



Análise dos Modos de Operação da Ideologia Política do Partido dos Trabalhadores ¹

Fábio Oliveira da SILVA²

Fabiane da Silva VERISSIMO³

Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta, RS

RESUMO

O sistema político brasileiro conta com um número expressivo de partidos políticos, que defendem seus interesses e ideais para construir a ordem social. A propaganda partidária é um meio dos partidos apresentarem suas ideologias, difundir suas ideias e objetivos. Este trabalho tem como intuito, fazer uma breve análise da ideologia política apresentada pelo Partido dos Trabalhadores, a partir da Propaganda Partidária gratuita, veiculada na televisão. Como referencial metodológico, utilizou-se a hermenêutica de profundidade, procurando identificar a construção das formas simbólicas, assim como, os modos de operação da ideologia. Em suma, o estudo identificou a existência de construções simbólicas explícitas que buscam legitimar e unificar a sociedade brasileira a partir da ideologia do Partido dos Trabalhadores.

PALAVRAS-CHAVE: ideologia; formas simbólicas; propaganda partidária; sistema político.

INTRODUÇÃO

A formação cívica para a participação ativa na política e na sociedade, a ordem social, vem ao encontro das práticas e técnicas que se encontram agrupadas no âmbito da comunicação política. Entender melhor e avaliar criticamente os produtos do marketing político, com os quais nos deparamos atualmente, passa a ser de suma importância para compreender todo o processo político.

O presente trabalho propõe uma breve análise da ideologia apresentada pelo Partido dos Trabalhadores na propaganda partidária gratuita, veiculada na televisão, em canal aberto.

Analisar a ideologia é propor um trabalho que pretende entender como funciona todo o sistema político, o que os partidos objetivam, de que maneiras buscam ampliar seus adeptos, propor novos planos e estabelecer e sustentar relações de dominação. Aprofundar o

¹ Trabalho apresentado no IJ 2 – Publicidade e Propaganda do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Graduado em Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda, email: fabiburgues@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ, email: fabi@comnet.com.br



conhecimento na política será o principal objetivo deste trabalho, que está puramente baseado na ideologia política e na estratégia de construção de formas simbólicas.

Os partidos políticos têm um papel fundamental para a ordem social, devem representar parte do pensamento social e da luta pelos ideais da sociedade, formando assim um sistema político, que com a criação de programas de governos buscam atender as necessidades e os diferentes interesses das classes, com a participação ativa do cidadão. Neste contexto a propaganda partidária gratuita surge como uma ferramenta aliada aos partidos políticos para difundir suas ideologias, pois o rádio e a televisão representam meios de comunicação massivos, de grande aceitação e abrangência, ideais para ampliar o alcance e maximizar as forças políticas na busca da ordem social.

A ideologia política é utilizada para estabelecer e sustentar relações de dominação é apresentada como os ideais que expressam os interesses das diferentes classes sociais, com um sistema de representações e estratégias de construções simbólicas. Isso caracteriza a base do sistema político, a busca por estabelecer e sustentar relações de poder através da ideologia.

Este trabalho será desenvolvido e estruturado a partir da análise da ideologia, com base no referencial metodológico hermenêutica de profundidade.

O Sistema Político

A história do atual Sistema Político brasileiro começa a ser contada a partir da independência do Brasil. Na Constituição de 1824 já se determinava eleições para Câmara dos Deputados, Senado e Câmaras municipais. Desde então, o sistema eleitoral brasileiro era vítima de muitas fraudes. Entretanto, com a Revolução de 1930, o Sistema Político brasileiro sofreu um grande impacto principalmente, no aspecto eleitoral. Muitas mudanças ocorreram, entre as mais significativas podem ser citadas, a criação da Justiça Eleitoral, que ficaria responsável por fiscalizar e organizar o processo eleitoral, a adoção ao sistema proporcional e o fim do sistema majoritário. Além disso, as mulheres adquiriram o direito ao voto, fazendo com que o número de eleitores aumentasse e relevando a participação das mulheres na sociedade. (HOFMEISTER; SANTOS, 2007).

O Sistema Político atual é resultado de mudanças significativas no Código Eleitoral. A implantação da nova Constituição foi promulgada em 1988, assegurando o direito ao voto a todos, inclusive a analfabetos, anteriormente discriminados, e regras rígidas no que se refere a compra de voto, (Lei 9840/99), classificando tal ato como crime eleitoral suscetível a processo sumário, com penalidade de multa e até mesmo perda do registro de candidatura ou de mandato dos já empossados. (HOFMEISTER; SANTOS, 2007).



