

Cinco campanhas: a democracia brasileira no Século XXI

Carlos Cinquegrana Jr. ⁷

1. Introdução

Neste ensaio temos cinco momentos em que a democracia brasileira celebra sua relevância, cinco campanhas em eleições majoritárias para Presidente da República, começando por 2002, quando Lula obtém sua primeira vitória, após três tentativas, e finalizando em 2018, quando uma série de circunstâncias marcam a eleição de Bolsonaro.

Nas campanhas são expostas as mazelas de cada candidato e esmiuçadas as performances dos governos da vez, seus acertos superexplorados pelos situacionistas, seus erros e suas consequências são recortados, dramatizados e mostrados pela oposição, sempre com pacotes de propostas e metas, que por sua vez serão cobradas ou celebradas na eleição seguinte.

É uma história inacabada, com os personagens centrais vivos e atuando e, como tal, sujeita a alterações conforme as narrativas e os humores dos vencedores da vez.

2. 2002 – Do Sapo Barbudo ao Lulinha Paz e Amor

Quando

2º turno – 27 / 10 / 2002.

⁷ Consultor em planejamento estratégico de marketing e mídia. Consultor em marketing político.

Bacharel em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela FAAP - SP
Bacharel em Comunicação Social (Rádio e Televisão) pela FAAP - SP
Graduando em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade de São Paulo.
br.linkedin.com/in/carloscinquegranajr
lattes.cnpq.br/4302270324214312

Quem – 2º turno

Luiz Inácio Lula da Silva – PT (oposição).

José Serra – PSDB (governo).

Eleito.

Lula – 52.793.364 votos (61,27%).

2.1 Vencedores

Sapo Barbudo foi uma das tiradas do então candidato Leonel Brizola, num debate do primeiro turno da eleição de 1989 ao se referir ao candidato Lula. Era a primeira candidatura presidencial do fundador do PT. A frase, dita por um ícone da esquerda que, inclusive, o apoiaria em várias ocasiões, caía bem numa descrição do Lula de então; uma figura mal ajambrada, com um discurso radical que agradava suas bases e atraía um bom volume de votos, mas insuficiente para uma vitória numa eleição nacional majoritária de dois turnos. Nessa eleição específica (1989) Lula perdeu para Fernando Collor e, em outras duas eleições, amargaria novas derrotas, para outro Fernando (FHC).

Quando, em 27 de outubro de 2002 quase 95 milhões de brasileiros foram aos seus locais de votação para decidir o segundo turno da eleição entre Lula e o candidato do governo, José Serra, a situação havia mudado bastante. Amadurecido e bem orientado, o então candidato vinha de uma campanha vencedora, sempre a frente nas pesquisas, com um discurso conciliador e uma imagem cuidadosamente construída, de um representante legítimo das classes médias urbanas vindo de uma carreira relevante como operário de alta especialização e líder sindical numa indústria moderna, de alta tecnologia. Sua espontaneidade agora jogava a seu favor e o receio de uma guinada radical à esquerda foi atenuado por sua “carta ao povo brasileiro”, onde se comprometeu a manter contratos e a base

da política econômica adotada na gestão de Itamar Franco e durante os dois mandatos do então presidente Fernando Henrique Cardoso.

A campanha obteve sucesso em apontar os problemas da economia e suas consequências no aumento do desemprego e na baixa distribuição de renda. Logo após a eleição anterior, alguns problemas estruturais do bem-sucedido Plano Real, que debelou a hiperinflação, começam a aparecer; o rígido controle do câmbio adotado então, em um ambiente de economia aberta, mostra-se não sustentável a médio prazo, elevando os déficits comerciais e inviabilizando setores importantes da indústria, que não se demonstram competitivos. Esse quadro se reflete num crescimento pífio do PIB, endividamento externo que beira ao descontrole e numa forte desindustrialização. No ano da eleição o desemprego é alto e há os efeitos de uma inflação de curto prazo, fatais para as pretensões eleitorais do governo. Outro aspecto explorado na campanha foi a desorganização do setor elétrico no processo das privatizações, que resultou num apagão em 1999 que atingiu praticamente todo o Brasil e, nos anos seguintes, num programa de racionamento.

2.2 Perdedores

O PSDB vinha de dois sucessos retumbantes. O primeiro, logo após o governo Itamar Franco, que assumiu no afastamento de Collor, quando Fernando Henrique Cardoso tomou para si a paternidade do Plano Real, que pôs fim ao período de inflação descontrolada e devolveu referenciais à economia brasileira. O Plano Real teve como mérito atacar as causas da crise, não repetindo os erros de planos anteriores, congelamentos de preços ou retenção de moeda, com poucos efeitos e de curto prazo. A outra aposta do governo é seu programa de privatizações, que põe nas mãos da iniciativa privada uma série

de estruturas até então monopolizadas pelo estado, cujos resultados em termos de eficiência dos serviços prestados demorarão ainda para aparecer, quando não forem decepcionantes.

