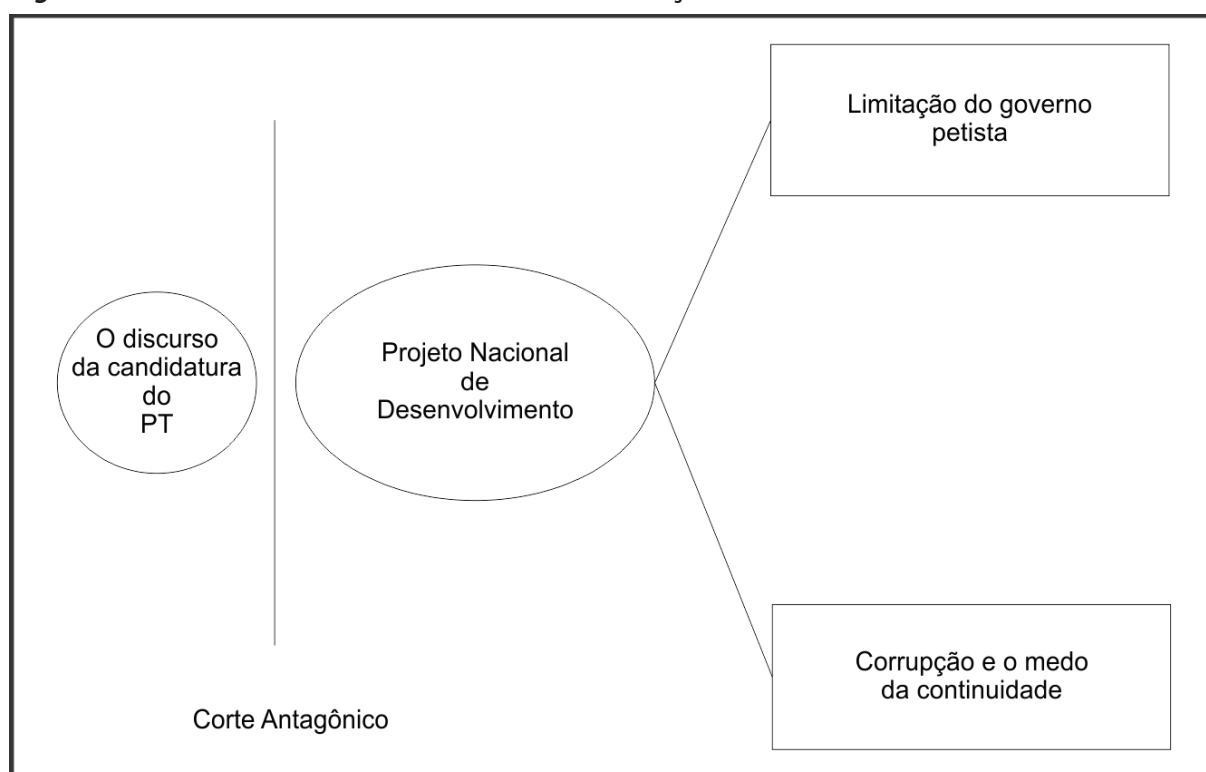
Projeto Nacional de Desenvolvimento Econômico

No primeiro momento discursivo da candidatura tucana a posição antagônica se deu a partir das limitações do governo petista em gerir a economia, enfatizando o “imposto alto”. No segundo

momento discursivo a centralidade argumentava foi em torno da corrupção e do medo da continuidade do governo petista, identificando aspectos negativos para a economia.

Assim, a partir da articulação entre os momentos “limitação do governo petista” (momento 1) e “corrupção e o medo da continuidade” (momento 2), foi possível identificar o discurso “Projeto Nacional de Desenvolvimento” produzido pela candidatura peessedebista e posicionado de forma antagônica ao da candidatura petista.

Figura 1 – Discurso da candidatura do PT na eleição de 2006



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos programas veiculados no HGPE (2006).

O Plano Econômico segundo a candidatura do PT

Como já enunciado na seção anterior, o “ponto privilegiado” na relação antagônica estabelecida entre as candidaturas peessedebista e petista foi concentrado em torno da “política econômica” e do “plano econômico”. Em vista disso, o objetivo desta seção é o de apresentar a estruturação antagônica do discurso da candidatura à Presidência da República do PT, representadas pelo candidato Lula,

na campanha eleitoral à Presidência da República de 2006 a partir dos programas veiculados durante o HGPE.

Para a elaboração desta seção foram transcritos ao todo 52 programas eleitorais do PT veiculados durante o HGPE²²: 38 do primeiro turno e 14 do segundo. Dos programas do primeiro turno, 12 (o que equivale a 31,57%) abordaram o tema referente ao plano econômico a partir da necessidade de gerar emprego e promover o desenvolvimento econômico; no segundo turno, dos 14 programas transcritos, 3 (21,42%) abordaram o tema. Então, dos 52 programas de 2006, 15 trataram sobre o novo plano econômico, o que representa 28,84% dos programas transcritos.

Como na seção anterior, em que tratamos do discurso da candidatura do PSDB, verificamos na constituição do discurso da candidatura do PT a emergência de dois fluxos de sentidos, os quais foram classificados como momentos: “herança crítica do governo FHC” e “esperança e continuidade”. A relação entre esses momentos originou o discurso da candidatura petista, intitulado “Reafirmando o Plano Econômico”.

Momento 1: Herança crítica do governo FHC

Depois de quatro anos de governo de Lula, o momento discursivo “herança crítica do governo FHC” se refere à estrutura política, econômica e social deixada pelo governo anterior ao seu primeiro mandato, o de FHC do PSDB, bem como apresenta as diferenças entre os governos e projeta melhorias com a continuidade de Lula como presidente do país.

LOCUTOR: A crise que o governo anterior deixou era forte. Para enfrentá-la, foi preciso um grande esforço. Primeiro, controlar a inflação. Depois, fazer a economia crescer de novo. E, por fim, reduzir impostos de alimentos e materiais de construção. Os preços começaram a cair, muita gente

22 Esse dado representa sua totalidade (menos os programas repetidos).

pode comprar mais e o Brasil venceu a crise (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 17/08/2006).

Segundo o programa eleitoral da candidatura do PT, o primeiro mandato do governo petista serviu para reorganizar “as coisas”. Conforme o próprio Lula, como será demonstrado no trecho a seguir, seu primeiro mandato acabou “perdendo tempo”, pois buscou resolver os problemas deixados pelo governo de FHC.

LULA: Meus amigos e minhas amigas. Houve dois motivos fortes para eu decidir me candidatar à reeleição. Primeiro: a certeza que posso fazer um governo ainda melhor. Segundo: evitar que muitas obras e programas importantes sejam interrompidos. Por que posso fazer um governo melhor? Porque tenho mais experiência, conheço mais a máquina e posso montar uma excelente equipe de governo. Porque não vamos ter que perder tempo, como ocorreu no início do governo, resolvendo problemas deixados pelos outros. Graças a Deus, não só vencemos as dificuldades, como encontramos soluções definitivas, que vão nos garantir avançar de forma rápida e segura. Fizemos muito, isso me orgulha. Mas sei que é apenas o começo, que podemos fazer muito mais (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 05/09/2006).

