

## **As estratégias eleitorais de Lula II (2006) e Felipe Calderón (2006)<sup>1</sup>**

Ricardo Neves Streich<sup>2</sup>  
Eixo temático 10: História Política

### **RESUMO**

O presente trabalho tem por objetivo reconstituir as estratégias utilizadas pelo *Partido Acción Nacional* (México) e pelo Partido dos Trabalhadores (Brasil) nas campanhas eleitorais vencidas, respectivamente, por Felipe Calderón (México) e Luiz Inácio Lula da Silva (Brasil) em 2006. Desta forma, a presente análise reside fundamentalmente em dois pontos: 1) as variáveis mobilizadas para elencar Calderón e Lula como, respectivamente, os verdadeiros representantes dos interesses do “povo” mexicano e brasileiro (a construção de um “nós”); 2) os recursos utilizados para apontar que seus adversários não representavam o interesse dos mexicanos e dos brasileiros (a construção de um “eles”).

**Palavras-chave:** Lula, Calderón, eleições 2006, populismo

### **ABSTRACT**

This paper aims to reconstitute the strategies used by the National Action Party (PAN) in Mexico and the Workers' Party (PT) in Brazil during the 2006's federal elections for both countries. Those elections were won by Felipe Calderón (PAN) in Mexico and Luiz Inácio Lula da Silva (PT) in Brazil. The present analysis resides fundamentally in two points: 1) the variables mobilized to name Calderón and Lula as, respectively, the true representatives of the interests of the Mexican and Brazilian "people" (the construction of a "we"); 2) the resources used to point out that their opponents did not represent the interest of Mexicans and Brazilians (the construction of an "they").

**Keywords:** Lula, Calderón, 2006 federal elections, populism

---

<sup>1</sup>Trabalho preparado para apresentação no X Congresso Latino-americano de Ciência Política da Associação Latino-americana de Ciências Políticas (ALACIP), em coordenação com a Associação Mexicana de Ciências Políticas (AMECIP), organizado em colaboração com o Instituto Tecnológico de Estudos Superiores de Monterrey (ITESM), nos dias 31 de julho, 1, 2 e 3 de agosto de 2019.

<sup>2</sup> Doutorando em História Econômica pela Universidade de São Paulo e bolsista FAPESP (número do processo 2017/17481-2). Contato: ricardostreich@protonmail.com

## 1. Introdução

O presente artigo é parte de pesquisa de doutorado em andamento intitulada “Entre a economia e a política: a história das estratégias de desenvolvimento no Brasil e no México (2000-2013)”. O título da pesquisa já demonstra a importância que as disputas eleitorais possuem em nosso trabalho. Afinal, em regimes democráticos estes são momentos, pelo menos em tese, nos quais os políticos explicitam e debatem suas concepções de governo e estratégias de desenvolvimento.

Desta forma, o objetivo do presente trabalho é o de comparar as estratégias utilizadas nas campanhas ocorridas em 2006 de Felipe Calderón (México) do *Partido Acción Nacional* (PAN) e Luiz Inácio Lula da Silva (Brasil) do Partido dos Trabalhadores (PT). Calderón e Lula partiram de condição semelhante no que tange à disputa eleitoral que aconteceu em seus respectivos países no ano de 2006. Seus partidos (PAN e PT) eram os maiores partidos de oposição até lograrem vitórias nos primeiros pleitos presidenciais dos anos 2000.

Em 2000, os mexicanos elegeram Vicente Fox (PAN) e colocaram fim à hegemonia de mais de 70 anos do *Partido Revolucionario Institucional* (PRI). Dois anos depois, em 2002, os eleitores brasileiros conduziram pela primeira vez – após a redemocratização – um político de esquerda, Luiz Inácio Lula da Silva, à presidência da república.

As campanhas de Fox e Lula foram marcadas pelo discurso da “novidade”, afinal tratava-se dos dois maiores partidos de oposição em seus respectivos países. Contudo, a retórica da “novidade” e da “mudança” não se materializou em transformações na condução da política econômica. Evidentemente, isso não significa dizer que não havia diferenças entre os governos de Fox e Lula quando comparados a seus anteriores, mas sim que a retórica da “novidade” buscou se materializar em outras áreas de atuação dos respectivos governos que não a política econômica.

Em termos de contexto econômico, os mandatos de Fox e Lula foram marcados pelo *boom das commodities*. A alta de preços das *commodities* no mercado internacional foi motivada pelo crescimento da economia chinesa e criou um cenário bastante fa-

vorável para as contas públicas de ambos os países. Dessa forma, foi possível conciliar gastos sociais e manutenção da ortodoxia na condução macroeconômica.

Os bons índices econômicos<sup>3</sup> e sociais<sup>4</sup> obtidos por Fox e Lula se traduziram em popularidade. Vicente Fox, por exemplo, terminou seu mandato com 51% de aprovação (PARAMETRIA, 2006), enquanto Lula terminou seu primeiro mandato com marca muito próxima, 52% dos brasileiros achavam seu governo “ótimo” ou “bom” (DATAFOLHA, 2010).

Nesse sentido, os candidatos de PAN e PT iniciaram a disputa eleitoral com bastante força. A Constituição mexicana proíbe a reeleição, daí que o candidato do PAN em 2006 tenha sido Felipe Calderón – um importante nome do alto escalão do partido –, enquanto Lula teve a oportunidade e optou por disputar a reeleição.

