



## **A Eleição de 2002 em palavras: Estratégias discursivas de Lula\***

Alessandra Bedin Toniazzo\*\*

Universidade de Passo Fundo – Faculdade de Artes e Comunicação. O trabalho foi orientado pelo Prof. Dr. Mauro José Gaglietti, membro docente da instituição.

### **Resumo**

O objetivo desta comunicação a ser apresentada no IntercoM Sul 2007, é analisar os aspectos fundamentais usados no discurso da *Campanha Lula 2002*. Para o alcance deste objetivo, é necessária a pesquisa dos aspectos teóricos referentes ao discurso político. Em seguida, avalia-se qual o posicionamento de alguns veículos da mídia e especialistas a respeito da candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2002. Por fim, realiza-se uma análise sobre os discursos escolhidos.

### **Palavras-chave:**

Discurso, análise de discurso, discurso político, influência e Luiz Inácio Lula da Silva

\* Trabalho apresentado ao NP Teorias da Comunicação, do Intercom Sul.

\*\* Graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo. Email: [aletoniazzo@hotmail.com](mailto:aletoniazzo@hotmail.com)



## Eleições de 2002 em palavras: Estratégias discursivas de Lula

A eleição presidencial de 2002 inaugurou uma era inédita na história política do Brasil. Pela primeira vez, um candidato da esquerda socialista chega ao governo com a aprovação de 61% da população brasileira. Luiz Inácio Lula da Silva representa a estrela petista no “espetáculo democrático” realizado em 28 de outubro de 2002.

Apesar do significado inédito do resultado desta eleição, parte de seu sucesso pode ser compreendido a partir das estratégias de discurso utilizadas pelo candidato e sua assessoria. Estes recursos são utilizados em diferentes contextos em que o discurso tem uma importância.

Por discurso, pode-se entender o *dispositivo* de sensação, explicado por Michel Foucault (1992). Esse envolvimento entre emissor e receptor gera um diálogo de confiança entre as partes envolvidas no processo eleitoral. Para que este *dispositivo* obtenha êxito, três fatores são necessários: saber identificar o significado das expressões não verbais do discurso; verificar a sequência das idéias e a capacidade delas de se adaptarem à necessidade do emissor. Para Foucault:

[...] O discurso é um conjunto de enunciados desde que provenham da mesma formação discursiva. Esses enunciados podem definir um conjunto de condições de existência [...] (1969 apud GAGLIETTI, 2005)

Além da importância dos papéis desempenhados pelo emissor e receptor, para conhecer o conceito de discurso, deve-se levar em conta a situação em que o discurso é realizado e o meio utilizado para atingir o interlocutor. Esses aspectos geram “funções” correlatas, como a emoção, a conotação, a metalinguagem, a poética, o referencial e a fática. Entretanto essas “funções” podem provocar uma nova interpretação à mensagem, alterando o seu significado.

Todas as questões abordadas podem ser percebidas no trabalho de análise do discurso. Para alguns, analisar um discurso é simplesmente interpretar as frases nele contidas. No entanto, além do significado da mensagem em si, deve ser observado o contexto em que ela é reproduzida e os novos sentidos que podem ganhar a partir de uma leitura mais profunda.

Desta forma, a análise de discurso pode ser definida como o estudo das funções que o conteúdo do discurso pode desempenhar tanto nos receptores especificamente quanto no contexto em geral. Esse instrumento de estudo pode identificar pontos de influência, informação e conhecimento do discurso. Para Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau:

[...] à análise de discurso podem-se atribuir definições mais variadas:  *muito amplas*, quando ela é considerada como um equivalente de “estudo do discurso”, ou  *restritivas* quando, distinguido diversas disciplinas que tomam o discurso como objeto, reserva-se essa etiqueta para uma delas [...] ( 2004, p. 43).

Por outro lado, existem estudos que contrapõem esta idéia, defendendo que o trabalho da análise discursiva pode ser um revelador de interpretações ideológicas. Assim, o discurso pode ser classificado como uma forma de “poder” e, no caso deste trabalho monográfico, uma conquista do governo.