Neste mesmo sentido:

LULA: Minhas amigas e meus amigos. Todos vocês sabem que encontramos um país quebrado. A inflação estava sem controle e o desemprego em alta. O risco país batia recorde, e os investimentos em programas sociais eram pequenos. Começamos, então, um trabalho duro para recuperar o Brasil que, em menos de 4 anos, já começa a dar resultados. Entre eles, a inflação em baixa. A geração de 7,5 milhões de novos empregos. A redução da pobreza em 19%. E o aumento recorde das exportações. O mais importante,

porém, é que criamos as condições para crescer mais rápido, e vamos poder ampliar os investimentos em infraestrutura e nos programas sociais, ampliar o crédito pessoal, e dar continuidade à recuperação do salário mínimo. Outra meta realista é transformar o Brasil na maior potência energética do mundo. Isso vai significar mais recursos para o país, e mais emprego para os brasileiros. (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 17/10/2006/ST).

Ainda se referindo à “herança” deixada pelo governo peessedebista, Lula afirma que o país quebrou no governo de FHC, que a inflação não tinha controle, que existia uma alta taxa de desemprego, que o risco-país era alto e que o governo tucano investia muito pouco em programas sociais. Tais elementos, carregados de sentidos, ampliam o momento discursivo “herança crítica do governo FHC”, e são complementados com a ideia de mudanças que ocorreram com o novo modelo econômico/social implementado no governo Lula. Tratando sobre as políticas sociais:

LOCUTOR: O crescimento do Bolsa Família é uma das principais provas de como o governo Lula soube se aperfeiçoar e superar os obstáculos. Em 2003, quando foi criado, o programa beneficiava 3,6 milhões de famílias. Ele cresceu e hoje beneficia 11,1 milhões de famílias. *Pra* você ver como as coisas mudaram no Brasil, vale lembrar: o governo passado aplicava pouco mais de 2 bilhões em programas de transferência de renda. Já o governo Lula investe 8 bilhões e meio, ou seja, 4 vezes mais (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 22/08/2006).

Ao se referir às políticas sociais, o programa eleitoral do candidato petista informa que o governo tucano gastava pouco nessa área crucial para transferência de renda. Neste mesmo trecho, o locutor faz uma comparação do investimento realizado durante os governos FHC com o investimento realizado durante o governo

Lula buscando, com isso, demonstrar as mudanças ocorridas no país durante o primeiro mandato de Lula.

O programa eleitoral de Lula apresentou uma relação com as políticas implementadas durante os governos FHC, como Presidente da República, e do governo de Geraldo Alckmin, como Governador de São Paulo. Vejamos:

LOCUTOR: Vale do Rio Dose, vendida pelos tucanos no governo FHC. Embratel, CSN (Companhia Siderúrgica Nacional), mais 79 empresas vendidas pelos tucanos no governo FHC. Eletropaulo, vendida por Alckmin em São Paulo. Comgás, vendida por Alckmin em São Paulo. CPFL, vendida por Alckmin. Se eles privatizam tudo por onde passam, será que vão respeitar a Petrobras, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal? Pense nisso! É Lula de novo, para eles não privatizarem mais nenhuma empresa do povo (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 17/10/2006/ST).

Deste modo, são apresentados os sentidos em relação à política adotada pelos governantes do PSDB, agora enfatizando sua predileção por privatizações.

Esses foram os sentidos que constituíram o momento discursivo “herança crítica do governo FHC”. Assim, esse é o primeiro momento identificado na estruturação antagônica do discurso construído pela candidatura do PT na campanha eleitoral de 2006.

Momento 2: Esperança e continuidade

Na eleição de 2006 a política do medo construída pela candidatura tucana remete ao modelo adotado pelo governo petista; corrupção e não cumprimento das promessas. A desconstrução dessa afirmação, feita pela candidatura petista, passa pela política da esperança no novo modelo com base nos resultados obtidos pelo governo de Lula:

LULA: Minhas amigas e meus amigos, hoje é um dia especial pra mim. Depois de 44 meses na presidência, posso olhar nos olhos de cada um de vocês e pedir outro voto de confiança. Peço seu voto com a consciência tranquila. Com a certeza de que o Brasil está bem melhor do que encontramos e que temos todas as condições de avançar muito mais. Vivemos hoje a melhor combinação das últimas décadas de resultados na economia e no social. Provamos que é possível crescer e, ao mesmo tempo, distribuir renda. É fundamental, portanto, que isso não pare. A inflação está controlada. A estabilidade, garantida. Os juros caem, e a taxa de crescimento aumenta. A comida está mais barata, o crédito mais fácil e os salários estão melhorando. Nos últimos 3 anos, mais de 3 milhões de pessoas saíram da linha da miséria e outras 7 milhões subiram da pobreza para a classe média. Em termos quantitativos alguns países cresceram mais que a gente. Porém, nenhum cresceu com esta qualidade. Agora, poderemos ampliar as reformas e crescer com mais intensidade, sem risco de inflação. Cuidar ainda mais dos pobres, aumentar o apoio à classe média e dobrar o esforço na educação, na saúde e na segurança. Sem educação de qualidade, nunca venceremos a desigualdade social. Por isso, a educação, que já recebe nossa atenção especial, será prioridade máxima caso eu seja reeleito. Outra prioridade será promover uma ampla reforma política. Não se enganem: a crise ética que se abateu sobre o país é a crise de todo o sistema político e não apenas de alguns partidos ou de determinadas pessoas. Os que cometeram erros precisam ser punidos. Mas só uma reforma política poderá evitar que certos problemas se repitam. Na campanha, vamos poder aprofundar estes e outros temas. Por hoje, quero apenas que vocês reflitam se o melhor para o Brasil é avançar rapidamente, ou recomeçar do zero, como querem alguns candidatos (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 15/08/2006).

Articulando novos sentidos, a fala de Lula enaltece o resultado e as melhorias de seu governo para o Brasil. Assim, é enfatizado que o crescimento econômico com distribuição de renda, o controle da inflação e a estabilidade econômica, além da queda dos juros e a retomada do crescimento, são indicadores que demonstram que o novo modelo econômico com desenvolvimento social vem dando certo. Outros sentidos também são enunciados para classificar a política adotada no governo petista, como melhorar a vida das pessoas, a possibilidade da diminuição das desigualdades com investimento em educação, a ideia de realização de uma reforma política, uma reflexão sobre os casos de corrupção que envolveu integrantes do PT, sendo classificado pelo candidato Lula como uma “crise ética do sistema político”, e, concluindo, informando a importância da continuidade do projeto implementado durante o governo do PT.

LULA: Nos tempos de sindicato, eu e meus companheiros travamos lutas memoráveis por um salário melhor. Isso durou praticamente 20 anos. Fui eleito presidente. E nesses 44 meses de governo, o salário mínimo teve um dos maiores aumentos dos últimos 40 anos. Hoje eu posso olhar nos olhos dos dirigentes sindicais, nos olhos dos trabalhadores, nos olhos da classe média brasileira e dizer: desde que assumi o governo o emprego e a renda vêm crescendo mês a mês nesse país. Mas isso é só o começo. O Brasil pode avançar ainda mais, desde que a gente não saia do caminho certo (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 17/08/2006).