Partidos Políticos

Os partidos políticos existem para representarem ideais de uma parte da sociedade, mas que necessariamente não devem agir em interesse próprio, devem agir em conjunto e definir as questões relevantes para criação e manutenção da ordem social, além disso, para defender os diferentes interesses da sociedade perante o Estado.

Partidos políticos são na definição de Wilhelm Hofmeister e Gustavo Adolfo P. D. Santos:

Associações permanentes de cidadãos que almejam ocupar os cargos politicamente decisivos do Estado, com seus dirigentes, pela via eleitoral, com a finalidade de concretizar suas ideias referentes a organização da sociedade e as políticas públicas (HOFMEISTER; SANTOS, 2007, p. 19).

No Brasil os partidos fazem parte de um sistema político que é caracterizado como sistema multipartidário, ou seja, mais de dois partidos definem os resultados das eleições, em outras palavras, detém o poder da disputa política. Dessa maneira, o processo democrático se concretiza através dos partidos políticos, os quais estão presentes no parlamento. Por isso, a necessidade de fazer com que cidadãos participem do sistema político filiando-se aos partidos, isso porque, segundo Hofmeister “os cidadãos, na medida em que seguem de perto o trabalho dos partidos, aprendem a reconhecer, avaliar e cotejar os argumentos que circulam no debate político”. (HOFMEISTER; SANTOS, 2007, p. 20).

Em síntese, partidos políticos devem fazer os vínculos entre interesses da sociedade e representantes do poder público, agrupando-os, selecionando-os e expressando-os.

Propaganda Política

A comunicação tem um papel fundamental na sociedade contemporânea, a de informar e formar a maioria das ideias e opiniões dos cidadãos. Todo ato de comunicação deve ser utilizado como sendo parte fundamental na formação cívica e cultural de um povo. O papel dos comunicadores além de transmitir informação, é de contribuir para o crescimento do indivíduo enquanto cidadão e para o desenvolvimento da ordem social. Levar informação torna-se, portanto, necessária e indispensável, pois, criar um canal de expressão para a sociedade, fazer com que grupos articulem discussões sobre cultura, é então, repensar a ideia de hegemonia da massa influenciada pela mídia. Isso porque,



A luta pela comunicação democrática é, antes de tudo, o combate diário por multiplicar os canais e transformar, todos, em emissores e receptores ativos, como caminho mais curto para abrir as consciências e construir um futuro de liberdades reais, e não formais. (CAVALCANTE; VIEIRA, *apud* ALMEIDA, 2004, p. 336).

A propaganda pode ser a propagação de doutrinas religiosas ou princípios políticos de algum partido, ou em outras palavras, a ideia de implantar, de imprimir uma ideia, uma crença, na mente alheia define o conceito de propaganda política. Entretanto, atualmente definimos propaganda política como a arte de persuadir e entusiasmar positivamente a opinião pública, bem como, o comportamento da sociedade, já que há uma tentativa de ordenar a conduta da sociedade de acordo com os padrões propostos pela propaganda.

A propaganda política surgiu nos meios de comunicação, a partir de 1950, moldada nos mesmos formatos que existe atualmente. Segundo Antônio Fausto Neto (2004), a primeira manifestação de propaganda política foi na eleição para presidente dos Estados Unidos da América, na qual o presidente eleito foi Eisenhower.

Na mídia os partidos políticos e os candidatos encontram o meio de difundir suas ideias e objetivos, pois, “não há nenhum setor da vida cotidiana que não tenha sido afetado nos últimos tempos pela cultura da midiaticização”. (NETO, 2004, p. 120). Além disso, “O uso dos modernos meios de comunicação de massa, propicia o adequado suporte para influenciar a atitude fundamental do homem” (PINHO, 2000, p. 163).

Em suma, propaganda política visa direcionar forças para implantar um sistema de comunicação, no qual justifique e reforce o papel dos políticos no Estado, fazendo com que os discursos sejam maximizados em forma direta com as massas e construindo um perfil que projete os programas políticos a grandes ideologias populares.