Toda esta discussão não se altera apenas se amplia quando o objeto é o discurso político. Neste campo de estudo é possível identificar duas ferramentas discursivas: o discurso da eloquência e o discurso do conhecimento. O primeiro visa à conquista e o segundo, à sabedoria. Ambos podem interferir diretamente no diálogo.

Na política, o discurso deve ser entendido a partir de sua relação entre a linguagem e a ação, já que uma depende da outra e o grande objetivo é a conquista do voto. A mídia, neste caso, serve como um intermediário da relação político / eleitor.

Novamente entra o conceito de *dispositivo*. É ele que garante que o conteúdo do discurso político atinja seus objetivos. Outro papel importante é desempenhado pelos políticos, chamados “atores do discurso”, que representam os maiores interessados na conquista dos receptores. Essa credibilidade é obtida por meio de uma ação carismática, que se envolve com o público.

Este, por sua vez, formado por diferentes segmentos sociais, responde ao discurso com uma identificação com o personagem político. O receptor vê o emissor como “companheiro” de necessidades. Quando isso acontece, é porque as estratégias do discurso tiveram sucesso. O receptor sente-se integrante da cena política que está vivenciando. Segundo Charaudeau, a questão do discurso político é analisada por diferentes ciências. Ele explica que:

A questão do poder e da legitimidade política tem sido longamente discutida, começando por Platão, passando por Kant, até chegar, mais recentemente, a Weber, Arendt, Foucault, Bourdieu e Habermas. [...] Sem exagerar a complexidade das relações de força que se instauram nesse campo, parece que é possível determinar quando são ratadas simultaneamente, e em interação, as questões da *ação política*, de sua finalidade e de sua organização; as *instâncias* que são partes interessadas nessa ação; os *valores* em nome dos quais é realizada essa ação [...] (2006, p. 16)



Para a formação desta cena política, é necessária a ação da mídia, que fornece a imagem do candidato por meio das informações veiculadas. O trabalho de edição praticado pelos veículos de comunicação pode acarretar novas influências no espaço da informação e na formação de opinião, que é decisiva para a escolha do voto.

Esta visibilidade que o outro tem a respeito do candidato é fundamental para o seu futuro político. Entretanto não é somente o eleitor que pratica esta observação. Especialistas, jornalistas e pesquisadores são agentes de análise do discurso político. Esse trabalho pode interferir diretamente na decisão do eleitorado, já que são essas pessoas as identificadas como formadoras de opinião.

De acordo com esta pesquisa, verificou-se que a opinião que prevaleceu na ocasião da eleição de Lula, em 2002, foi à flexibilidade de ideologia política no seu discurso. A aceitação de idéias antes negadas pelo Partido dos Trabalhadores, por sua proximidade com a ideologia capitalista, provoca um novo discurso petista.

Essa mudança de postura provoca distintas reações. Enquanto parte dos eleitores e militantes do partido sentiam-se traídos, outros consideravam a modificação discursiva positiva e necessária para uma boa governabilidade. O candidato Luiz Inácio Lula da Silva tentou duas vezes chegar ao Palácio do Planalto.

A intenção não se concretizou justamente pelo discurso visto como radical nas duas tentativas anteriores. Em 1989, quando o PT lança Lula, a imagem do candidato é igual a de um estereotipo de trabalhador. Sem barba feita, sem terno alinhado e com uma postura revolucionária, assustava o eleitorado. Já em 1994, o personagem se adapta às normas de comportamento dos outros candidatos que já ocuparam a cadeira presidencial. No entanto, o discurso radical permanece o mesmo. Mais uma vez o resultado das urnas é negativo.

Somente em 2002, depois da mudança discursiva e comportamental a eleição se torna viável. Um sujeito sem escolaridade superior ou mesmo segundo grau, desta vez, com barba feita, camisa e gravata, terno alinhado. Com uma voz amena e um carisma humanizado, Lula consegue atingir diferentes segmentos sociais, que o viam sob diferentes aspectos.