Nesse mesmo sentido, a passagem acima enfatiza o aumento do salário mínimo e da renda conquistada durante o governo de Lula do PT, e o projeto implementado, que fez com que o país avançasse, é o caminho certo para a continuidade das melhorias.

LULA: Temos grandes obras em andamento. Temos grandes programas de transferência de renda em curso. Se isso fosse

interrompido, seria não apenas um grande prejuízo financeiro, mas um imenso sacrifício humano para o país. Seria jogar fora todo um esforço de mudança que já vem dando excelentes resultados. Tenho certeza que posso fazer um segundo governo melhor que este primeiro. Tenho plena convicção disso. Tenho projeto, determinação e apoio político. Vou continuar o que está certo, corrigir o que está errado e fazer o que não foi feito. Quero continuar diminuindo a desigualdade entre as pessoas e entre as regiões. Continuar o combate à corrupção e ao desperdício. Quero continuar fazendo um governo para todos, mas em especial para os que precisam (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 05/09/2006).

No andamento da campanha eleitoral de 2006 foram veiculadas notícias da existência de um dossiê contra a candidatura de Alckmin e, segundo a campanha do candidato peessedebista, tal dossiê teria sido encomendado pela candidatura de Lula; este ponto, como apresentado no capítulo anterior, apareceu seguidamente no discurso de campanha de Alckmin. Classificado como “falso dossiê” por ambas as candidaturas, o que revela certa ideia de “política do medo” e o “jeito petista de governar”, acusado de corrupto pelo seu principal adversário, Lula apresenta a seguinte resposta:

LULA: Minhas amigas e meus amigos, nunca em minha vida fugi das minhas responsabilidades ou retardei tomadas de decisões importantes. Como líder sindical, dirigente partidário e, muito especialmente, como Presidente da República, nunca tentei varrer o lixo para baixo do tapete. Sempre que soube de malfeitos, mandei apurar com rigor. E vou continuar assim para o resto da minha vida. Doa a quem doer. Por isso quero falar a vocês hoje sobre algumas decisões que acabo de tomar. Como vocês sabem, estamos a pouco mais de uma semana das eleições, com todas as pesquisas indicando a consolidação de minha candidatura. Quem assiste regularmente o horário eleitoral, vê que eu faço

uma campanha limpa e sem agressões. Não revido ataques. Prefiro apresentar propostas e soluções para os problemas do país. Portanto, eu não poderia admitir que alguns membros da minha equipe de campanha, aparentemente para atingir o candidato do PSDB ao governo de São Paulo, participassem de uma operação obscura, envolvendo compras de dossiês. Já participei de várias campanhas, e mesmo quando estava perdendo, nunca utilizei dossiês contra meus adversários. Este nunca foi e nunca será o meu estilo. Tão logo a denúncia foi comprovada, exigi que a Polícia Federal agisse com o máximo rigor e determinei o afastamento de todos envolvidos. Decidi, inclusive, trocar o coordenador de minha campanha, mesmo sabendo que o deputado Ricardo Berzoini não esteve diretamente envolvido nestes atos lamentáveis. Quero, agora, que os fatos sejam rapidamente esclarecidos, e que os culpados recebam a mais dura punição. Este comportamento que tomo como candidato é o mesmo que tenho tomado como presidente. Ao assumir o governo, uma das minhas primeiras providências foi reforçar o combate ao crime e a corrupção. Transformamos a Controladoria Geral da União em ministério, modernizamos a Polícia Federal e demos todas as condições para que estes órgãos agissem de forma livre e independente, como nenhum presidente havia feito antes. O resultado é que nunca se apurou e se puniu tanto o crime como agora. E não me incomodo que isso possa dar a impressão de que a corrupção tenha aumentado no país, quando, na verdade, o que aumentou foi o seu combate. Só *pra* vocês terem uma ideia, nos últimos 4 anos do governo passado, a Polícia Federal fez apenas 29 operações especiais. Em menos de 4 anos, meu governo já fez 276 operações especiais, que resultaram na prisão de 3.260 pessoas – 1.300 por corrupção. Isso vai continuar. E todos os culpados, seja quem for, serão exemplarmente punidos. Como qualquer ser humano, eu sofro e me decepciono quando constato que pessoas que conheço se envolvem em irregularidades. Mas

não posso inocentá-los, e nem impedir que sejam punidos. Já disse que só decidi concorrer à reeleição porque tenho a certeza de que posso ser um presidente ainda melhor do que estou sendo. E isso envolve a capacidade de decidir bem, evitar que erros se repitam e ajudar, cada vez mais, a Polícia e a Justiça a não deixarem nenhum crime sem punição. Como homem, o maior patrimônio que herdei de minha mãe foi a capacidade de poder viver de cabeça erguida. Como político, meu maior patrimônio é a confiança de vocês. Garanto, por tudo na vida, que jamais vou trair esta confiança (PROGRAMA ELEITORAL LULA/PT, HGPE, 21/09/2006).

Apresentando sua “visão” em relação às acusações de compra de um dossiê, destacando sua política de “não agressão”, o candidato petista procurou reafirmar suas posições em relação às atitudes tomadas em seu governo, dando maior destaque para o caso do “falso dossiê”.

Deste modo, a partir dos sentidos apresentados nesta seção, pôde-se identificar a estruturação do momento “esperança e continuidade” da candidatura do PT na eleição de 2006.