Ideologia

No princípio Destutt de Tracy (THOMPSON, 1999), desenvolveu o conceito de ideologia como sendo a ciência das ideias, com o objetivo de analisar a sistemática das ideias e sensações. De Tracy fundamentou sua nova disciplina a partir das ideias formadas pelas sensações proporcionadas pelos objetos e não por esses em si mesmos. O objetivo principal com sua teoria era de que analisando ideias e sensações de forma sistemática as conclusões para os estudos científicos seriam mais práticas.

O conceito de ideologia proposto por Destutt de Tracy surgia como tentativa para desenvolver os ideais iluministas em um contexto de revoltas sociais e políticas, marcas do surgimento das sociedades modernas.



Marx em seus estudos sugere um novo modelo de conceito, tornando-o um instrumento crítico e fazendo parte de um novo sistema teórico.

Segundo Thompson (1999), o conceito de ideologia apresentado por Marx pode ser interpretado seguindo três distintas concepções: a concepção polêmica, o conceito de ideologia parte de pressupostos referentes à determinação social da consciência, à divisão do trabalho e ao estudo científico do mundo sócio-histórico; a concepção epifenomênica, o conceito de ideologia surge e depende a partir das condições econômicas e das relações de classe e da relação de produção das classes.

A ideologia expressa os interesses da classe dominante no sentido que as ideias que compõem a ideologia são as ideias que, num período histórico particular, articulam as ambições, os interesses e as decisões otimistas dos grupos sociais dominantes, à medida em que eles lutam para garantir e manter sua posição de dominação. (THOMPSON, 1999, p. 54).

A concepção latente de ideologia, descrita por Thompson, nos sugere a interpretação de que as relações sociais podem ser sustentadas, e as mudanças sociais impedidas, pela superioridade ou propagação de construções simbólicas.

O processo de neutralização do conceito de ideologia começa a ser descrito nos próprios estudos marxistas pós Marx, com o pensamentos de Lenin que são similares aos de Lukács. Lenin propôs a ideologia socialista, queria acabar com a ideologia burguesa, enfatizando a ideologia do proletariado, pois acreditava que a ideologia do proletariado estava presa a ideologia burguesa, assim o proletariado não seria capaz de reivindicar suas reformas sociais. Porém, para propor essa ideologia do proletariado, a ideologia socialista, seria necessário que intelectuais e teóricos a desenvolvesse fora do cotidiano, pois assim teriam uma visão mais ampla das tendências do desenvolvimento e dos objetivos globais. Dessa maneira, Lenin propunha o socialismo que seria a ideologia do proletariado, pois assim o conceito de ideologia expressaria e promoveria os interesses do proletariado no contexto da luta das classes. (THOMPSON, 1999).

O processo de neutralização do conceito de ideologia ainda conta com a contribuição dos estudos propostos por Mannheim, que enfatiza o pensamento dentro da história sendo parte do processo sócio-histórico e procura compreendê-lo. Seu objetivo, portanto, é desenvolver uma maneira de estudar as condições sociais do conhecimento e do pensamento. Mannheim propõe um método que ele descreve como a “sociologia do conhecimento”, e



consiste em analisar os fatores sociais que influenciam o pensamento. (THOMPSON, 1999, p. 67).

Em síntese, o conceito de ideologia pode ser classificado em dois grandes grupos distintos, as concepções neutras, que são aquelas em que a proposta de ideologia está baseada no aspecto social, transformação e preservação da ordem social, defendidas por Destutt de Tracy, Lenin, Lukács e Mannheim; e as concepções críticas, são aquelas em que a proposta de ideologia tem um sentido mais negativo, crítico e pejorativo, Marx seguiu em partes essa mesma linha, porém em seus estudos definiu ideologia como ideias que expressam os interesses da classe dominante e como um sistema de representações que escondem, enganam, e que com isso, servem para manter as relações de dominação.

Modos de Operação da Ideologia

John B. Thompson (1999) define ideologia como sendo a mobilização dos processos de produção e recepção das formas simbólicas, bem como os sentidos das formas simbólicas que estão inseridos nos contextos sociais, propostos por elas, na tentativa de estabelecer e sustentar relações de dominação. As formas simbólicas são definidas por todo ato, ação e fala, imagens e textos, produzido e entendidos pelos próprios sujeitos e outros.