Em termos discursivos, as duas candidaturas tinham um desafio comum. Os mandatos anteriores haviam chegado ao poder com um discurso de “novidade” e “mudança”. Agora, na condição de situação, PAN e PT precisavam (re)conquistar o eleitorado defendendo a continuidade e a manutenção de suas estratégias e práticas de governo. Essa questão condicionou todo o discurso das duas campanhas. Por isso, optamos analisar as estratégias eleitorais de Calderón e Lula a partir de duas variáveis: 1) os elementos mobilizados para elencar os candidatos como os verdadeiros representantes dos interesses de mexicanos e brasileiros (a construção de um “nós”); 2) os recursos utilizados para apontar que seus adversários não representavam o interesse de mexicanos e brasileiros (a construção de um “eles”). Ou seja, o objetivo do presente artigo é analisar as estratégias mobilizadas para a construção do *enfrentamento político* nas estratégias eleitorais das campanhas de 2006 de Calderón e Lula.

Finalmente, o texto está dividido em quatro partes. Além desta introdução, a primeira, trazemos uma breve descrição das campanhas de Calderón (segunda parte) e Lula (terceira parte). A quarta – e última – parte é composta por uma análise comparati-

---

<sup>3</sup> A média de crescimento durante o primeiro governo Lula (2003-2006) foi de 3,7%. No governo de Fox (2000-2006) a média foi de 2,2%. Importante ressaltar que os primeiros anos dos dois governantes – especialmente Fox – sofreram bastante os reflexos da crise econômica da virada do século. Para efeito de registro, em 2006, o Brasil cresceu 4% e o México, 5% (FMI, 2019).

<sup>4</sup> Fox logrou reduzir a pobreza em quase 10%, ao passo que a redução brasileira no primeiro governo Lula foi mais tímida, 3,4% (CEPALSTAT, 2019). Vale apontar que a maior parte de redução da taxa de pobreza que marcou a trajetória política de Lula ocorreu no segundo mandato.

va das duas estratégias em diálogo com bibliografia especializada. No que tange à documentação, mobilizamos programas de governo, *spots* da propaganda eleitoral televisiva (especialmente os de abertura e encerramento das campanhas) e outros documentos pertinentes para a realização da comparação aqui proposta.

## 2. A campanha Felipe Calderón (PAN) em 2006

Em julho do ano 2000, o eleitorado mexicano impôs a primeira derrota da história, em pleitos presidenciais, ao *Partido Revolucionario Institucional* (PRI). O candidato do então maior partido de oposição, Vicente Fox do *Partido Acción Nacional* (PAN), se saiu vencedor. Nesse sentido, a eleição de Fox abriu uma discussão nas ciências sociais mexicanas. Tratava-se de compreender em que medida a vitória panista seria uma “uma mudança ou uma evolução do regime [priista]” (Cf. ROBLEDO RINCÓN, 2018).

Fox se elegeu com um discurso que bradava a necessidade de mudanças e transformações profundas nas estruturas sociais mexicanas. Em termos econômicos, a promessa de crescimento se alicerçou em perspectivas liberais. A prioridade, então, seria a de estabelecer a responsabilidade fiscal e a estabilidade financeira, além de reduzir o tamanho do Estado de modo a diminuir a corrupção e aumentar a eficiência da economia.

Vale lembrar que Fox se utilizou largamente da sua condição de empresário, para se diferenciar do “sistema corrupto”. Por isso, politicamente, ele necessitava construir uma narrativa que o distanciasse das práticas priistas. Nesse sentido, o presidente mexicano adotou uma postura bastante personalista que lhe rendeu diversos conflitos com o Congresso e com seu próprio partido (veja-se, por exemplo o episódio das negociações do acordo de San Andrés logo no começo do mandato).

Neste sentido, Soledad Loaeza defende que para enfrentar estes desafios Fox apelou à sua popularidade pessoal e buscou estabelecer uma estratégia de “presidência plebiscitária”, assim definida:

El presidente es la autoridad dominante que subordina a su partido, el cual se disuelve en el conjunto de la fuerzas políticas, esto es, no recibe un tratamiento de privilegio en términos de información o de acceso a

los recursos de la Presidencia, en comparación con los demás partidos. (LOAEZA, 2010, p.203)

A candidatura de Felipe Calderón – deputado federal e membro do alto escalão do partido – representou, então, uma tentativa da ala mais tradicional do PAN de retomar o protagonismo político no que tange à condução do poder executivo.

Em linhas gerais, a candidatura de Calderón tinha dois adversários fortes. Roberto Madrazo do PRI e Andrés Manuel López Obrador do *Partido da Revolución Democrática* (PRD). Por isso, a necessidade primeira era a de tentar trazer aos debates as bandeiras históricas do PAN, especialmente a luta contra a corrupção. Assim seria possível estabelecer, de partida, a diferença entre as candidaturas de Calderón e Madrazo. Neste sentido, logo na abertura da plataforma eleitoral, vemos:

México hoy es mejor. Hoy, sin duda, tenemos un mejor país que el que teníamos en el año 2000. Un país que vive una verdadera democracia; un país con estabilidad económica y una política social muy sólida; un país con instituciones más fuertes; un país que hoy puede, con realismo y gracias a los cambios realizados, plantearse retos cada vez más ambiciosos y avanzar decididamente hacia el Bien Común. [...] Uno de los signos más notables del cambio lo representa el fortalecimiento de los valores democráticos. En el pasado no se vivía una auténtica división de poderes, por lo que no funcionaban los pesos y contrapesos propios del sistema democrático. Hoy existe un equilibrio y la auténtica separación de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial definida por la Constitución. Antes, el Poder Judicial estaba supeditado al Ejecutivo; hoy actúa con plena independencia y sus decisiones son acatadas por los actores políticos (PAN, 2006a,p.1).

Neste sentido, a candidatura de Calderón reconhecia os avanços realizados por Fox – o que indicava algum grau de coesão, fundamental na disputa eleitoral – ao mesmo tempo em que reafirmava a coerência entre suas as bandeiras históricas do partido e sua prática no governo.

