

# O PT no Governo e na TV: uma análise dos programas de 2004.1 e 2005.1<sup>1</sup>

Jorge Almeida

Professor do Departamento de Ciência Política e do PPG de Ciências Sociais da UFBA; Membro do Grupo de Pesquisa Processos de Hegemonia e Contra-hegemonia; e Doutor em Comunicação e Cultura ontemporâneas, Facom-UFBA. Autor de *Como vota o brasileiro* e *Marketing político, hegemonia e contra-hegemonia*.

---

## Resumo:

Analisamos os programas de TV do PT dos primeiros semestres de 2005 e 2004, que foram os dois últimos veiculados antes da chamada crise do “mensalão”. Eles registram o auge das lideranças petistas que caíram após a crise - Antonio Palocci, José Dirceu e José Genoíno - e, apesar de terem particularidades importantes, no conteúdo e na forma, refletem as mudanças políticas e ideológicas que se consolidaram neste partido a partir do governo Lula da Silva.

**Palavras-Chave:** Partido dos Trabalhadores; Marketing Político; Governo Lula.

## Abstract:

*We analyze the TV broadcasts by PT – Brazilian Workers Party – during the first semesters of 2004 and 2005, the last two before the so-called “mensalão” scandal, which accused Lula’s government of bribing with monthly payments a number of National Congress deputies. The programs portrait the height of party leaders who fell after the crisis – Antonio Palocci, José Dirceu and José Genoíno – and, spite of meaningful particularities in content and shape, reflect the political and ideological changes consolidates in this party since Lula da Silva’s government.*

**Keywords:** Workers Party, Political marketing, Lula’s government.

## Resumen:

*Analizamos los programas de televisión de PT – el “Partido dos Trabalhadores” brasileño – de los primeros dos semestres de 2004 y 2005, los últimos dos trasmitidos antes del llamado escándalo del “mensalão”, que denunciaba al gobierno de Lula de corromper con pagamentos mensuales a los diputados del Congreso Nacional. Los programas registran la culminación de los líderes partidarios echados después de la crisis – Antonio Palocci, José Dirceu e José Genoíno – e, en que pesen importantes distinciones de forma y contenido, reflejan los cambios políticos e ideológicos consolidados en este partido desde el gobierno de Lula da Silva.*

**Palabras-clave:** Partido de los Trabajadores; marketing político, gobierno Lula

## 1. Introdução

O objetivo deste trabalho é analisar o programa de TV do Partido dos Trabalhadores que foi ao ar no primeiro semestre de 2005. Faz parte de uma pesquisa de maior fôlego que estamos desenvolvendo acerca da imagem do governo Lula da Silva, sua relação com a mídia e o marketing e a evolução das Representações Sociais da Política (MOSCOVICI, 2003 e ALMEIDA, 2005-b) no seu percurso de quatro anos. Usaremos trabalhos anteriores como referência, especialmente aquele apresentado no Encontro Anual da COMPÓS de 2005, quando estudamos o programa do PT na TV em 2004 que, sendo um ano eleitoral, só teve programa partidário na TV no primeiro semestre (ALMEIDA, 2005-a). Ele servirá de referência para a comparação e análise de hipóteses levantadas.

Este programa tem uma importância especial por ter sido o último veiculado pelo PT antes da crise desencadeada com a CPI dos Correios e a bombástica entrevista do deputado federal Roberto Jefferson (PTB), que introduziu a questão do “mensalão”. Ou seja, foi o último realizado sob a presidência do deputado José Genoíno – que, além de ter sido o principal personagem do programa, logo depois foi afastado da presidência do partido e indiciado em processo ainda em andamento.

O estudo dos programas político-partidários na TV é muito importante por ser um espaço oficial para os partidos expressarem suas políticas. É um programa totalmente pensado, planejado, produzido e editado sob a responsabilidade da direção nacional do partido. Eliminando, assim, riscos de deformação, por terceiros, da vontade de expressão política do partido.

Como veremos, o programa de 2005.1 parece ter uma estratégia voltada principalmente para os seguintes objetivos: capitalizar para o partido as ações do governo federal e os resultados considerados positivos e reforçar a figura do seu presidente nacional na sociedade e, particularmente, no próprio partido. Nesta hipótese e sentido, é um programa diferente daquele de 2004(2).