Seguindo a teoria de Thompson (1999), existem cinco modos pelos quais a ideologia pode operar, na busca de estabelecer e sustentar relações de dominação, através de estratégias de construção simbólicas. Elas podem operar na forma de “legitimação”, “dissimulação”, “unificação”, “fragmentação” e “reificação”. Como ele mesmo afirma “o objetivo não é apresentar uma teoria compreensiva de como os sentidos podem estabelecer e sustentar relações de dominação”, (THOMPSON, 1999, p. 80) e sim introduzir um assunto com muitas linhas de análise para maiores reflexões posteriores. Além disso, os modos pelos quais a ideologia pode operar podem sobrepor-se e reforçar-se mutuamente, pois não são únicas, independentes umas das outras, elas podem também, operar de outras maneiras.

A Legitimação é quando o político busca a legitimidade em seu discurso, procura estabelecer e sustentar a ideologia partidária através de ações legítimas, ou seja, pretende conquistar a confiança da população com pronunciamentos que demonstrem autenticidade e veracidade. As ações de legitimação podem estar baseadas em três fundamentos: Racionalização, Universalização e Narrativação. A Racionalização caracteriza-se por estratégias na construção simbólica manifestadas, por quem as deferem, de maneira que apareça organizada na forma de uma cadeia de raciocínio, procura sustentar e justificar o conjunto de ideias, com o objetivo de persuadir seus públicos de que suas convicções são



dignas de apoio. A Universalização, é a busca do político em defender seus interesses, apresentando esses, como interesse de todos, deixando aberto para aqueles que veem nele a possibilidade de ser bem sucedido. A Narrativação é a forma em que o político retrata o mundo de sua ótica, e assim, justifica e sustenta suas ideologias, tanto por parte de quem possui o poder, bem como, por quem não está no poder.

Dissimulação é a forma em que o político busca a relação de poder, ou seja, objetiva o poder estabelecendo e sustentando através de manifestações implícitas, desviando a atenção de seu público ou transpondo relações e processos existentes. A Dissimulação pode ser expressa em formas simbólicas de diferentes maneiras: Deslocamento, Eufemização e Tropo. A construção simbólica das estratégias de Deslocamento é utilizada para referir-se a um determinado sujeito/objeto referindo-se a outro, ou seja, designa todo atributo positivo ou negativo para esse outro objeto/sujeito. A estratégia de Eufemização constitui-se de uma construção simbólica com o objetivo de criar e sustentar ações para estimular uma valorização positiva das ideologias apresentadas pelos políticos. O Tropo é um outro conjunto ou grupo de estratégias basicamente formado por construções simbólicas empregando o uso figurativo da linguagem.

O terceiro modo de operação da ideologia é a Unificação, as estratégias utilizadas pelos políticos se constroem a partir da construção simbólica, a qual estabelece certa ideia de unidade, que consiste na busca de relação entre indivíduos e objetiva uma identidade coletiva, independentemente das diferenças e divisões que possam separá-los. A Unificação divide-se em duas estratégias expressas em formas simbólicas de: Estandarização e Simbolização da unidade. A Estandarização, também conhecida como padronização, é utilizada pelos políticos com o propósito de troca simbólica na busca de uma linguagem padrão nacional, a um referencial padrão, isso ajuda na criação de uma identidade coletiva entre os diversos grupos da sociedade. A Simbolização da unidade, é uma estratégia de construção simbólica na busca da Unificação, pelos políticos é usada com o objetivo de difundir suas ideologias, e assim construir uma identidade e identificação coletiva, através de um ou mais grupo.

A Fragmentação, outro modo de operação de ideologia, vem de encontro com a Unificação. Os políticos utilizam essa técnica para segmentar os indivíduos e grupos ao invés de unificá-los coletivamente, criando dessa maneira um desafio para os grupos dominantes, ou direcionando forças potenciais para tirar poder de quem pode considerar como perigoso ou ameaçador. A Fragmentação tem duas típicas estratégias de construção simbólica: Diferenciação e Expurgo do outro. A Diferenciação caracteriza-se, no meio político, como sendo a estratégia que enfatiza a diferenças, ou seja, cria uma espécie de divisão entre pessoas



e grupos, com o objetivo de desuni-los e impedi-los, de maneira que constituam barreiras para as relações existentes no exercício de poder. Já a estratégia de Expurgo do outro, constitui na criação de um inimigo, seja interno ou externo, considerado perigoso e ameaçador nas relações de dominação.