Os debates econômicos, por sua vez, funcionavam para o atacar e se diferenciar de Andrés López Obrador. Obrador havia sido Chefe de Governo do Distrito Federal entre os anos de 2000 e 2005. Por isso, a campanha de Calderón recorrentemente apontava que a Cidade do México possuía os piores índices de crescimento econômico e geração de emprego do país (PAN, 2006b).

Ademais, as posições econômicas de Obrador foram frequentemente taxadas de “populistas” e de “chavistas”. Em um *spot*, logo após uma mulher dizer que na capital do país não era possível encontrar empregos, Calderón entra em cena e diz: “En México, queremos progresar en paz. Yo sé como. Con empleos y no con deudas. Con inversiones y no con crisis económicas. Por eso, voy ser el presidente del empleo” (PAN, 2006c, 0'09”).

As antinomias mobilizadas no discurso panista (“empregos x dívida”; “investimentos x crise econômica”) são indicativas da perspectiva liberal que guiava a estratégia econômica da candidatura de Calderón. Neste sentido, seria necessário que o México mantivesse sua política de equilíbrio fiscal e estabilidade financeira – tal qual a perspectiva liberal de Vicente Fox – para que os investimentos privados fizessem a economia crescer. Desta forma, poderia “sobrar” dinheiro para investimentos em questões sociais.<sup>5</sup>

Ainda em termos de debate econômico, uma das maiores preocupações era a de gerar mais e melhores empregos. Embora o país possuísse uma baixa taxa de desemprego à época da eleição – 3,5% segundo o INEGI (2019) –, Calderón entendia que os baixos salários dos empregos gerados no país eram um elemento que estimulava – e tornava um problema – a emigração de mexicanos para os Estados Unidos ( Cf. FOLHA DE SÃO PAULO, 2006).

Além do liberalismo econômico, Calderón possuía uma pauta conservadora nos costumes. Isso pode ser percebido logo na estrutura do plano de governo. Após o primeiro capítulo (“*Los retos de México*”), no qual se aborda um panorama histórico, político e econômico do país, os outros capítulos são estruturados de forma escalonada. Partindo do indivíduo (capítulo 2: “*Para tí*”), passando pela família (capítulo 3: “*Para tu familia*”) e pela vizinhança (capítulo 4: “*Para tu comunidad*”) até chegar na nação (capítulo 5: “*Para México*”).

---

<sup>5</sup> No programa de governo, podemos observar: “el manejo disciplinado del gasto público ha permitido no sólo mantener las finanzas públicas en orden y contribuir a la estabilidad macroeconómica, sino también destinar los recursos más amplios de la historia a la inversión social, al sector rural, a la seguridad, a la pequeña y mediana empresa, y a fortalecer las finanzas de los estados y los municipios” (PAN, 2006a, p.4).

A recorrente articulação entre “filhos”, “família” e “pátria” também pode ser vista no *spot* que retrata o encerramento da campanha de Calderón. Em um discurso para um estádio azteca lotado, ele escolheu as seguintes palavras:

Los mexicanos tenemos que elegir entre dos programas de gobierno. El nuestro, amigos, representa la posibilidad de tener un México con crecimiento, con estabilidad económica y con empleo. Con nuestra victoria, que será la victoria de todos los mexicanos, iniciaremos una nueva época en la vida de México: una época de paz y de prosperidad. De crecimiento económico con empleo estable y bien remunerado. Este dos de julio, piensa en tus hijos. [...] Porque por ellos, construiremos una patria ordenada y generosa y una vida mejor y más rica para todos (PAN, 2006d).

Cabe indagar, então, no que consistiria essa “ordem” que perpassa o discurso calderonista. Uma pista pode ser encontrada em entrevista em janeiro de 2006, na qual Calderón se posicionou contra o casamento igualitário, o direito à interrupção voluntária da gravidez, eutanásia e até mesmo à chamada “pílula do dia seguinte”, por entender que esta última era “abortiva”. A entrevista, ocorrida ainda no início da corrida eleitoral, repercutiu especialmente entre o eleitorado mais jovem e acabou por moldar o tom da campanha (FOLHA DE SÃO PAULO, 2006).

Nesse sentido, Calderón buscou minimizar as polêmicas em torno das posições políticas que poderiam lhe custar votos. Por isso, a campanha se esforçou em construir uma imagem informal com intuito de se conectar com a parcela mais jovem do eleitorado, como indica o título da autobiografia lançada na corrida eleitoral: “O filho desobediente”.

Contudo, isso não impediu o apelo ao discurso punitivista – elemento estruturante da ordem acima citada –, segundo o qual a melhor forma de lidar com a criminalidade e com a corrupção era o aumento da punição. O *spot* “mano firme” é elucidativo das posições de Calderón, quando diz:

Voy a ser un presidente de mano firme. Mano firme contra la delincuencia. Mano firme contra la corrupción. Quiero un México donde nuestros niños, mis hijos y los tuyos puedan volver a salir a la calle y a jugar con libertad. Un presidente comprometido con tu seguridad para que todos vivamos mejor (PAN, 2006e)

Este seria o fundamento da chamada “Guerra às Drogas” anunciada por Calderón logo em seu primeiro discurso. Por fim, esta articulação entre conservadorismo nos costumes e liberalismo econômico se saiu vencedora – desconsiderando-se as acusações de fraude – por uma estreita margem menor do que um por cento (Felipe Calderón teve 35,91%; Andrés Manuel López Obrador, 35,29%; Roberto Madrazo, 22,03%). Esta mobilização e organização do discurso conservador que, conforme discutiremos na seção final deste artigo, até hoje rende consequências para a vida política mexicana.

### 3. A campanha de Lula (PT) em 2006

Na primeira campanha eleitoral vencida por Lula, em 2002, o significante privilegiado foi o da “superação da crise econômica” e o enfrentamento às altas taxas de desemprego (a qual orbitava em torno dos 10%, com pico de 13,92% em 2001). Para enfrentar esses desafios, Lula realizou uma campanha que teve como mote a necessidade “de construir a esperança”.