Além de apostar num quadro que é desmontado pela campanha adversária, enquanto o candidato do PT vem construindo sua visibilidade já há três campanhas, o PSDB demora a definir seu candidato, impedindo a pré campanha. Após disputas internas, quem sai para o pleito é José Serra, então ministro da saúde, sem unanimidade de apoio em seu partido. Serra ainda é um personagem paulista, sem expressão nacional. Não é um político de massas, nem de mídia. Fontes bem informadas dos comitês de campanha do partido afirmam que a perda de Mario Covas, que faleceu em 2001, deixou o partido dividido e sem liderança efetiva.

3. 2006 – Lula, de goleada

Quando

2º turno – 29 / 10 / 2006.

Quem – 2º turno

Luiz Inácio Lula da Silva – PT (governo)

Geraldo Alckmin – PSDB (oposição)

Eleito

Lula – 58.295.042 votos (60,83%)

3.1 Vencedores

No poder, Lula sinaliza de forma clara a manutenção da base da política econômica de seu antecessor. Seu governo reduz significativamente o desemprego e, favorecido pela forte elevação dos preços das commodities, na esteira do crescimento chinês, obtém recordes na balança comercial. A abundância de reservas permite a captação de recursos e investimentos em condições favoráveis e a equalização da situação fiscal interna,

via crescimento da arrecadação, viabiliza ações que garantem alta popularidade. Além dos programas sociais, é deste período o maior valor real já observado para o salário-mínimo.

3.2 Perdedores

Num contexto em que a popularidade de Lula é incontestável, o PSDB lança como candidato Geraldo Alckmin. Com o governo do PT assumindo a política econômica de FHC e colhendo resultados positivos, sobra pouca margem de manobra para seus estrategistas, que apostam nas denúncias de corrupção que começam a aparecer na mídia. Gentleman, Alckmin não é o candidato certo para essa estratégia de ataque. Sem expressão fora do Estado de São Paulo tenta sem sucesso apresentar-se como uma alternativa viável, obtendo ao menos a proeza de levar a eleição para um segundo turno.

4. 2010 – A candidata de Lula

Quando

2º turno – 31 / 10 / 2010

Quem – 2º turno

Dilma Rousseff – PT (governo)

José Serra – PSDB (oposição)

Eleita

Rousseff – 55.752.529 votos (56,05%)

4.1 Vencedores

Em seus mandatos, Lula adotou uma série de políticas para combater a pobreza e reduzir as desigualdades sociais, entre as quais destaca-se o Bolsa Família, programa de garantia de renda mínima que tira milhões da pobreza absoluta e que alavanca a economia através do consumo de bens e serviços básicos. Apesar de alguns autores indicarem inconsistências, a política de “crescimento e distribuição” funciona bem como estratégia

eleitoral, com o presidente obtendo ao final de seu mandato uma aprovação recorde, suficiente para uma transferência de prestígio para sua candidata, a Ministra da Casa Civil Dilma Rousseff.

4.2 Perdedores

O PSDB novamente demora, em disputas intestinas, a lançar seu candidato. Ao final o escolhido é novamente José Serra. Com o sucesso do governo Lula e sua condução econômica que coincidia em muitos aspectos com as propostas históricas do próprio PSDB, fica difícil para o candidato afinar um discurso. Além da ausência de uma pauta convincente, o PSDB por pouco não fica de fora do segundo turno, já que Marina Silva, ex PT e a frente de seu novo partido, o Rede Solidariedade, chegou a incomodar nas pesquisas, demandando tempo precioso de campanha, com prejuízo maior para o PSDB.

5. 2014 – Acordo quebrado

Quando

2º turno – 26 / 10 / 2014

Quem – 2º turno

Dilma Rousseff – PT (governo)

Aécio Neves – PSDB (oposição)

Eleita

Rousseff – 54.501.118 votos (51,64%)

5.1 Vencedores

Especula-se que houvesse um acordo interno no PT, e que o candidato em 2014 voltaria a ser Lula. Os bons números do primeiro governo Rousseff mudaram essa perspectiva e o partido decidiu apostar na reeleição. Havia um quadro de pleno

emprego advindo de uma série de incentivos fiscais e, convenientemente, reprimiu-se a inflação no período pré eleitoral, com o controle dos preços dos combustíveis e de outras tarifas. A campanha do governo mostra então, de forma convincente, um país com avanços sociais, um programa de renda mínima e baixos níveis de desemprego e inflação, que embora muitos analistas previssem fazer parte de uma estratégia eleitoral, garantiu uma vitória apertada nas urnas.

5.2 Perdedores

O PT apresenta, após 12 anos no poder, sinais de desgaste. Ainda no primeiro mandato de Lula, vem o Mensalão, quando é exposta em 2005 a compra de parlamentares através do desvio de verbas de comunicação do Governo Federal. Em 2013, manifestações que começam timidamente em São Paulo mobilizam classes médias urbanas em todo o país, que, com pautas difusas, demonstram descontentamento com a política no geral. Governo, o PT é muito atacado, inviabilizando, por exemplo o uso eleitoral da Copa e das Olimpíadas. Em 2014 tem início a Lava Jato, operação policial judiciária em que buscam-se corruptores, grandes empreiteiros, empresários e operadores financeiros, para os quais são oferecidos generosos acordos em troca de delações, que atingem a cúpula do governo. A campanha de Neves, o então candidato do PSDB, tenta abraçar tudo, ao mesmo tempo, numa comunicação virulenta, sem foco definido ou soluções objetivas. Seus estrategistas não percebem que a rejeição à classe política observada à época atinge o próprio PSDB e o candidato.