No que diz respeito aos temas abordados, também observamos diferenças significativas, conforme veremos. Também há diferenças parciais no tom do programa (mais ofensivo que o defensivo de 2004) e nos sujeitos sociais e políticos que são tratados. Agora, mais ênfase no governo e no partido. Antes, mais destaque no empresariado e no governo. Mas os trabalhadores e o povo continuam só aparecendo como objetos, destinatários, de políticas governamentais, e a sociedade civil continua praticamente ausente do discurso.

Como regra geral, a essência do discurso não foge ao sentido social-liberal já presente no programa de 2004. Entretanto, há elementos diferenciados importantes.

## 2. O programa do PT-Governo na TV em 2005

### 2.1. O formato geral do programa

O programa tem a duração de 18 minutos (18') e possui um formato simples. São 13 partes, incluídos a abertura e os clipes (início e final); um bloco sobre dados atualizados do PT e 9 blocos temáticos. Todos os blocos temáticos são compostos de falas do presidente nacional do PT naquele momento, José Genoíno, em formato de entrevista, e uma breve reportagem sobre o assunto. Em geral, entre um bloco e outro passa uma rápida vinheta na frente da tela, com várias estrelas vermelhas do PT.

Em cinco dos blocos temáticos (Seguro da Agricultura Familiar, Prouni, Plataformas da Petrobrás, Micro-crédito e Rio São Francisco) há um reforço da marca "Governo do PT". Entra um locutor em *off* e letreiro com os seguintes dizeres, por exemplo: "Agricultura Familiar e Seguro Safra. É o Governo do PT [com a sigla dentro da estrela] mostrando o que faz e mudando o Brasil".

A estratégia do programa é fortemente mais "racional" que "emocional". É centrada na persuasão racionalmente construída com dados, fatos, exemplos, argumentos lógicos, comparações com governos anteriores etc. Para usar uma tipologia precária, mas comum no campo das comunicações, a linguagem é mais "jornalística" do que "publicitária". Neste aspecto, há semelhanças com o programa de 2004, como veremos adiante.

José Genoíno é o âncora político do programa. Faz nove aparições, totalizando 5'56" (cinco minutos e cinquenta e seis segundos) de falas diretas, ou 8'25", se incluirmos o tempo dedicado às perguntas feitas a ele e os comentários a suas respostas, feitos pelo apresentador/entrevistador. Mas sua presença ocupa praticamente todo o programa, totalizando 13 minutos. Começa aos 3'07" com a introdução à primeira pergunta e se encerra aos 16'08" com o final dos comentários à sua última resposta.

### 2.2. As 13 partes

Abertura de 1'05": repete breve trecho da abertura do programa anterior e traz o apresentador falando das conquistas do PT em sua história, ganhando "a simpatia do povo brasileiro e se firmando no cenário nacional, graças, sobretudo, à sua luta em defesa dos mais pobres e dos verdadeiros interesses do Brasil".

Clipe, de 39": com jingle e imagens diversas sobre manifestações do PT, dos metalúrgicos do ABC e especialmente da posse de Lula na Presidência da República.

Números do PT, de 1'17": com dados eleitorais e de mandatos eleitos pelo PT, sua expansão em termos de filiados e diretórios em todo o país e resultados de uma "sondagem de opinião" sobre preferência partidária que indica o PT em primeiro lugar.

PT, 25 anos, com 1'35": bandeiras da fundação do partido e realizações

atuais. Primeira fala de José Genoíno.

Área Social 1, com 1'47": sobre o Seguro da Agricultura Familiar.

Área social 2, com 1'41": sobre o Prouni, Programa Universidade para Todos.

Maior vitória política do governo do PT, com 1'18": sobre a saída "pacífica e civilizada" do Brasil do FMI.

Exemplo de mudança 1, com 1'50": sobre as plataformas da Petrobrás, que passaram a ser construídas no Brasil.

Exemplo de mudança 2, com 1'27": sobre a ampliação do micro-crédito.

Emprego, com 55": sobre o aumento dos empregos durante o governo do PT.

Projeto do Rio São Francisco, com 1'46": apresentando a transposição do rio como o maior projeto social do Brasil, sobretudo para os nordestinos.

Relação do PT com o governo federal, com 1'48": a relação é apresentada como sendo de independência e mantendo a identidade própria do PT.

Clipe de encerramento, 52": com a mesma música e novas imagens representando facetas da diversidade do Brasil.

