

## **A Trajetória de Lula nos livros<sup>1</sup>**

Autores: Gisele Taboada da Silva<sup>2</sup> (Universidade Cruzeiro do Sul) e João Elias Nery<sup>3</sup> (Universidade Ibirapuera)

### **Resumo**

O trabalho analisa livros que abordam a trajetória política, partidária e pessoal de Luis Inácio Lula da Silva, ocupante atual da Presidência da República. A pesquisa de campo foi realizada em bibliotecas públicas, presencial ou virtualmente, ao longo do ano de 2004. Foram catalogados 52 títulos e organizadas informações acerca de local de edição, editora e autor. Sobre as obras a pesquisa buscou identificar suas temáticas, tendo-as classificado em: a) trajetória pessoal; b) Presidentes do Brasil incluindo Lula; c) Trajetória política de Lula; d) Lula/PT/Eleições; e) Governo Lula. Buscamos compreender a função dos livros que abordam a figura política de Lula no contexto da sociedade do espetáculo.

Palavras-chave: Livros no Brasil; Livros sobre políticos; livros e política.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 04 - Produção Editorial - do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Graduada em Direito (USF) e graduanda em Comunicação Social (Unicsul)

<sup>3</sup> Professor e pesquisador no curso de Comunicação Social da Universidade Ibirapuera; Doutor em Comunicação e Semiótica – PUC/SP. eliasnery@uol.com.br

## **Os livros sobre Lula: uma primeira aproximação**

A pesquisa de campo teve seu início em setembro de 2003 e encerrou o levantamento de novos títulos em dezembro de 2004. Esse levantamento foi feito com o auxílio da Internet e considerou tanto os livros que estavam disponíveis para compra no ato da pesquisa quanto os que não se encontravam disponíveis em livrarias. Para tanto, os disponíveis foram buscados em grandes livrarias, sendo que, em nossa pesquisa, foram consultadas: Cultura, Nobel, Saraiva e Siciliano, todas em São Paulo. Os demais livros foram apurados em três grandes bibliotecas ou complexos de bibliotecas: a totalidade do acervo da Universidade de São Paulo – USP, o acervo da Biblioteca do Senado e o acervo da Biblioteca Nacional. Essa fase nos apontou o número de 52 (cinquenta e dois) livros.

Posteriormente, coube-nos sistematizar cada um dos livros encontrados em tabelas que nos providenciassem os dados dessas publicações de forma objetiva. A tabela de cada livro deveria conter: título, número de páginas, edição e ano de publicação, dados da tiragem, presença ou ausência do nome Lula no título, conotação do título, assunto, período abrangido pelo assunto, justificativa, dados sobre vendagem, dados do autor (nome, sexo, local de nascimento, filiação partidária) e dados da editora (nome, cidade, data da fundação, perfil). Essa sistematização foi possível em apenas alguns dos itens propostos já que as informações que nos eram disponibilizadas sobre as publicações eram escassas. Em relação a essa escassez, nossa tarefa foi a de contatar cada uma das editoras para que os itens restantes fossem preenchidos, mas o retorno das editoras não foi como esperávamos, assim, a tabela permaneceu apenas com os dados que nos foram possíveis coletar nas fontes citadas.

Em uma nova fase da pesquisa de campo, dividimos os livros de acordo com a possibilidade física e não física. Desta forma, havia os livros: dentro do campo de pesquisa – físico; dentro do campo de pesquisa – não físico; e, fora do campo de pesquisa. Delimitamos que nosso campo de pesquisa seria a Universidade de São Paulo pelo fator da proximidade e, dentro dela, as bibliotecas alvo seriam as da ECA, da FEA e da FFLCH. Os dados alcançados são: 03 (três) livros na ECA, 02 (dois) livros na FEA e 12 (doze) livros na FFLCH. Destes 17 (dezessete) livros apenas 08 (oito) se

classificaram estando dentro do campo de pesquisa – físico, os demais foram classificados como não físico dada a falta de sua presença nas bibliotecas mencionadas. Vale ressaltar que os livros não encontrados também não estavam no sistema de empréstimos.

Podemos definir uma terceira fase em nossa pesquisa que corresponderia à quantificação das publicações estudadas. Deste modo, foi-nos permitido classificar e quantificar as editoras como sendo: comerciais (34); universitárias (05); governamentais (04); fundações, entidades de classe e partidos (04); estrangeiras (02); e, sem editoras ou edição do autor (07). O número de editoras se sobressai em relação aos títulos visto que alguns livros foram publicados por mais de uma editora.