A Reificação é outro modo de operação da ideologia em que as relações de poder podem ser criadas e sustentadas a partir da ocultação sócio-histórica dos fatos, isso porque, torna uma “situação transitória, histórica, como se essa situação fosse permanente, natural, atemporal”. (THOMPSON, 1999, p. 87). As estratégias utilizadas para a construção simbólica desse modo podem ser: Naturalização, Eternalização, Nominalização/passivização. A Naturalização é utilizada e característica no meio político como sendo aquele em que torna fatos sociais e históricos em simples acontecimentos naturais, desencadeado de acordo com suas respectivas ações passadas. Muito semelhante a essa técnica temos a Eternalização, que pode ser descrita como sendo uma estratégia utilizada na política para difundir suas ideologias, tornando fatos considerados não relevantes, ou históricos esquecidos, em estruturas rígidas que não podem ser facilmente derrubadas, isso ocorre através de uma construção simbólica que objetiva reafirmar e eternalizar o todo. O modo de operação de ideologias chamado de Reificação pode ainda ser expresso como Nominalização e Passivização. A nominalização ocorre quando ações tornam-se os sujeitos das ações. Já a Passivização ocorre quando os agentes das ações são colocados em agentes passivos das ações. Essas duas estratégias são utilizadas na política quando se dirige a concentração dos públicos para certos temas com prejuízos de outro.

Metodologia

A análise da ideologia e sua interpretação, parte do pressuposto investigativo de tópicos do tipo metodológico relativo à análise das formas simbólicas. Essa análise é proposta por John B. Thompson (1999) e conceituada como “hermenêutica de profundidade”, isso porque, entende-se que toda ideologia, objeto de análise, é uma construção simbólica significativa, que é passiva de interpretações, referentes a contextos sociais e históricos, estruturadas internamente em diversas formas. Entretanto, para compreender a contextualização social das formas simbólicas e suas características estruturais internas, deve-se analisar a ideologia com outros métodos de análise, contudo, a hermenêutica de profundidade apresenta esses métodos de análise, inter-relacionados.

O referencial metodológico proposto por Thompson, a hermenêutica de profundidade, visa analisar formas simbólicas e pode ser utilizada, também, para a análise da ideologia



política. Porém, isso não significa que esse método é único, pois a análise da ideologia compreende um fenômeno extremamente complexo, apresentando aspectos distintos, que podem ser focados de diferentes modos. Portanto, esse referencial metodológico apresenta uma argumentação geral para os diferentes métodos de análise, e na interpretação da ideologia enfatiza as inter-relações entre significado e poder.

Análise

O Partido dos Trabalhadores apresentou no primeiro semestre de 2009 sua propaganda partidária gratuita, em conformidade com a Lei nº 9.096/95, que estabelece o direito ao acesso gratuito aos meios de comunicação. As veiculações foram ao ar em emissoras de canal aberto, apresentadas as quintas-feiras, em horário nobre, a partir das 21 horas.

Para sua interpretação e análise deve-se levar em consideração a data de veiculação e a data da análise, assim como, deve-se prestar a atenção nas legendas apresentadas pelo programa, no qual hoje pode estar desatualizada. Portanto, esta análise está baseada puramente no programa exibido no primeiro semestre de 2009, eximindo-se de qualquer compromisso com informações referentes ao governo e ao próprio partido. Durante a análise serão inseridos fragmentos do discurso para facilitar a compreensão. O programa tem duração de dez minutos.

Interpretando e analisando a propaganda partidária do Partido dos Trabalhadores, pode-se afirmar, seguindo os critérios propostos por Thompson, que a ideologia - ideias e princípios - está exposta através dos modos de operação de Legitimação e Unificação, além disso, o programa apresenta formas simbólicas, bem explícitas.

As ideias do partido estão encadeadas de maneira bem definida e a proposta que se busca é abranger toda a sociedade brasileira, sem discriminação alguma, com base em relatos, discursos e apresentação de material histórico.

Afirma-se que a ideologia está sendo operada através do modo de Legitimação porque o discurso faz uso do imperativo afirmativo, “Acreditem cada vez mais no Brasil, porque, assim vocês estarão acreditando cada vez mais em vocês mesmos.” (PRESIDENTE LULA). Busca conquistar confiança através de ações autênticas e com veracidade, além disso, as pessoas, as quais proferem o discurso, são cidadãos, pessoas comuns que são beneficiadas pelos projetos do governo Lula – Sônia Maria de Jesus, Vanusa Pereira da Silva e Marcelo Ferreira das Neves; Governador da Bahia – Jaques Wagner; líderes do PT – Ricardo Berzoini, Henrique Fontana, Cândido Vaccarezza e Aloízio Mercadante; Ministros – Guido Mantega, Paulo Bernardo, Patrus Ananias e Dilma Rouseff; e até mesmo o próprio Presidente da República –



Luiz Inácio Lula da Silva. E ainda, há uma locução em off, a qual vem mostrar e afirmar, com o objetivo de estabelecer e sustentar o que está sendo apresentado no programa.