### **3. Análise comparativa dos programas de 2005.1 e 2004**

O contexto deste programa é bem diferente do anterior, por motivos externos e internos ao PT. Melhoraram as representações sociais da política, particularmente acerca do governo e do próprio PT, medida nas chamadas "sondagens de opinião". Paralelamente, houve uma melhora dos resultados superficiais da situação econômica do país. O PIB havia crescido 4,9% em 2004 e ainda apresentava bons resultados no primeiro trimestre de 2005, trazendo uma melhora em outros índices, como o de desemprego. E a avaliação positiva do governo havia voltado ao patamar dos 40% de "ótimo" e "bom" nas sondagens feitas pelos principais institutos do país.

Internamente, setores da esquerda petista vinham endurecendo a crítica às orientações, discursos e práticas do governo. Críticas que se direcionavam também à direção do partido, controlada pelo chamado Campo Majoritário, que tinha em José Genoíno um dos seus principais expoentes públicos. E, como o próprio programa de TV do PT destaca, estava se iniciando o Processo de Eleições Diretas (PED), interno do PT, sendo Genoíno candidato à reeleição para a presidência do partido. Além disso, 2005 foi o ano de comemorações dos 25 anos da fundação oficial do PT.

Assim, esta superexposição monopolizada de José Genoíno no início da campanha interna para as eleições das direções internas do PT, reflete o caráter de centralização burocrática do partido e o uso da máquina partidária

a serviço de uma candidatura, que era, aliás, naquele momento, considerada naturalmente vitoriosa de modo muito mais tranqüilo do que havia ocorrido com a eleição anterior de José Dirceu em 2001 (52%)(<sup>3</sup>).

Passemos à análise comparativa, a partir dos elementos do programa de 2004.

### **3.1.O programa e a postura do PT depois do governo Lula**

**2004**-Há nele elementos permanentes e conjunturais na mudança do padrão do programas do PT na TV. Nem tudo que aparece neste programa terá permanência maior no PT. Mas os elementos que expressam a mudança mais profunda, ideológica, política e organizativa do partido, podem ser nele identificados(<sup>4</sup>).

**2005**-Confirma-se que existem elementos conjunturais e permanentes. Porém, no programa de 2005, as questões relacionadas à mudança mais profunda, ideológica e organizativa, de caráter mais permanente no PT e no seu governo, aparecem de modo mais mascarado.

### **3.2. O formato do programa e a ênfase na racionalidade argumentativa**

**2004**-O PT tem uma tradição, construída desde os seus primeiros programas nacionais de TV, de utilizar-se das técnicas publicitárias, fazendo programas que combinam equilibradamente o discurso direto de políticos com outras matérias, e a racionalidade argumentativa com os recursos emocionais. Porém, este foi um programa que trabalhou fortemente com apelos argumentativos racionais, baseado em dados objetivos. Em contrapartida, muito pouco utilizou-se de emoção e sedução publicitária. Foi o programa que mais apareceram falas longas, argumentativas e consideradas por muitos como sendo fora do chamado padrão televisivo: o ministro Antonio Palocci usou um bloco de sete minutos e trinta e três segundos. Dentro disso, está a pretensão de objetividade científica que não esconde o seu DNA positivista: a comparação do governo com a saúde individual das pessoas; a chuva de números; a insistência em se basear em “fatos” (9 citações) e na “verdade” (15 citações). Tudo com base em fontes “sérias e respeitadas”. Entendemos esta opção discursiva como uma questão tática. Ou seja, isto não significa que seja uma mudança permanente no uso da linguagem televisiva pelo PT. Uma hipótese para isto pode ser o fato de que, naquele momento, o governo e o PT estavam perdendo a luta da comunicação e do marketing político e tenham sentido a necessidade de marcar alguns dados e argumentos.

**2005**- Há uma semelhança no padrão dos programas. Menos cientificista, porém mantendo a prioridade da argumentação racional e o uso de dados “objetivos”. As palavras “fatos/dados”, citadas 4 vezes, e “verdade/verdadeira”, 3 vezes, estiveram menos presentes ostensivamente, mas a marca do programa foi a de exemplos de ações (fatos). Também vimos uma concentração da fala. Desta vez, um monopólio completo, pois o único dirigente do PT a falar foi

José Genoíno. Suas intervenções somam 8`25". Foram menos concentradas que as de Palocci em 2004, mas dominaram todo o programa. Portanto, são recursos discursivos que podem continuar a serem vistos como táticos.