Esta “esperança” residia na articulação de um “novo pacto social” que integraria trabalhadores e empresários (capital produtivo) de forma a estabelecer um “grande mercado interno de massas”. Com a movimentação da economia, o Estado fortaleceria sua capacidade de investimento e assim poderia enfrentar as “vulnerabilidades externas” advindas das políticas de austeridade neoliberal.

Este arranjo discursivo – por mim denominado de “enfrentamento reticente”<sup>6</sup> – foi o fundamento do que André Singer chama de “pacto conservador” que caracterizou o primeiro governo de Lula. Nesse sentido, como argumenta o autor

Teria havido, a partir de 2003, uma orientação que permitiu, contando com a mudança da conjuntura econômica internacional, a adoção de políticas para reduzir a pobreza — *com destaque para o combate à mi-*

---

<sup>6</sup> “Neste sentido, defendemos que a campanha de 2002 – em função de sua estratégia de ‘construir a esperança’ – constituiu uma inflexão na trajetória que o “enfrentamento” ocupou no discurso petista desde sua fundação em 1980. Isto não significou, evidentemente, o abandono de todo e qualquer “enfrentamento” característico da identidade do partido desde a sua fundação. A novidade em 2002 é que, em função da opção em angariar o eleitorado que não votava no PT, o “enfrentamento” se tornou “vago”, “reticente” e “implícito”. Esta “vagueza” e “reticência” podem ser auferidas em um aspecto muito concreto – conforme demonstramos – no discurso da campanha: a ausência de uma narrativa sistemática sobre o adversário, sobre o ‘outro’”. (STREICH, 2019, p.18)



*séria* — e para a ativação do mercado interno, *sem confronto com o capital* (SINGER, 2012, p.8, grifo no original).

Ainda de acordo com Singer (2012, p. 9), em 2006 houve um “realinhamento eleitoral” no qual a classe média se afastou do PT ao mesmo tempo em que o subproletariado se tornou eleitorado cativo do partido. Desta forma, teria sido possível “acelerar a implantação do modelo *‘diminuição da pobreza com a manutenção da ordem’*” (SINGER, 2012, p. 9, grifo no original). É justamente a construção do discurso da campanha de 2006, na qual esse realinhamento se concretizou, que queremos analisar.

Ao contrário da campanha anterior, os debates em 2006 os temas privilegiados na campanha eleitoral não foram de ordem econômica e social, mas sim moral. No ano anterior, em 2005, eclodiu o chamado “escândalo do mensalão” – no qual as lideranças petistas foram acusadas de organizar um esquema sistemático (uma “mesada”) de compra de votos no congresso. Muito embora Lula tenha conseguido afastar sua imagem do escândalo, os adversários – especialmente Geraldo Alckimin do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) – tentaram transformar o pleito presidencial em um plebiscito acerca da idoneidade de Lula.

Para além dos *spots* do candidato tucano (referência ao símbolo do PSDB), esta estratégia fica evidente nos debates do segundo turno (Lula, argumentando que os adversários pautavam sua campanha em ataques optou por não participar dos debates no primeiro turno) (BANDEIRANTES, 2006).

A estratégia da campanha de Lula, então, foi a de tentar deslocar o debate sobre a corrupção, tratando-a como uma questão política e não moral. Os verdadeiros corruptos, na perspectiva petista, eram aqueles que privatizaram o Estado brasileiro, justamente por transformá-lo em instrumento que beneficiava apenas as elites. Uma breve análise do programa de governo – intitulado “Lula de novo com a força do povo” – dá os indícios desta estratégia:

Como sempre ocorreu em nossa história, grupos que há séculos dominam este país – e controlaram até bem pouco tempo o Governo central – desencadearam ofensiva sem precedentes para preservar privilégios e voltar às posições perdidas. Carente de coragem para expor seu verdadeiro programa, a oposição neoliberal tenta construir um programa com

ênfase na “ética”, no “crescimento” ou no “choque de gestão”. Falta-lhe, no entanto, autoridade moral e credibilidade política para dar consistência a esse discurso. *Como podem falar em “ética” os autores da privatária que entregou grande parte das empresas estatais em processos marcados por graves denúncias de irregularidades? Que autoridade têm aqueles que engavetaram denúncias na Justiça ou deixaram de investigá-las nas dezenas de CPI’s abafadas na Câmara, Senado e Assembleia Legislativa de São Paulo? Que credibilidade têm para falar em “crescimento” os que mergulharam o país na estagnação, submeteram-se aos interesses do capital financeiro e foram incapazes de propor um modelo de crescimento com inclusão social? Que “choque de gestão” é esse, finalmente, que sucateou o Estado brasileiro e que semeou o caos no sistema de segurança pública em São Paulo nos últimos meses?* (PT, 2006a, p. 7-8, grifo no original).