Além da editora, também buscamos os locais destas publicações. As cidades que mais tiveram publicações foram São Paulo, com 33%, Rio de Janeiro, com 7%, e Brasília, com 5%. É importante ressaltar que 28% das publicações não tinham o local de publicação identificado.

Quanto ao período de publicação, observamos que 19% dos livros foram publicados entre 1980 e 1990, 27% foram publicados entre 1990 e 2000, 40% dos livros publicados entre 2000 e 2005, e 8% deles não apresentavam dados sobre a data de publicação. Se revertermos esses dados e considerarmos a data da posse de Luis Inácio Lula da Silva como presidente, teremos que 60% desses livros foram publicados antes da posse e 40% depois dela.

Quanto ao título, há presença do nome Lula em 88% dos livros pesquisados.

A coleta das informações apresentadas partiu de alguns questionamentos:

- Se a mídia audiovisual, como afirmara Walter Benjamin nos anos trinta do século vinte, prestava-se a promover “...o astro, o herói e o ditador”, caberia questionar porque tantos livros?
- No Brasil da cultura oral, da predominância dos meios audiovisuais e da relação dos políticos com os eleitores estabelecendo-se tendo estes meios como principal elo, qual o papel dos livros que têm figuras políticas como tema?
- Como o mercado editorial organiza e disponibiliza estes textos?
- Que editoras interessam-se por publicá-los?
- Quem são os autores?

Os dados obtidos permitem analisarmos alguns dos aspectos apenas, na medida em que o levantamento não produziu todas as informações desejadas.

### **A trajetória de Lula: mídia e política**

A trajetória política de Luis Inacio da Silva tem a mídia como elemento fundamental: do desconhecido operário dos anos 70 à presidência da República em 2002 houve significativo espaço ocupado, principalmente na mídia audiovisual, predominante na disseminação dos fatos e na construção da agenda pública. Lula construiu sua imagem para a maioria dos brasileiros em função do grande destaque dado pela mídia à sua atuação no cenário político nacional desde os anos de 1970 e, com as campanhas políticas, foram produzidos novos significantes e reafirmada sua presença como opositor do regime militar e dos governos civis que se instalaram desde os anos 80 e líder de uma parcela da população.

Participando de quatro eleições para a presidência da República em um período em que os meios de comunicação têm significativa presença na sociedade, Lula teve sua figura política difundida na mídia, o que o tornou conhecido como poucos brasileiros. A figura política participa da sociedade do espetáculo (Debord, 1997) em meio aos astros do esporte e da indústria do entretenimento.

Muitas vezes estas figuras se confundem, como demonstra LLOSA (2003) em artigo no qual analisa a eleição do astro do cinema norte-americano Arnold Schwarzenegger ao governo da Califórnia (EUA). Figura paradigmática de um tempo em que o discurso publicitário sobrepõe-se a outros discursos, o “Mr. Bíceps”, como o denomina Mario Vargas Llosa no artigo citado, migrou do espetáculo do entretenimento para o da política, mantido este último subordinado ao publicitário (COELHO, 2002). Do entretenimento à política, ou, inversamente, desta àquele, como no caso de Lula, cultura e processos comunicacionais são “...mercadorias dominadas pela linguagem publicitária (COELHO, 2002). Têm-se, a partir da configuração do fazer político como espetáculo organizado pelo marketing, a utilização dos meios de comunicação como principais instrumentos da construção dos discursos. Partindo da retórica política e incorporando o marketing político, Lula passou a ser astro de primeira grandeza no espetáculo político-midiático, o que pode ser verificado pelo destaque dado por todos os segmentos da indústria do entretenimento – cinema, jornalismo impresso e eletrônico e editorial – ao operário-presidente. Exemplo disto é a reportagem publicada no jornal

Folha de S. Paulo na qual o Presidente da República é “astro pop” (“Brasileiros no Japão tratam Lula como astro pop”. Folha de S. Paulo, 29/05/2005, p. A4). Por outro lado, Lula tornou-se objeto de estudo para cientistas sociais e especialistas em mídia que realizaram pesquisas, parte delas publicadas em livros, objeto de estudo deste artigo.

Apesar da mercadoria “livro” manter uma certa “aura”, destacando-se do restante da indústria do entretenimento, participa da cena midiática e pode contribuir para a disseminação dos valores estéticos e políticos que orientam a produção em geral, o que pretendemos verificar quanto à produção editorial que tem Lula como objeto.