Para legitimar seus ideias o programa apresenta provas concretas que afirmam seu discurso,

Governo reajusta Bolsa Família; Governo prorroga IPI até junho; E exige manutenção dos empregos; Lula reduz impostos; Aumento real do mínimo injeta R\$ 21 bi e reduz crise; Governo vai construir 1 milhão de casas; Por mais empregos, governo amplia o PAC; BNDES terá até R\$ 166 bi para emprestar em 2009”. (FRAGMENTOS DE MANCHETES DE JORNAIS).

Essa é a ação de racionalização, na qual as ideias são apresentadas de forma organizada em cadeia de raciocínio, através da estratégia de construção simbólica. Quando o programa apresenta fragmentos de jornais, os quais manifestam ações favoráveis ao governo atual e negativo ao governo anterior, busca exatamente isso, ou seja, procura sustentar e justificar o conjunto de ideias, com objetivo de persuadir seus públicos de que suas convicções são dignas de verdade. A ação de universalização pode ser observada quando a propaganda apresenta os programas do governo como sendo interesse de todos, e é legitimado quando apresentado através das pessoas que fazem o seu relato e seu discurso.

Meu nome é Sônia Maria de Jesus, tenho 33 anos, sou mãe de três filhos, eu recebo Bolsa Família há 4 anos; tem dia que você não tem dinheiro pra um lápis, procura e não encontra, e com o benefício não, você vai e compra um lápis, uma borracha, você vai precisou de uma chinela você vai lá e compra, você precisa de uma alimentação você vai lá e compra. O Bolsa Família foi assim, foi uma benção, né!? (SONIA MARIA DE JESUS, BENEFICIADA PELO BOLSA FAMÍLIA).

Do mesmo modo, pode-se afirmar que a ideologia da propaganda está sendo operada, também, através do modo de Unificação, pois através do discurso de diferentes pessoas, fazendo seu próprio relato, aproxima o público da ideia apresentada. Essa estratégia de construção simbólica objetiva uma unidade, ou seja, uma relação entre indivíduos construindo assim uma identidade coletiva, isso porque, o programa busca mostrar que a ideologia e o programa de governo do Partido dos Trabalhadores são de interesse comum a todos.

Meu nome é Marcelo Ferreira das Neves, sou estudante de Arquitetura e Urbanismo. Na minha família são doze pessoas, somos doze irmãos. Desses doze, apenas uma conseguiu finalizar o curso de pedagogia. Eu sou o segundo a ingressar na carreira universitária. O Prouni revolucionou minha vida. Olha, eu digo que, se você sonhou até hoje e não conseguiu realizar, comece a sonhar novamente, porque o



Prouni é realidade. (MARCELO FERREIRA DAS NEVES, BENEFICIADO PELO PROUNI).

As estratégias apresentadas estão na forma de Estandarização, padronização, no qual ocorre uma troca simbólica através de uma linguagem nacional, a um referencial padrão. Pode-se afirmar isso, quando se utiliza do discurso de ministros aproximando assim o público mais seletivo, um público com mais oportunidades e acesso a informações, conseqüentemente mais crítico.

No governo Lula, cada decisão é tomada pensando nas pessoas, nos homens e nas mulheres do nosso país que lutam para viver melhor, provamos que é possível combinar desenvolvimento com inclusão social. Estamos construindo estradas e ferrovias, levando luz elétrica e água tratada, a milhões de lares brasileiros. Com as obras do PAC, geramos milhões de empregos com carteira assinada. Agora, no Programa “Minha Casa, Minha Vida”, serão construídas, um milhão de moradias para que as famílias brasileiras possam criar seus filhos com segurança e dignidade. Hoje, todos percebem que está nascendo um novo Brasil. Um país de novas conquistas e novos sentimentos, mais justo e com mais coração. (MINISTRA DILMA ROUSSEFF).