### **3.3. Defensividade e ofensividade**

**2004-** O programa foi voltado principalmente para dar respostas a uma parte das críticas presentes conjunturalmente nas representações sociais da política – que refletem o quadro sócio-econômico do país depois de quase um ano e meio do governo Lula, no momento em que o governo tem sua pior avaliação. Mas também ataca sistematicamente FHC e a oposição. Provavelmente nunca FHC foi tão citado num programa do PT na TV (8 vezes verbalmente, 8 vezes como legenda, além de 2 vezes como “governo passado”). Esta opção discursiva se baseia no fato de que o governo Lula, mesmo quando criticado, ainda é visto pela maioria como melhor do que o de FHC.

**2005-** Neste aspecto, há uma mudança significativa. Agora, a representação social conjuntural do governo está bem melhor. O centro argumentativo não parece ser a defesa aos contra-ataques da oposição e à insatisfação popular, como em 2004. O esforço central é de afirmação de ações que o governo está desenvolvendo e sua identificação com o partido. Daí a ênfase em afirmar que o “Governo [é] do PT”. Foi menos para dizer ou tentar justificar porque fez pouco, e mais para dizer que a mudança já está sendo feita. Por outro lado, parece haver também a preocupação em se defender de crescentes críticas internas ao partido, feitas por movimentos sociais e formadores de opinião, de que o partido estava atrelado ao governo e havia perdido qualquer independência. Mas isto não tirou o esforço em manter a comparação crítica, mesmo que através de ataques indiretos, a FHC. O ex-presidente, desta vez, não foi citado nominalmente nem uma vez, mas foi referido 12 vezes de modo indireto como “governo anterior”, “governo passado”, “governo nenhum”, “antes”, “nunca”, “problemas antigos” etc.

### **3.4. O discurso ideológico e as representações sociais da política que ajuda a construir**

#### **3.4.1. Adesão ao discurso do “pensamento único” capitalista contemporâneo**

**2004-** Tem relação com a essência dos traços fundamentais do governo. Na economia, não há o que se “inventar”, não existe “mágica”. O governo faz o que “todo mundo faz”: controlar a inflação e o déficit público e dar garantias aos empresários/investidores.

**2005-** Aqui há mudanças discursivas importantes de serem ressaltadas. O discurso liberal, escancarado, incorporado e expresso particularmente por Palocci no programa de 2004, foi bem mitigado no programa de 2005.1. A necessidade central de “controlar a inflação e o déficit público” e “dar garantias aos empresários/investidores” não foi explícita em 2005. O discurso é mais

“social” (3 citações). Neste sentido, o programa de 2004 era mais condizente com a política macroeconômica do governo Lula (“do PT”). E mesmo com o conteúdo da tese interna ao PT que Genoíno estava apresentando e defendendo, em 2005, no PED do seu partido. Mas não deixou de repetir que as mudanças estão sendo feitas “sem truques” e “sem mágicas”.

### **3.4.2. A importância do Presidente/governo Lula da Silva, do PT e dos empresários como atores**

**2004-** Não por acaso, os dois conceitos/palavras mais citados no programa (respectivamente 27 e 24 vezes) foram “presidente/governo Lula” e “governo”, genericamente. Mas os sujeitos que realmente realizam são os investidores/empresários.

**2005-** Presidente/Lula/governo Lula/governo federal foram citados bem menos que em 2004. Apenas 15 vezes. A novidade foi “Governo do PT”/“PT no governo”, citados 12 vezes. E, além disso, o “PT”, citado mais 31 vezes em outras circunstâncias, totalizando 43 citações para o PT. Por outro lado, os grandes empresários não aparecem como atores explicitamente importantes. O grande sujeito agora é o governo Lula, ou o próprio PT. Pois, afinal de contas, agora o governo “é do PT”. Empresa, investidor, agora é a Petrobrás. Ou os pequenos agricultores e comerciantes que ganharam dois dos nove blocos temáticos do programa.