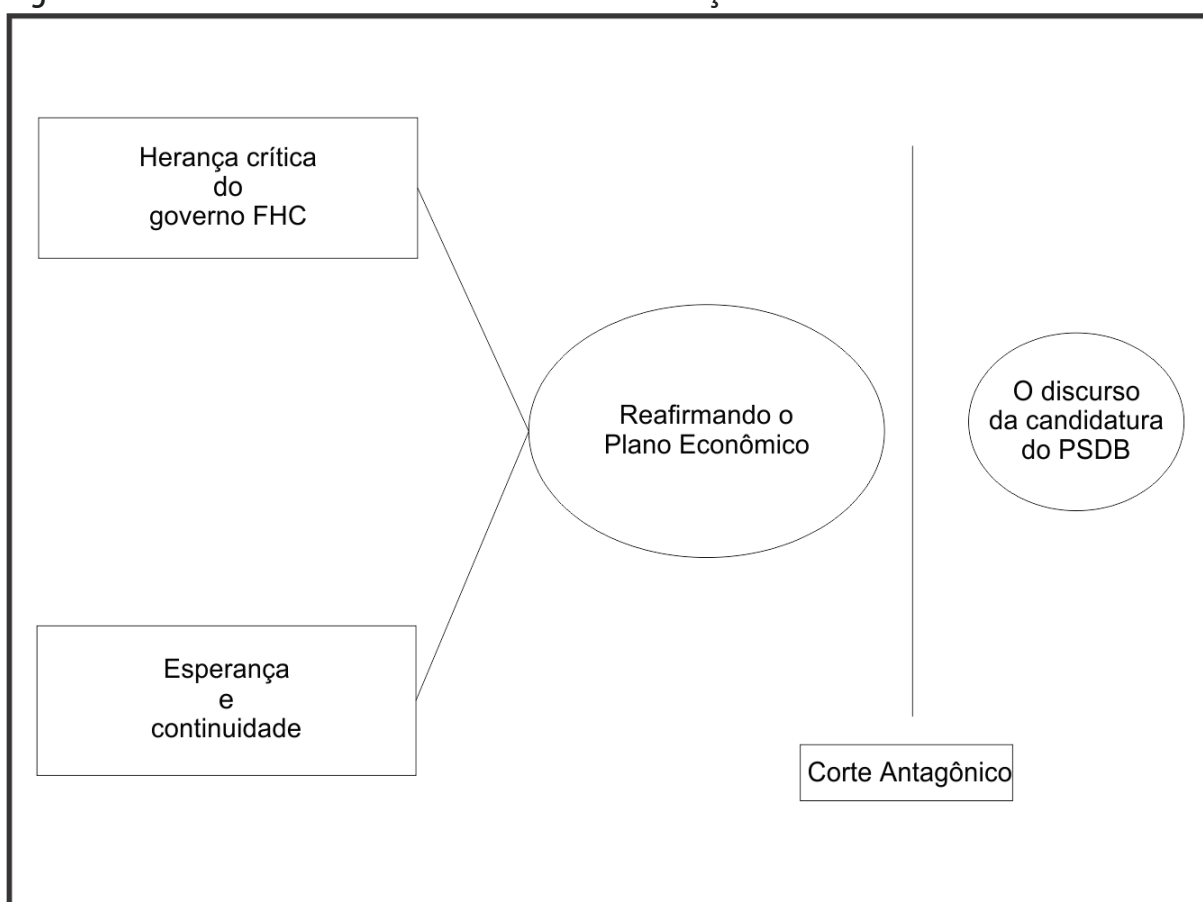
Reafirmando o Plano Econômico

O primeiro momento identificado no discurso petista, nomeado como “herança crítica do governo FHC”, informava que, em virtude da “desorganização” deixada pelo governo tucano, o primeiro mandato de Lula do PT foi para organizar a economia e desenvolver algumas políticas voltadas para a área social e que seu segundo mandato seria de ampliação e efetivação dessas conquistas. O segundo momento, classificado como “esperança e continuidade”, desconstruía as informações de que Lula e o PT representavam um problema para o país, seja por suas medidas econômicas seja pelos casos de corrupção. Além disso, a candidatura petista apresentou informações que buscavam sustentar sua preocupação com a manutenção da economia e informava suas políticas aplicadas

durante o primeiro mandato de Lula como Presidente da República como práticas efetivas que sustentam isso.

Assim, a partir da articulação entre os momentos “herança crítica do governo FHC” (momento 1) e “esperança e continuidade” (momento 2) foi possível identificar o discurso “Reafirmando o Plano Econômico” produzido pela candidatura petista e posicionado de forma antagônica ao da candidatura peessedebista.

Figura 2 – Discurso da candidatura do PSDB na eleição de 2006



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos programas veiculados no HGPE (2006).

Conclusões

Após o primeiro antagonismo entre PSDB e PT, ocorrido em 1994 (FREITAS, 2018b), reconfigurado/redimensionado em 1998 (FREITAS, 2019a) e ampliado em 2002 (FREITAS, 2019b), diversos outros pontos antagônicos entre peessedebistas e petistas emergiram

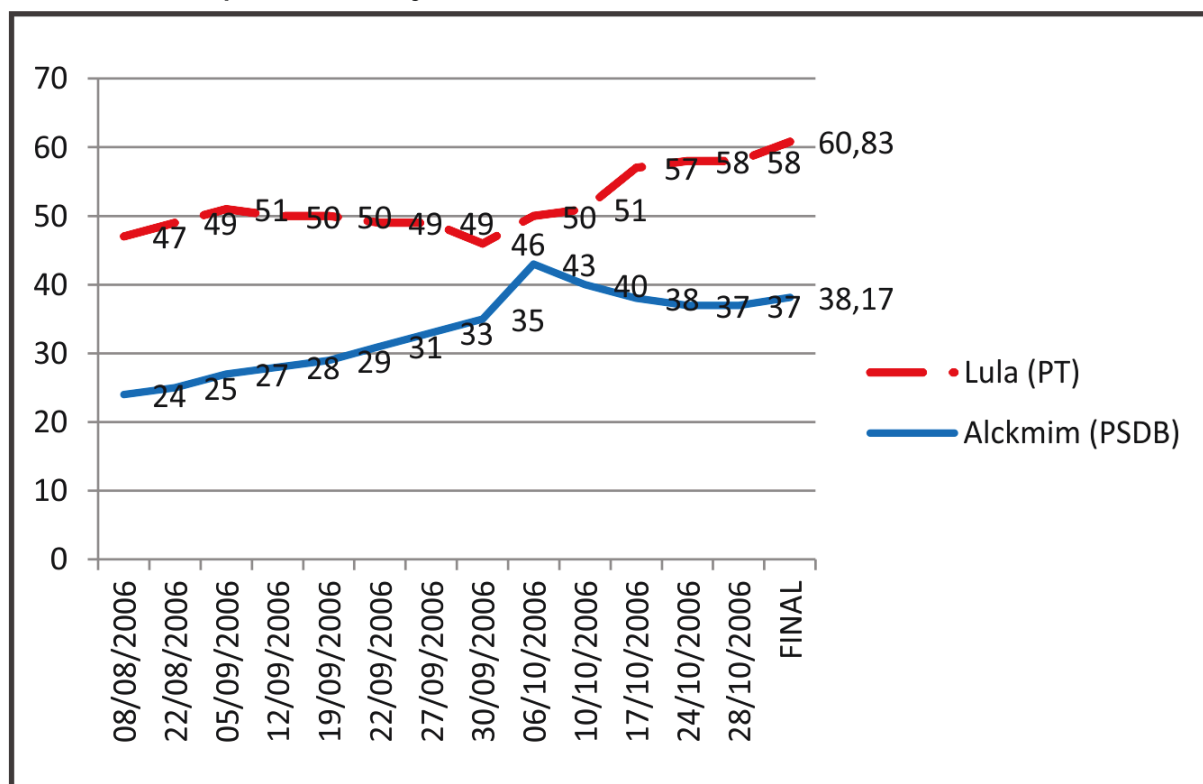
em diversos níveis e espaços da política, como na Câmara dos Deputados Federais e em torno das reformas da Previdência dos governos FHC e Lula (FREITAS, 2015, 2016). Na disputa antagônica entre as candidaturas do PSDB e do PT na eleição de 2006, o ponto nodal deste conflito político foi centralizado em torno da política econômica e sua disputa de sentido. De um lado, a candidatura tucana produziu um discurso tratando de um “Projeto Nacional de Desenvolvimento” em que indica as limitações do governo do PT (momento 1: “limitação do governo petista”) e defende que os casos de corrupção ligado ao PT causaria danos ao país (momento 2: “corrupção e o medo da continuidade”). De outro, a candidatura petista produziu um discurso de forma contrária às afirmações contidas no discurso peessedebista, defendendo e “Reafirmando o Plano Econômico” aplicado em seu governo (2002-2006). O discurso petista buscou expor que o governo de FHC (PSDB) deixou graves problemas e que o governo Lula (PT) não conseguiu resolver suas principais questões em apenas quatro anos (momento 1: “herança crítica do governo FHC”) e combater de forma direta a tentativa da candidatura tucana em desmerecer o governo petista em virtude de casos de corrupção (momento 2: “esperança e continuidade”).