Desta forma, a estratégia petista consistia em reverter o caráter plebiscitário proposto pela oposição e transformá-lo em um “confronto entre passado e futuro”. Na narrativa petista, os opositores defendiam os ideais neoliberais. e, justamente por isso, representavam o “passado” e as “forças do atraso”(PT, 2006a, p.7). Contudo, o potencial de regressão não se limitava ao campo econômico, já que o “projeto conservador” defendia – sempre na perspectiva da narrativa petista – a reversão das conquistas de Lula, a redução da cidadania, o ataque a movimentos sociais e o desrespeito aos direitos humanos (PT, 2006a, p.8)

Aqui temos indicado, então, os fundamentos da construção narrativa dos adversários de Lula (o “eles”). Tratava-se, então, das elites, e seus representantes, que se mostravam, a partir do discurso de “responsabilidade fiscal” contra os avanços que Lula tinha conseguido realizar. Nesse sentido, o Estado – e conseqüentemente o seu presidente – era apresentado como protagonista dos avanços, especialmente no que dizia respeito à redução da desigualdade social, à “democratização da riqueza” (PT, 2006a, p. 10) e, principalmente, à extensão da cidadania e à eliminação da miséria (condição essencial para que o país se tornasse efetivamente uma nação. Neste sentido, em *spot* veiculado no dia 16 de outubro de 2006, Lula defendia:

o Brasil só será uma nação quando todos, absolutamente todos os brasileiros tiverem o direito de fazer três refeições por dia. Foi pensando nisso que criamos o ‘Fome Zero’, através dele, estamos desenvolvendo 21 ações e programas que incluem desde a construção de cisternas nas regiões mais secas do país até o reforço da merenda escolar para nossas

crianças. O carro-chefe de todas estas ações é o Bolsa-família. Ele abriu as portas de uma vida mais digna para 44 milhões de brasileiros. Só agora meus adversários perceberam a importância deste programa. Eles que durante tanto tempo ficaram falando que o Bolsa-família era uma esmola, agora se deram conta de que o Bolsa-família é uma conquista de todos os brasileiros que sonham com um Brasil mais justo (DOXA, 2017, 19'01”).

Tratava-se, então, de defender uma concepção de Estado que pudesse realizar programas sociais e também induzir a economia (ao contrário do que queriam os opositores neoliberais), de forma a garantir e expandir estes avanços que beneficiavam a todos os brasileiros.

Finalmente, vale assinalar o elemento discursivo que fundamentou a ideia de que reeleger Lula possibilitaria que o Brasil “continuasse a mudar” (PT, 2006a, p.10). Neste sentido, um dos elementos mais marcantes da campanha foi a mobilização dos afetos, a qual buscava imprimir uma dimensão de heroísmo às realizações econômicas e sociais do primeiro mandato de Lula. Por isso, a letra do jingle “Lula de novo” fornece pistas interessantes:

Não adianta tentarem me calar || Nunca ninguém vai abafar a minha voz  
|| Quando o povo quer, ninguém domina || O mundo se ilumina, nós por ele e ele por nós || O Brasil quer seguir em frente || Com o primeiro homem do povo presidente || Ele sabe governar com o coração || E governa pra todos com justiça e união || É o primeiro presidente que tem a alma do povo || Que tem a cara da gente || Somos milhões de Lulas povoando este Brasil || Homens e mulheres noite e dia a lutar || Por um país justo e independente || Onde o presidente é povo || E o povo é presidente || Por um país justo e independente || Onde o presidente é povo || E o povo é presidente || Nós estamos aqui de novo... || [Coro]: Cantando! || Um sonho novo... || [Coro]: Pra sonhar! || Nós estamos aqui de novo... || [Coro]: Lutando! || A esperança não se cansa... || [Coro]: De gritar: || [Coro]: É Lula de novo, com a força do povo!” (PT, 2006c).

Sinteticamente, o jingle buscava reiterar as principais ideias da campanha: a de “aprofundar a mudança” e a de que Lula “governa para todos”, “com justiça” (tornando seus adversários injustos e representantes da elite) e “com o coração” (tornando seus adversários insensíveis). Ademais, observe-se que os primeiros versos são uma resposta aos ataques sofridos por Lula no final de seu primeiro mandato.

Contudo, o elemento mais importante é a conexão direta (“somos milhões de Lu-las povoando este Brasil”) entre Lula (“o primeiro presidente que tem a alma do povo”) e o povo que ele governa. Neste sentido, Lula buscou construir de que ele “efetivamente fez” algo para melhorar a condição da parcela mais pobre do país. Afinal, como nunca ninguém havia feito (a maior, senão a totalidade, dos governos anteriores era representante das elites que privatizavam o Estado brasileiro), apenas ele poderia ser o legítimo representante do povo.

Por fim, o tom mais altivo do enfrentamento petista rendeu resultados muito positivos nas urnas. Afinal, seu adversário – em fenômeno raro nas eleições – teve menos votos no segundo do que no primeiro turno [1º Turno: Lula (48,61%); Alckmin (41,64%); 2º Turno: Lula (60,83%); Alckmin (39,17%)].

#### **4. “Consenso de centro” e “populismo de esquerda pelo alto”**

A fim de realizar a comparação proposta no presente artigo, julgamos pertinente apresentar os pressupostos teóricos que fundamentam nosso trabalho. Nesse sentido, uma das discussões que têm ganhado força nas ciências sociais brasileiras é o escopo teórico delimitado por Ernesto Laclau e Chantal Mouffe.

As discussões de Laclau e Mouffe sobre a política no contemporâneo são complexas e, desta forma, resumi-las e problematizá-las escapa aos objetivos do presente trabalho. Por isso, optamos por apresentar os conceitos que serão utilizados para realizar a comparação das campanhas de Calderón e Lula.

O primeiro deles, sem dúvida, é o conceito de “populismo”. Neste sentido, em obra recente Chantall Mouffe sintetiza:

In his book *On Populist Reason*, Laclau defines populism as a discursive strategy of constructing a political frontier dividing society into two camps and calling for the mobilization of the ‘underdog’ against ‘those in power’. It is not an ideology and cannot be attributed a specific programmatic content. Nor is it a political regime. It is a way of doing politics that can take various ideological forms according to both time and place, and is compatible with a variety of institutional frameworks. We can speak of a ‘populist moment’ when, under the pressure of political or socioeconomic

transformations, the dominant hegemony is being destabilized by the multiplication of unsatisfied demands. In such situations, the existing institutions fail to secure the allegiance of the people as they attempt to defend the existing order. As a result, the historical bloc that provides the social basis of a hegemonic formation is being disarticulated and the possibility arises of constructing a new subject of collective action – the people – capable of reconfiguring a social order experienced as unjust. (MOUFFE, 2018, p.9).