### **Os livros e o espetáculo**

Em obra dedicada à análise de produções cinematográficas Jameson (1994) afirma que “tudo são imagens, tudo vem aos nossos olhos com a imediatez das representações culturais”. Llosa (2003) refere-se à sociedade contemporânea como “A civilização do espetáculo”. Os autores partem da concepção de Guy Debord (1997) de sociedade do espetáculo, na qual haveria onipresença e onipotência da imagem. Nesta sociedade, em que os meios audiovisuais ganham espaço e projetam para o público a realidade cotidiana, também os livros têm lugar. No caso de Luis Inácio da Silva, depois Lula, os livros têm inúmeras funções e características diversas, porém unificam-se em um aspecto: relatam a trajetória do que é considerado um “fenômeno”, tanto político quanto de mídia. Ao ressaltar traços familiares e da história de vida, algumas obras reiteram aquilo que identifica o personagem com a maioria dos brasileiros: é a cultura popular que mostra sua força, vencendo as barreiras econômicas e sociais. As recentes campanhas publicitárias do governo Lula vão nesse sentido ao destacar que “O melhor do Brasil são os Brasileiros”. O Brasil seria formado por um povo que “não desiste nunca”, imagens já apresentadas, com sentidos diversos, em obras literárias, cinematográficas e análises de cunho antropológico ou sociológico.

### **Livros, editoras e autores: Lula na cena editorial**

Neste item apresentamos e analisamos os dados coletados na pesquisa de campo buscando apreender os significados e relacioná-los à produção editorial das últimas décadas.

Iniciando pelos títulos dos livros publicados, é possível observar que há um forte apelo ao uso do nome de Lula. Em 88% das obras há presença do nome, reforçando a tendência à personalização que é possível perceber no cenário político, no qual o presidente da república destaca-se em relação às demais personalidades públicas. A indústria editorial usa parâmetros mercadológicos na definição dos títulos das obras por serem estas importantes formas de divulgação e definição de compra. A utilização do nome de Lula nos títulos estaria, então, vinculada a esta percepção das editoras, ou seja, o nome Lula no título vende as obras. Há um duplo movimento: o nome nos títulos compõe a estratégia de marketing das editoras e reforça a presença do político na sociedade, na medida em que circula para públicos de interesse do campo político.

A análise do perfil das editoras revela que há diversidade, porém as obras publicadas acompanham o mercado editorial como um todo. As editoras são, predominantemente, comerciais, localizam-se nas regiões sul/sudeste, havendo, no entanto, significativa participação de editoras ligadas a universidades, fundações ou partidos políticos e governamentais. Há desde editoras tradicionais como Brasiliense, Ática, Nova Fronteira e José Olympio, no campo das editoras comerciais; da Fundação Perseu Abramo, ligada ao PT à Confederação Nacional da Indústria, entidade representativa do empresariado, contraponto à atuação de Lula e do PT. Também no tocante aos locais de publicação há presença de edições realizadas fora do eixo sul/sudeste, com destaque para o nordeste, que produziu livros em cidades de quatro estados, com destaque para as editoras universitárias com duas publicações..

Os livros, em termos de tipologia e ênfase, abordam a trajetória pessoal de Lula; Presidentes do Brasil, incluindo Lula; a trajetória política de Lula; sua participação no PT; governo Lula.

Pouco mais da metade (55%) dos livros abordam a o tema Lula/PT/eleições e trajetória política de Lula centrada na figura do atual presidente, o que indica a prioridade dada às publicações voltadas à análise da realidade política do Brasil recente a partir de um partido político, de sua principal liderança e da participação destes no processo eleitoral das duas últimas décadas. Há significativa presença de livros que abordam a trajetória pessoal de Lula (22%), demonstrando o interesse de autores e editoras por compreender aspectos da realidade a partir da trajetória pessoal, tomando Lula como personagem paradigmático da brasilidade recente. Livros sobre o governo Lula compõem 13% do total e os que abordam diferentes presidentes da república incluindo Lula, 9%, compondo minoritariamente o total em função, principalmente, de