Enquanto as camadas menos favorecidas consideram a imagem do candidato um exemplo a ser seguido, as chamadas “classes” média e alta entendem o novo presidente como uma forma de influência na conquista de novos capitais. Essa divergência de idéias e interesses, ao invés de prejudicar, ajudou o candidato socialista a se eleger. No livro *LULA: Biografia Política de um Operário*, Frei Betto diz:



Na eleição de 1969, para escolha da nova diretoria do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo e Diadema, Lula ocupa uma função de suplência, até que em 1972 incorpora-se à diretoria executiva, assumindo a responsabilidade pelo departamento jurídico. (1989, p.24).

Outro elemento importante para o resultado do processo é a formação das alianças. O Partido dos Trabalhadores estabelece, a partir de 2002, relações mais diplomáticas com outros partidos, visto que o isolamento ideológico o prejudicou nas tentativas anteriores. Ressalta-se que também estas coligações foram possíveis somente após a mudança discursiva do PT.

Segundo Frei Betto, nada mais sugestivo, que nominar de Partido dos Trabalhadores (PT) a agremiação que representaria os sindicalistas. Em 1982, o movimento se oficializa. Conforme a referida obra, era a primeira vez, na história do Brasil, que a classe trabalhadora se manifestava de forma independente na política nacional.

A ascensão do idealismo igualitário leva Lula a candidatar-se a cargos políticos, como a Presidência da República. Em 1989, pela primeira vez na história do Brasil, um operário se candidata às eleições presidenciais. Segundo Frei Betto, Lula não se importava em fazer a barba ou falar adequadamente, apenas almejava representar os trabalhadores. Já em 1994 Lula e sua assessoria, formada pelos colegas trabalhadores, montam uma comitiva maior. O candidato do PT, segundo dados do Tribunal Regional Eleitoral, não consegue chegar aos 10% dos votos brasileiros.

Para a doutora em Teorias do Texto e do Discurso, Ercília Ana Cazarin, no seu artigo da *Revista Espaço Acadêmico*, a eleição de 2002 foi um acontecimento histórico, isso por que houve diferentes posições de sentido num discurso que até então era único. Ela explica que:

O acontecimento histórico da vitória de Lula na eleição presidencial de 2002 não instaura um acontecimento discursivo nos moldes do formulado por Pêcheux (1990), pois o sujeito enunciador, naquele momento pontual do acontecimento, não se desidentifica dos trabalhadores brasileiros, mas, com certeza, não enuncia mais da mesma posição-sujeito. [...] (2005, n°. 53p.1-3)

Essa posição de sujeito resulta na ruptura de discurso do igualitarismo petista. O interesse, durante a *Campanha Lula 2002* foi, segundo a autora, compreender outros interesses sociais, por meio das ligações partidárias. No discurso, os trabalhadores exercem um papel do sujeito enunciador, que concede aos interlocutores suas idéias e ideais. Em 2002, o sujeito trabalhador aceitou interesses de outras classes e preparou um novo discurso.

O Partido dos Trabalhadores (PT) esteve, durante os meses de campanha, à frente dos contratos políticos e alianças partidárias. Antes da chegada de 2002, o partido construiu idéias a partir de propostas de cunho socialista. Para a escritora, o idealismo petista entrou em desacordo com as ações da *Campanha Lula 2002*. Segundo ela, o tom conciliado em relação às obrigações externas — dívida, contratos, acordos internacionais — foi tema do primeiro pronunciamento do Presidente eleito em 28 de outubro de 2002 e depois, no discurso da posse, em 1º de janeiro de 2003. Isso, segundo a autora, não seria possível sem as coligações realizadas.

Visto e analisado pelos meios de comunicação, como ambicioso em relação às idéias de política externa e correntes mais liberais que a tendência petista. As mudanças do discurso político de Lula iniciaram no próprio documento oficial de sua campanha. As novas formas de tratar assuntos, como a dívida e a relação do Brasil com o mundo, podem ser analisados no trecho do programa que segue:

A política externa será um meio fundamental para que o governo implante um projeto de desenvolvimento nacional alternativo, procurando superar a vulnerabilidade do país diante da instabilidade dos mercados financeiros globais. Nos marcos de um comércio internacional que também vem sofrendo restrições em face do crescente protecionismo, a política externa será indispensável para garantir a presença soberana do Brasil no mundo [...] (Programa Oficial do Candidato Lula, 2002)

A ideologia adaptada para o convencimento do eleitor fez com que a vitória de Lula acontecesse, mesmo no segundo turno. As mudanças de palavras e formas de pensamento do PT, na *Campanha Lula 2002*, justificaram-se pela flexibilidade do partido.