Observe-se, então, que para a autora o “populismo” é antes de tudo uma “estratégia” sem qualquer conteúdo ideológico concebido *a priori*. Ou seja, a contrário das definições clássicas presentes no debate político latino-americano, o “populismo” não consiste em um governante que através do seu carisma exerce o poder acima dos interesses das classes sociais. No sentido contrário, é uma “estratégia” que busca mobilizar “os de baixo” contra a “elite”. Para a finalidade do presente trabalho, vale dizer que é o fato de que o conteúdo desta “estratégia” não esteja dado de antemão que torna importante as análises dos discursos eleitorais.

Prosseguindo, ainda nas trilhas de Chantall Mouffe, o “populismo” ganhou espaço por conta do “consenso de centro” que caracterizou a hegemonia neoliberal. O movimento iniciado por Thatcher, na Inglaterra, e Reagan, nos Estados Unidos. A perspectiva do neoliberalismo buscou reduzir os problemas políticos – por exemplo, os conflitos distributivos entre capital e trabalho – a problemas de gestão.

Neste sentido, é muito sintomática a ideia de “governança” que permeou os debates dos anos 1990 sobre o papel do Estado que deveria manter um “enfoque amistoso” em sua relação com os agentes de mercado. No relatório, o Banco Mundial defendia que a qualidade da gestão pública e a engenharia institucional eram fundamentais para o êxito dos ajustes econômicos exigidos pelo contexto. Por isso, foi cunhada a ideia de “governança”, a qual consistia na busca da eficiência administrativa aplicada à administração pública estatal (Cf. WORLD BANK, 1992).

A ideia, então, era a de estabelecer um estruturas de governança suficientemente eficientes de modo que os eventuais políticos não fosse capazes de operar a máquina estatal de maneira “inadequada”. A redução da política à gestão trouxe consequências para o funcionamento da democracia, como alerta Mouffe:

No wonder that when asked in later years what had been her greatest achievement, Margaret Thatcher replied. 'Tony Blair and New Labour. We forced our opponents to change their minds.' What was in fact a capitulation to neoliberalism was theorized by the people around 'New Labour' as a 'third way', a form of politics 'beyond left and right' and presented as the most advanced conception of 'progressive politics'. Now that the neoliberal hegemonic formation had been firmly established, the need for a political frontier between 'we' and 'they' was deemed to belong to an obsolete model of politics and the 'consensus at the centre' was celebrated as a step towards a mature form of democracy in which antagonism had been overcome. This consensual 'third way' model was later adopted as the credo of the main European social-democratic and socialist parties. Following the collapse of the Soviet model, this model became the only acceptable vision for a democratic left, signalling the full transformation of social democracy into social liberalism. This created the terrain for the reign of the post-politics that provided the conditions for the consolidation of neoliberal hegemony in Western Europe (MOUFFE, 2018, p. 10).

Ainda que a autora esteja se referindo ao mundo da Europa Ocidental, sua reflexão *mutatis mutandis* pode ser estendida à América Latina. Inclusive pelo fato de que o ciclo neoliberal foi concomitante – e por isso impôs grandes desafios – aos processos de redemocratização dos países da região que experimentaram ditaduras, tal qual o Brasil.

A proposta de redução da política à gestão, evidentemente, não inibe ou acaba com os conflitos da sociedade. É nesta brecha que podem ser formuladas as estratégias populistas, na qual uma liderança estabelece uma “cadeia de equivalência” entre as diferentes demandas dos que se encontram “descontentes” (ou não representados) pelo arranjo estatal que busca reduzir os conflitos políticos a problemas de gestão.

Concomitantemente ao estabelecimento desta “cadeia de equivalências” as diversas demandas são direcionadas a um adversário comum. Por isso, é fundamental observar com Mouffe:

I would like to emphasize that a 'chain of equivalence' is not a simple coalition of existing political subjects. Nor are we dealing with a situation in which an already constituted people confronts a preexisting adversary. The people and the political frontier that defines its adversary are constructed through political struggle, and they are always susceptible to rearticulation through counter-hegemonic interventions. (MOUFFE, 2018, p. 12)

O fato de que a “cadeia de equivalências” seja maior do que a mera justaposição das demandas, decorre do fato de que nesse processo se estabelece um “nós” contra um “eles”. É no estabelecimento dessa fronteira que as demandas são direcionadas e dotadas de um sentido que – nunca é demais salientar – não é dado *a priori*.

Com tudo isso posto, podemos finalmente iniciar efetivamente nossa comparação. Neste sentido, a campanha de 2006 de Lula é justamente um exemplo do estabelecimento da “cadeia de equivalências” e do como o processo deste estabelecimento é algo maior do que mera justaposição de demandas. Concomitantemente, ao se estabelecer como representante da “cadeia de equivalências”, Lula enunciou um “nós” (seus eleitores) e um “eles” (seus adversários).

O “nós”, então, eram aqueles que defendiam um Brasil “com justiça” e “para todos”, fazendo uso de expressões do *jingle* de sua campanha. O “eles” eram justamente os que estavam contra esse processo de democratização da sociedade e da riqueza e, por isso, representavam os interesses das elites que haviam sido – sempre segundo a narrativa petista – deslocadas da sua histórica posição de mando.

Do ponto de vista mexicano é interessante observar que de acordo com Soledad Loaeza (2010, pp. 279-292) os dois sexênios panistas obtiveram sucesso na segmentação ideológica do eleitorado, na medida em que neste período surgiu um eleitorado significativo identificado com a direita.