### **3.4.3. Classes, sujeitos sociais e conflitos**

**2004-** Empresários/investidores são citados 5 vezes. Trabalhadores/povo, também 5 vezes. Pobres/carentes/de baixa renda, 6 vezes. Movimentos sociais, nenhuma vez. Mas há uma valorização qualitativamente clara dos empresários/investidores em relação a todos os demais atores, pela maneira como são citados. Segundo o programa, são as empresas que podem viabilizar os empregos e o crescimento econômico e cabe ao governo dar as garantias para os empresários. Ao povo, cabe apenas ter paciência e esperar. Não há nenhuma passagem do programa em que o povo apareça como sujeito de alguma coisa, assim como não há conflitos, nem movimentos sociais, nem classes, nem dominação. No máximo aparecem os “pobres” como objetos de políticas sociais compensatórias. Resta ao povo ter paciência, alegria, esperança e medo de aventuras. Enfim, há os indivíduos e o “Brasil/brasileiro” (23 citações), “o país” (21 citações) e a “Pátria amada” (diversas vezes repetida no Hino Nacional). Os sujeitos sociais e políticos centrais são basicamente o governo e os empresários. Nem mesmo a “sociedade civil” genérica é citada. As palavras “socialismo” e “capitalismo” também não são citadas uma única vez, mas é a segunda idéia que domina todo o programa.

**2005 -** Empresários/grandes investidores privados não foram citados. Trabalhadores/povo 7 vezes. Pobres/carentes/necessitados, 6 vezes. Pequenos agricultores/produtores/comerciantes (6 citações), presentes como objeto de financiamentos governamentais. Assim como a família do estudante do Prouni

e o operário que consegue emprego num estaleiro que constrói a plataforma submarina da Petrobrás. Mas os movimentos sociais ou organizações da sociedade civil continuam totalmente ausentes. “Luta”, “mobilização” e “greve”, aparecem como coisas de antigamente, da época da fundação do PT, quando “lutamos”. Essas quatro palavras foram citadas no início do programa, quando se falava das origens do PT. Em imagens, as palavras aparecem somente na histórica greve dos metalúrgicos de São Bernardo do Campo, no clipe também do início do programa. Opressão, exploração e dominação continuam silenciadas. Falados, somente os “pobres” e “necessitados” em geral e a “miséria” e “sofrimento” (3 citações) do Nordeste/nordestinos (4 citações). Mas, a transposição do Rio São Francisco finalmente vai “acabar” com esta miséria e este sofrimento de “12 milhões de brasileiros”. Beneficiados de programas de Micro-crédito (7 citações), da Agricultura Familiar (7 citações), Prouni (6 citações) e empregados dos estaleiros de plataformas da Petrobrás (5 citações) falaram no programa. Mas falaram mais como consumidores de uma “oportunidade” (3 citações) para conseguir galgar os degraus da mobilidade social e vencer na vida sem que haja transformação social. Enfim, continuam existindo os indivíduos, o Brasil/brasileiros (32 citações) e o país (4 citações). Porém, neste programa de 2005.1, mais protegidos pelo “governo do PT”. E, ao que parece, vendo este programa de TV, um governo exclusivamente do PT. Apesar da amplíssima aliança governamental, não há referência a nenhum outro partido, pessoa, ou instituição, da sociedade civil ou do Estado, que divida o “poder” com o PT. Outros cargos executivos ou legislativos (11 citações), só os dos filiados do PT. Outros partidos só são citados (4 vezes), para mostrar a preponderância do PT.

#### **3.4.4. A valorização da ação individual como meio de superação de obstáculos**

**2004-** Forte presença da idéia da mobilidade social dependente do esforço e da competência individuais, à moda da campanha “O melhor do Brasil é o brasileiro”.

**2005-** De modo menos ostensivo, é uma idéia que perpassa todo o programa.

#### **3.4.5. Atendimento às expectativas do “mercado”**

**2004-** O programa procura mostrar ao “mercado” que o governo está cumprindo o “dever de casa”. Praticamente todas as reformas constitucionais e leis alteradas, citadas no programa, são tratadas como exigências dos acordos com o FMI e/ou eram reivindicações antigas do “mercado”.

**2005-** Não há citações mais gerais de reformas legais que atenderam ao “mercado”, como no programa de 2004. Mas há o FMI (5 citações), ou melhor, a “saída do FMI”. “No passado”, o PT foi “para as ruas contra o FMI”. Mas, agora, “O PT nas ruas e no governo, amadureceu junto com o Brasil. Se antes, nós achávamos que devíamos romper com o FMI unilateralmente, hoje, nós



sabemos que isto não seria bom para o Brasil”. Não há nenhuma explicação de como o Brasil “saiu do FMI”. Se pagou, como pagou, quais os custos. Apenas que foi de forma “pacífica, civilizada e inteligente” e “pela porta da frente”.