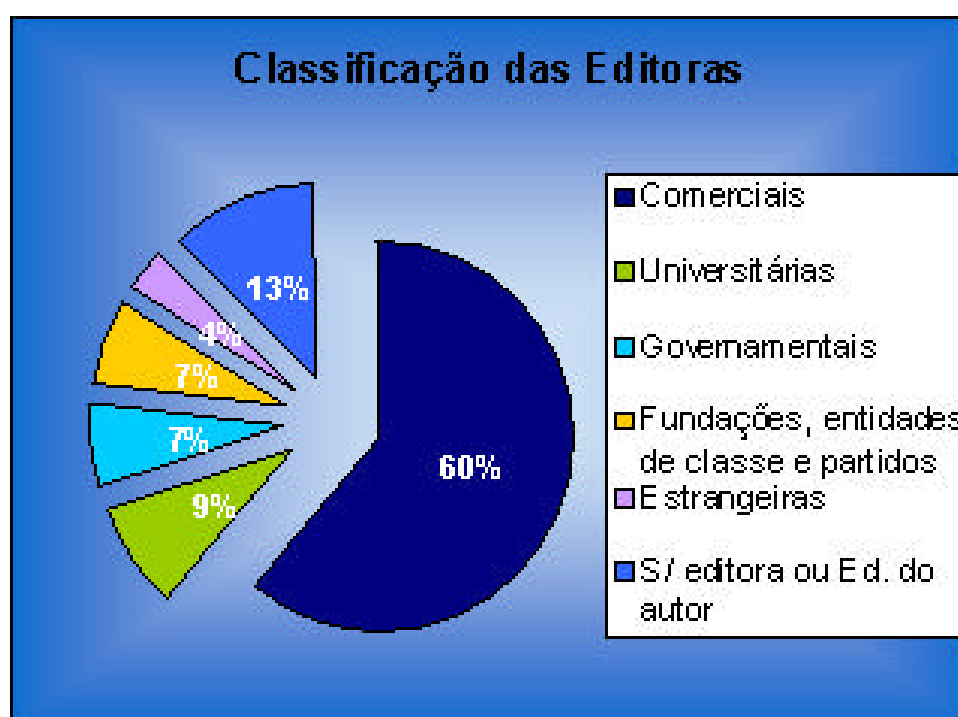
ser assunto recente, havendo a tendência à publicação de novas obras nessa temática nos próximos anos.

### **Bibliografia**

- BENJAMIN, W. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. IN: BENJAMIN, W. Magia e técnica, arte e política. Vol. 1. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- COELHO, C. N. P. “O conceito de indústria cultural e a comunicação na sociedade contemporânea”. Revista Comunicare. Volume 2, número 2, 2002, p. 35-46.
- DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- JAMESON, F. As marcas do visível. Rio de Janeiro: Graal, 1994.
- LLOSA, M. V. “A civilização do espetáculo”. OESP, 06/10/2003, p.
- RODRIGUES, F. “Brasileiros no Japão tratam Lula como astro pop”. Folha de S. Paulo: 29/05/2005, p. A4.

## Gráficos e tabelas

CLASSIFICAÇÃO DAS EDITORAS		
<b>Comerciais</b>	Ateliê /Premius /Espaço e Tempo/Brasiliense/Scortecci /Garamond/Estação Liberdade/O Repórter de Guarulhos/Hacker/Vozes/Nova Fronteira/Objetiva/Veraz/Xamã – 3/Landy/Agora/Ícone /José Olympio/Alfa-ômega /Revan/Empório do Livro/Casa Amarela Andima/Cortez – 2/Ática – 2/Contexto/Scritta/Brasil Urgente/Harbra/Pajelança	<b>Total: 34</b>
<b>Universitárias</b>	UNIJUÍ /Unisinos /E. Un. UFBA/Edunioeste/Edufal	<b>Total: 05</b>
<b>Governamentais</b>	Sec. Com. Gov. Gestão Estrat/ Câmara dos Deputados/Diap/ Governo federal	<b>Total: 04</b>
<b>Fundações, entidades de classe e partidos</b>	Confederação Nacional da Indústria/ Partido dos Trabalhadores/ Fundação Perseu Abramo – 2	<b>Total: 04</b>
<b>Estrangeiras</b>	New Press/ Associate	<b>Total: 02</b>
<b>S/ editora ou Ed. do autor</b>	-	<b>Total: 07</b>