Com base nos conceitos teóricos vistos no primeiro momento do trabalho, é possível analisar os quatro discursos escolhidos para esta pesquisa. Primeiramente, um pronunciamento de Lula quando o Partido dos Trabalhadores o lançou como candidato para a Presidência da República. Em seguida, o discurso chamado “Carta ao Povo Brasileiro”, que mostra o envolvimento do candidato com seus eleitores. O terceiro discurso é o pronunciamento de Lula, quando o resultado das eleições já estava definido. O último diz respeito às palavras ditas na posse do presidente.

O discurso que deu a largada para a *Campanha Lula 2002* prevê como serão os dias de luta até a conquista do Planalto. Nele, é possível notar duas tendências: por um lado, o candidato usa expressões emotivas para conquistar os segmentos sociais de baixa renda, provocando uma



maior identificação com esses eleitores. Por outro, Lula usa da razão para mostrar aos empresários, pecuaristas e políticos que é um bom administrador para o Brasil.

Um dos aspectos a serem percebidos no primeiro discurso é uma mudança de postura de Luiz Inácio Lula da Silva, tanto na questão de apresentação como de conteúdo ideológico. O conceito de imagem política abordada na primeira seção pode ser aplicado na análise deste discurso. Maio de 2002, o Brasil conheceu um candidato mais ajustado às diversidades sociais e preocupado em amenizar os problemas do país. Lula buscava a credibilidade de todos os segmentos sociais, e não mais apenas dos trabalhadores e dos chamados “menos favorecidos”. Exemplifica-se no trecho:

[...] Eleger um governo petista significa acabar com a miséria e com a fome que ainda castigam quase 50 milhões de pessoas em nosso país. Significa possibilitar que a grande maioria do povo obtenha a cidadania, que os jovens não tenham que enfrentar as incríveis dificuldades que eu e tantas pessoas passamos na vida. Melhorar o Brasil significa mudar de rumo, afastando o nosso país da situação de vulnerabilidade a que foi levado pela atual política econômica [...] (maio de 2002)

Nota-se também que além dos recursos emotivos já citados, é forte a presença de expressões irônicas, quando Lula fala do governo de Fernando Henrique Cardoso. Neste discurso, que é o mais próximo da figura radical de Lula em 1989, o candidato mostra suas propostas, mas faz dura crítica ao governo da época.

Já na “Carta ao Povo Brasileiro”, o sentimentalismo continua bastante presente. O petista usa clichês da própria história de vida com o intuito de sensibilizar trabalhadores e operários. Outra estratégia do discurso visível neste pronunciamento é o uso de posicionamentos ideológicos individuais como se representasse a vontade popular. Um exemplo é a frase com que Lula começa a Carta. “O Brasil quer mudar”. Pode-se perceber no elemento:

[...] O Brasil quer mudar. Mudar para crescer, incluir, pacificar. Mudar para conquistar o desenvolvimento econômico que hoje não temos e a justiça social que tanto almejamos. Há em nosso país uma poderosa vontade popular de encerrar o atual ciclo econômico e político [...] (junho de 2002)

Essa ferramenta faz com que os eleitores acreditem no que o emissor está exclamando. A idéia de mudança é incorporada aos eleitores como verdade única. Assim, pode-se afirmar que o discurso é um exemplo de generalização da ideologia petista como aceitação de todos os

segmentos sociais e, ainda, é um instrumento de persuasão para o convencimento de que o PT é o melhor partido para assumir o governo.

O Partido dos Trabalhadores (PT) usa nesta Carta a ironia para criticar o governo de Fernando Henrique Cardoso. “Esgotado e cansado” são sensações atribuídas ao povo para expressar a imagem da gestão de FHC. A crítica pode estar ligada às idéias e projetos da mudança petista, com palavras e expressões de exagero o PT caracteriza o governo de FHC. “O povo quer mudança”, “o Brasil está vivendo um colapso econômico” são exemplos de como a idéia foi passada ao eleitor.