#### **3.4.6. Os dados econômicos**

**2004-** O programa esteve pleno de palavras e conceitos relacionados com a economia (10 citações), como: inflação (16 citações), emprego (15), salário (10), juros (7), crescimento (7), investimento (6). A palavra “social” não é citada e “desenvolvimento” aparece só uma vez. Mas, dentre elas, a inflação (ou a necessidade primeira de controlá-la) está no centro das atenções e ações prioritárias.

**2005-** A ênfase nos temas econômicos mudou significativamente. Economia (3 citações), inflação (nenhuma), emprego (10), salário (1), juros (1 – “jurinho baixinho”), crescimento (1), investimento (3), desenvolvimento (1), renda/riqueza (2), produção (2). Como vimos, a prioridade temática esteve em torno do “social” em relação ao “econômico”.

#### **3.4.7. Medo, mudança, esperança e paciência**

**2004-** A palavra medo não é citada nenhuma vez, mas seu sentido sempre está presente. É o medo da “ansiedade” e da “pressa”. É preciso ir devagar para evitar “aventuras”. Aumento de salários estoura a Previdência e gera inflação, incertezas e insegurança. Palavras relacionadas ao medo, aparecem 9 vezes. Enquanto “mudança” e “esperança” são citadas, respectivamente, 2 e 4 vezes, aquelas relacionadas à “paciência” aparecem 5 vezes, dando forte sentido argumentativo ao programa. Inclusive, quando faz questão de repetir 7 vezes que há apenas “um ano, quatro meses e seis dias” de governo.

**2005-** Como elemento que demonstra um programa mais ofensivo, as palavras medo e paciência não só estão ausentes, como seu sentido está presente de modo mais sutil (os governantes que antecederam, não fizeram e há muitos problemas acumulados). A ênfase está em reafirmar os sonhos (9 citações, inclusive no jingle) e a mudança (13 citações) que é apresentada em várias frentes de trabalho. Não só pelo uso da palavra, mas pelo conteúdo geral do programa, fica claro o esforço de afirmar que a mudança já começou.

#### **3.4.8. A desqualificação de toda crítica e oposição**

**2004-** Além das críticas (explícitas) ao ex-presidente FHC, há uma desqualificação de todas as críticas e de qualquer tipo de oposição, considerando-as simplesmente como eleitoreiras e de serem fatores que atrapalham o país (oposição/adversários/críticas, citados 5 vezes).

**2005-** Como vimos, não há citações explícitas a FHC, mas a governos genéricos e situações anteriores (12 citações). Quanto à oposição, só uma desqualificação explícita aos contrários à transposição do Rio São Francisco

(sempre apresentada como “Projeto Rio São Francisco”, nunca como “transposição”). Nas palavras de José Genoíno: “você pode ter certeza, quem fala hoje contra este projeto ou é mal informado ou é mal intencionado”.

### **3.4.9. O discurso da ordem**

**2004-** Há uma ênfase no discurso da ordem, do que é “direito”, “certo”, “seguro”, “correto”, “estável”, “equilibrado” (palavras correlatas citadas 23 vezes).

**2005-** De modo menos enfático, continua presente em 8 citações de palavras correlatas, especialmente quando trata do FMI.

### **3.5. O lugar de fala do presidente Lula e do PT**

**2004-** Tudo de bom é responsabilidade de Lula. Mas ele não é o responsável pelos problemas, como no caso do salário mínimo que ele “queria aumentar”. Continua havendo um processo de construção de um novo lugar de fala para Lula e o PT. Mas que busca continuar negociando com os elementos do antigo, que ainda são considerados relevantes. Isto passa por combinar um discurso amplo e outro “interno”, que não apareceu claramente neste programa.

**2005-** Desta vez, não há problemas no governo que precisem ser explicados. Logo, não há problemas para Lula. Mas o conteúdo do programa mostra que, diante do contexto externo e interno ao PT naquele momento, parte do discurso mais voltado para militantes, filiados e formadores de opinião identificados com o partido (como a necessidade de mostrar o partido mais independente em relação ao governo e o próprio reforço à figura de José Genoíno), tenha sido feito mais abertamente. Enfim, na construção de um novo *Lugar de Fala* social-liberal, este programa parece buscar um maior equilíbrio discursivo entre liberalismo econômico e função social do Estado.