Editoras	Livros publicados	Autores
Agora	1E. O governo Lula e os astros	Bárbara Abramo, Lydia Vainer, Maurício Bernis
Alfa-omega	2D. Lula presidente do Brasil: a estratégia que derrotou FHC em 1994	Ivo Patarra
Andima	3D. Presidente: a eleição do próximo século	Ricardo Noblat
Associate	4C. Lula: storia di um leader brasileiro	Mario J. Cereghino, Giancarlo Summa
Ateliê	5D. As cartas ácidas da campanha de Lula de 1998	Bernardo Kucinski
Ática	6C. A contestação necessária: retratos intelectuais de inconformistas e revolucionários 7D. A história real: trama de uma sucessão	Florestan Fernandes Gilberto Dimenstein
Brasil Urgente	8D. Quase Lula, o susto das elites	Wladimir Pomar
Brasiliense	9C. Felix Guattari entrevista Lula	Luis Inácio Lula da Silva, Felix Guatarri
Câmara dos Deputados	10D. Lula: lugar de trabalhador é no PT, o Partido dos Trabalhadores	Luiz Cechinel
Casa Amarela	11C. Lula: um operário na presidência	Frei Betto
Confederação Nac. da Indústria	12D. Eleições 1994: cenários políticos prováveis: um governo Lula	Leôncio Martins de Rodrigues
Contexto	13D. Como Fernando Henrique foi eleito presidente: os acordos secretos: o PT de salto alto	Luciano Suassuna
Cortez	14E. Educação brasileira: projetos em disputa 15D. A transição prolongada: o período pós-constitucional	Luiz Antonio Cunha Florestan Fernandes
Diap	16E. Perfil, propostas e perspectivas do governo Lula	S/ autor
Edição do autor	17A. Lula da Silva: pragmático ou desnudo?	Hermano Leitão
Editora Universitária UFBA	18D. Mídia e eleições de 1998	Org: Albino Canelas Rubim
Edufal	19B. Da linguagem ao poder: os discursos de Collor e Lula nas eleições presidenciais de 1989	Belmira da Costa Magalhães et al
Eduñoeste	20 <sup>A</sup> . Lula: a estrela da esperança: romance biográfico	Maggiar Villar
Empório do Livro	21B. Presidentes do Brasil: de Jânio a Lula	Fabio Koifman

Espaço e Tempo	22A. A história de Lula: o operário presidente	Brito Alves
Estação Liberdade	23A. Lula: biografia política de um operário	Frei Betto
Fundação Perseu Abramo	24A. O filho do Brasil* 25D. Partido dos trabalhadores: trajetória: das origens à vitória de Lula	Denise Paraná S/ autor
Garamond	26D. Lula: a opção mais que o voto	Cândido Mendes
Hacker	27D. Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral**	Org: Antônio Fausto Neto, Eliseo Verón
Harbra	28D. Luis Inácio Lula da Silva: Partido dos Trabalhadores/ entrevista com Heródoto Barbeiro	Luis Inácio Lula da Silva
Ícone	29 <sup>A</sup> . Lula na TV: o Lula real e a morte do capitalismo	Ursulino dos Santos Isidoro
José Olympio	30D. Governo Lula: novas prioridades e desenvolvimento sustentável	Coord: João Paulo dos Reis Velloso
Landy	31D. O que é governo Lula?	Luiz Otávio Cavalcanti
New Press	32D. Lula and the workers party in Brazil	Sue Brandford, Bernardo Kucinski
Nova Fronteira	33 <sup>A</sup> . Lula, o metalúrgico: a anatomia de uma liderança	Org: Mario Morel
O Repórter de Guarulhos	34 <sup>A</sup> . Lula: entrevista e discursos	Luis Inácio da Silva
Objetiva	35D. Nos bastidores da campanha: Luis Inácio Lula da Silva: crônica de um sonho	Alexandre Medeiros
Pajelança	36D. Brizulla, Leonel Brizola e Luis Inácio Lula: o samba da democracia, ou, a parafernália do populismo	Gilberto Vasconcellos
Partido dos Trabalhadores	37D. Lula na constituinte	Luiz Inácio Lula da Silva
Premius	38B. Brasil República: os presidentes de Deodoro a Lula	Valdir Uchoa Ribeiro
Revan	39B. A globalização e a política: de FHC a Lula	Tony Volpon
S/ editora	40 <sup>A</sup> . Luis Inácio Lula da Silva: presidente do Brasil 41 <sup>A</sup> . Lula, o predestinado? 42 <sup>A</sup> . O operário que virou presidente (tít. varia) 43B. Relações internacionais do Brasil: de Vargas a Lula 44E. Lula: 500 dias em fotos 45D. 1994 – Lula Presidente: uma revolução democrática no Brasil: bases do programa de governo: partido dos trabalhadores	Antônio Luís de Jesus Harri Oliveira Pedro Costa Paulo Fagundes Vizentini Ricardo Stuckert S/ autor