Em um olhar apressado, isto poderia sugerir que Felipe Calderón se constituiu como um organizador e, portanto um “populista”, da direita no México. Contudo, a segmentação não ocorreu por conta da demarcação de um “nós” e um “eles” na estratégias eleitorais de Calderón (e também na de Fox). O crescimento do eleitorado autoidentificado com a direita, no México, provavelmente é explicado pela rejeição ao PRI, partido que por ser fruto da Revolução Mexicana, em muitos momentos utilizou bandeiras e roupagens populares/esquerdistas para se legitimar.

Desta forma, um ponto que poderia fundamentar esta demarcação entre um “nós” e um “eles” na campanha de Calderón era o seu conservadorismo nos costumes. Contudo, a opção de minimizar (e de certa forma “esconder”) estas discussões relativas aos costumes e subordiná-las, em seu discurso, à urgência de uma boa gestão das

contas do Estado é indicativo da sua opção de trabalhar na lógica do *consenso de centro* apontado por Mouffe.

É a opção por trabalhar na lógica do *consenso de centro* – além das pesquisas eleitorais, evidentemente – que explica a opção da campanha de Calderón em focar suas críticas e ataques a López Obrador e não nos seus rivais históricos, o PRI. O tom das acusações ao então candidato do PRD – desqualificando-o como “irresponsável” e “populista”, além dos índices econômicos da capital federal – demonstram que a preocupação primeira de Calderón era a manutenção de um sistema político em que a prioridade fosse a gestão do estado. Daí a necessidade de evitar que um político que mobilizasse outras formas de atuar e pensar o Estado chegasse ao poder.

Se Calderón é um representante do *consenso de centro*, o mesmo não pode ser dito do segundo mandato de Lula. O maior indicativo da diferença entre os dois, como demonstramos ao longo do artigo, é a questão do investimento público. Enquanto Calderón defendia que o investimento público *seria consequência* de uma política fiscal e monetária responsável, Lula defendia que o investimento público é o que articulava desenvolvimento econômico e social.

Neste, e em outros (STREICH, 2019), artigo tentamos demonstrar que na campanha de 2006, Lula foi “empurrado” ao enfrentamento. Ou seja, o caráter populista que seu segundo mandato assumiu foi uma contingência e, por isso, não decorreu de um plano colocado já em 2002. Assim, em consonância com Daniel de Mendonça e Bianca Linhares (2018) entendemos que o lulismo deve ser compreendido como um “populismo de esquerda”. Segundo Daniel de Mendonça, o “populismo de esquerda” tem como fundamento a “vontade dos iguais”:

Essa articulação político-discursiva populista é, conforme nossa leitura, resultado da vontade dos iguais. A vontade dos iguais é a expressão daqueles que se auto intitulam o povo e que são reconhecidos como tal pela comunidade política. A vontade dos iguais apresenta-se a partir de um discurso hegemônico. A ocorrência populista da vontade dos iguais, até mesmo pelo fato de ser um discurso de resistência política, se dá necessariamente aparte e contra as estruturas políticas institucionalizadas, inclusive questionando as próprias instituições como locais efetivamente representativos da vontade do povo. Assim, começamos pela ideia de igualdade. No contexto de nossa discussão, igualdade pressupõe uma dualidade de sentidos: *igualdade como fundamento democráti-*



*co e igualdade como horizonte de uma democracia ainda não cumprida. Na democracia, portanto, igualdade é o princípio e também o fim. Começa-se igual e busca-se insistentemente a igualdade. (DANIEL, 2016, p.15, grifo no original).*

Contudo, qualificar o lulismo como um “populismo de esquerda” ainda não nos parece suficiente e, por isso, queremos avançar na discussão. Defendemos então que a melhor forma de analisar o lulismo é compreendê-lo como um “populismo de esquerda pelo alto”. É necessário assinalar que estamos desenvolvendo uma pista fornecida por Daniel de Mendonça e Bianca Linhares, quando afirmam:

Há dois pontos que a nossa análise se distancia da de Laclau. O primeiro deles tem a ver com a forma como a estrutura populista tem origem para o autor. Nesse sentido, se entendemos correta a escolha teórica de demanda social como uma forma não essencialista - como seria a de grupos pré-constituídos - para pensar a emergência de um discurso populista, não entendemos que a passagem de demandas democráticas para demandas populares tenha ocorrência em toda e qualquer experiência populista. Há, nesse sentido, uma dinamicidade que a análise laclauiana não captura: demandas podem já surgirem como "reivindicações". O segundo: não necessariamente o populismo é um fenômeno de baixo para cima, como a análise de Laclau sugere, mas o contrário é também possível. Portanto, sentidos produzidos por partidos políticos ou líderes populistas podem ser incorporados pelas articulações populares. Sob um ponto de vista ontológico, o populismo é uma estrutura política cuja articulação de significantes e a consequente produção de significados é radicalmente contingente. (MENDONÇA; LINHARES, 2018, p.8)

No caso de Lula, então, entendemos que o sentido da articulação da cadeia de equivalência foi produzido “de cima para baixo”. Contudo, isso não tem a ver com as clássicas discussões realizadas pelas ciências sociais latino-americanas sobre carisma e personalismo das lideranças populistas. Também não se trata de enunciar qualquer unidirecionalidade na relação entre “povo” e “representante político”, até mesmo porque isto iria de encontro à definição do “populismo de esquerda” como “vontade dos iguais” que defendemos aqui.

Enunciadas as objeções, seguimos à definição. Se uma das características da “estratégia populista” é articulação do “povo” contra a “elite”, há de se ter em conta que no momento de sua guinada populista, Lula era o presidente do Brasil, ou seja, membro

da elite política do país. Ademais, a condição de uma liderança estabelecida (no sentido de que, segundo o tom da campanha, Lula seria o único capaz de governar para o “povo” *porque* já tinha realizado muita coisa na condição de presidente do Brasil) era *um dos elementos estruturantes de sua narrativa populista*<sup>7</sup>. É daí, pois, que ocorre o caráter “pelo alto” de seu “populismo de esquerda”.