### **3.6. A relação de submissão ou independência entre o governo e o PT**

**2004-** A hierarquia no governo e no PT está fortemente presente. Palocci é número dois da República e tem quase o dobro do tempo de José Dirceu. Ele fala de economia e dá boas notícias. Não critica ninguém, construindo sua imagem de “melhor ministro” e “conciliador”. José Dirceu fala de política, de eleições e bate nos adversários, reforçando o estereótipo que já tem. Pode ser ruim para sua imagem na sociedade. Mas não seria bom para sua imagem junto a sua base entre os petistas? Não é certo que sempre será assim nos futuros programas do PT. Esta é a situação de maio de 2004. As pessoas podem mudar de posição ou até deixar de aparecer nos futuros programas. Assim, o recado principal, portanto, é para o “mercado”: prioridade para Palocci significa que a política macroeconômica e as reformas de corte neoliberal vão continuar.

**2005-** Neste aspecto, o programa de 2005 foi bem diferente do de 2004. Toda a ênfase é para reforçar a imagem de iniciativa, força e independência do

partido em relação ao governo e, dentro do partido, a pessoa do presidente-candidato do Campo Majoritário que controla sua direção. Ninguém do governo apareceu. Só José Genoíno falou e dominou todo o programa. O governo é apresentado de modo enfático como sendo um “governo do PT”. E, no último bloco de Genoíno, este informa que “O PT está no poder, mas não perdeu sua identidade. Muitos até acusam o PT por não apoiar incondicionalmente o governo. Mas esta é justamente a maior riqueza do nosso partido”. Por isso, também, no PT, ministros e governadores teriam o mesmo poder que qualquer filiado e seriam todos “companheiros e companheiras”. Considerando que toda a ênfase do programa de TV foi dizer que o “governo é do PT”; considerando que a direção do PT e suas bancadas no Congresso vinham apoiando, de fato, incondicionalmente, todas as decisões tomadas a priori pelo núcleo do governo; esta fala só pode ser entendida como sendo dirigida a um público mais interno ou mais próximo ao partido, justamente de onde partiam as principais críticas ao atrelamento do partido às decisões governamentais. Por outro lado, na medida em que, com dois anos e meio de governo, ficava claro, pelas ações, que as políticas neoliberais não eram “táticas” nem “transitórias”, mas estavam consolidadas, deixou de ser necessário que o programa do partido na TV desse a mesma ênfase que em 2004 a Palocci e às políticas neoliberais.

#### **4. Construindo uma análise**

Entender o discurso do PT no governo federal requer uma pesquisa sistemática muito mais ampla, abrangente e profunda do que pretende este trabalho. Ele é complexo e difícil de ser apreendido no seu todo, além de carregar contradições entre as falas e ações de seus membros. Levantamos aqui algumas hipóteses que servem pistas para a nossa pesquisa e análise.

O governo Lula, durante o seu primeiro ano (2003) teve praticamente todos os dados econômicos e sociais, que têm incidência sobre a vida do povo, piorados. Seus índices altos nas pesquisas de imagem estavam relacionados, portanto, mais ao simbólico (a esperança gerada por sua história e pela do PT) – que foi o principal veículo de sua vitória em 2002 – e na expectativa que colocava a possibilidade de resolução para o futuro. A política externa e a ênfase no discurso social, também ajudaram a sustentar esta simbologia. Nisto, a grande mídia pode ter dado uma importante ajuda ao governo federal e à imagem pessoal do presidente pelo menos até o momento anterior à crise do chamado “mensalão”. E o marketing do governo parece que usou o simbolismo positivo como âncora e trabalhou as esperanças no futuro para obter uma aprovação imediata.

Os resultados sociais e econômicos, mais sentidos a partir do segundo semestre de 2003, com sua inevitável divulgação pela mídia, devem ter contribuído para que ficasse subjetivamente evidente para a maioria da população que a situação social e econômica estava difícil e isto acabou se refletindo nas representações sociais conjunturais da política e numa avaliação mais crítica do governo no momento do programa de 2004.1.

A recuperação econômica, mesmo que moderada e sem ter uma sustentabilidade comprovada, obteve uma boa divulgação destes resultados pela grande mídia, através de um noticiário favorável ao governo, principalmente entre o segundo semestre de 2004 e o primeiro de 2005 (MIGUEL, 2005 e ALMEIDA, 2004), provocando representações sociais da política favoráveis ao governo por ocasião do programa do PT na TV em 2005.1.