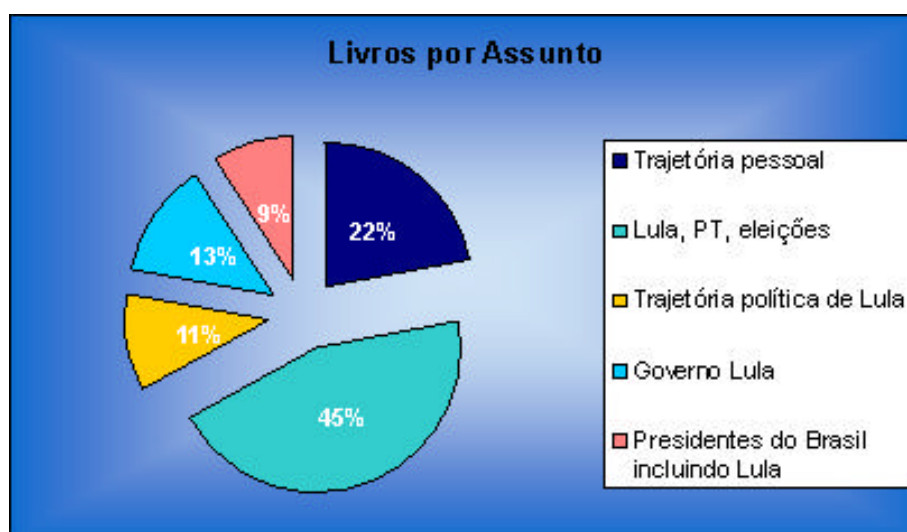
Scortecci	46E. Governo Lula: mudança ou continuísmo?	Magno Matheus da Rocha
Scritta	47. Viagem ao coração do Brasil	Fernando Gabeira
Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégia	48E. Discursos do presidente Luís Inácio Lula da Silva	Luís Inácio Lula da Silva
UNIJUÍ	49C. Heterogeneidade discursiva: relações e efeitos de sentido instaurados pela inserção do discurso-outro no discurso político de L. I. Lula da Silva	Ercília Ana Cazarin
Unisinos	50D. Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral**	Org: Antônio Fausto Neto, Elísio Verón
Veraz	51C. O Caminho da vitória: imagens da trajetória política de Lula da Silva (tít. varia)	S/ autor
Vozes	52C. Lula sem censura: “e aí a peãozada partiu pro pau”	Luis Inácio da Silva, Altino Dantas Junior
Xamã	53A. O filho do Brasil: de Luis Inácio a Lula* 54E. Governo Lula: da esperança à realidade 55E. Reforma universitária do governo Lula	Denise Paraná Osvaldo Coggiola Lucia Maria Wanderley Neves

\*Há duas edições, realizadas por diferentes editoras, da mesma obra, indicadas nos números 24 e 53.

\*\* Idem anterior, números 27 e 50.

Livros segundo a temática abordada*				
Trajetória pessoal (A)	Lula/PT/eleições (D)	Trajetória política de Lula (C)	Governo de Lula (E)	Presidentes do Brasil incluindo Lula (B)
24	2	4	1	<b>19</b>
53	3	6	14	<b>21</b>
17	5	9	44	<b>38</b>
20	7	11	46	<b>39</b>
22	8	49	48	<b>43</b>
23	10	52	54	-
29	12	-	55	-
33	13	-	-	-
34	15	-	-	-
40	18	-	-	-
41	25	-	-	-
42	26	-	-	-
-	27	-	-	-
-	28	-	-	-
-	30	-	-	-
-	31	-	-	-
-	32	-	-	-
-	33	-	-	-
-	34	-	-	-
-	35	-	-	-
-	36	-	-	-
-	37	-	-	-
-	45	-	-	-
-	50	-	-	-
Total: 12	Total: 24	Total: 06	Total: 07	Total: 05

\* Os livros também foram divididos de acordo com sua temática. Esta tabela estabelece uma letra para cada temática e um número para cada livro, devendo ser utilizada juntamente com a tabela anterior (livros publicados)



<b>PRESENÇA DO NOME LULA NO TÍTULO</b>	
<b>Presente</b>	<b>Ausente</b>
46	06



<b>PERÍODO DE PUBLICAÇÃO EM RELAÇÃO À POSSE</b>	
<b>Antes da posse</b>	<b>Depois da posse</b>
31	21



<b>PERÍODO DE PUBLICAÇÃO</b>				
<b>Até 1980</b>	<b>De 1980 a 1990</b>	<b>De 1990 a 2000</b>	<b>De 2000 a 2004</b>	<b>S/ data</b>
0	10	14	24	4