A disputa política antagônica identificada no HGPE produziu sentidos que colocaram os aspectos econômicos como centrais, ou seja, houve a estruturação hegemônica em torno da economia a partir de seus problemas, conquistas e avanços necessários. Mesmo que por um lado fossem indicados aspectos negativos, e por outro aspectos positivos, ocorreu a centralidade em torno do debate econômico, ou seja, a construção hegemônica sobre o papel da economia naquele contexto.

Esses discursos antagônicos geraram efeitos sensíveis à eleição de 2006, que afetou de forma substantiva o andamento da campanha. Como podemos ver no Gráfico 1, Lula mantinha vantagem considerável sobre Alckmin até o caso do “falso dossiê”, divulgado em 15 de setembro. Em seguida, a partir da pesquisa divulgada no dia 19/09/2006 (DATAFOLHA, 2006e), essa vantagem começou a diminuir. Segundo Carreirão (2007, p. 93-94), dois motivos podem

explicar a queda nessa diferença: o início da propaganda negativa por parte de Alckmin enfatizando aspectos ligados ao campo ético e a não participação de Lula em debates.

Gráfico 1 – Pesquisa de intenção de voto



Fonte: Datafolha (2006a, 2006b, 2006c, 2006d, 2006e, 2006f, 2006g, 2006h, 2006i, 2006j, 2006 k, 2006l) e TSE (2006).

Assim que começou o segundo turno e a transmissão do HGPE pela televisão, a candidatura petista buscou enfatizar os avanços econômicos e sociais realizados durante o primeiro governo Lula. Como demonstra os dados do Gráfico 1, a vantagem de Lula sobre Alckmin foi aumentando conforme chegava o dia da votação do segundo turno (TSE, 2006).

Como bem observou Carreirão (2007, p. 110), o sentimento dos eleitores de que o presidente não tinha “culpa” da corrupção ocorrida, mesmo que tivesse conhecimento dos fatos, ajudou sobremaneira na avaliação positiva de seu governo. Ainda que a avaliação que os eleitores faziam dos resultados das políticas econômicas e sociais fosse positiva, os escândalos de corrupção rondavam a

possibilidade de reeleição de Lula que tinha tudo para ocorrer no primeiro turno (DATAFOLHA, 2006a, 2006b, 2006c, 2006d), mas não foi o que ocorreu, muito em função do impacto dos casos de corrupção. Visualizamos, então, que a própria avaliação positiva do governo e de suas políticas econômicas sofreram (e sofrem) consequências da dinâmica da disputa eleitoral. A estratégia empreendida pela candidatura petista e o seu sucesso frente ao eleitorado indicam que essas duas dimensões se relacionam de forma íntima; ainda que faltem estudos tratando dessa relação, este ponto sobre corrupção neste contexto de 2006 marcou o início da estruturação das retóricas sobre corrupções associadas ao PT e seus integrantes.

Em virtude disso, e de forma complementar a tese do voto econômico (LEWIS-BECK, 1998; CARREIRÃO, 2002, 2007), nossa constatação é a de que o discurso do PT conseguiu neutralizar a proposta discursiva da candidatura tucana e dar uma dinâmica antagônica que possibilitou “camuflar” o debate em torno da corrupção como sendo seu ponto nodal, e, logo que se iniciou o segundo turno, consolidar uma vantagem expressiva sobre Alckmin. A corrupção apareceu como um dos momentos discursivos, mas não como ponto nodal do debate antagônico. Isso fez com que o conflito político emergente no HGPE favorecesse a candidatura petista da mesma forma que nas eleições de 2010 e 2014, em que o antagonismo político favoreceu as candidaturas petistas que souberam excluir do debate político exposto no HGPE a disputa de sentido de quem era corrupto. Esse foi o mesmo processo de formação discursiva ocorrido em 1994 e 1998 que colocou o Plano Real como ponto nodal do conflito político (antagonicamente estruturado) emergente entre PSDB e PT, que, naquela ocasião, favoreceu o PSDB (FREITAS, 2018b, 2019a).²³

O HGPE, novamente, e em se tratando da dimensão conflituosa que nele aparece, ou seja, da relação antagônica, como nas eleições de 1994 (FREITAS, 2018b), 1998 (FREITAS, 2019a) e 2002 (FREITAS, 2019b), se mostrou relevante no processo de construção

23 Esses fatos também podem ser encontrados em Mendes e Venturi (1994).

e de tomada de decisão por parte do eleitor em relação ao voto, como buscamos apontar a partir do Gráfico 1. A partir dos estudos de Mundim (2010, 2012), em que o autor buscou ponderar os aspectos que influenciam o voto do eleitor dando destaque para o papel da imprensa veiculada por jornais impressos, bem como colocou o HGPE como varável de influência no voto, nosso estudo, além de corroborar com outros achados de Freitas (2018b, p. 565), de que o HGPE possibilita a confrontação de interpretações da realidade a partir da desconstrução de uma candidatura por outra, verificou que o antagonismo emergente entre candidaturas (nesse caso de 2006 entre PSDB e PT) é o “ponto central” dessa influência exercida pelo e no HGPE, tendo em vista a política não ser estática.

Mesmo concordando com Mundim (2010, 2012) sobre a importância e a relevância da grande mídia no processo eleitoral, entendemos que o HGPE exerce influência considerável sobre uma parcela significativamente maior do que aquela leitora de jornais impressos (MUNDIM, 2012, p. 128), em virtude de a televisão atingir um público maior e, em se tratando de desigualdades econômicas, chegar às casas de famílias menos favorecidas economicamente do que os jornais impressos de grande circulação no Brasil.²⁴ Mesmo que Lawson (2002) e Azevedo (2006) indiquem que esses jornais sejam lidos pela elite política e pelos formadores de opinião, e por isso reproduzidos pelos telejornais chegando a todos os “tipos de eleitores”, o fato é o de que ainda é a televisão com seus telejornais o principal meio informativo final da maioria dos eleitores brasileiros. Além disso, com o estudo demonstrado neste artigo, podemos afirmar que a posição da grande mídia, sempre crítica ao PT e a Lula e complacente ao PSDB e a Alckmin (COIMBRA, 2007; KUCINSKI, 2007), não foi capaz, a partir da ampla divulgação do “mensalão” e do caso do “falso dossiê”, com um “Cenário de Representação Política” (CR-P) (LIMA, 1994, 1995, 1996), alterar o

24 Os dados atuais sobre o acesso e a utilização de mídia no Brasil podem ser encontrados na página da “Pesquisa de Mídia”. Lá pode ser verificado que a televisão e, por conseguinte, seus programas jornalísticos, ainda é o meio midiático mais citado em se tratando de informação. Disponível em: www.pesquisademidia.gov.br. Acesso: 20 de maio/2019.

“rumo” indicado pelas pesquisas (Gráfico 1), muito em função da posição adotada pela candidatura petista.