Ao final, resta ao derrotado o papel de mau perdedor, não reconhecendo o resultado e tentando judicializar o pleito. Neves, ele próprio, será exposto pelas investigações policiais judiciais e terá sua imagem comprometida.

6. 2018 – Direita volver!

Quando

2º turno – 28 / 10 / 2018

Quem – 2º turno

Jair Bolsonaro – PSL (oposição)

Fernando Haddad – PT (oposição)

Eleito

Bolsonaro – 57.797.847 votos (55,13%)

6.1 Vencedores

Ainda estamos longe do consenso que explique a vitória de Bolsonaro, mas alguns fatos são relevantes. Alijada de uma coligação que garantisse tempos expressivos em Rádio e Televisão, sua campanha se baseia no uso massivo da mídia digital, que num contexto em que a quase totalidade dos eleitores possui um receptor emissor através da telefonia móvel celular se demonstra eficiente na obtenção de cobertura rápida e frequência retroalimentada de mensagens, sejam ou não verdadeiras, em um ambiente ainda não regulamentado. O expediente, utilizado nas campanhas de Trump, nos Estados Unidos e no Brexit, no Reino Unido, estava disponível e foi negligenciado pelos grandes partidos, que apostaram em seus tempos de mídia tradicional.

O eleitorado vem de uma decepção profunda dos meios políticos tradicionais, explorada pelo candidato, advinda do processo de superexposição midiática judiciária que resultou na queda de Rousseff e na prisão de Lula. Ainda, complementada pelo governo do sucessor, Temer, no qual a crise econômica não arrefeceu, contrariando expectativas conspiratórias de que o “mercado” segurava investimentos para a queda da petista, e as denúncias que permearam em seu curto mandato. Pela primeira

vez desde o final do século passado, não há um candidato viável representado pelo governo no poder na ocasião do pleito.

Especula-se que o eleitor não teve consciência elaborada de uma guinada intencional à direita, tendo sido cooptado pelo discurso “antipolítica” e por uma agenda simplória, baseada em valores conservadores difusos.

6.2 Perdedores

Ao assumir seu segundo mandato, Rousseff tenta estancar a sangria da imagem de seu partido. Numa velocidade incomum aos padrões jurídicos brasileiros, que muitos autores classificarão como persecutória, as operações da Lava Jato se sucedem e as condenações se acumulam. Os espetáculos do anúncio de cada etapa da operação são irresistíveis para a grande mídia, que repercute com estardalhaço. Lula é atingido diretamente, condenado em duas instâncias e preso em abril de 2018.

Na economia, temos retração do mercado internacional, queda no PIB, inflação e desemprego, atingindo em cheio a popularidade de Rousseff e indispondo ainda mais a mídia e a opinião pública. Mas não é a economia que derrubará Rousseff. É a política, cuja crise tem início em sua aposta no candidato de seu partido para a presidência da Câmara em 2015. O deputado rival Eduardo Cunha acaba por vencer e inicia a uma relação tensa com o Planalto, onde a gota d'água é o voto do PT contra ele numa questão envolvendo a agora onipresente Lava Jato. Cunha reage pautando uma das ações de impeachment contra a presidenta que, em abril de 2016 afastará Rousseff. Cunha, embora tenha consumado sua vingança, será cassado e preso meses depois.

Na eleição o PT faz uma aposta ousada em sua campanha. Lança Lula, mesmo preso, candidato, com Fernando Haddad

como vice, contando com um volume expressivo de intenção de votos iniciais e a exploração da mídia espontânea. Esperava-se que quando Lula fosse definitivamente impedido, Haddad teria visibilidade suficiente para conduzir a campanha até o final.

Funciona. Lula lidera as pesquisas até ser julgado inelegível e Haddad, já encabeçando, vai ao segundo turno. Haddad e seus estrategistas veem a imagem do candidato do PT sendo atacada virulenta e sistematicamente na mídia virtual. Mesmo assim, o petista cresce nas pesquisas e há a esperança da força dos últimos debates televisivos. É quando o imponderável acontece: Bolsonaro sofre um atentado em Minas, monopolizando a mídia e inviabilizando a comunicação do PT. Perdida a pauta, perdeu-se a campanha.

Fim de jogo.

Novas campanhas virão.

Referências Bibliográficas

- CARVALHO, Laura. Valsa brasileira. São Paulo: Todavia, 2018.
- LAMOUNIER, Bolívar e FIGUEIREDO, Rubens (orgs.). A era FHC: um balanço. São Paulo: Editora de Cultura, 2002.
- SINGER, André. Os sentidos do lulismo – São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- SINGER, André. O lulismo em crise: um quebra-cabeça do período Dilma (2011-2016) – São Paulo: Companhia das Letras, 2018.