Busca-se a Padronização utilizando o discurso, ou melhor, relato de pessoas comuns trazendo a sua realidade transformada pelos programas políticos, assim aproxima a outra faixa da população que se identifica com as pessoas mais simples, mais humildes.

A gente precisa de uma casa pra morar, todo cidadão brasileiro precisa de uma casa. Eu achei bom o presidente fazer isso, pelo menos a gente vai ter a casa da gente e não vai tá se humilhando pra ninguém. Você paga o aluguel, você dá aquele dinheiro com dó, porque você sabe assim, é um dinheiro que vai e você num vai ver nunca mais e a casa da gente, você tá pagando e você vai ter certeza que ela é sua, não é dos outros. Minha esperança e meu sonho é essa casa, em nome de Jesus eu vou ter essa casa. Vou, você vai ver! (VANUSA PEREIRA DA SILVA, BENEFICIADA PELO PROGRAMA MINHA CASA MINHA VIDA).

A estratégia de Simbolização da Unidade é apresentada e utilizada quando a propaganda procura difundir seus ideais, isso ocorre do mesmo modo apresentado anteriormente, no qual, busca-se construir uma unidade coletiva, uma identificação coletiva com a ideologia apresentada, através de um ou mais grupos, que se identificam com os diversos níveis sociais da sociedade, e que tem a função fundamental de difundir a ideologia, criando e reafirmando assim um padrão coletivo, uma unificação simbólica, com o objetivo de conseguir o maior número de adeptos aos seus ideais.



Com O governo Lula do PT, o Brasil cresceu, reduziu as desigualdades e se tornou uma das economias mais fortes do mundo. Hoje, atravessamos uma crise mundial. Mas, ao contrário do que ocorria em governos anteriores, enfrentamos a crise reduzindo impostos, aumentando o salário mínimo, ampliando os investimentos no PAC e lançando um grande programa habitacional. A construção de um Brasil com oportunidades iguais para todos é a marca do PT. É por isso que o povo brasileiro apóia o governo Lula, o governo do PT. (RICARDO BERZOINI, PRESIDENTE DO PT).

Com propósito de unificação, e legitimação a causa que o PT idealiza, na propaganda ainda aparece o discurso do Presidente Nacional da CUT, que apresenta seu discurso legitimando as ações conquistadas junto ao governo Lula

Nós mobilizamos os trabalhadores e conseguimos negociar com o governo Lula aumentos reais do Salário Mínimo e redução do imposto de renda. Diante da crise mundial, estamos na luta para defender o emprego e os direitos sociais não concordamos com aqueles que querem aproveitar esse momento para atacar as conquistas dos trabalhadores. A saída é o fortalecimento do mercado interno e a valorização do trabalho. (ARTUR HENRIQUE, PRESIDENTE NACIONAL DA CUT).

A formatação da propaganda partidária apresenta algumas construções simbólicas bem caracterizadas e explícitas. A estrela, tradicional símbolo do Partido dos Trabalhadores, está sendo mostrada quase todo o programa de diversas formas, assim como a legenda do partido “PT” e o número 13, que associados a estrela, caracterizam a marca do partido, essa se faz a principal construção simbólica do partido. Quando acontece o discurso dos agentes do governo e líderes do partido, todos se apresentam bem vestidos, homens com terno e gravata, com o bóton do PT, caracterizando outra construção simbólica que busca justamente a legitimação e a unificação da ideologia política.

Quando acontece o discurso das pessoas beneficiadas pelos programas do governo, pretende-se mostrar como elas realmente são, pois estão em seus ambientes particulares, essa estratégia também visa, legitimar e unificar, pois aproxima a população.

Outra construção simbólica apresentada é o formato da imagem, todos aparecem em um mesmo plano, que no decorrer do discurso, apresenta um *close-up*, que busca enfatizar o que está sendo dito, algumas vezes ele acontece quando ocorre o pronunciamento da palavra PT, ou algo relacionado a isso. Nas locuções em off, aparecem cenas, fotos que são relatos históricos, também buscam legitimar o que está sendo dito, pois caracteriza veracidade e autenticidade ao discurso. Por fim, a propaganda apresenta um canto, que mostra os ideais do



partido, a música caracteriza uma construção simbólica que é de fácil percepção e fácil de fixar na memória e seu objetivo é unificar a ideologia apresentada, bem como, legitimar.