Com o exposto neste artigo, entendemos que a corrupção acabou não desempenhando papel relevante no processo de tomada de decisão do voto por parte do eleitor em 2006 (RENNÓ, 2007, p. 278) porque, além dos fatores econômicos apresentados por Carreirão (2007), Hunter e Power (2007), Rennó (2007), Zucco (2009), Licio, Rennó e Castro (2009) e Singer (2009), a dinâmica antagônica que emergiu no HGPE fez com que outro tema ganhasse significação e proporção mais relevante nesse processo. Isso não significa que o eleitor não tenha deparado com os casos de corrupção e não os processasse como um acontecimento político relevante, pelo contrário. Como evidenciou Carreirão (2007, p. 108), a partir de dados do Datafolha, o tema corrupção fez parte do universo eleitoral de 2006 e chegou até os eleitores. O que ocorreu, como buscamos evidenciar neste artigo, foi o fato de o tema corrupção ter ganhado outros sentidos a partir da estratégia retórica da candidatura petista que construiu um discurso centralizando as conquistas econômicas. Ou seja, a candidatura petista conseguiu hegemonizar um discurso interno ao HGPE em torno de aspectos econômicos, influenciando, assim, o processo eleitoral.

Portanto, a política econômica a partir das conquistas propiciadas durante o governo Lula, seus problemas e os futuros desafios deram o tom deste conflito. Esta disputa política, que colocou o plano econômico como ponto nodal, fez com que o tema corrupção fosse “camuflado” em virtude da disputa antagônica que se constitui no HGPE. Com base nos estudos de Carreirão (2007), Freitas (2018b, 2019a, 2019b) e Mundim (2010, 2012), podemos afirmar, então, que o tema sobre corrupção tratado na eleição de 2006 não alterou o rumo dessa eleição. A oposição não obteve sucesso na tentativa de hegemonizar de forma antagônica um discurso que nomeasse

os corruptos como sendo o PT e seu candidato.²⁵ Se, por um lado, a explicação se dá a partir do crescimento econômico e do acesso ao consumo pelas classes mais baixas, por outro, o sucesso do discurso alinhado com esses elementos, contrariando a tentativa de tematização do debate político pela grande mídia (ALDÉ; FIGUEIREDO; MENDES, 2007; COIMBRA, 2007; JAKOBSEN, 2007; KUCINSKI, 2007; ROVAI, 2007) e pela oposição centrada em torno do PSDB, só se tornou efetivamente barrado na própria dinâmica eleitoral. De forma complementar, e considerável para o atual cenário político brasileiro, ficou evidenciado neste artigo, também, o momento inicial articulatório do discurso contra a corrupção (um discurso maior e mais amplo) imputado ao PT e seus integrantes.

Referências

- ALBUQUERQUE, Afonso. Política *versus* televisão: o horário gratuito na campanha presidencial de 1994. **Comunicação e Política**, Rio de Janeiro, v.1, n.3, p. 24-54, 1995.
- ALBUQUERQUE, Afonso. **A Batalha pela Presidência**: o horário gratuito de propaganda eleitoral na campanha de 1989. Tese (Doutorado em Ciência Política). Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 1996.
- ALDÉ, Alessandra; FIGUEIREDO, Marcus; MENDES, Gabriel. Imprensa e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006. *In*: Lima, Venício (eds.). **A Mídia nas Eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007, p. 65-87.
- ALMEIDA, Jorge. Apelos eleitorais dos candidatos presidenciais do Brasil em 2006. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 39, n. 2, p. 44-60, 2008.

25 Dadas as condições de emergência do tema corrupção contra as candidaturas do PT desde 2006, foi somente em 2018 que essa temática assumiu protagonismo no debate eleitoral. Pensando os acontecimentos mais atuais, a eleição de 2018 se mostrou diferente, pois a candidatura em torno de Jair Bolsonaro (PSL) obteve essa conquista, ou seja, de nomear a candidatura do PT como representante da corrupção que afligia o Brasil. Mesmo de forma primária, pois esses dados estão sendo tratados, sua aparição e tratamento surtiram efeitos na eleição de 2018.

- AMARAL, Roberto. As eleições de 2006 e a emergência das grandes massas no processo político. **Comunicação e Política**, v. 24, n. 3, p. 7-17, 2007.
- AMES, Barry; BAKER, Andy; RENNÓ, Lúcio. The quality of elections in Brazil: Policy, performance, pageantry, or pork?. *In*: KINGSTONE, Peter; POWER, Timothy (eds.). **Democratic Brazil Revisited**. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2008, p. 107-133.
- ARUGUETE, Natalia. Los medios de comunicación y la formación de la agenda pública. **Revista Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 19, n. 41, p. 73-98, 2005.
- AZEVEDO, Fernando Antônio. Democracia e mídia no Brasil: um balanço dos anos recentes. *In*: GOULART, Jefferson (eds.). **Mídia e Democracia**. São Paulo: Annablume, 2006, p. 23-46.
- BAKER, Andy; AMES, Barry; RENNÓ, Lúcio. Social context and campaign volatility in new democracies: networks and neighborhoods in Brazil's 2002 election. **American Journal of Political Science**, v. 50, n. 2, p. 382-399, 2006.
- BERELSON, Bernard; LAZARFELD, Paul; MCPHEE, William. **Voting: a study of opinion formation in a Presidential Campaign**. Chicago: University of Chicago Press, 1954.
- BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. Meios de comunicação, voto e conflito político no Brasil. **RBCS: Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 28, n. 81, p. 77-95, 2013.
- BURITY, Joanildo. Discurso, política e sujeito na teoria da hegemonia de Ernesto Laclau. *In*: MENDONÇA, Daniel, RODRIGUES, Léo. (eds.). **Pós-estruturalismo e teoria do discurso: em torno de Ernesto Laclau**. 2.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014, p. 59-74.
- CAMPBELL, Angus; CONVERSE, Philip; MILLER, Warren; STOKES, Donald. **The American Voter**. New York: Wiley, 1960.
- CARREIRÃO, Yan de Souza. **A decisão do voto nas eleições brasileiras**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, FGV, 2002.
- CARREIRÃO, Yan de Souza. A eleição presidencial brasileira de 2006: uma análise preliminar. **Revista Política e Sociedade**, v. 10, n. 1, p. 91-116, 2007.

- CERVI, Emerson; MUSSUCHIN, Michele; TAVARES, Camila. Agenda da mídia, dos políticos e do público na campanha eleitoral de 2010. **Revista Debates**, v. 6, n. 1, p.237-261, 2012.
- CONVERSE, Philip. The concept of a normal vote. *In*: CAMPBELL, Angus; CONVERSE, Philip; MILLER, Warren; STOKES, Donald (eds.). **Elections and the Political Order**. New York: Wiley, 1966, p. 9-39.
- COIMBRA, Marcus. A mídia teve algum papel durante o processo eleitoral de 2006. *In*: LIMA, Venício (eds.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007, p. 187-210.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 22/08/2006**. 2006a. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/08/1194013-lula-obtem-aprovacao-recorde-mantem-lideranca-e-chance-de-vitoria-no-primeiro-turno.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 05/09/2006**. 2006b. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/09/1193903-ataques-no-horario-eleitoral-nao-afetam-favoritismo-de-lula-que-vai-a-51.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 12/09/2006**. 2006c. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/09/1193839-lula-com-50-mantem-vitoria-no-primeiro-turno.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 19/09/2006**. 2006d. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/09/1193835-lula-se-mantem-com-56-dos-votos-validos-e-estaria-reeleito-hoje.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 22/09/2006**. 2006e. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/09/1193822-lula-oscila-de-50-para-49-das-intencoes-de-voto-alckmin-vai-a-31.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.

- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 27/09/2006.** 2006f. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/09/1193813-antes-do-debate-lula-tem-53-dos-votos-validos.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 30/09/2006.** 2006g. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/09/1193786-na-vespera-da-eleicao-lula-tem-50-dos-votos-validos.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 06/10/2006.** 2006h. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/10/1193392-lula-lidera-50-das-intencoes-de-voto-alkmin-tem-43.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 10/10/2006.** 2006i. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/10/1193374-lula-mantem-lideranca-com-51-11-pontos-a-frente-de-alkmin-que-tem-40.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 17/10/2006.** 2006j. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/10/1193372-lula-chega-a-57-vantagem-sobre-alkmin-e-de-19-pontos-percentuais.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 24/10/2006.** 2006k. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/10/1193362-lula-atinge-61-dos-votos-validos-22-pontos-a-frente-de-alkmin.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DATAFOLHA. **Pesquisa de intenção de voto em 28/10/2006.** 2006l. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2006/10/1193346-na-vespera-da-eleicao-lula-tem-61-dos-votos-validos-vantagem-sobre-alkmin-e-de-22-pontos.shtml>. Acesso: 2 maio. 2020.
- DIAS, Márcia. Nas brumas do HGPE: a imagem partidária nas campanhas presidenciais brasileiras (1989 a 2010). **Opinião Pública**, v. 19, n. 1, p. 198-219, 2013.
- FIGUEIREDO, Marcus. Intenção de voto e propaganda política: efeitos da propaganda eleitoral. **Logos**, v. 27, n. 2, p. 9-20, 2007.

- FREITAS, Felipe Corral de. De situação a oposição: a reforma da previdência do governo Lula a partir da perspectiva dos deputados do PSDB. **Revista Pensamento Plural**, v. 16, n. 8, p. 131-156, 2015.
- FREITAS, Felipe Corral de. A posição antagônica do discurso do PT contra a reforma da previdência do governo Cardoso. **Revista Simbiótica**, v. 3, n. 1, p. 100-127, 2016.
- FREITAS, Felipe Corral de. **PSDB e PT no HGPE: a construção discursiva antagônica de 1994 a 2006**. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, Brasília, 2018a.
- FREITAS, Felipe Corral de. O primeiro grande antagonismo entre PSDB e PT. **Opinião Pública**, v. 24, n. 3, p. 547-595, 2018b.
- FREITAS, Felipe Corral de. Redimensionando o primeiro antagonismo entre PSDB e PT: a eleição de 1998 e a produção de novos sentidos. **Revista Agenda Política**, v.7, n.3, p. 166-207, 2019a.
- FREITAS, Felipe Corral de. Antagonismo e propaganda eleitoral: os discursos de PSDB e PT na eleição de 2002. **Revista de Ciências Sociais**, v. 50, n. 1, p. 475-524, 2019b.
- GELMAN, Andrew; KING, Gary. Why are american presidential election campaign polls so variable when votes are so predictable?. **British Journal of Political Science**, v. 23, n. 4, p. 409-451, 1993.
- HOLBROOK, Thomas M. **Do campaigns matter?** London: Sage, 1996.
- HUNTER, Wendy; POWER, Timothy. Rewarding Lula: Executive power, social policy, and the brazilian elections of 2006. **Latin American Politics and Society**, v. 49, n. 1, p. 1-30, 2007.
- HUTCHINGS, Vincent; HAKEEM, Jefferson. The sociological and social-psychological approaches. *In*: JUSTIN, Fisher; FIELDHOUSE, Edward; franklin, Mark; GIBSON, Rachel; CANTIJOCH, Marta; WLEZIEN, Christopher (eds.). **The routledge handbook of elections, voting behavior and public opinion**. London and New York: Routledge, 2018, p. 21-29.

- JAKOBSEN, Kjeld. A cobertura da mídia impressa aos candidatos nas eleições presidenciais de 2006. *In*: LIMA, Venício (eds.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007, p. 31-64.
- KUCINSKI, Bernardo. O antilulismo na campanha de 2006 e suas raízes. *In*: LIMA, Venício (eds.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007, p. 133-144.
- LACLAU, Ernesto. **Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo**. Buenos Aires: Nueva Visión, 2000.
- LACLAU, Ernesto. **Emancipação e diferença**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2011.
- LACLAU, Ernesto. **A razão populista**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.
- LACLAU, Ernesto. **Los fundamentos retóricos de la sociedad**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014.
- LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. **Hegemonia e estratégia socialista: por uma política democrática radical**. São Paulo: Intermeios, Brasília: CNPq, 2015.
- LAWSON, Chappell. **Building the fourth estate: democratization and the rise of a free press in Mexico**. Berkeley: University of California, 2002.
- LATTMAN-WELTMAN, Fernando; CARNEIRO, José; RAMOS, Plínio. **A imprensa faz e desfaz um presidente: o papel da imprensa na ascensão e queda de Fernando Collor**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.
- LAZARFELD, Paul; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. **The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign**. 3. ed. Columbia: Columbia University Press, 1968.
- LEWIS-BECK, Michael. **Economics & Elections: the major western democracies**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1988.
- LEWIS-BECK, Michael; JACOBY, William; NORPOTH, Helmut; WEISBERG, Herbert. **The American Voter revisited**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2008.

- LICIO, Elaine; RENNÓ, Lúcio; CASTRO, Henrique Carlos. Bolsa Família e voto na eleição presidencial de 2006: em busca do elo perdido. **Opinião Pública**, v. 15, n. 1, p. 31-54, 2009.
- LIMA, Venício. Televisão e poder: a hipótese do cenário de representação da política, CR-P. **Comunicação & Política**, v. 1, n. 1, p. 5-22, 1994.
- LIMA, Venício. CR-P: novos aspectos teóricos e implicações para a análise política. **Comunicação & Política**, v. 1, n.3, p. 95-106, 1995.
- LIMA, Venício. Os *midia* e o cenário de representação da política. **Lua Nova**, n. 38, p. 239-271, 1996.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.
- LOPES, Alice; MENDONÇA, Daniel. **A teoria do discurso de Ernesto Laclau: ensaios críticos e entrevistas**. São Paulo: Annablume, 2015.
- LOURENÇO, Luiz Cláudio. **Abrindo a caixa-preta: da indecisão à escolha – a eleição presidencial de 2002**. Tese (Doutorado em Ciências Humanas: Ciência Política). Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- MACHADO, Mônica. A retórica da reeleição: mapeando os discursos dos programas eleitorais (HGPE) em 1998 e 2006. **Opinião Pública**, v. 15, n. 1, p. 159-189, 2009.
- MENDES, Antônio; VENTURI, Gabriel. Eleição presidencial: o Plano Real na sucessão de Itamar Franco. **Opinião Pública**, v. 2, n. 2, p. 59-72, 1994.
- MENDONÇA, Daniel. A noção de antagonismo na ciência política contemporânea: uma análise a partir da perspectiva da teoria do discurso. **Revista de Sociologia e Política**, v. 11, n. 20, p.135-145, 2003.
- MENDONÇA, Daniel. Antagonismo como identificação política. **RBCP: Revista Brasileira de Ciência Política**. n.9, p. 205-228, 2012.
- MENDONÇA, Daniel; Rodrigues, Léo. **Pós-estruturalismo e teoria do discurso: em torno de Ernesto Laclau**. 2.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