Por fim, vale assinalar que grande parte dos desafios políticos enfrentados por México e Brasil em 2018 são diretamente tributários das hegemonias estabelecidas por PAN e PT na eleição de 2006.

No México, é possível aventar que a eleição de Obrador – com clara estratégia populista – derivou diretamente do desgaste que o *consenso de centro* experimentou após a eleição de Peña Neto do PRI em 2012. Afinal, as estratégias baseadas na “eficiência” e no “punitivismo” do *consenso de centro* estabelecido por PAN e PRI se desgastaram e abriram espaço para a vitória acachapante de Obrador em 2018.

No caso brasileiro, a centralidade de Lula – decorrente do caráter “pelo alto” de seu populismo de esquerda – impôs diversas dificuldades ao campo da esquerda na eleição de 2018, já que preso não poderia concorrer à presidência e o seu protagonismo inviabilizou o surgimento de outras lideranças que pudessem ocupar seu lugar na corrida presidencial.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bandeirantes (2006), *Primeiro debate do segundo turno (8 out. 2006)*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wQi6vWm5D5s> Acesso em: jun. 2019.

---

<sup>7</sup> Agradeço a Paulo Roberto Elias de Souza pela gentil colaboração na definição do termo “pelo alto”.

Cepalstat (2019). CEPALSTAT: Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas - Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Disponível em: <http://estadisticas.cepal.org> Acesso em: jun 2019.

Datafolha (2010), Acima das expectativas, Lula encerra mandato com melhor avaliação da história. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2010/12/1211078-acima-das-expectativas-lula-encerra-mandato-com-melhor-avaliacao-da-historia.shtml> Acesso em: jun. 2019.

Doxa (Org.) (2017), *Melhores momentos de Lula (2006)*, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=39ykjebI4Xw&> Acesso em: jun. 2019

Fmi (2019), *Imf Data*. Disponível em: <https://www.imf.org/en/Data> Acesso em: jun. 2019.

Folha de São Paulo (2006), Liberal na economia e conservador nos costumes, Calderón promete continuidade, Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft2506200605.htm> Acesso em: jun. 2019.

Inegi (2019), *Datos*, Disponível em: <https://www.inegi.org.mx/datos/> Acesso em: jun. 2019

Loaeza, Soledad (2010), *Acción Nacional: el apetito y las responsabilidades del triunfo*, México DF, El Colegio de México.

Mouffe, Chantal Mouffe (2018), *For a left populism*, Verso Books, London. [edição eletrônica]

Mendonça, Daniel de (2016), *“Democratas” têm medo do povo? Uma defesa do populismo como resistência política*, In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA, 10, 2016, Belo Horizonte. *Anais...*

Mendonça, Daniel de; Linhares, Bianca de Freitas (2018). *Populismo, resgate do demos e democracia: por que essa discussão importa para a teoria política?* In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA, 11, 2018, Curitiba. *Anais...*

Parametria (2006), Vicente Fox se despide como presidente com popularidad a la baja. 28 nov. 2006. Disponível em: <http://www.parametria.com.mx/estudios/vicente-fox-se-despide-como-presidente-con-popularidad-a-la-baja/> Acesso em: jun. 2019.

PAN [Partido Acción Nacional] (2006a), *Plataforma electoral (2006)*, Disponível em: [https://portalanterior.ine.mx/documentos/PPP/plataformas2006/pan\\_plataforma2006.pdf](https://portalanterior.ine.mx/documentos/PPP/plataformas2006/pan_plataforma2006.pdf) Acesso em: jun. 2019.

PAN [Partido Acción Nacional] (2006b), *Spot: Felipe Calderón DF*, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jPI7jXiGkRQ> Acesso em: jun. 2019.

PAN [Partido Acción Nacional] (2006c), *Spot: DF mayor desempleo*, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DWHfQuFjm9I> Acesso em: jun. 2019.

PAN [Partido Acción Nacional] (2006d), *Felipe Calderón: cierre de campaña 25..06.06*, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QG9vTuB4EY4> Acesso em: jun. 2019.

PAN [Partido Acción Nacional] (2006e), *Spot: Mano firme*, Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_HjAGTTgKeU](https://www.youtube.com/watch?v=_HjAGTTgKeU) Acesso em: jun. 2019.

PT [PARTIDO DOS TRABALHADORES] (2006a), *Programa de governo “Lula de novo com a força do povo”* Disponível em: [http://csbh.fpabramo.org.br/uploads/Programa\\_de\\_governo\\_2007-2010.pdf](http://csbh.fpabramo.org.br/uploads/Programa_de_governo_2007-2010.pdf) Acesso em: jun. 2019.

PT [PARTIDO DOS TRABALHADORES] (2006b) *Jingle “Nós por ele, ele por nós”*, [https://www.youtube.com/watch?v=fHEPKs\\_00ww](https://www.youtube.com/watch?v=fHEPKs_00ww) Acesso em: jun. 2019.

Robledo Rincón, Eduardo (2018), *La democratización en México: ¿cambio o evolución del régimen?*, México D.F., Universidad complutense de Madrid; Instituto Derecho Parlamentario.

Singer, André (2012), *Os sentidos do lulismo*, São Paulo, Cia das letras (edição eletrônica).

Streich, Ricardo Neves (2019), *As estratégias eleitorais petistas nas eleições presidenciais de 2002 e 2006*, In: Simpósio Pós-estruturalismo e teoria social (populismos e democracias), 3, 2019, Pelotas. *Anais...* [No prelo]

World Bank (1992), *Governance and Development*, Washington.