Em diferentes trechos da Carta, Lula insere-se como parte do povo que quer mudança. Em outras frases, coloca-se como membro do PT concorrendo ao poder. Essas formas de colocar sua imagem em diferentes funções fazem parte da conquista de confiança através da capacidade de exercer seus compromissos no governo, representando o eleitor. Assim, ele ganha voto, chega ao cargo e, ainda, derrota seu concorrente.

Durante trechos da *Carta ao Povo Brasileiro*, Lula aparece com três imagens diferenciadas. Às vezes ele insere-se no povo e fora do PT, ou dentro do PT e fora do povo. E ainda, há a situação de três “pessoas” estarem ligadas por diferentes motivos de governo: Lula, PT e povo. Pode-se ver um exemplo disso no trecho seguinte:

Estamos conscientes da gravidade da crise econômica. Para resolvê-la, o PT está disposto a dialogar com todos os segmentos da sociedade e com o próprio governo, de modo a evitar que a crise se agrave e traga mais aflição ao povo brasileiro [...] Superando a nossa vulnerabilidade externa, poderemos reduzir de forma sustentada a taxa de juros[...] (junho de 2002)

Quando a eleição já está decidida, em 28 de outubro de 2002, o primeiro pronunciamento do Presidente Lula é orientado pela flexibilidade ideológica. Questão antes vista com maus olhos pelo PT agora surge como possibilidade para o governo que se inicia. A mudança revela uma contradição, quando comparada à ideologia predominante nas candidaturas anteriores e nos próprios discursos da campanha de 2002.

O *Primeiro Pronunciamento* de Lula como Presidente da República (anexo C) traçou normas para o governo a partir de palavras que sensibilizaram o cidadão. Com expressões adequadas a um vencedor, no primeiro parágrafo de seu pronunciamento, Lula agradeceu os votos recebidos, mas deixou claro que a decisão foi tomada a partir da necessidade de mudança para o povo brasileiro. A situação é explicada no trecho que segue:





[...] A esperança venceu o medo e o eleitorado decidiu por um novo caminho para o país. Foi um belo espetáculo democrático que demos ao mundo. As eleições que acabamos de realizar foram, acima de tudo, uma vitória da sociedade brasileira e de suas instituições democráticas. A nossa vitória significa a escolha de um projeto alternativo e o início de um novo ciclo histórico para o Brasil[...] (outubro de 2002)

Outra situação que mostra o carisma de Lula diante de seu eleitorado é quando no pronunciamento, ele agradece a Deus por sua vitória. Usar a religião é uma maneira fácil e cativante de sensibilizar o povo. A maioria da população brasileira é católica, a mesma religião de Lula, outros eleitores pertencem a expressões religiosas e também têm Deus como símbolo, como referência em suas vidas. Isso significa que, se o Presidente agradece a Deus pela vitória, é porque ele tem fé. Mais uma vez o cidadão que acompanha o discurso sente-se em comum com o presidente.

Para mostrar seu lado mais humano e não tão calculista Lula recorre à literatura e à religião numa clara tentativa de se aproximar dos que o elegeram. No que se refere às expressões religiosas, o candidato eleito – católico – fala de Deus, independentemente da opção de fé dos cidadãos. Essa atitude não só envolve as pessoas, como aumenta a credibilidade do novo presidente.

O discurso de posse resume na primeira palavra a proposta maior do novo presidente: “Mudança”. O termo provoca questionamento quanto às atitudes que serão responsáveis por esse desejo. A mudança a que Lula se refere diz respeito aos projetos para o país ou à forma de governar do PT? A resposta pode ser atribuída aos dois posicionamentos, uma vez que para poder programar as mudanças pretendidas no Brasil, Lula teve que modificar a sua imagem e as estruturas discursivas do partido.