- MENDONÇA, Daniel; RODRIGUES, Léo; LINHARES, Bianca. **Ernesto Laclau e seu legado transdisciplinar**. São Paulo: Intermeios, 2017.
- MENDONÇA, Daniel; LINHARES, Bianca. **Teoria do discurso de Laclau e Mouffe: implicações teóricas e analíticas**. São Paulo: Intermeios, [2021?]. No prelo.
- MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quarterly**, v. 36, n. 2, p.176-187, 1972.
- MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede Globo. **Dados**, v. 42, n. 2, p. 253-276, 1999a.
- MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil: a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 a 1998. **Comunicação & Política**, v. 6, n. 2-3, p. 119-38, 1999b.
- MIGUEL, Luis Felipe. **Mito e discurso político: uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994**. Campinas: Editora da Unicamp / Imprensa Oficial, 2000.
- MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, v. 2, n. 55-56, p.155-184, 2002.
- MIGUEL, Luis Felipe. Eleições, opinião pública e mídia: reflexões a partir das eleições brasileiras de 2002. **Revista Política & Sociedade**, v. 2, n. 2, p. 41-66, 2003.
- MIGUEL, Luis Felipe. A descoberta da política: a campanha de 2002 na Rede Globo. In: RUBIM, Antônio (eds.). **Eleições presidenciais de 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004a, p. 91-105.
- MIGUEL, Luis Felipe. Discursos cruzados: telenoticiário, HGPE e a construção da agenda eleitoral. **Sociologias**, v. 6, n. 11, p. 238-258, 2004b.
- MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro. **Opinião Pública**, v. 10, n. 1, p. 91-111, 2004c.
- MUNDIM, Pedro. Um modelo para medir os efeitos da cobertura da imprensa no voto: teste nas eleições de 2002 e 2006, **Opinião Pública**. v. 16, n. 2, p. 394-425, 2010.

- MUNDIM, Pedro. Imprensa e voto nas eleições presidenciais brasileiras de 2002 e 2006. **Revista de Sociologia e Política**, v. 20, n. 41, p. 123-147, 2012.
- PINTO, Céli. A trajetória discursiva das manifestações de rua no Brasil (2013-2015). **Lua Nova**, n. 100, p. 119-153, 2017.
- RENNÓ, Lúcio. Escândalos e voto: as eleições presidenciais brasileiras de 2006. **Opinião Pública**, v. 13, n. 2, p. 260-282, 2007.
- RENNÓ, Lúcio; SPANAKOS, Anthony. Fundamentos da economia, mercado financeiro e intenção de voto: as eleições presidenciais brasileiras de 1994, 1998 e 2002. **Dados**, v. 49, n. 1, p. 11-40, 2006.
- RUBIN, Antônio. Política em tempos de mídia: impressões de crises. In: PEREIRA, Carlos; FAUSTO NETO, Antônio. (eds.). **Comunicação e cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Notrya, 1993, p. 148-168.
- ROVAI, Renato. As muitas derrotas da mídia comercial tradicional. In: LIMA, Venício (eds.). **A Mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007, p. 115-132.
- SHAW, Daron R. The impact of news media favorability and candidate events in presidential campaigns. **Political Communication**, v. 16, n. 1, p. 183-202, 1999.
- SHAW, Daron R.; ROBERTS, Brian E. Campaign events, the media and the prospects of victory: the 1992 and 1996 US presidential elections. **British Journal of Political Science**, v. 30, n. 1, p. 259-289, 2000.
- SILVA, Gustavo; COELHO, Gabriel; COSTA, Everton; FREITAS, Felipe Corral de. **Pós-estruturalismo e teoria do discurso: a obra de Ernesto Laclau a partir de abordagens empíricas e teóricas**. Curitiba: CRV, 2017.
- SINGER, André. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. **Novos Estudos**, v. 85, p. 83-102, 2009.
- TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). **Resultado: eleição para Presidente da República de 2006**. 2006. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2006/candidaturas-e-resultados/resultado-da-eleicao-2006>. Acesso: 2 maio. 2020.

ZUCCO, Cezar. The president's 'new' constituency: Lula and the pragmatic vote in Brazil's 2006 presidential election. **Journal of Latin American Studies**, v. 40, n. 1, p. 29-49, 2008.

Resumo

O antagonismo verificado durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) aponta para uma melhor compreensão do impacto que esse espaço de disputa política tem sobre a vontade do eleitor. Em vista disso, o objetivo deste artigo consiste em demonstrar a construção antagônica entre os discursos produzidos pelas candidaturas do PSDB e do PT realizados durante o HGPE veiculados pela televisão na eleição presidencial de 2006. Para isso, foram utilizados os aspectos teóricos e metodológicos da teoria do discurso de Laclau e Mouffe. Apuramos que, uma vez mais, o discurso em torno da economia emergiu como ponto nodal antagônico e serviu para “camuflar” o tema “corrupção” que poderia prejudicar a candidatura petista, além de verificar que o conceito de antagonismo pode ser uma ferramenta metodológica e analítica eficaz no caminho de compreender a influência do HGPE no voto.

Palavras-chave: Teoria do discurso; antagonismo; HGPE; PSDB; PT.

Abstract

The antagonism during the Free Election Propaganda Schedule (HGPE) points to a better understanding of the impact that this area of political dispute has on the will of the voter. The objective of this article is to demonstrate the antagonistic construction of the speeches produced by the PSDB and PT candidacies made during the HGPE broadcast on television in the 2006 presidential election. For this, we used the theoretical and methodological aspects of the theory discourse of Laclau and Mouffe. We find that, once again, the discourse around the economy emerged as an antagonistic nodal point and served to “camouflage” the “corruption” theme that could damage the PT candidacy, in addition to verifying that the concept of antagonism can be an effective methodological and analytical tool for understanding the influence of the HGPE on the vote.

Keywords: Discourse theory; antagonism; HGPE; PSDB; PT.

Resumen

El antagonismo observado durante el Programa de Propaganda Electoral Libre (HGPE) apunta a una mejor comprensión del impacto que este espacio de disputa política tiene en la voluntad del votante. En vista de esto, el objetivo de este artículo es demostrar la construcción antagónica entre los discursos producidos por las candidaturas de PSDB y PT llevadas a cabo durante la transmisión de HGPE por televisión en las elecciones presidenciales de 2006. Para esto, se utilizaron los aspectos teóricos y metodológicos de la teoría del discurso de Laclau y Mouffe. Descubrimos que, una vez más, el discurso en torno a la economía surgió como un punto nodal antagónico y sirvió para “camuflar” el tema de “corrupción” que podría dañar la candidatura del PT, además de verificar que el concepto de antagonismo puede ser una herramienta metodológica y analítica efectiva para comprender la influencia de HGPE en la votación.

Palabras clave: Teoría del discurso; antagonismo; HGPE; PSDB; PT.

Recebido em 13 de agosto de 2019

Aprovado em 18 de maio de 2020