O Brasil tá no rumo certo
Ta crescendo, ta no caminho,
Agora é acreditar
Fé na força do nosso povo
Que trabalha, que tem talento,
Que acredita que vai chegar lá!
Eu vou
E eu vou
Vou plantar a semente, a esperança
E vou ver brotar novo dia
Pra nossa estrela brilhar
Eu vou
E eu vou
Acredito na força da gente
Na garra que tem nosso povo
É o Brasil no rumo certo
E eu vou
Vou plantar a semente, a esperança
Acredito na força da gente
É o Brasil no rumo certo. (MÚSICA)

Os discursos dos agentes do governo e líderes do partido são apresentados de forma simples e objetiva, a pessoa apresenta o seu discurso com uma linguagem clara e simples, o cenário apresenta um fundo branco e em segundo plano aparece a estrela na cor vermelha e a marca PT, além disso, o nome de quem está proferindo o discurso, aparece na legenda que tem como fundo as cores do Brasil, o verde e amarelo, associadas ao vermelho, cor tradicional do partido. Outra construção simbólica característica e relevante que ocorre no discurso dos agentes do governo e líderes do partido, que reforça a unificação entre o partido e o Brasil, é quando enfatizam as palavras “PT”, “Partido dos Trabalhadores”, “governo Lula”, “governo do PT”, “Brasil” elas aparecem pelo menos uma vez em cada discurso. Essa estratégia é uma forma de construção simbólica articulada, que tem por objetivo expressar ou representar uma mensagem, uma idéia.

Desta forma, foi possível concluir que a ideologia partidária do PT estabelece e sustenta relações de dominação operando entre os modos de Legitimação e Unificação. Estratégias de construção simbólica são utilizadas com propriedade, mobilizando sentidos e fortalecendo o posicionamento do Partido dos Trabalhadores.

Considerações Finais



A propaganda partidária gratuita, o acesso gratuito ao rádio e a televisão, é direito dos partidos políticos, que a torna uma ferramenta indispensável para a difusão das ideologias políticas, isso porque todo partido precisa do maior número de adeptos para que possa desenvolver seus planos e programas de governos. Além disso, o papel dos partidos é expressar os interesses e as necessidades da sociedade, tornando isso possível através da propaganda política.

A propaganda política apresenta algumas estratégias e técnicas, uma vez que tenta formular e estimular um comportamento social favorável à ideologia proposta, pois busca legitimar a participação ativa dos cidadãos nos planos de governo.

O conceito de ideologia nasceu baseado no desenvolvimento do pensamento social e político, sendo assim, era a proposta da ciência das ideias, porém, ao longo do tempo, tomou proporções maiores, sendo até considerada uma arma na batalha política. Entre seus diferentes conceitos, afirma-se que a ideologia pode ser considerada a interpretação de como as relações sociais podem ser sustentadas. Sendo assim propõe estudar as condições sociais do conhecimento e do pensamento, introduzindo, dessa maneira, a sociologia do pensamento. Em síntese, ideologia pode ser entendida, no sistema político, como a maneira pela qual os partidos políticos buscam difundir seus ideais na sociedade, através da produção e recepção das formas simbólica, que tem como objetivo estabelecer e sustentar relações de dominação.

Com base no estudo realizado pode ser observado que a propaganda partidária gratuita do Partido dos Trabalhadores apresenta estratégias de construção simbólicas com base na Legitimação e na Unificação da Ideologia, através de discursos, termos, imagens e símbolos. Isso supõe que existe uma preocupação em manifestar os ideais políticos na busca de estabelecer e sustentar as relações de dominação na sociedade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Jorge. **O Marketing Político-eleitoral**. São Paulo: Fundação Editora UNESP, 2004.

HOFMEISTER, Wilhelm, SANTOS, Gustavo Adolfo P. D. **Escola Política, os Partidos Políticos na Democracia, Uma introdução para a formação política**. Konrad Adenauer Stiftung, 2007.

NETO, Antônio Fausto. **Discurso Político e Mídia**. São Paulo: Fundação Editora UNESP, 2004.

PINHO, J. B. **Comunicação em Marketing**. 4^o edição, Campinas, Editora Papyrus, 2000.



PARTIDO DOS TRABALHADORES. Programa Nacional do Partido dos Trabalhadores - PT - 2009 - 1º Semestre. Disponível em: <<http://www.pt.org.br>>. Acesso em: 24 nov. 2009.

THOMPSON, John B. Ideologia e Cultura Moderna, teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 3º edição, Petrópolis: Editora Vozes, 1999.