A maneira utilizada por Lula para começar o discurso foi estrategicamente colocada para emocionar os que acompanhavam suas palavras. Trechos que representam a emoção de chegar ao governo a partir de um processo eleitoral democrático. Ele afirma que foi eleito por uma necessidade do povo em ter um novo governo. Assim, a idéia que seria do PT é introduzida no pensamento do cidadão:

[...] “Mudança”, esta é a palavra chave, esta foi a grande mensagem da sociedade brasileira nas eleições e outubro. A esperança finalmente venceu o medo e a sociedade brasileira decidiu que estava na hora de trilhar novos caminhos [...] Chegou a hora de transformar o Brasil naquela nação com a qual a gente sempre sonhou: uma nação soberana, digna, consciente da própria

importância no cenário internacional e, ao mesmo tempo, capaz de abrigar, acolher e tratar com justiça seus filhos [...] (janeiro de 2003)

Neste pronunciamento, assim como nos demais, Lula utiliza a literatura e a sabedoria popular. A primeira serve para dar otimismo e coragem. A segunda mostra que o novo presidente é um cidadão do povo, o qual ele quer que se sinta responsável pelo novo jeito de governar. O discurso termina com a explicação de que o novo “jeito de governar” significa na verdade preencher os espaços entre os diferentes segmentos sociais.

Para os votos que Lula conquistou na “classe” média - alta, ele mostrou que alianças partidárias e econômicas foram realizadas para a flexibilidade da campanha petista. As propostas idealistas para que empresários e empresas consigam obter lucro são mostradas a partir de trechos incorporados no fim do discurso da posse. Depois que Lula comove a sociedade para a mudança, ele aborda as questões diferenciadas que a ideologia socialista não faria em outras campanhas:

[...] temos de colocar nosso projeto social em diálogo aberto com as demais nações, porque nós somos o novo, somos a novidade de uma civilização que se desenhou sem temor, porque se desenhou no corpo, na alma e no coração do povo, muitas vezes, à revelia das elites, das instituições e até mesmo do Estado [...] (janeiro de 2003)

O término do discurso de posse que expõem a questão do novo governo é preencher os espaços entre os segmentos sociais. Agradar diferentes entidades e construir o país, uma referência no desenvolvimento econômico e político mundial. As maneiras utilizadas para que essa construção seja desenvolvida em grande escala, como promete Lula na campanha, serão analisadas a partir das ações do governo.

Mesmo tendo seu efeito intimamente ligado à interpretação do receptor, os discursos do presidente Lula – estrategicamente montados por sua equipe de assessores de comunicação - alcançaram o objetivo de chegar à Presidência da República. Parte do sucesso deve-se ao fato de os textos trazerem a idéia de um cidadão participante da administração do país, independente da sua condição social.

A partir do exposto nesta pesquisa, é possível considerar que os *dispositivos* teóricos do discurso aqui analisados são verificados nos quatro textos da *Campanha Lula 2002*. Esses recursos tornaram mais visível a flexibilidade ideológica com que o Partido dos Trabalhadores



enfrentou o período eleitoral. Além disso, refletiram-se na mudança comportamental e na imagem do candidato.

Deve-se salientar que não foi o discurso o agente da transformação, ele apenas refletia as modificações tanto no campo das idéias, quanto da postura. Soma-se a isso, o fato de o discurso ser a ferramenta de campanha que chegava mais próxima ao eleitor e que recebeu mais espaço na mídia.

É nesta visibilidade que reside o maior valor das palavras no que se refere ao inédito processo que conduziu o primeiro operário socialista à maior instância de “poder” de uma Nação: Luiz Inácio Lula da Silva, operário, líder sindical, um dos fundadores do Partido dos Trabalhadores, sem formação acadêmica, presidente do Brasil.



## Referências Bibliográficas

- BETTO, Frei. *Lula: Biografia Política de um Operário*. 7. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.
- CASARIN, Ercília. 2003. *Afinal, quem venceu as eleições 2002?*. Espaço Acadêmico.
- CHARAUDEAU, Patrik. *Discurso Político*. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- FUNDAÇÃO, Perseu Abramo. *Site de pesquisa*. Acesso em: maio, junho, julho, agosto, outubro e novembro de 2006.
- GAGLIETTI, Mauro José. *Os discursos de Dyonélio Machado e Raul Pila: o político e suas múltiplas faces*. 2005, 351f. Tese apresentada como requisito principal para obtenção do grau de Doutor em História. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2005.
- TRABALHADORES, Partido dos. *Site de pesquisa*. Acessado em maio, junho, julho, agosto, setembro e novembro de 2006.