Estas circunstâncias, e os fatores relacionados à disputa interna do PT nas vésperas do PED, provocaram, nos programas do PT na TV, orientações discursivas com muitas características táticas, conjunturais, diferentes. Mas sem ir além de um eixo discursivo mais geral – que reflete um novo rumo estratégico do partido e que não parece ser simplesmente conjuntural – marcado pelo social-liberalismo. Assim, os programas do PT na TV, mesmo com as particularidades que destacamos entre os primeiros semestres de 2004 e 2005, atuam como um fator de reprodução e/ou contemporização com este discurso ideológico social-liberal. Um discurso de quem se articula com os interesses do grande capital não visa uma nova hegemonia política no país mas um rearranjo no bloco de poder (GRAMSCI, 1978 e ALMEIDA, 2003-a) pré-existente, sem uma alteração na essência do mesmo.

Naquele momento, o governo Lula da Silva e o PT procuravam usar profissional e intensamente as técnicas do marketing político (ALMEIDA, 2002) dentro de uma concepção manipulativa e conservadora (ALMEIDA, 2004). Seu discurso, entretanto, a depender da conjuntura política mais específica, do público a que se dirige e da mídia utilizada, se apresenta com nuances de maior ou menor papel para o partido, o Estado, a grande empresa privada capitalista, a pequena produção e a sociedade civil. Mas o que acabou predominando em ambos os programas foi o reforço de representações sociais da política desfavoráveis a uma perspectiva de transformação social.

### **Referências bibliográficas**

ALMEIDA, Jorge. Estado, hegemonia, luta de classes e os dez meses do governo Lula. *Crítica Social*, Rio de Janeiro, nº 3, novembro de 2003-a.

ALMEIDA, Jorge. Lula, Serra e a disputa pelo discurso da Mudança em 2002. *Anais do 12º Encontro Anual da Compós*, GT de Comunicação e Política. Recife, 3 a 6 de junho de 2003b.

ALMEIDA, Jorge. *Marketing político, hegemonia e contra-hegemonia*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo e Xamã Editora, 2002.

ALMEIDA, Jorge. Representações Sociais da Política e Cenário de Representação Midiático da Política. *Anais do XXIX Encontro Anual da ANPOCS*, GT 11 - Mídia Política e Opinião Pública. Caxambu, 25 a 29 de outubro de 2005-b.

ALMEIDA, Jorge. O PT-Governo na TV 2004. *Anais do XIV Encontro Nacional da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Rio de Janeiro 1º a 4 de junho de 2005-a.

FILGUEIRAS, Luiz. *História do Plano Real*. São Paulo, Boitempo, 2003.

GRAMSCI, Antonio. *Maquiavel, a Política e o Estado Moderno*. São Paulo, Civilização Brasileira, 1978.

MIGUEL, Luis Felipe. O mundo dos homens de gravata: a política no Jornal Nacional. *Anais do XXIX Encontro Anual da ANPOCS*, GT 11 - Mídia Política e Opinião Pública. Caxambu, 25 a 29 de outubro de 2005.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis, Editora Vozes, 2003.

OURIQUES, Nildo. Entre o medo e a esperança: limites e possibilidades de um governo popular no Brasil. *Crítica Social*, Rio de Janeiro, nº 2, julho/setembro 2003.

### Notas

1 Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada no 13º Encontro de Ciências Sociais do Norte e Nordeste, 03 a 06 de setembro de 2007, UFAL, Maceió (AL).

2 Na análise daquele programa de TV dizíamos que “A maior parte do programa foi dedicado a falas “do governo” e não “do PT”. Dentro disso, houve uma hierarquia clara. Certamente nunca uma mesma pessoa - que não fosse Lula e, mesmo assim, em momentos muito especiais, como na campanha de 2002 - falou por tanto tempo. O ministro Palocci foi privilegiado com tempo de fala, tanto em relação a José Dirceu (ministro chefe da Casa Civil) quanto a José Genoíno (presidente nacional do PT). E foi uma rica síntese do novo discurso ideológico e da prática social-liberal do governo petista (ALMEIDA, 2003-a, OURIQUES, 2003 e FILGUEIRAS, 2003) e das representações sociais da política que este partido e seu governo estão ajudando a construir (ALMEIDA, 2005-a).

3 José Genoíno era presidente nacional do PT, mas não tinha passado pelo crivo de eleições diretas internas. Sendo vice-presidente, foi eleito, de acordo com os estatutos do partido, pelo Diretório Nacional do PT, para substituir José Dirceu quando este se afastou da presidência partidária para assumir o ministério da Casa Civil no início do governo Lula, em 2003.

4 Neste e nos demais itens, a análise do programa de 2004, é uma versão sintética daquela apresentada em Almeida (2005-a).